



**CONGRESO
IBEROAMERICANO**
DE CIENCIA, TECNOLOGÍA,
INNOVACIÓN Y EDUCACIÓN

BUENOS AIRES, ARGENTINA
12, 13 Y 14 DE NOVIEMBRE 2014

**CONGRESSO
IBERO-AMERICANO**
DE CIÊNCIA, TECNOLOGIA,
INOVAÇÃO E EDUCAÇÃO

BUENOS AIRES, ARGENTINA
12, 13 Y 14 DE NOVIEMBRE 2014

Los medios de comunicación en la escuela, un abordaje reflexivo hacia una actitud crítica.

CAMPANELLA, J.

Los medios de comunicación en la escuela, un abordaje reflexivo hacia una actitud crítica.

Autor: Prof. CAMPANELLA, J. R.

raulcampanella@hotmail.com

INSTITUTO SAN JUAN BOSCO

VICORICA - LA PAMPA

isjbvictorica@gmail.com



Contextualización de la propuesta:

Queriendo que los alumnos tengan una visión crítica y reflexiva de los medios de comunicación, en una sociedad de consumo y estimulados por el curso vigente de las TIC. He decidido que los alumnos utilicen los materiales que brinda este campo para pasar de consumidores pasivos a activos. A través de esta propuesta se aprovechan los beneficios que pueden darnos diferentes aplicaciones para presentaciones de diapositivas en el área de la comunicación y expresión.

En este proyecto en particular, se va utilizar como herramienta de comunicación y divulgación “el blog”, ya que me permitirá traspasar la barrera de la escuela y poder compartir todas las estrategias, innovaciones, creaciones, elaboraciones y producciones que realicen los alumnos con el resto de la comunidad educativa. Es sumamente importante para ellos que nuestro proyecto se difunda y se comparta al resto de los diferentes actores. Y será muy gratificante esperar los comentarios, devoluciones de todos aquellos que logren poder interpretar y descifrar nuestro trabajo orientado a los medios y la manera que ellos condicionan nuestra vida diaria.

Es de suma importancia aclarar que debido a que la Institución no cuenta con una sala de computación adecuada que cubra con las demandas de la escuela y por ser de gestión privada no está contemplada dentro del programa nacional conectar igualdad, por tal motivo en ocasiones nos vemos limitados en el desarrollo e implementación de nuestros proyecto.

Para atenuar esta “brecha digital” aparece el tan “preciado y cuestionado CELULAR” por ser un recurso de uso masivo. El cual nos permitió realizar las mayorías de las grabaciones audiovisuales, tomar imágenes y poder acceder al blog en la hora clase.

Información sobre el blog: <http://deamedios.blogspot.com.ar/>

El título del blog hace referencia a las dos partes que conforman nuestro trabajo. “Deamedios”, representa a los medios de comunicación local, radios, tv y diario o semanario, que tomamos para realizar nuestro trabajo. “Blogspot” representa la manera que elegimos para socializarlo. Le agregamos un subtítulo para indicar la importancia que tiene adquirir una visión crítica del mundo publicitario en una sociedad de consumo como la actual.

Este blog educativo nace como parte de una propuesta pedagógico que se desarrolla con los alumnos. Pincipalmete me interese por la prácticas escolares por el cual los alumnos de este nivel puedan incorporar algunas de las herramientas digitales. Con el fin de poder tener una mirada crítica y reflexiva hacia los medios de comunicación. Los medios que se tendrán en cuenta a la hora de abordar el proyecto seran: el diario, la radio y la televisión, unicamente nos centraremos para este propósito en los medios locales. (Victorica, La Pampa).

En este sentido se intentara compartir desde el blog, algunas reflexiones que surgan a partir de una indagación exploratoria de los distrintos grupos de trabajos con el objetivo que puedan ser compartidas colaborativamente.

El tema abordado no sólo relaciona el área de las TIC, sino con otras áreas como las de lengua y literatura, música, dibujo, arte, entre otras. Esta interrelación nos trae a todos, docentes, alumnos y escuela a tener una “nueva mirada”. Ya que nos va

a permitir “construir” nuevos eventos de acción, que nos integren con mejores capacidades en la sociedad contemporánea para constituirnos en “coprotagonistas” de nuestra propia cultura.

Destinatario de la propuesta:

Los destinatarios de este proyecto son los alumnos de 4to. año división I y II del secundario, modalidad ciencias sociales que concurren al Instituto San Juan Bosco de de Victorica, provincia de La Pampa.

Marco referencial:

“La vida es orgánica y creativa, creas tu vida a partir de tu imaginación, de tu temperamento y de las oportunidades que generas, las que aprovechas y las que dejas pasar”.

Ken Robinson

La importancia de la comunicación en los seres humanos:

Los seres humanos somos seres sociales y por lo tanto la comunicación es fundamental. Desde una mirada antropológica todo ser humano busca una comunicación liberadora, realizada a su medida. Desde esta mirada la persona humana es el centro del proceso de comunicación ya que en la comunicación la persona se proyecta como conciencia capaz de aceptar, de rechazar, modificar mensajes, tomar distancia o comprometerse con los demás seres humanos. La comunicación es un proceso y se ubica dentro de las coordenadas histórico – espaciales como cualquier otro fenómeno humano, por lo que la situaciones sociales, políticas, económicas, etc., constituyen el contexto de la comunicación. En la sociedad actual el hombre de la calle, la gente común, el pueblo se ha vuelto vulnerable y está cada vez más desprotegido frente al discurso de los grandes centros del poder económico y político que, declaman discursos cada vez más totalizadores. Los medios de comunicación funcionan en ese contexto, algunos siendo más serviciales y otros más críticos. Una parte de la realidad de la comunicación depende de los emisores y fuentes principales de los mensajes masivos, es decir de aquellos que tienen el dominio real sobre los medios de comunicación. A pesar del fuerte impacto que tienen estos grupos de poder sobre el manejo de las comunicaciones, extrañamente la misma tecnología hoy puede ayudar a fragmentar el poder emisor hegemónico, al permitir superar los límites del acontecer informativo uniforme.

¿Por qué los medios de comunicación en el aula?

El vínculo de los medios y la escuela permiten construir y preparar a las nuevas generaciones para evitar cualquier reducción del espacio público. Enseñar a problematizar la información, dudar de las certezas, permitir fortalecer el capital cultural de los alumnos, son los ejes de una nueva educación que toma a los medios de comunicación como objeto de estudios.

El objetivo de la escuela hoy es incorporar estas informaciones con las que nuestros alumnos llegan al aula para transformarlas en conocimientos y así puedan resignificar y convertirlas en la información del conocimiento.

Por ello la incorporación de las TIC en la educación han abierto grandes posibilidades para mejorar y aumentar los procesos de enseñanza y aprendizajes. Asimismo, se trata de trabajar con “tecnologías o recursos disponibles” y no con “tecnologías o recursos ideales”, como lo menciona (Harris y Hofer, 2009:99), “al integrar tecnologías educativas en la enseñanza, la planificación de los docentes debe organizarse en torno a los requisitos de los diseños curriculares, a prácticas pedagógicas eficaces y a las posibilidades y limitaciones de las tecnologías disponibles”.

Generar nuevos espacios de comunicación implica un gran compromiso y nuevos desafíos. Los medios de comunicación construyen, amplían y reducen el espacio público. Influyen sobre la agenda de aquello que se debate en la sociedad. Proponen algunos temas y evitan o ignoran otros. Sin embargo, la información por la información misma no alcanza. Valoramos una información inserta en una cultura política (en la cual la información tiene sentido) como un insumo para la participación y la ampliación del espacio público, sin restricciones ni privatizaciones. Hablamos de una **educación en medios** que prepare a las nuevas generaciones para que eviten cualquier reducción del espacio público. Tal como lo entiende el ministerio de Educación **la educación para los medios es una educación para la ciudadanía**. Entender la manera en que los medios representan la realidad y nos hablan de lo que sucede, coloca a las personas en mejores condiciones para participar, actuar y tomar decisiones. El gran desafío para el sistema educativo hoy es capacitar a los niños y jóvenes para que puedan acceder y utilizar la multiplicidad de escrituras y de discursos en los que se producen las decisiones que los afectan en los planos laboral, familiar, político y económico.

M^a Carmen Sánchez Mendías, (2007) sostiene que en la actualidad, los medios de comunicación de masas son considerados un elemento que forma parte de la vida de los niños, influyendo de manera directa en su percepción de la realidad y del mundo en el que viven. Son una fuente de aprendizaje para ellos, pues a través de estos medios aprenden contenidos, adquieren cultura, comportamientos y hábitos, convirtiéndose en definitiva en agentes que influyen en su proceso de aprendizaje y socialización.

Por consiguiente, no podemos negar que los medios de comunicación tienen influencia en el proceso de aprendizaje del niño y en su forma de aprender. Sin embargo, la postura de la escuela ha sido siempre reticente, ofreciendo una perspectiva en la que se consideraba que estos influían pero negativamente en la educación y formación cultural, sin ser conscientes de la posible aportación pedagógica que pueden ofrecer.

Rastreando acerca de las teorías de la comunicación que nos acerque a las posturas arriba mencionadas nos encontramos con “La Teoría de la Dependencia”, la cual busca analizar la relación internacional entre países y aplicada a los medios de comunicación remarca la diferencia entre las grandes cadenas monopólicas internacionales, las cadenas nacionales y los pequeños medios locales. Esta teoría sostiene que los medios tienen poder para manipular y alienar a los receptores y que el poder ejercido por cada uno de ellos no es igual. Los teóricos de la dependencia luchaban por la igualdad de posibilidades de los países para acceder a las tecnologías

de la comunicación y a la información internacional y si bien se hicieron intentos y reclamos para lograr esto no lo consiguieron. Entonces propusieron otras estrategias como, educar a los receptores para evitar que el poder monopólico de los países centrales invadieran las culturas locales, incentivar a los receptores de sus países a manejar las tecnologías de la comunicación que estuvieran a su alcance y utilizarlas en su propio beneficio. Así generarían medios de comunicación alternativos a los ya existentes en los cuales la relación emisor – receptor no estuviera centralizada. A este tipo de mensajes se los encuadra dentro del concepto de comunicación alternativa.

La comunicación alternativa será la que se oponga a los mensajes vigentes. Para esto hay que formar a los receptores ya que para que estos puedan hacer una lectura crítica de los mensajes, deben poder tomar una distancia y reflexionar sobre ellos. Los receptores pueden ser de dos tipos, pasivos los que aceptan los mensajes sin cuestionamientos el contenido del mensaje transmitido por los medios y activo, es el receptor que reflexiona, cuestiona, evalúa la afinidad de los contenidos con su forma de pensar y su entorno. Por lo tanto lo importante es educar al público hacia esta actitud crítica frente a los medios. Dice Victorino Zeccheto (1986) “la capacidad crítica no se da espontáneamente, es fruto de una formación, de un caminar educativo. Es una dura brecha humana que se abre paso a través de la opacidad”.

Se supone que una vez que los receptores críticos puedan acceder a los pequeños medios, generarán discursos distintos a los dominantes. Para dar un ejemplo en una FM barrial el gran sponsor es reemplazado por los pequeños anunciantes. Pero si el objetivo de esa FM es producir un mensaje para vender, la estructura comercial del medio permanece inalterado, repite a pequeña escala los objetivos de las grandes empresas. Un mensaje es alternativo cuando contradice, opone plantea una postura distinta. Puede ser alternativo desde el contenido cuando renueva un género y lo vuelve transgresor o adopta un formato ya existente para un público diferente. También el mensaje puede ser alternativo desde su estructura, cuando la financiación de ese medio no sigue los carriles habituales de la comunicación. Los medios alternativos tienen otros fines diferentes a los comerciales como la difusión de ideas, de hechos culturales sin fines de lucro, prevención, etc.

Situación problemática:

¿Y qué hicimos con los medios de comunicación?

Los medios de comunicación son concebidos como un problema de investigación al juzgarlos parte fundamental y constitutiva de la experiencia urbana. Esto ha significado considerarlos no sólo como escenarios sino también como actores sociales, políticos y culturales; no sólo reproductores del orden social, sino generadores de utopías; no sólo dispositivos ideológicos, sino socializadores de la modernidad y la experiencia. Esto nos lleva a situar la reflexión sobre la articulación medios–escuela–ciudadanos.

¿Cómo formarnos como receptores con capacidad de reflexionar críticamente, acerca de los mensajes que se emiten a través de los medios de comunicación, haciendo hincapié principalmente en los medios locales?

¿De qué manera la escuela genera espacios que nos permitan como alumnos acercarnos a los medios de comunicación local?

Objetivos:

- Generar en la escuela espacios activos y reflexivos sobre la base de prácticas sociales que giren en torno al tratamiento de la comunicación y la publicidad.
- Contribuir a la formación crítica de los consumidores que puedan problematizar el sentido de los medios y que puedan analizar los diferentes discursos.

Objetivos específicos:

- Conocer la historia y la modalidad de trabajo de los medios de comunicación local.
- Analizar los mensajes publicitarios que circulan en los medios de comunicación local.
- Lograr producciones publicitarias con ayuda de software para presentaciones en diferentes lenguajes, formatos disfrutando de los procesos ya sea mecánicos y/o creativos en forma individual y/o grupal
- Compartir desde diversos enfoques la preocupación por la comunicación verbal, gráfica, ofreciendo herramientas y técnicas útiles para las diferentes estructuras comunicativa
- Incorporar recursos TIC que propicien la construcción colaborativa del conocimiento y estimular el trabajo en equipo.
- Crear un blog educativo que permita socializar los avances del proyecto

Vinculación del trabajo con los contenidos curriculares:

El trabajo se vincula totalmente con los contenidos curriculares, ya que responde directamente a un proyecto áulico. Los contenidos que se desarrollan son

- El diario, la radio y la televisión (breve recorrido histórico desde su fundación hasta la actualidad).
- El blog en la escuela (creación, diseño, su uso y divulgación).
- Incorporación de diversas herramientas para aumentar el uso del blog (voki, prezi, glogster, quizrevolution, audacity, soundcloud, evernote entre otros)

Intervención del docente:

El rol del profesor será ejercer una función informadora, será facilitador y orientador en todas las actividades solicitadas oportunamente.

Actividades a desarrollar:

- Localizar y visitar el medio elegido de nuestro pueblo, con el objetivo de poder entrevistar a el/los propietario/s de dicho medio y averiguar todo lo que concierne a esa actividad. (fecha de inicio de la actividad, modalidad de trabajo, cantidad de operarios, programación, alcance geográfico, publicidad, costos, logotipos, slongans y todos aquellos datos que consideren de importancia).
- Calcular los porcentajes que se destina a los avisos publicitarios. Investigar cuántos de ellos son comerciales, cuántos promocionan servicios sociales, cuántos son de información general y si hay publicidad política. Realizar una tabla donde se puedan comparar los distintos porcentajes.
- Deberán grabar la transmisión (en el caso de que los medios elegidos sean la radio o la televisión) en diferentes horarios con el objetivo de registrar la cantidad de minutos dedicados a la publicidad, autopublicidad, además se propone que establezcan relaciones entre la música de la publicidad y el público. Realizar una tabla donde se puedan comparar los distintos porcentajes.
- Analizar en cada caso, cuál es el objetivo del mensaje (informar, entretener, persuadir, comunicar, etc.) y fundamentar por qué los clasificamos de esa manera.
- Busquen artículos periodísticos, fotografías, publicidad, cortos, etc., aparecidas en los medios de comunicación de hace más de 20 años antigüedad. Realicen comparaciones y reflexiones de esas publicaciones con las publicidades abordada por cada grupo.
- Cada grupo de alumnos deberán realizar una breve publicidad, según el medio seleccionado, sobre alguna idea o información que quisieran compartir con el resto de la escuela. Tener en cuenta: destinatarios, tipo de producto, recursos persuasivos a utilizar, relación entre texto e imagen, etc. Realizar un podscat, o un afiche digital con la publicidad producida.
- Presentar la publicidad producida ante compañeros, docentes y directivos de la institución

Recolección y elaboración de datos:

En cuanto a la recolección de información todos los grupos fueron aportando innumerables cantidad de datos de distintos medios de comunicación, como las entrevistas que fueron grabadas o en algunos casos filmadas, todas utilizando el “celular” como único recurso tecnológico.

Para el desarrollo de este trabajo se pensaron distintas actividades pautadas de antemano con el docente. En una primer momento de acuerdo a lo que se iba desarrollando en el aula se conformaron grupos de alumnos, de no más de 4 integrantes, cada grupo tuvo que elegir un medio de comunicación local (diario; radios o televisión) y realizar las actividades sugeridas por él docente.

Análisis de datos:

Para el correspondiente análisis de datos se propone como estrategia el trabajo en equipo, basado en el trabajo colaborativo. Luego de que cada grupo realice las actividades, se comparte con el grupo clase, se debate y analizan los avances de cada grupo. Cabe aclarar que lo que se presente aquí es el producto de algunos de los grupos, no todos los grupos han avanzado al mismo tiempo.

Metodología y recursos utilizados:

Para la realización de este trabajo se utilizaron diferentes instrumentos de recolección de datos empíricos que implica un trabajo extra clase: visitas a los distintos medios de comunicación, entrevistas a los dueños dichos medios. En el aula se socializan los datos recabados con posterior debate y análisis. Se produce la sistematización de los datos.

Aplicaciones utilizadas:

La primera aplicación que se utilizó fue el blogger para la creación del blog educativo como generador de un nuevo espacio de comunicación y potenciador de saberes y habilidades. Luego se fueron incorporando varias herramientas y aplicaciones con el único propósito de incentivar a los alumnos a que visitaran el blog y que comprendieran que ellos también iban a ser protagonistas de esta nueva forma de aumentar sus conocimientos. Se añadieron imágenes de los alumnos y se diseñó un avatar de bienvenida a nuestro blog, utilizando la aplicación web como la voki. Esto permitió personificar a un docente que los invita e introduce a este nuevo desafío.

Seguidamente se agregó una nueva entrada realizada en el prezi y con el fin de plasmar un recorrido con las primeras devoluciones que iban acercando los alumnos.

A medida que los alumnos avanzan en sus actividades se irán incorporando nuevas entradas con nuevas publicaciones y contenidos audiovisuales. También se necesitará utilizar además de un procesador de textos, una planilla de cálculos para facilitar la tarea a la hora de sacar los porcentajes publicitarios. Del mismo modo se necesitará utilizar alguna aplicación que les permita grabar sonido como imagen.

Aspectos destacados:

- Se articulan contenidos digitales.
- Ubicuidad de actividades. Según Burbules (2009) este aprendizaje ubicuo extiende la capacidad de aprender a nuevos espacios sociales, creando un continuo entre la escuela y otros espacios, lo que implica un cambio en la relación entre la escuela y el entorno.
- Se utilizan herramientas para construir conocimiento, ordenarlo y comunicarlo.
- Se genera más información que la del punto de partida.
- Los estudiantes tienen un rol activo en la consigna.
- Se desarrolla un trabajo colaborativo.
- Estas nuevas formas de apropiación tecnológica favorecen: el intercambio de conocimiento colectivo y la construcción de un "capital social", que se genera cuando se comparten las redes sociales, la confianza, la reciprocidad, las

normas y valores para promover la colaboración y la cooperación entre las personas (Rheingold, 2005).

- Armado de la publicidad y puesta en común de las producciones.
- Se trabajan contenidos en varios planos (conceptuales y actitudinales, competencias procedimentales.).

Evaluación:

Se evaluará la evolución del alumno, en cuanto a la incorporación y la aplicación de los contenidos, llevando a cabo un seguimiento continuo del mismo. Se realizará a través de la observación cotidiana e individual o grupal de los pasos que realiza el alumno para alcanzar la resolución de los problemas planteados.

Se tendrá en cuenta la participación en clase, la responsabilidad, la puntualidad y prolijidad en la presentación de los trabajos y actividades. Los aportes espontáneos que realice, el intercambio de las obtenciones entre pares para dar cuenta del aprendizaje adquirido.

Se valorará el desarrollo grupal, el uso de los recursos y dispositivos tecnológicos utilizados. También se tendrá en cuenta la presentación del proyecto final ante los diferentes actores institucionales.

Conclusiones:

En el proceso comunicativo, todos construimos el mensaje por lo tanto el receptor tiene la responsabilidad de posicionarse críticamente en el análisis de la información que circula en este proceso. Por esto sería necesario educar a los receptores en el análisis crítico y reflexivo de los mensajes que proponen los medios de comunicación.

Desde esta mirada este trabajo da cuenta de una experiencia educativa ya que nos permitió no solo descubrir aspectos que no teníamos en cuenta respecto de los medios de comunicación, sino también proyectamos debido a que muchos descubrimos que los medios de comunicación también pueden ofrecer alternativas nuevas. Los alumnos aprenderán cosas nuevas, manejar un programa o aplicación, realizar entrevistas, armar publicidades, analizar información.

Tenemos que salir de la escuela al medio para volver a la escuela y re significarlo. En las palabras de los alumnos: “Está bueno salir de la escuela. Nos gustaría poder seguir con trabajos con esta onda”. “Se hacen cosas que antes no se hacían como por ejemplo una entrevista o publicidades.

Proyección:

- ✓ Concretar la posibilidad de realizar “radio escolar” en los recreos.
- ✓ Realizar un documento sobre la historia de los medios de comunicación locales.

- ✓ Difundir nuestro proyecto en diversas instituciones.
- ✓ Fomentar a partir de esta experiencia futuras experiencias colaborativas desde otros espacios.

Bibliografía:

- Cope, Bill y Mary Kalantzis (2009), "Aprendizaje ubicuo", en *Ubiquitous Learning. Exploring the anywhere/anytime possibilities for learning in the age of digital media*, Champaign, University of Illinois Press. Trad: Emilio Quintana.
- Coll, César (2009), "Aprender y enseñar con las TIC: expectativas, realidad y potencialidades", en Carneiro, Roberto, Juan Carlos Toscano y Tamara Díaz (coords.), *Los desafíos de las TIC para el cambio educativo*, Madrid, OEI.
- Garzón, Magdalena *et al.* (2010), "Proyectos educativos: estándares para lograr una integración efectiva de las TIC y una auténtica colaboración entre los participantes", 17th Annual iEARN International Conference Barrie, Ontario, Canadá. Disponible en: <http://goo.gl/HNY9s8>
- Video- Educ.ar Ministerio de Educación de la Nación – Buenos Aires – Argentina 2011- DVD: 9 (En el medio I y II)
- Video, trabajo colaborativo <https://www.youtube.com/watch?v=gmWdHwSZLhk>

Agradecimientos:

- ✓ A los propietarios de los medios de comunicación local que gentilmente nos abrieron las puertas de sus radios, TV y diario.
- ✓ A los docentes y alumnos del Instituto San Juan Bosco.