



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA
La Universidad Técnica Particular de Loja

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

MODALIDAD A DISTANCIA

**TELEVISIÓN EDUCATIVA: DE VILLANA A
FORMADORA**

**TESIS DE GRADO PREVIA A LA OBTENCIÓN DEL TÍTULO DE
LICENCIADO EN COMUNICACIÓN SOCIAL**

AUTORA:

QUIÑONEZ GALARZA KAREN ALEJANDRA

DIRECTORA:

DRA. ANA LUCIA UNDA

CENTRO UNIVERSITARIO MADRID

2010



UNIVERSIDAD TÉCNICA PARTICULAR DE LOJA

ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"Tema"

TELEVISIÓN EDUCATIVA: DE VILLANA A FORMADORA

EDUCOMUNICACIÓN-TELEVISION EDUCATIVA



Tesis de Grado previa la obtención del título de
Licenciado en Comunicación Social.

Autora: Karen Quiñónez

Directora: Dra. Ana Lucia Unda Costa

CERTIFICACIÓN

Dra. Ana Lucia Unda Costa

DOCENTE DE LA ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

C E R T I F I C A:

Que el presente trabajo realizado por la estudiante Karen Quiñónez, ha sido orientado y revisado durante su ejecución, por lo tanto autorizo su presentación.

Madrid octubre del 2009

f).

AUTORÍA

Este trabajo ha sido llevado a cabo por mi persona durante estos meses, por tal razón certifico que todas las opiniones e ideas creativas vertidas en esta tesis son de mi total autoría.

Para que conste a efectos

Karen Quiñónez

CI 1718388950

CESIÓN DE DERECHOS

“Yo, Karen Quiñónez declaro conocer y aceptar la disposición del Art. 67 del Estatuto Orgánico de la Universidad Técnica Particular de Loja que en su parte pertinente textualmente dice: “Forman parte del patrimonio de la Universidad la propiedad intelectual de investigaciones, trabajos científicos o técnicos y tesis de grado que se realicen a través, o con el apoyo financiero, académico o institucional (operativo) de la Universidad”.

.....

AUTOR

AGRADECIMIENTO

A la Universidad Técnica Particular de Loja por permitir realizar mis estudios profesionales, a través de la Educación a Distancia.

Al señor Alberto Muñiz productor de Telecinco de la ciudad de Madrid, por su gentil colaboración al proporcionar toda la información necesaria para desarrollar el presente trabajo de investigación.

Al ex director de la Universidad y actual presidente de la Senami, Oscar Jara por haber brindado la oportunidad de conducir el programa de televisión “Nuevos Vecinos” experiencia única y fructífera en mis años de carrera.

De manera especial, mi sincero agradecimiento a la Licenciada Ana Lucia Unda, por haber guiado y orientado acertadamente mi práctica profesional.

Así como también a Iván Matute que ha sido mi guía y motivador en este proceso de estudio universitario.

Finalmente agradezco a todas las personas que de una u otra manera colaboraron con nosotros hasta la culminación de nuestro trabajo.

Karen Quiñónez

DEDICATORIA

He pasado por muchos baches para conseguir graduarme como Periodista, uno de mis mayores anhelos, pero las dificultades vividas han tenido merito y valor tras acabar la carrera.

Soy consciente que también la vida me ha ayudado mucho puesto que por mi destino a mas de dificultades han habido oportunidades que las he aprovechado al máximo.

Cuando era niña pensaba ya en lo que quería seguir, en mi familia vivo rodeada de médicos, abogados, e ingenieros pero solo uno me despertó la necesidad de descubrir una carrera audaz precisa y apasionante por esto quiero empezar dedicando este trabajo a José Almeida Bustillos mi tío un periodista radiofónica en toda regla, a ti te dedico donde quiera que nos acompañes y te agradezco por incentivarme a descubrir esta profesión antes de irte.

Por otro lado se la dedico a mi padre que nunca pensó que la acabaría y que al cabo de los años ha creído en mí y en lo que se puede lograr si luchas con ganas y coraje. A ti padre querido porque a pesar de tu negativa de que siga la carrera creaste en mi las ganas de luchar por lo que quiero.

También dedicar a mi madre por haberme apoyado en este caminar de rosas y espinas. Gracias Gloria por confiar en mi talento, sobra decirte que eres la mejor madre que la vida me pudo dar.

A Leonardo un ser especial por haberme acompañado estos años aun muy a pesar de su deseos.

Finalmente y no por ello menos importante dedicar y compartir este triunfo con mis amigos Roberto, Verónica, Daniel, José Daniel y Milton que me han ayudado a no desmayar en mi afán de conseguir mis objetivos, gracias por estar animándome y comprendiendo para que la emigración de mi cuna no me afecte y pueda continuar a delante.

A ustedes les dedico mi primer sueño conseguido espero que en el batallar de la vida mi contribución como profesional pueda servir de algo a mi patria y al mundo.

INDICE DE CONTENIDOS

I Fundamento Teórico

1. Definición de la Televisión Educativa

- 1.1 Objetivos de La Televisión Educativa
- 1.2 Importancia de la Televisión en la Educación

2. Educación para la Comunicación

- 2.1 La televisión un medio para educar
- 2.2 Efectos de la televisión
- 2.3 La psicología de la televisión

3. Televisión de Hoy

- 3.1 La producción de Hoy
- 3.2 Los telespectadores de Hoy

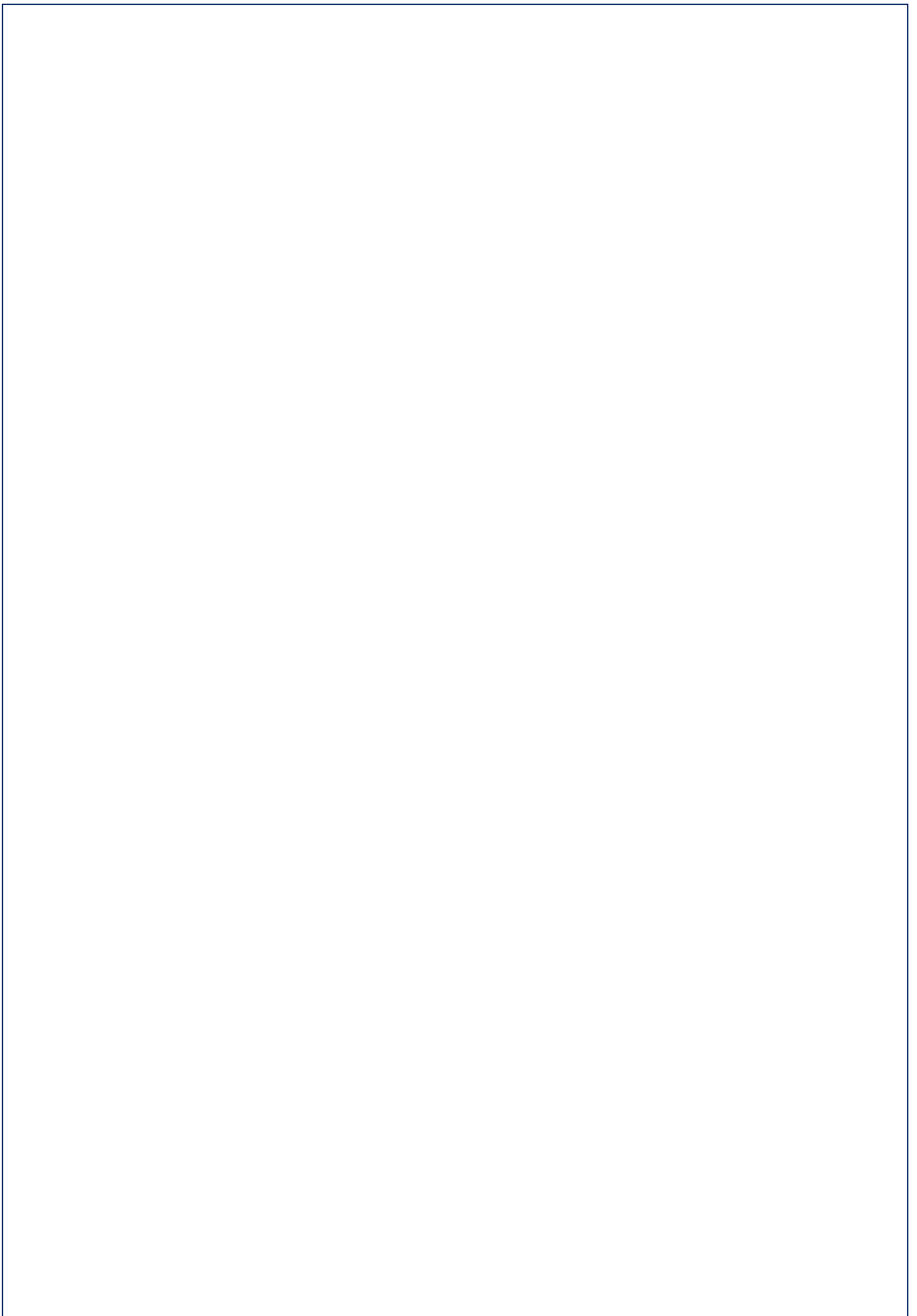
4. La televisión y el desarrollo social entre la comunidad y la educación

- 4.1 Valoración de la Educación Educativa
- 4.2 Programas Educativos Televisivos

II Fundamento Práctico

5. PROPUESTA PRACTICA DEL PROYECTO DE TESIS

- 5.1 Taller de lectura Crítica de Imágenes
- 5.2 Propuesta de Parilla educativa



INDICE

<u>CERTIFICACIÓN</u>	<u>II</u>
<u>AUTORIA</u>	<u>III</u>
<u>CESION DE DERECHOS</u>	<u>IV</u>
<u>AGRADECIMIENTO</u>	<u>V</u>
<u>DEDICATORIA</u>	<u>VI</u>
<u>INDICE DE CONTENIDOS</u>	<u>VII</u>
<u>INDICE</u>	<u>1</u>
<u>RESUMEN</u>	<u>3</u>
<u>INTRODUCCIÓN</u>	
<u>METODOLOGIA</u>	<u>6</u>
<u>MARCO TEÓRICO</u>	
<u>1 DEFINICION DE TELEVISIÓN EDUCATIVA</u>	
<u>1.1 OBJETIVOS DE LA TELEVISIÓN EDUCATIVA</u>	<u>10</u>
<u>1.2 IMPORTANCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA EDUCACIÓN</u>	<u>12</u>
<u>2. EDUCACION PARA LA COMUNICACIÓN</u>	
<u>2.1 LA TELEVISIÓN UN MEDIO PARA EDUCAR</u>	<u>18</u>
<u>2.2 EFECTOS DE LA TELEVISIÓN</u>	<u>19</u>
<u>2.3 PSICOLOGÍA DE LA TELEVISIÓN</u>	<u>22</u>
<u>3. LA TELEVISIÓN DE HOY</u>	
<u>3.1 LOS PRODUCCIÓN DE HOY</u>	<u>28</u>

<u>3.2 LOS TELESPECTADORES DE HOY</u>	<u>38</u>
<u>4. LA TELEVISIÓN Y EL DESARROLLO SOCIAL ENTRE LA COMUNIDAD Y LA EDUCACIÓN</u>	
<u>4.1 VALORACIÓN DE LA TELEVISIÓN EDUCATIVA</u>	<u>45</u>
<u>4.2 PROGRAMAS TELEVISIVOS EDUCATIVOS</u>	<u>51</u>
<u>5. PRÁCTICA</u>	<u>53</u>
<u>5.1 TALLER DE LECTURA CRÍTICA DE IMÁGENES</u>	
<u>5.2 PROPUESTA PARRILLA EDUCATIVA</u>	<u>80</u>
<u>CONCLUSIONES</u>	<u>93</u>
<u>RECOMENDACIONES</u>	<u>95</u>
<u>BILBIOGRAFÍA</u>	<u>96</u>
<u>ANEXOS</u>	<u>98</u>

RESUMEN

La televisión es considerada como un medio de comunicación de masas que ejerce una gran influencia en la sociedad muy aparte de los objetivos comerciales que se plantea la programación, independientemente de ello, podemos afirmar que la televisión educa, forma, e influye en la cultura social de las audiencias, en las actitudes, en los valores, en los comportamientos, en el pensamiento y en la ideología.

Este proceso de teleeducación puede ser retrasado por varios factores entre ellos el comercial, para contrarrestar este mal inalienable se pueden utilizar técnicas de discernimiento como la lectura crítica de imágenes que ayudan en gran medida a diferenciar lo real de lo imaginario. De esta manera se empieza una concientización desde el otro vértice que es el telespectador, más asequible que la televisora.

Los talleres de lectura de imágenes son una iniciativa accesible, en la experiencia práctica se denotó que para poder realizarlos se necesita: creatividad, buena voluntad y preparación de los contenidos a tratar, son adaptables a cualquier lugar (parroquias, escuelas incluso en el propio seno familiar)

Los participantes del taller aprendieron a diferenciar lo real de lo imaginario; lo malo de lo bueno; lo educativo de lo destructivo; con ello dejaron de ser unos simples zombis frente al televisor para llegar a ser unos individuos que puede ver de todo, siendo conscientes y responsables de aquello que les puede afectar o influir.

Los resultados del taller fueron impresionantes sobrepasaron cualquier expectativa y los participantes realizaron un ejercicio de crítica y observación del cual salieron bastante contentos.

A partir del conocimiento y concientización del telespectador (taller de lectura) se planteó un trabajo de cara a la producción “la creación parrillas televisivas” con una programación educativa, rica en contenidos educativos, este camino se muestra más difícil porque las productoras batallan la puesta en escena de sus programas con lo comercial.

En el desarrollo de esta propuesta se pudo observar que la inclusión de esta parrilla en un canal de televisión fue imposible, lo único que se consiguió fue que uno de los jefes de redacción de Telecinco la leyera y comentase su punto de vista, esto fue lo que dijo “la propuesta es poco ambiciosa comercialmente hablando aunque muy bien enfocada en cuanto se refiere al contenido”

A raíz de la entrevista con el productor, se define claramente que lo que prima hoy en día es lo comercial mas no lo educativo aunque como se le indicó al representante del Canal, lo comercial puede ir de la mano con el buen producto televisivo, su contestación fue el silencio, sin duda falta arriesgar.

Sin duda es más fácil y efectivo llegar al telespectador desde lo más simple como es un taller, que a un productor que tiene que estar supeditado a una infinidad de opiniones e intereses comerciales.

Como conclusión final en el afán de llevar la educación a la televisión se reconoce que los talleres son más efectivos que las parrillas puesto que no tiene tantos obstáculos de llegada al telespectador.

INTRODUCCIÓN

La televisión ha sufrido una transformación importante en lo que respecta a su transmisión desde sus inicios de forma terrestre hasta la forma digital, su evolución denota una innovación tecnológica importante.

Su importancia como medio de comunicación convierte a este medio en la mejor herramienta didáctica para la educación de sus telespectadores. Sin embargo en los tiempos que corren se muestra también a ser el puente mejor cimentado entre el marketing y el telespectador.

En pleno siglo XXI nos encontramos con una propuesta comercial para nuestros sentidos, muy alejada de lo educativo y sorda a lo que el público necesita para su desarrollo evolutivo.

La evolución de la difícil relación cultural entre la educación y la televisión comprende el mayor propósito de estudio de Comunicación Educativa:

Las tendencias vigentes de la nueva generación del conocimiento indican como necesaria la instauración de una oferta educativa integral que se encuentre constituida por las más recientes herramientas pedagógicas, cuyo fin es un permanente y eficaz desarrollo cualitativo del ser humano.

Todo lo que fabrica la televisión desde un anuncio de pocos segundos hasta un programa informativo de una hora, tiene un alcance e impacto que puede ser más efectivo que muchas horas de oratoria poco convincentes. Así se afirma que toda la televisión es por tanto educativa: debates, películas, series, informativos, campañas publicitarias.

Su posición privilegiada como canal de comunicación que llega a millones de personas, cumple un importante papel para cambiar estereotipos, evitar prejuicios falsos y colaborar a la plena integración de las minorías sociales.

Como se puede percibir, este medio de comunicación tiene un poder constructivo que, dependiendo de cómo se lo enfoque, puede ser destructivo.

METODOLOGIA

El diseño metodológico para realizar la tesis está basado en un estudio explicativo, descriptivo acompañado por el análisis que se refuerza a base de talleres, encuestas estadísticas, estudios y entrevistas.

El primer paso ha sido definir el tema a partir de las necesidades o demandas que detectamos en nuestro análisis y que por supuestos giran alrededor de la educomunicación.

Las hipótesis planteadas han sido las siguientes:

La primera era que si se da a conocer a la televisión como punto de apoyo para formar y educar y a su vez se le enseña al televidente a realizar lectura crítica de imágenes, él mismo no volvería a ver la televisión sino a observarla al detalle. Y al final esta se volvió una tesis.

La segunda era que si se preparaba una programación educativa que tenga un nivel aceptable de rating, cualquier canal podría estar medianamente interesado, en este caso la hipótesis no se volvió tesis porque el poder comercial elimina cualquier programación con estas características

DISEÑO Y ELABORACIÓN

a) DEFINICION DEL NOMBRE

El nombre se escoge a partir de la definición del objetivo:

“TELEVISIÓN EDUCATIVA: DE VILLANA A FORMADORA”

b) DEFINICION DE OBJETIVOS

Objetivo General: El objetivo principal es conseguir que los telespectadores aprovechen al máximo la televisión como herramienta útil de formación y educación a través del conocimiento de la misma.

Objetivos específicos:

- Dar a conocer el potencial educativo que tiene la televisión.
- Concientizar a los telespectadores sobre la programación televisiva de hoy.
- Generar una lectura crítica sobre lo que vemos en la televisión.

FUNDAMENTACION O JUSTIFICACION DEL PROYECTO DE TESIS

El demostrar que la televisión puede ser más que una caja de diversión no es nada fácil y menos con la fama comercial que tiene en los últimos años.

El 70% de los niños de hoy la utiliza para distracción debemos conseguir que se utilice para educar también, al 40% de los jóvenes le aburre la televisión, y el 80% de los mayores la utilizan para cotilleo.

Como se puede observar, en ninguno de los 3 casos, la televisión hace su papel de educador.

Los principales enemigos de este cambio son los productores y el rating de audiencia.

Hay dos formas de cambiar estos datos estadísticos convenciendo a la televisión de que debe cambiar la programación o concientizando al telespectador de lo que ve en la televisión.

La principal fortaleza y oportunidad es la lectura crítica y selectiva de imágenes porque aun cuando el productor no quiere acceder a un cambio peligroso, el telespectador va escoger de manera más inteligente lo que quiere ver.

El presupuesto del proyecto es económico y efectivo, alrededor de 60 euros tomando en cuenta material vario (papelería)

FASE DE IMPLEMENTACION Y EJECUCION

A través de esta primera aplicación nos permitiríamos conocer y concientizar al telespectador:

LECTURA CRÍTICA DE IMÁGENES

Recurso Humano: A partir del conocimiento de los gustos televisivos de los niños.

Recurso Logístico: Materiales de Papelería entre varios.

Recurso Tecnológico Con el apoyo de medios audiovisuales se puede llegar a conseguir los objetivos de exhibición.

Gracias a los talleres se pueden proponer una:

PARRILLA EDUCATIVA

Recurso logístico para la elaboración, además de ciertos métodos audiovisuales para su exposición.

Recurso Humano para la defensa y revisión de la misma.

Recurso empírico y creativo, gracias al estudio y análisis de varios programas

Relaciones Públicas, necesarias para la implementación de la propuesta

EVALUACION DEL PROYECTO

Para un mejor desarrollo de este proyecto, se ha hecho una evaluación constante que ha comenzado en el proceso del mismo, dándole un seguimiento a los objetivos trazados desde un inicio así como a los posibles problemas que no se detectaron al principio.

También se apoya en la evaluación de los resultados de las actividades desarrolladas en función a los objetivos propuestos inicialmente.

De manera objetiva se pondrá énfasis en evaluar lo siguiente:

Si la hipótesis se cumplió al 100% o no: En el primer caso se cumplió porque efectivamente el telespectador puede ser formado para una posible lectura crítica audiovisual, pero en el segundo, efectivamente hemos conseguido que el canal se muestre interesado, sin embargo, no lo suficiente para abandonar su parrilla comercial cotidiana que le brinda más rentabilidad.

Así también hemos evaluado que el cambio está en el telespectador, esa es la puerta a la transformación a partir de una solicitud del mismo, el producto se planteará la posibilidad de cumplir los deseos de su máximo seguidor (el telespectador)

MARCO TEÓRICO

1. DEFINICIÓN DE LA TELEVISIÓN EDUCATIVA

El fenómeno de la comunicación precede al hombre, gracias al desarrollo tecnológico y cultural se hicieron posibles las prácticas comunicativas, mientras que la ciencia de la comunicación tiene poco más de medio siglo de haber sido alcanzada.

Desde los antiguos griegos hasta la actualidad, la educación ha sido conceptuada desde el discurso de la educación orientada al desarrollo integral humano. La relación entre comunicación y educación es una constante histórica en la cual, la primera es condición indispensable de la segunda, sin embargo, hasta principios del siglo XX no existía una vinculación directa.

¹“La comunicación educativa tiene sus orígenes en la década de los 20, originalmente se le conocía como comunicación audiovisual o auxiliar de la enseñanza y no es hasta los años 70, cuando adopta el nombre de comunicación educativa.

En este nuevo paradigma que involucra a la educación con la tecnología, la educación se sirve de los medios de comunicación para incidir en un mayor número de personas, bajo condiciones espacio temporales accesibles y a partir de un lenguaje verbo audio visual”.

²“Al respecto, Francisco Sierra afirma que "la Comunicación Educativa ha sido, el marco de trabajo académico que ha tratado la compleja integración entre información, tecnología, educación y cultura, a partir de las relaciones existentes en esta materia iniciada con los programas de educación "en" "sobre", "a través" y "con" los medios y modernas tecnologías electrónicas de comunicación por el sistema formal de enseñanza"

¹ Torres. H. Caracterización de la Comunicación Educativa (Primera parte). Número 13, Año 4 Enero - Marzo 1999.P 3

² Francisco Sierra,

1.1 OBJETIVOS DE LA TELEVISIÓN EDUCATIVA

³Francisco Sierra sostiene que los entendidos en Comunicación Educativa asignan a la televisión un rol tecnológico destacado en la democratización e innovación de los sistemas educativos. El medio audiovisual por excelencia ha sido identificado como una herramienta didáctica de infinitas posibilidades, capaz de cumplir eficazmente, desde el punto de vista pedagógico, funciones de:

- a) Teleeducación directa, al poder sistematizar la enseñanza de acuerdo a los programas y exigencias oficiales, de manera tal que logre suplir las carestías de acceso universal a la educación.
- b) Colaboración auxiliar, al aportar materiales audiovisuales a la escuela en el desarrollo de su labor pedagógica.
- c) Difusión de contenidos de extensión cultural.
- d) Ayuda complementaria, especialmente en la educación de adultos.

La televisión es un medio polifacético, no solo es comunicativo sino educativo puesto que, posee características como la facilidad de acceso y aprendizaje, la diversidad de formatos adecuados a la recepción intensiva de los públicos, la alta capacidad de retención y atención perceptivas, la numerosa producción audiovisual, las mismas que son aprovechadas por su numerosa audiencia.

He tomado literalmente la propuesta que hace Francisco Sierra, sobre los objetivos de la televisión educativa, ya que la considero de gran utilidad, puesto que estos están demandados socialmente por el actual desarrollo que experimenta la sociedad de la información:

1º) El apoyo al sistema educativo en general, y a la labor docente del profesorado de los diversos niveles educativos en particular, con especial énfasis en el desarrollo de una metodología dialéctica e innovadora.

³ Basado en el artículo de Sierra Francisco, 1997, Experiencias y desarrollo internacional de la Comunicación Educativa, CUMDES, México

2º) La mejora de la calidad de vida de la población.

3º) El desarrollo de estrategias comunicativas que modifiquen hábitos de riesgo entre la juventud.

4º) La atención a las necesidades de desarrollo educativo y cultural de los sectores de población más necesitados, ya sea por su escaso poder adquisitivo, por discapacidades físicas y psíquicas, por la edad, etc.

5º) La orientación académica y laboral, y la promoción de un entorno socio-laboral más equitativo, responsable, solidario y amplio.

6º) La promoción y divulgación de las manifestaciones artísticas, expresivas y comunicativas que constituyen el acervo cultural de una comunidad, desde las raíces más locales a las más universales, y desde los medios más tradicionales a las más modernas tecnologías.

7º) El fomento de programas que promuevan un mejor conocimiento e interacción entre el mundo de la educación y la sociedad en general.

8º) El desarrollo de procesos de formación en el lenguaje, las técnicas y las formas de aprovechamiento social, educativo y cultural de las tecnologías audiovisuales.

9º) La promoción y fomento en la sociedad de los valores democráticos y reformistas de la educación.

10º) La consolidación de un modelo de educación permanente que prime como estrategias prioritarias de desarrollo social el acceso al saber y al conocimiento, la vocación intercultural y la asunción del reto innovador que propugna la sociedad de la información y la comunicación, desde una visión humanista.

Todos estos objetivos son hoy, sin duda, de gran importancia para la televisión educativa. En mayor o menor medida, constituyen la referencia que reclama la implementación pública de espacios, agencias e instituciones públicas de educación audiovisual ante el proceso de "des escolarización" del aprendizaje y de la socialización cultural.

1.2 IMPORTANCIA DE LA TELEVISIÓN EN LA EDUCACIÓN

Crear un juicio de valor sobre este medio es muy sencillo, sin embargo con asiduidad ignoramos que la televisión es un instrumento muy poderoso, pero instrumento al fin, y no tomamos en cuenta los avances que muchos profesionales realizan a lo largo y ancho del planeta en áreas de la formación.

Son muchas las personas que diariamente se benefician de las posibilidades del medio para hacer llegar la labor formativa: (el colegio, el instituto, la academia o la universidad) a lugares inaccesibles de nuestro planeta a los que es mucho más fácil o económicamente viable trasladar una antena y un televisor, que levantar un edificio y dotarlo de los materiales y personal necesarios.

El avance y desarrollo que nos proporcionan las nuevas tecnologías de la información y la comunicación ha impactado de forma directa en los procesos instructivos tradicionales del aula ofreciendo nuevas posibilidades de aprendizaje; suscitando, en definitiva, cambios notables en muchos de los aspectos que componen el proceso instructivo en la escuela.

Este medio nos ha puesto frente a algo totalmente innovado, el avance electrónico ha sido demasiado rápido, nuestra celeridad mental no llega a comprender esta vida nueva. La imagen televisiva habla el lenguaje de la gente, enseña técnicas de información, motiva, golpea emocionalmente y permite una fácil identificación. Es una pantalla abierta al mundo, cuya realidad podemos ver desde la comodidad de nuestros hogares.

La TV ha instaurado una fuerza cultural penetrante como nunca antes se ha visto, tanto en su intensidad como en su alcance. En esta nueva sociedad, los medios masivos y en particular la televisión logran modificar la forma en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea.

Este medio es fiel testigo del proceso de socialización de chicos y grandes, por la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmite, y también de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la comunidad.

El televisor ha generado una revolución en muchos aspectos, por ejemplo, la supeditación del conocimiento de la realidad, llega a ser tan aguda, que la confianza que este medio adquirido no la tienen otros canales de comunicación. Los programas denominados instructivos gozan de mayor credibilidad por parte de la audiencia.

En conclusión podemos afirmar que la TV es importante porque cumple las funciones que se le asignan: educativa, formativa o socializadora, tanto por presentar modelos culturales similares a como son en la realidad, como por hacer uso de diversos lenguajes.

Ningún país es la excepción ante el poder de las nuevas tecnologías; en particular la televisión que se ha convertido en un canal necesario para el desarrollo de actividades académicas, informativas, culturales y recreativas, que dan cabida a una nueva forma o vía de conocimiento de nuestro universo. Gracias a ésta, se han roto muchos de los paradigmas de la educación, un ejemplo es la presencialidad. Hoy se presentan diferentes alternativas de estudio que de la mano con la radio y la televisión constituyen modelos educativos accesibles, dando la oportunidad a personas que no cuentan con un horario adecuado a los de centros educativos o que se encuentran lejos de estos, de obtener una formación académica o para el trabajo.

2. EDUCACION PARA LA COMUNICACIÓN

La innovación tecnológica que han sufrido los medios de comunicación ha transformado el modo de concebir y acceder a la información. También se han visto beneficiados de esta tecnología los sistemas educativos de todo el mundo, puesto que en gran parte de los países desarrollados se puede hallar escuelas urbanas equipadas con ordenadores y las escuelas rurales o remotas están enlazadas con modem, fax o incluso por sistemas de televisión interactiva.

En el resto de países en desarrollo, estas herramientas de comunicación e información apenas están entrando en los centros educativos, de alguna manera, hay serias resistencias para su incorporación, que no dependen necesariamente de factores económicos, sino de relacionar, educar y comprometer a los profesores en formas de comunicación cercanas a la percepción y al aprendizaje de niños y jóvenes y, al mismo tiempo, a la necesidad urgente de sensibilizar a administradores y políticos de la educación para plantear estrategias, proyectos e investigaciones que vinculen las nuevas formas de comunicación con la enseñanza y el aprendizaje.

Rescatando las palabras de Aparici “La educación para la Comunicación (E.P.C.) debe entenderse desde una acción interdisciplinar, transversal, integrada, global y también ética y política que complete la formación ciudadana de los individuos” y que lo mejor de cada uno, a su vez permita recoger uno de los enfoques más innovadores de la alfabetización audiovisual y multimedia.

La acelerada transformación al mundo digital nos lleva a unificar criterios acerca de lo que consideramos alfabetización. No podemos limitarnos sólo al audiovisual. Tenemos que tomar también en cuenta la alfabetización multimedia relacionada con los nuevos territorios digitales. Por ese motivo hemos optado por tomar en cuenta E.P.C. a lo que otros autores denominan Educación para los Medios (E.P.M.)

4Como ha mencionado Prieto Castillo en sus propuestas: “la comunicación sirve: para ejercer la calidad del ser humano, expresarse, interactuar, relacionarse, gozar, proyectarse, afirmarse en el propio ser, sentirse y sentir a los demás, abrirse al mundo y apropiarse de uno mismo. Desde el punto de vista educativo, él señala que “cuando uno puede comunicarse en distintas líneas (con las palabras, con el cuerpo, con los sonidos, con las imágenes) a la vez se apropia de sus posibilidades, de sus capacidades”

La impulsación de nuevas alfabetizaciones en el siglo XXI conlleva el compromiso de realizar un activismo vinculado con la realidad, que incentive al desarrollo de la creatividad de las personas, global y no fraccionado, transformador y no complaciente, dialogante y no autoritario, y siempre alerta con las tentaciones dominantes de cualquier tipo de poder.

En España y en otros países esa orientación creativa pero también crítica de la Educación para la Comunicación, se ha visto mitigada y casi inutilizada, siendo cambiada por la enseñanza de las denominadas Tecnologías de la Información y de la Comunicación (TIC)

Esto ha sucedido que expertos españoles como 5Alfonso Gutiérrez, llegue a plantearse una definición que trascendiera a concepciones sesgadas y parceladas. Gutiérrez hace alusión al concepto de “alfabetización múltiple”. Para él, con este concepto “no nos referimos simplemente al tradicional leer y escribir, sino a las destrezas, conocimientos y aptitudes necesarias para vivir plenamente en sociedad y procurar un mundo mejor. Consideramos pues los fines últimos de la educación como continuo referente en cualquier tipo de alfabetización”

En una reciente publicación, Mantilla indica que se ha definido la E.P.C. como un territorio que debería servir para una mejor intercomunicación entre las personas, favoreciendo las mediaciones y aspirando a dotar a cada individuo de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su creatividad. Asimismo ofrecería los instrumentos para: comprender la producción social de información y comunicación, saber valorar cómo funcionan los mensajes con suficiente distanciamiento crítico, minimizando los riesgos de manipulación. El desarrollo del pensamiento crítico se halla implícito también en esta definición y quizás éste sea el asunto

⁴ Aparici y Mantilla, 2008, Lectura de Imágenes en la era digital, Madrid, Ed La torre, pág. 43

⁵ Gutiérrez Martín, 2003, Alfabetización Digital, Algo más que ratones y teclas, Barcelona, Gedisa, pg 49

más conflictivo, que ha evitado durante décadas que la E.P.C. no se incluyera en el currículo escolar y fuera marginada en favor de una visión más asépticamente “tecnologicista” y menos comprometida con una educación creativa y promotora de ciudadanía

Educar para la comunicación exige también educar en el derecho que todos tenemos a acceder a una información parcial, no mitigada ni manipulada por conveniencias económicas o políticas, de un estado de gobierno y que esté lo mas cerca de la verdad.

A inicios del siglo XXI, para todos está casi claro que es necesario fomentar una educación para la comunicación que nos ayude a ser ciudadanos críticos y usuarios activos de los medios de comunicación y de los sistemas de información.

La alfabetización audiovisual es parte de un área de especialización que, en los países europeos, es conocida con el nombre de educación en materia de comunicación y, que en América Latina se denomina comunicación popular. El concepto de comunicación popular es heredero de los conocimientos de Paulo Freire, el gran pedagogo.

Las bases del marco teórico de Freire, se llevan a su vez a la práctica en el ámbito de la comunicación audiovisual por maestros de la talla de Mario Kaplún, autor del texto “El comunicador popular” Tanto Freire como Kaplún aprueban la necesidad de “concientizar” a las personas ciudadanas, que la crítica a través del conocimiento, es la mejor forma de asegurar una transformación social.

⁶Sin embargo, la educación para la comunicación se enfrenta en estos momentos a un discurso dominante, presidido por la necesidad de buscar la eficacia a toda costa. Por ejemplo, en España, el Ministerio de Educación, Cultura y Deporte ha emprendido una reforma que pone el énfasis en el control de resultados a través de exámenes y de reválidas. Paralelamente, se están descuidando problemas que trascienden a ese pensamiento único centrado en la eficacia. Asuntos como la desmotivación profunda del alumnado, el aumento (en niños cada vez más pequeños) de las depresiones o de otros trastornos psíquicos como la anorexia y la bulimia, la falta de respuestas creativas ante el acceso al sistema escolar español de esas “inmensas minorías” de niños y niñas

⁶ Basado en el artículo de García Matilla, Agustín 2002, en el nº 3 de la edición impresa de la revista Pueblos, Madrid, pp. 19 y 20

inmigrantes que se incorporan a los centros públicos, o los severos problemas de desarraigo que sufren los niños escolarizados procedentes de familias desestructuradas... son sólo parte del amplio muestrario de conflictos que sería preciso abordar sin dilación.

Es inevitable el reto de superar esta época oscura en la que el nacimiento de la desmemoria y la práctica de la desinformación, está al orden del día; debemos persuadir a las personas de que esto anula cualquier uso inteligente de los nuevos medios de comunicación y sistemas de información.

La educación para la comunicación es un campo que trasciende a la mera búsqueda de puentes entre la educación y la comunicación, su único fin es dotar a la persona de las competencias expresivas imprescindibles para su normal desenvolvimiento comunicativo y para el desarrollo de su libertad.

En este capítulo sería impensable no dedicar un espacio al medio pionero en educación para la comunicación, “la radio”, que es una de las facetas poco divulgadas de este medio, es y ha sido un referente educativo sobre todo en el medio rural y aborígen, con proyectos como las radios escuelas, que se emiten en onda corta a los pueblos.

Los programas enfocados a la educación nacen a partir del índice de deserción o de no asistencia al sistema escolarizado formal, debido a que las instituciones escolares se encontraban a distancias inaccesibles en algunas poblaciones. La radio, como un medio económicamente accesible para tenerse en los hogares, fue el espacio alternativo para la educación.

En nuestro país tenemos algunos ejemplos de radios educativas como HCJB, La Voz de los Andes, quienes en su página web tienen una sección de educación, la radio Ingapirca o La Voz del Rio Upano, son estaciones que educan a través de los medios, y que han sabido llevar unos lineamientos de estudio, es decir, desde que se enciende la radio ya se crea una dinámica para aprender, el esperar el programa crea expectativa.

Dejando este precedente volvemos a nuestro epicentro, la televisión, que con el correr del tiempo, se ha convertido en el medio más importante, valioso y significativo para propiciar la capacidad en la comunicación, siempre y cuando se tenga una mirada crítica hacia lo que este ofrezca.

Este medio de comunicación es algo más que un aparato para entretener y transmitir información, provee de una interminable cantidad de opiniones, valores, gustos estéticos, conductas sociales, por eso es un vehículo capaz de transmitir conocimiento, facilitar la observación directa de hechos o fenómenos de la realidad y su objetivación.

Y ni que hablar de los alcances de la televisión en la red virtual, donde los programas educativos tienen un espacio indefinido; un ejemplo claro, es YOUTUBE, que es un espacio libre en que muchos anónimos montan plataformas virtuales educativas llamados canales, en los que la diversidad es amplia.

2.1 LA TELEVISIÓN, UN MEDIO PARA EDUCAR

La televisión alienta a los jóvenes a tener un interés real por el conocimiento y por las actividades escolares. La habilidad de la cámara de acercarnos hacia la realidad y la historia de países recónditos, no tiene equivalente en ningún mapa mundi.

Es de suma importancia que les enseñemos a elegir programas cuyo contenido no esté desfasado de la realidad, para ello, es necesario que aprendan a diferenciar lo ficticio de lo imaginario.

El trabajo entre la cultura, la educación y la televisión es consensuado y relacionado. Mediante la televisión todas las culturas del mundo pueden ser conocidas en las aulas de escuelas, colegios y universidades.

La experiencia televisiva es el resultado del encuentro de un espectador con su ideología, su sensibilidad, sus sentimientos, sus emociones y valores; y un emisor con su ideología, sus intereses explícitos e implícitos, sus valores y su sentido de estética. Por tanto el espectador como el emisor, están condicionados por un contexto social y cultural.

Si tenemos en cuenta el rol que desempeña la televisión como educador, podríamos destacar que se trata de una educación dinámica, debido a que nos brinda el acceso a la participación, vía telefónica o por correo electrónico, haciendo sugerencias, críticas, o pidiendo información del programa que nos fascine.

Hablar de “educar a través de la televisión” es transmitir contenidos de carácter formativo y educativo, que nos lleven a cambiar de manera profunda tanto la educación como la televisión.

Es por tanto crucial conseguir que la televisión, con su enorme poder e influencia, coopere a los fines de auténtica comunicación y pueda servir para la mejora de nuestra cultura y a su vez que la educación se tome como un instrumento para ayudar al aprendizaje en las aulas.

2.2 EFECTOS DE LA TELEVISIÓN

⁷En toda comunicación se persigue lograr un efecto, todo cuanto ocurra a raíz de una lectura, audición, entrevista, reportaje etc. es considerado como efecto de medios y sirve para considerar las diferentes perspectivas de la audiencia.

Goranson's, en su revisión sobre los efectos psicológicos de la violencia en los medios, identificó cuatro aspectos importantes:

a) Efectos en el aprendizaje

Los niños aprenden viendo la televisión. La pregunta obligada es ¿Qué aprenden?

De acuerdo a lo señalado en 1982 por el Instituto Nacional de Salud Mental de los EEUU, la violencia de la televisión conduce a conductas agresivas en niños y adolescentes, gran proporción de estas conductas agresivas son aprendidas por observación y retenidas por largos períodos de tiempo.

No obstante, los niños también pueden aprender de estos medios muchos valores sociales, como cooperación y solidaridad, así como aspectos relacionados con su escolaridad. De hecho, en muchos niños "en desventaja" se recomienda 2 horas diarias de televisión para de esta forma ayudar en el aprendizaje.

⁷ Resumen basado en la entrevista al psicólogo de comunicación José Luis Barceló

b) Efectos Emocionales

Este es un medio que causa gran impacto en las áreas emocionales, cognoscitivas y conductuales, es decir influye en los intereses y motivaciones que tiene el ser humano a lo largo de su formación integral.

Un ejemplo claro, resultado de la reproducción de violencia en los medios de comunicación de masas, es que hay un decremento en la sensibilidad emocional de la persona ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento abrupto en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. En el caso de los niños, su mayor agresividad se demuestra en sus juegos y en la preferencia a la agresión como respuesta a situaciones conflictivas.

c) Efectos en la respuesta de Catarsis

La visualización de escenas de dolor, horror y sufrimiento resulta en catarsis es decir, estos sentimientos pueden ser descargados en forma continua durante o después de la observación de programas de contenido violento.

Por poner un ejemplo las telenovelas producen cualquier tipo de emociones que desembocan en cambios y trastornos de personalidad tardíos en los televidentes.

d) Efectos en la Conducta

La imitación es muy importante en la adquisición de la conducta ya sea, adaptada o desviada.

La televisión brinda modelos simbólicos que juegan un rol fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales, los mismos pueden ser positivos (conductas normalmente aceptadas por la sociedad) o negativos (conductas rechazadas por la misma).

Los niños también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables. Por último, según Feinbloom, los efectos de la violencia física en este medio, afectan selectivamente a los varones, mientras que las mujeres manifiestan igualmente fuertes reacciones por medio de expresiones no físicas (verbales o psicológicas).

En los jóvenes se crean estereotipos, un ejemplo claro de esto es la telenovela RBD que hizo cambios de moda, fisonomía, comportamiento y conducta en muchos jóvenes.

Las telenovelas también crean estereotipos como el de la muchacha que tiene que casarse con su príncipe azul, este por ejemplo, sigue denigrando a la estructura social y fortaleciendo la desigualdad.

e) Efectos sociales de la televisión

En los colectivos contemporáneos, es cada vez mayor la importancia de los medios masivos y en particular de la televisión. Su influencia en la forma de actuar o de pensar sobre las personas, logra modificar la manera en que los hombres conocen y comprenden la realidad que los rodea. La intensidad y calidad del uso de los medios oscila excesivamente, dependiendo en particular de la infraestructura medial del país y del status social, económico y cultural del usuario. Absolutamente se puede constatar que los medios se usan con tanta más intensidad cuanto más avanzada este la estructura medial de la nación y mayor es el nivel cultural del usuario.

La relevancia de la televisión en la evolución de socialización de todos los integrantes de la sociedad, está relacionada con la calidad de los contenidos de los programas educativos, informativos y de entretenimientos que transmite y también de las publicidades que influyen en los hábitos de consumo de la población. Los medios son parte importante de los procesos de comunicación en las sociedades modernas.

Las personas a partir de lo que leen, miran o escuchan reconstruyen los hechos de una manera subjetiva, por tanto, su conducta personal como social, puede ser moldeada en parte por las interpretaciones aportadas por los medios ante hechos y temas sociales, con respecto a los cuales los individuos tienen pocas fuentes alternativas de información.

Los medios en general, se han convertido en la primera escuela, tanto para la creación y la legitimación de formas de conducta como para la visión que el hombre tenga de sí mismo, la sociedad y sus relaciones. Ejemplos de obediencia ciega a los medios, es la adopción de lenguajes y modas promocionadas pero que no respetan la menor cordura.

De la misma forma que la llegada del lenguaje le abrió a la gente nuevas puertas para que pudiera huir de los límites de la comunicación circunscripta, el advenimiento de la comunicación de masas y su transformación en sistemas de comunicación complejos, permite a los seres humanos de nuestros días, organizarse a una escala más global.

2.3 LA PSICOLOGÍA DE LA TELEVISIÓN

A lo largo del desarrollo humano nunca fue importante desarrollar la capacidad de diferenciar las imágenes virtuales de las reales, puesto que estas primeras no existían o eran poco destacadas (espejismos, reflejos en el agua)

De allí nace la dificultad que tiene el sistema nervioso en su conjunto para diferenciar las imágenes reales de las imágenes virtuales. Por ejemplo, cuando vemos una telenovela o película dramática nos echamos a llorar más fácilmente aunque el argumento no sea real. El cerebro ha ido evolucionando en los organismos más complejos, creyendo fielmente solo lo que ve. Toda la gente sabe que si añadimos una imagen a la noticia, la confianza en ella va a aumentar por parte del lector. Las informaciones que lleven un ícono visible, le producen al cerebro una sensación de que son creíbles.

La memoria aún tiene más obstáculos para distinguir el origen de las imágenes mentales que posee. De dónde me viene la idea que tengo del invierno ¿de lo que he vivido o de las películas que he visto? Y la idea de la época medieval ¿de mi imaginación, de los textos que he leído, de los profesores de historia o de las imágenes que he visto? ¿Y la idea del comunismo? ¿Y la de África? ¿Y la de la paz?

Cuando la imaginación compite con las imágenes irreales, estas últimas suelen tener más fuerza. Millones de niños y niñas fantasearon mientras leyeron, su Alicia en el país de las maravillas particular; después de ver la película ya no pueden imaginar otro que el actor que aparece en el film. Una vez que entra una imagen en la memoria ya no es posible borrarla conscientemente.

La televisión se desenvuelve en un mundo mágico, un presentador que se dirige y está siendo observado por millones de personas aunque en la realidad ninguno de los dos se conocen.

“Me pongo la televisión porque así no me siento sola”, dicen muchas personas desde su soledad. La realidad se desplaza del territorio a la pantalla. Muchas personas han dejado de chismear sobre sus vecinos y vecinas y cotillean ahora sobre los famosos (en muchas ocasiones auténticos personajes irreales).

Lo que no se ve en televisión no existe, la vida gira alrededor de ella, la gente dice: “Si no veo la tele, luego no tengo de que hablar con mis amigos”. Todas las personas compran y usan lo que está de moda en la televisión (ropa, juguetes, aparatos etc.). Se pierde así una de las funciones principales del juego, la adaptación a la realidad, creándose un bucle loco y autorreferente que flota en el vacío virtual. Las personas no cuentan con ninguna capacidad innata para diferenciar lo que es real de lo que es ficticio. Los adultos usan la televisión como escuela para solucionar muchos problemas específicos de la vida cotidiana: cómo besar, cómo defenderse, cómo ir a la moda, cómo mejorar el aspecto físico, como cocinar.

2.3.1 El ojo de la televisión

⁸El sistema nervioso necesita una estimulación mínima para no despistarse. Por eso miramos la fogata sentados a la orilla del mar, la cascada en una pared de la montaña y las luces del árbol de navidad. En un salón de objetos familiares y estáticos, en ausencia de otros estímulos, miramos antes la TV. No es necesaria una propuesta televisiva muy interesante.

8 Basado en Cembranos Díaz, Fernando, 2003, Revista Intervención Psicosocial, Madrid, Ed Síntesis,

Para mantener su atención, la pantalla necesita producir numerosos estímulos y alteraciones. El espectador no soportaría la imagen estática de un presentador más allá de unos pocos minutos. Por eso la TV hace se sirve de un truco que se denomina “acontecimiento técnico” este es la alteración intencionada del flujo o movimiento natural de un acontecimiento: un cambio de plano, una aceleración, una ralentización, un objeto que entra en pantalla, un cambio de sonido, una perspectiva extraña, etc.

El fenómeno de la habituación al estímulo, bien conocido por la psicología de la percepción, ha provocado que el número y la velocidad de acontecimientos técnicos se hayan elevado con los años, en los programas de la televisión (de uno cada 20 segundos, a uno cada 4 segundos). En la publicidad (en general de poco interés para el espectador) el número de acontecimientos técnicos sube a uno cada uno o dos segundos para mantener la atención sobre la pantalla. Las películas por su parte se parecen cada vez más a la publicidad y ésta a los videoclips.

Para una constante atención del telespectador frente a la pantalla, no solo es necesario una aceleración de los acontecimientos técnicos, sino también el impacto emocional de las propuestas televisivas, es decir, un aumento provocativo de los estímulos, lo que antes era una mesa redonda tranquila, ahora tiene que parecer un discusión acalorado.

El espectador, al aburrirse, provoca con el mando a distancia lo que llamamos “zapping” para no aburrirse y seguir mirando la televisión.

En la realidad, esto no sucede, puesto que las cosas no se alteran cada dos o cuatro segundos, con lo cual para el sistema nervioso del ser humano, el mundo real puede ser menos atractivo que la televisión.

2.3.2 El sentido común de la televisión y su apariencia ante la realidad

⁹Según nos indica Cembranos, el argumento de la televisión como tecnología, es neutral, y depende del uso que se le dé, así como también la televisión mantiene siempre dos servidumbres al menos:

⁹ Basado en Cembranos Díaz, Fernando, 2003, Revista Intervención Psicosocial, Madrid, Ed Síntesis

- Sólo aparece en televisión aquello que se puede filmar.

- Tiene que ser suficientemente entretenida para que la gente continúe sentada mirándola.

Estas dos servidumbres van a cambiar necesariamente la representación social del mundo, de la vida y de las relaciones. La televisión tiene que modificar todos sus contenidos en espectáculo visual para su propia supervivencia. De acuerdo a estas dos reglas unos sucesos, son más televisivos que otros. Es más televisivo la guerra que la paz, el conflicto que la cooperación, lo rápido que lo lento, la destrucción que la construcción.

.En el cuadro que nos propone Cembranos, se muestran algunas dimensiones y la opción que elige la televisión por el hecho de ser una pantalla que requiere seguir siendo mirada con la pasividad de la persona que la mira.

Es más fácil televisar...

Que...

Lo simple

Lo complejo

Los efectos

Las causas

Lo concreto

Lo abstracto

Lo individual

Lo colectivo

La competición

La cooperación

Lo extravagante

Lo común

Los hechos

Las relaciones

Lo que se tira

Lo que dura

Los sucesos

Los procesos

Los datos

El significado de los datos

Las conductas	Los motivos de las conductas
La tensión	La articulación
Las relaciones mecánicas	Las relaciones orgánicas
Los líderes	Los pueblos
Los excluidos	La exclusión
La fuerza	La razón
Los productos	La contaminación que producen
La jerarquía	La democracia participativa
El consumo	El no consumo

Así es más fácil televisar la destrucción del ecosistema que su crecimiento, las huelgas que las presiones de los empresarios para no hacerla, más las cárceles en miseria que la rehabilitación de los presos, mas las catástrofes de la madre naturaleza que sus bellezas, más las pateras que el trabajo de las personas inmigrantes.

La televisión selecciona como un visor un grupo de acontecimientos entre billones de ellos y los envía a millones de personas que dejan de ver el resto de los sucesos. El visor no escoge sucesos como la multiculturalidad, ni la ropa que utiliza la gente normal, ni los millones de trabajos para el desarrollo que realizan las personas progresistas, sino que al contrario escoge sucesos que llenen de audiencia.

3. LA TELEVISIÓN DE HOY

La televisión de hoy se presenta con una cara innovadora, gracias a los avances tecnológicos podemos notar cambios en la calidad de la imagen, en los formatos y en la tipología televisual.

Se habla de televisión digital, de cable, de fibra óptica, de combinaciones con sistemas informáticos, todas estas tecnologías que potencian a su vez un mix entre entretenimiento, información y añaden un capítulo nuevo y sugestivo: el de servicios, algunos interactivos, que remodelan el rol de la televisión convencional. Ante esta perspectiva cardiaca, la informática no es ajena y se muestra como complemento publicitario.

El panorama mundial, según el desarrollo de estas tecnologías, ha evolucionado con mayor o menor rapidez. Sobre todo el cable que en Estados Unidos y en algunos países de Latinoamérica es ya una realidad muy sólida que determina toda una nueva época de la televisión de la abundancia.

El ojo del huracán está en la programación y las temáticas propuestas en la misma, puesto que en ella está la fase de ideación, venta y estrategia para captar toda la atención de los televidentes.

Gracias a esta programación, el modelo que nos aparece al otro lado de la pantalla es un televidente compulsivo y exigente que pasa el mayor tiempo de horas ocupado frente a una “caja tonta”

3.1 La producción de Hoy

La producción actual en la televisión está basada en el ranking de audiencia y en la publicidad, de estos dos factores depende que un programa triunfe o sea un completo desastre.

Hoy en día, el productor se decanta por apoyar y llevar a cabo proyectos que sean booms televisivos, que eleven los picos de audiencia y que sean verdaderos hipnotizadores y captadores de telespectadores, no importa el contenido ni la moral que estos tengan, lo que importa, es que vendan; para ello necesitan de una estrategia de publicidad potente.

No es fácil hablar de programas, al menos como se solía hacer hasta hace poco. La tipología televisual es cambiante y sobre todo es mezcla y simbiosis, muchos programas son mezcla a la vez de programas tipo.

Esta simbiosis responde a las necesidades programáticas de fidelización constante de la audiencia, en una guerra mediática que, en algunos países, es muy dura.

Este planteamiento, al menos en las televisiones generalistas, está vinculado con la forma de ver televisión cada vez más compulsiva, y que lleva a los espectadores a consumir televisión pasando de programa en programa, con lo que se revela que el zapping representa un peligro mayor del que hasta ahora se le atribuía.

Los programas de tipo mosaico facilitan el seguimiento de los mismos y la integración de la audiencia cuando el programa lleva ya tiempo de emisión. Estos programas que denominamos mosaico son formatos light, su estructura es sencilla, de fácil lectura por parte de los espectadores y permiten ser seguidos en cualquier tramo, sin necesidad de conocer el comienzo. Son mosaicos, puzles y van desde un simple concurso a programas de "cotilleo" o "crónicas sentimentales" pasando por los nuevos talk shows.

Tienen cabida también aquí los nuevos formatos bautizados como reality soaps, a los que nos referiremos más adelante.

Estos formatos se identifican con espectadores poco exigentes, grandes consumidores de televisión.

¹⁰En los canales generalistas va ganando terreno la ficción televisual. Aquí también se notan algunos cambios. Brevemente apuntaremos algunos:

- Cada vez hay una mayor demanda de productos de ficción, sobre todo en el prime time.
- En algunos países europeos se abusa de la programación de los largometrajes; películas realizadas para el cine, cuyo mercado natural son las salas de exhibición pero que encuentran en los canales de televisión un mercado seguro y muy rentable.
- La falta de programas de producción propia y del desarrollo de formatos como tv movies o miniseries, obligan a la programación de los largometrajes, el único género que comparece en las parrillas y cuyo destino no es únicamente la televisión.
- En algunos de estos países la televisión está obligada a producir películas para proteger la industria cinematográfica y a programar cupos especiales de filmes nacionales. Mientras, curiosamente apenas se apoyan proyectos de ficción típicamente televisuales (series, comedias de situación, tv movies, mini series).
- Con todo, el producto de ficción nacional está desbancando a producciones muy sólidas, sobre todo norteamericanas, del prime time.

Al margen de las coproducciones, que permiten acometer proyectos importantes, en la mayoría de los países de la Comunidad Europea, se está desarrollando un tipo de ficción doméstica, que alcanza en muchos casos unos niveles de público más que aceptables, como si el espectador agradeciera el producto casero frente a series de mayor fuste y calidad técnica proveniente del mercado americano.

Esto ha traído como consecuencia un cambio en los formatos estándar. Así los programas que en principio parecen comedias de situación, se tornan, a los pocos capítulos, en dramas tragicómicos. En vez de durar la media hora preceptiva de las sitcom, alcanzan una hora de duración en detrimento del humor, que, más concentrado, ha sido la clave de las sitcoms americanas.

También series que recuerdan más a los productos cinematográficos de serie B, que a las series televisivas. En definitiva, productos caseros que tratan de encontrar su mercado, y que en principio son bien aceptados.

¹⁰ José Ángel Cortés Lahera (TVE), Telecinco y Antena 3. Catedrático universitario, artículo revista chasqui (chasqui.comunica.org/cortes72.htm)

En algunos de estos casos la creatividad se sacrifica a la respuesta de la audiencia es decir, en aquellos programas cuyo proceso de producción está cercano al de emisión o que suele suceder en estas series domesticas, grabadas en soporte vídeo a veces queda tiempo suficiente para potenciar tramas y personajes en función de la respuesta del público.

La trama argumental se cambia en función de cómo son recibidos determinados personajes o situaciones. Existen pues programas de prime time que recuerdan, por su estructura, a los procesos de las telenovelas. En este sentido la creatividad de los guionistas se sacrifica en función de las prioridades y gustos de la audiencia.

Existe una cierta tendencia a convertir al hombre de la calle en principal protagonista de los programas. Bien sea en los tradicionales concursos, en los de los vídeos amateurs, en otros de variedades, en los que se imitan a los cantantes de moda, o en curiosas fórmulas modernas que, so pretexto de experimentos sociológicos, entronizan lo que se ha venido a denominar la telebasura.

Detengámonos aquí, en aquellos que se han calificado como reality soap y cuyo ejemplo más representativo es el formato holandés de la productora Endemol (hoy propiedad de Telefónica Española-Big Brother o el Gran Hermano)

El encerrar a una serie de personas en una casa aislada y poder seguir su vida a lo largo de meses, asistiendo a sus confesiones y a las sucesivas eliminaciones hasta que solo uno queda finalista, era el argumento de esta reality soap.

En España, Telecinco, que fue el canal que emitió Gran Hermano, se sirvió del mismo para completar una experiencia programática que he bautizado como "estrategia de irradiación". Si bien el plato fuerte de la emisión tenía lugar en prime time, a diferentes horas del día, y en diferentes conexiones con otros programas de la cadena, se daba cumplida información de la vida que llevaban los componentes de este "experimento". Se trataba de conseguir la mayor audiencia posible en el prime time para atraerla después a aquellas otras franjas, en la seguridad de crear una especie de sinergia interna del programa que recorriera la parrilla entera de programación.

Al mismo tiempo, mediante conexiones vía Internet, la red suministraba también información sobre el programa creando una cierta interactividad. El experimento sirvió para que durante los meses que duró la experiencia de "Gran Hermano", Telecinco liderase las audiencias mensuales, pero que volviera a perderla en el momento en que acabó el programa.

También en España Antena 3, participada accionarialmente por Telefónica que había comprado la productora Endemol propietaria de estos formatos, puso en antena otro de ellos, "El Bus". El ejercicio programático era el mismo, la "estrategia de irradiación" solo que esta vez el programa en prime time no alcanzó la audiencia esperada, y por tanto el efecto irradiación no funcionó. El resultado es una notable crisis, a causa de la parrilla de programación de la estación otoñal, en ese canal. Y la demostración de la fragilidad de las parrillas si estas no se construyen sólidamente.

La apuesta por convertir al público en mera mercancía es peligrosa. Las señales de alarma en Europa, sobre la necesidad de un control ético que las propias compañías de televisión deben de ejercer sobre sus contenidos, han sonado hace tiempo.

La programación conlleva riesgo y estamos en épocas muy conservadoras a la hora de hablar de programación. La clonación está de moda. Se innova poco y mal.

¹¹Hablar del mercado latinoamericano es hacerlo de un complejo sistema, con predominio de una televisión comercial que ha encontrado, en la mayoría de las ocasiones, su tono vital que conecta muy bien con sus respectivas audiencias. Para ello ha tenido que contar también con la inevitable concesión a la programación de algunos formatos foráneos, fundamentalmente provenientes del mercado norteamericano, pero también con una fuerte y poderosa producción propia que ha sabido establecerse y convertirse en plaza fuerte en los horarios estelares del prime time.

Este mercado de habla hispana, el segundo más importante del mundo audiovisual, ha creado productos como la telenovela, una importante aportación a la tipología televisual, que consigue un género sólido que ha encontrado eco en mercados internacionales de todo el mundo, incluidos algunos tan impensables como los emiratos árabes o aquellos del sudeste asiático, con culturas tan diversas.

¹¹ Cortés Lahera, José Ángel, 2000, Revista Latinoamericana de Comunicación (Chasqui) "Televisión de hoy, mañana y siempre" Ecuador, Editorial Ciespal, pg. 72

La solidez del mercado, la importancia de la lengua y la creciente demanda de productos, además de la tradición de las televisiones de algunos de estos países latinos, nos hace augurar tiempos de notable apogeo para esos mercados. Ese afincamiento del producto hecho en casa es una notable prueba de vitalidad que quisieran para sí algunas cadenas de países europeos.

El desarrollo del cable, el boom de las emisoras locales, las expectativas del mercado publicitario, además de la convergencia de nuevas tecnologías, convierten a este mercado en uno de los más importantes.

La credibilidad, el riesgo calculado y la imaginación para mantener su personalidad en un mercado cambiante, son el reto más importante a la hora de hablar de la programación de las cadenas latinoamericanas.

3.1.1 Tendencias Televisivas Actuales (*sexo, concursos de talento, programas familiares, espirituales*)

Introducción

Es conveniente resaltar los siguientes programas, dando un panorama más claro de las tendencias que hoy en día se llevan en el mundo de la programación televisiva.

¹²La consultora Eurodata TV Worldwide ha hecho público su informe anual “International TV Trends”, que recoge algunas de las tendencias televisivas de la temporada a partir del estudio de los espacios con más audiencia de más de 2.000 cadenas de 82 países.

Sólo entre el 1 de enero y el 29 de febrero, se lanzaron hasta 467 nuevos programas en los principales mercados televisivos analizados según el estudio NOTA (New On The Air), que este año celebra su décimo aniversario. Como es habitual, el 40% de las novedades son programas basados en la actualidad (magazines o documentales)

¹² Basado en el informe anual de la consultora europea” Eurodata TV Worldwide “últimas tendencias de televisión en el mundo ediamétrie (2007-2008)

A continuación los formatos más novedosos:

a) Formato: programa familiar

La familia como centro de un formato es la mejor manera de conseguir que el espectador se identifique con el programa.

"My dad is better than your dad" (NBC)



FUENTE: <http://www.nytimes.com/images/blogs/tvdecoder/posts/0208/my-dad.jpg>

En este sentido, el estudio cita formatos “positivos” como la serie francesa “Que du Bonheur” (TF1) o un concurso de la cadena estadounidense NBC, "My dad is better than your dad" (Mi padre es mejor que el tuyo), en el que padres y sus hijos deben probar la capacidad de trabajar en equipo.

"Que du Bonheur" (TF1)



FUENTE:[http://static1.purepeople.com/articles/8/15/46/8/@/75251-le-casting-de-la-serie- que-du-bonheur-637x0-1.jpg](http://static1.purepeople.com/articles/8/15/46/8/@/75251-le-casting-de-la-serie-que-du-bonheur-637x0-1.jpg)

El informe destaca también "The moment of truth" (El momento de la verdad), de la FOX, donde las revelaciones íntimas del concursante pueden afectar terriblemente a sus familiares, este tipo de programa es bastante acogido por otras televisoras como Telecinco que lo adapta a la versión española, "El juego de la verdad", con gran éxito de audiencia (en torno al 30% de share).

b) Formato espiritual

Eurodata se hace eco de algunos formatos que giran en torno a la fe, la espiritualidad, la religión, etc. Por ejemplo, el programa "Are you Buddha?" (France 4) muestra el viaje de un joven agente de relaciones públicas parisino a Asia en búsqueda de fe.

"Are you Buddha?" (France 4)



FUENTE: www.france4.fr/

En el lado opuesto, encontramos programas con temáticas más materialistas, que enseñan a los espectadores las últimas técnicas para convertirse en el perfecto capitalista.

En el magacín japonés “Kezai Entertainment: Herumesu No Itazura” (TV Tokio), se instruye a los espectadores sobre economía y cómo ésta puede influir en sus vidas. Otro ejemplo es el programa francés “Stop aux Découverts” (M6), que ayuda a las familias a hacer frente a sus deudas.

c) Formato: Talent shows

Como en temporadas anteriores, siguen triunfando los concursos musicales en los que los candidatos convierten el plató en un karaoke.

Paradójicamente, también hay formatos en los que el público compite con expertos en campos determinados. Por ejemplo, el concurso alemán “Die Weisheit der Vielen” (RTL) mide cómo el conocimiento de aficionados a veces es superior al de los expertos.

*** "Die Weisheit der Vielen" (RTL)**



FUENTE::http://www.welt.de/multimedia/archive/00383/jauch_3_kas_DW_Sons_383802g.jpg

La cadena alemana RTL ha estrenado "Weisheit der Vielen", en el que expertos compiten con ciudadanos de a pie, todo ello con un mensaje de fondo que vendría a demostrar que el sentido común a menudo vale más que la palabra de un especialista.

d) Formatos Sexuales (triunfan en Francia y en Gran Bretaña)

"Sexualité et amour: vos question, nos réponses"



FUENTE:

http://t2.gstatic.com/images?q=tbn:gsUycNFszhmuwM:http://www.metrofrance.com/_internal/gxml!0/4dntvuhh2y eo4npyb3igdet73odaolf%24ddn2g25q0jinhax7mjvao5es38s6ygg.jpeg

El sexo se ha convertido en el elemento omnipresente de las parrillas, ya sea introducido en un magacín, un documental, un "reality show" o una serie.

France 3, por ejemplo, difunde el programa "Sexualité et amour: vos question, nos réponses" (Sexualidad y amor: sus preguntas, nuestras respuestas).

Mientras, en Gran Bretaña triunfa "Sexilicious" en la cadena Channel 5.

En España, el informe destaca los dos programas especiales llamados "El Sexómetro" que difundió la cadena Cuatro y en el que se analizaron las costumbres sexuales de los españoles gracias a la mayor encuesta nacional realizada hasta ese momento.

En la mayoría de los casos, estas emisiones se presentan con carácter "científico", con expertos que explican con detalles muy técnicos qué es lo que pasa en las relaciones sexuales, explica Sheily Lemon, consultora de IMCA (International Média Consultants Associés) de Francia, en declaraciones que publica la agencia EFE.

Un ejemplo es el documental de la británica ITV1 "How to get more sex" (Cómo tener más relaciones sexuales) en el que se invita a los participantes a sentir varios olores, que pueden emanar de un hombre o de una mujer, pero también de un cerdo, entre otros animales.

How to get more sex" (ITV1)



FUENTE:

http://t1.gstatic.com/images?q=tbn:EsXZE7a724in5M:http://farm3.static.flickr.com/2230/2115813854_36d22c2b75.jpg

El objetivo es el estudio y la comprensión del funcionamiento de las feromonas, unas sustancias químicas que segrega el cuerpo al sentir un olor que identifican con una sensación agradable.

El último caso pero no menos curioso es el de la cadena católica holandesa NED 3 con "40 Dagen zonder seks" (Como sobrevivir a 40 días de sexo) es un programa que propone a los jóvenes y sobrevivir a 40 días sin sexo.

3.2 LOS TELESPECTADORES DE HOY

El espectador de hoy es catalogado como un ser compulsivo, solitario y con una voraz necesidad de ocupar su tiempo en cualquier producto televisivo que le brinde diversión, entretenimiento.

Los cotilleos o marujeos, reality shows, son la comidilla más especial. Le brinda horas indefinidas de entretenimiento barato a cambio de estar sentado 24h, el enganche visual provocado por este tipo de producción es imaginable. Por poner un ejemplo:

Un telespectador que está viendo el debate de gran hermano y de pronto le dicen: ***“Durante la publicidad vamos a mostrar las últimas imágenes de Devora posando desnuda, no se lo pierdan solo durante la publicidad”*** Esta frase usual es alucinógena puesto que capta al telespectador, para que se coma con patatas los anuncios y así poderle tener subiendo ranking hasta en la publicidad. (Anexo 2)

Por otra parte, las televisiones generalistas con sus programas y temáticas notables, están propiciando la imagen de un espectador compulsivo que lejos de contemplar programas en su totalidad, consume tiempo de ocio saltando de programa en programa como un barco a la búsqueda de puerto.

Para poder observar con mayor detenimiento cada tipo de telespectador sin caer en la generalización he tomado en cuenta la edad (niños, jóvenes y adultos) como referencia. También he tomado muestras de estudios recientes y cercanos a mi realidad (España)

3.2.1 Entre los niños de 7 a 12 años

¹³Según el estudio "Infancia, violencia, y televisión" elaborado por el grupo de investigación "Violencia y TV" de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Ramón Llull, realizado a 443 chicos y chicas de las franjas 7-8 y 11-12 años de la ciudad de Barcelona pertenecientes a 5 centros públicos de enseñanza, ubicados en diversas zonas de la ciudad, se arrojaron las siguientes conclusiones:

¹³ En este artículo presentamos los principales resultados de un estudio encargado por el Consejo del Audiovisual de Cataluña y elaborado, durante el año 2001, por el grupo de investigación Violencia Televisión de la Facultad de Ciencias de la Comunicación Blanquerna (URL) sobre los usos televisivos y la recepción de la violencia en la televisión por parte de los niños. (Véase www.audiovisualcat.net/recerca/presentacioviolencia.html.)

- a. El 72% de los encuestados manifiesta que tiene en casa dos o más aparatos de televisión, mientras que el 28% solo tiene uno.
- b. El 83% cree que ve bastante o mucha televisión, el consumo aumenta entre las clases bajas y desciende en las altas.
- c. Solo el 29,7% ve televisión a la hora de la comida. Cuando más televisión consumen es por la tarde (68,8%), a la hora de cenar (63,7) y después de cenar (65,1%)
- d. El 61% dice ver la televisión en el salón, sólo el 5% la ve en su habitación.
- e. Casi el 50% dice ser tenido en cuenta a la hora de cambiar de canal por sus padres. Un 30% dicen ser que son ellos, quienes eligen el canal. Un 10% señala que son sus padres quienes deciden lo que se ve en casa.
- f. Más del 80% ve la televisión y hace algo más (juega, hace los deberes) Sólo el 16% ve la televisión sin hacer nada más.
- g. Dos tercios afirman no sentirse vigilados mientras ven la televisión.
- h. La censura de los adultos es poco importante y muy heterogénea. El programa más prohibido acostumbra a ser "Los Simpson".
- i. Los niños distinguen perfectamente la violencia de ficción de la violencia real, es esta última la que verdaderamente les afecta.

3.2.2 Los jóvenes

El consumo diario de televisión y radio en España es de cinco horas y media por persona, lo que equivale a 38 horas y media semanales, según el EGM. Sin embargo, la gente joven baja la media: consumen menos de dos horas y media diaria de televisión, porque se han pasado a otras pantallas, como Internet o los videojuegos.

Así lo explicó el especialista en ocio digital Jesús Juan Pardo, miembro del grupo de investigación Civértice, en la conferencia 'Treinta hora semanales de ocio audiovisual', ofrecida con motivo de la apertura del Foro Univ 2008 en la Universidad de Navarra.

¹⁴ Un estudio global de MTV, Nickelodeon y Microsoft sobre los jóvenes y la digitalización realizado en Reino Unido, Alemania, Holanda, Italia, Suecia, Dinamarca, Polonia, Estados Unidos, Canadá, Brasil, México, China, India, Japón, Australia y Nueva Zelanda, en el año 2007 reveló que la tecnología sólo atrae al 20% de los jóvenes de 14 a 24 años. El estudio global más grande del mundo incluye entrevistas a 18.000 niños y jóvenes de 16 países

El ordenador no es su aparato favorito para ellos, sino la tele; es lo que indican el 60% de los menores entrevistados.

La tele es, de hecho, el único medio al que prestan atención en exclusiva. El resto de dispositivos son un complemento a la caja tonta, cuya influencia llega hasta el ordenador: la mitad de las conversaciones a través de programas de mensajería instantánea ("Messenger") están relacionadas con los contenidos emitidos por la televisión.

Entre la pubertad se señala como conclusión que los más pequeños, lo que prefieren es ver la televisión (85%), escuchar música (70%), salir con amigos (68%), jugar a videojuegos y navegar por la Red (51%). Los que son algo más mayores se decantan por la música (70%), seguida de la tele y salir con amigos (ambos 65%), ver un DVD (60%), ir al cine (59%) y acceder a Internet (56%)

3.2.3 Los adultos

La televisión para los adultos es un centro de ocio en el que se pueden entretener sin parar, acompaña su soledad y tiempo de libertad, ocupa el espacio vacío en sus vidas.

A medida que cumplimos años, pasamos más horas delante del televisor, aunque también nos aburrimos más. Ésta es la conclusión de un estudio llevado a cabo por la Universidad de California en San Diego, en el que han participado 3.000 ciudadanos estadounidenses de entre 15 y 98 años, informa *Persoenlich*.(2010)

¹⁴ Nuevo estudio global de MTV, Nickelodeon y Microsoft sobre los jóvenes y la digitalización realizado en Reino Unido, Alemania, Holanda, Italia, Suecia, Dinamarca, Polonia, Estados Unidos, Canadá, Brasil, México, China, India, Japón, Australia y Nueva Zelanda, 2007

El informe concluye que las personas de más de 65 años consumen tres veces más televisión que el resto de grupos de edad.

Aunque desarrollado en Estados Unidos, los expertos creen que los resultados del estudio son aplicables también a la audiencia televisiva en Europa. “Los telespectadores de más de 50 años vieron la televisión en 2009 una media de 279 minutos al día. En cambio, las personas de entre 14 y 49 años pasaron delante del televisor una media diaria de 182 minutos. Y el consumo diario de televisión desciende hasta los 88 minutos diarios en los niños de menos de 13 años”, explica Karin Walter, de la consultora de medios MediaControl.

Por su parte, el investigador de medios de comunicación Hans-Dieter Kübler asegura que la tercera edad es efectivamente el grupo de edad que más consume televisión. “La vida social de las personas de edad avanzada es menos activa y por ello el consumo de televisión adquiere un papel central. Las personas mayores desarrollan a menudo un vínculo emocional muy fuerte con este medio de comunicación”, afirma.

Por otra parte, el informe de la Universidad de California en San Diego revela que el elevado consumo de televisión entre las personas de la tercera edad lleva aparejados ciertos perjuicios para la salud. A diferencia de entre los jóvenes, a quienes ver la televisión sirve para liberar estrés, el consumo de televisión apenas rebaja la tensión de los más mayores.

Además, cuanto más ve una persona mayor la televisión, más disminuye también su alegría vital. Este efecto puede ser corregido manteniendo el contacto con amistades y haciendo deporte, según los investigadores de la Universidad de California en San Diego.

4. LA TELEVISION Y EL DESARROLLLO SOCIAL ENTRE LA COMUNIDAD Y LA EDUCACIÓN

Hoy en día, las exigencias económicas y culturales de la globalización requieren sistemas de información y modelos organizativos centrados en el desarrollo local y regional que se encuentren al servicio de la cultura y la educación ciudadana. La televisión necesita, en este contexto, una redefinición de sus señas de identidad como servicio público capaz de:

Dar respuesta a las primeras necesidades sociales, económicas, educativas y culturales de la población mediante el manejo compartido por parte de entidades públicas, privadas y de los diversos agentes sociales en general.

- Impulsar una mejora del bienestar social (mejora de la calidad de vida).
- Promover la reflexión sobre valores protegidos en un amplio acuerdo social.
- Instaurar el recato ético-social en la población para que esta a su vez pueda movilizar la capacidad crítica.
- Provocar sucesos que fomenten la más amplia participación social.
- Originar en la sociedad un acuerdo sobre la utilidad de lo que se programa facultando el entendimiento por parte de la audiencia, de la rentabilidad social y el merito que en sí mismo supone el acceso al saber.
- Reparar, con la producción de programas específicos, las carencias existentes en las rejillas de programación, básicamente en lo que respecta a la población infantil y juvenil, ancianos y minorías marginales.
- No verse supeditado por los estudios cuantitativos del público.
- Deducir desde la etapa de diseño cómo van a ser empleados social, educativa y culturalmente los programas, antes, durante y después de su transmisión.
- Admitir la colaboración de los mejores autores, creadores y productores, dando oportunidades a los más jóvenes.

¹⁵"Promover la experimentación de programas innovadores a los que se les dote de los más adecuados recursos, capaces de promover más ricas y variadas formas de participación e interacción"

La televisión local es un servicio abierto a la sociedad que tiene como propósitos principales: colaborar, fomentar y patrocinar cuantas actividades culturales, sociales y educativas se

¹⁵ Agustín García Matilla, Televisión y formación del profesorado, en Voces y Culturas, número 11/12, Barcelona, 1997, pp. 145 y 146.

realicen en la ciudad, también están sujetos a la intervención de los profesores de medios que velan porque su misión como televisión nunca se aleje de la de educar.

Algunos autores proponen, por ejemplo, el desarrollo educativo de la televisión local recomendando la creación en los municipios de un nuevo tipo de institución, el Centro de Medios Audiovisuales, cuyas funciones, siguiendo a Masterman (1993) serían:

1º) Modificar el enfoque actual, poco sistemático, de la educación audiovisual, actuando como centros regionales en las discusiones de temas de los medios y a su vez realizando programas de enseñanza de los mismos.

2º) Creando una base de recursos para los profesionales, asociaciones, ONG's, profesores de medios y público en general.

3º) Organizar seminarios y programas de conferencias.

4º) Ofrecer preparación y facilidades para la producción de periódicos, videos o radio comunitaria, así como apoyo en los problemas de producción, distribución y circulación de la información entre los grupos e individuos de la comunidad.

5º) Obtener fondos adicionales muy necesarios para la preparación de los medios en las tareas educativas.

La creación de estos centros audiovisuales permitirá poner en juego la energía de los colectivos y organizaciones sociales en favor del rescate cultural de la pantalla como esfuerzo público que involucre a todos.

El problema de la Comunicación Educativa radica en la "participación" es necesario que todos nos involucremos, tenemos que reconocer que no solo los profesores son los responsables y autores de la enseñanza, los padres, responsables políticos, profesionales de la información y movimientos sociales juegan un papel importante el logro efectivo de la autonomía crítica de los públicos.

Como demuestran además numerosas experiencias de la pedagogía social italiana, ¹⁶solamente se puede llevar a cabo el desarrollo local desde el campo educativo si se

¹⁶ Francisco Sierra, Pedagogía de la comunicación y desarrollo local: una propuesta metodológica cualitativa, Tesis Doctoral, Facultad de Ciencias de la Información, Universidad Complutense, Madrid, 1997

renuncia de antemano a una concepción restrictiva, escolástica, de la educación, incluyendo las actividades de otro tipo de grupos e instituciones culturales que ocupan con todo derecho un puesto en el desarrollo de la alfabetización y la producción de saber y conocimiento como, por ejemplo, los sindicatos, las organizaciones culturales, las asociaciones de vecinos, las Universidades Populares o los colectivos juveniles. ¹⁷Como señala Quiroz, el tema de la responsabilidad educativa es un asunto sobre el cual es indispensable detenerse. La escuela se apropia de la tarea educadora y desvincula de ella al resto de instituciones sociales, resultando necesario en el contexto social devolver a la familia en primer lugar y a las organizaciones de base, en segundo, sus antiguas responsabilidades con relación a la educación.

A la comunidad local le corresponde también una activa responsabilidad al respecto. Pues en esta instancia es posible planificar y administrar la educación, tomando en cuenta las posibilidades y recursos que las propias organizaciones de barrio, municipales y comunales, pueden brindarle y facilitarle a la escuela.

Esta idea es congruente con los planteamientos teóricos de la nueva pedagogía crítica norteamericana, que defiende el compromiso de los profesores como intelectuales comprometidos con el cambio social. ¹⁸Para Henry Giroux, por ejemplo, si entendemos el concepto de educación, así como las posibilidades de actividad pedagógica dentro de una gran variedad de sistemas sociales, los educadores pueden abrir a la crítica las políticas, los discursos y las prácticas de la enseñanza escolar, y de esta manera ponerlas a disposición de un mayor número de personas que de otro modo por lo general se hallan excluidos de un discurso de esta índole. Es por ello importante que los educadores consideren de qué manera instituciones sociales como la iglesia del barrio y los grupos políticos locales se pueden comprometer y desarrollar como parte de una lucha política y educacional.

Los Centros de Medios Audiovisuales serían sólo el espacio de circulación y afirmación de la voz de los diversos colectivos y actores sociales; y las televisiones locales, un medio adecuado de expresión ciudadana que fomenta las mediaciones pedagógicas.

¹⁷ María Teresa Quiroz, *Todas las voces. Comunicación y educación en el Perú* Universidad de Lima, 1993

¹⁸ Henry Giroux, *La escuela y la lucha por la ciudadanía, Siglo XXI, México, 1993.*

4.1 VALORACION DE LA TELEVISIÓN EDUCATIVA

La televisión es un medio de comunicación potente que independientemente de los objetivos que tengan con su programación provee de educación y cultura al ser humano, incidiendo en la ideología, la cultura y sus valores.

Sus principales logros como canal comunicativo son cambiar estereotipos, evitar falsos prejuicios y colaborar en la plena integración de las minorías sociales (minusválías, analfabetos, personas especiales, discriminados y marginados)

Dentro de la intencionalidad de la televisión se puede valorar el golpe de efecto en los telespectadores, este no siempre es educativo puesto que puede ser contrario.

¹⁹ Según la Dra. M. Paz Prendes de la Universidad de Murcia “La televisión educativa diseña los programas con una intencionalidad educativa clara que expresa; los planteamientos técnicos que aparecerán siempre supeditados a los contenidos didácticos”. (1998)

Hablar de educar a través de la televisión es transmitir contenidos de carácter formativo y educativo que nos conduce a cambiar profundamente tanto la educación como la televisión.

Desde otro punto de vista, la televisión siendo educativa pasa de ser un medio de ocio y entretenimiento en una sociedad consumista a transformarse en un instrumento de aprendizaje que contribuirá a la alfabetización y humanización de los seres humanos.

Otro objetivo de esta nueva televisión es la cultura puesto que gracias a su expansión y cobertura entre las audiencia contribuye al conocimiento y comunicación universal de los ciudadanos del mundo.

María Prendes (1998) también señala que “dentro de este concepto de televisión educativa se enmarcan también los programas que específicamente se realizan para ser utilizados en el marco de una enseñanza formal y reglada, ya sea presencial o a distancia (cursos de idiomas, por ejemplo). Son cursos con una intencionalidad educativa y planificada cuyos objetivos han de responder a un currículum formal.

¹⁹ Contexto tomado “TELEVISION EDUCATIVA y CULTURA DE LA DIVERSIDAD” un trabajo de la profesora M. Paz Prendes (Murcia) 1998

También pueden incluirse en este concepto cursos de enseñanza formal no reglada, es decir, una enseñanza formal, intencional, sistemática y planificada pero que no está vinculada a un título oficialmente reconocido”

Con esta referencia tenemos en cuenta las grandes posibilidades de este medio como educador a distancia, ámbito en el que es necesario hablar de las enormes prestaciones de interactividad que nos deja la televisión por cable, vía satélite y digital. Todo ello nos conduce a una sociedad del futuro en la cual será más fácil salvar las dificultades que puedan plantear las diferencias culturales, sociales, lingüísticas.

La televisión educativa como tal está ganando terreno; estos son algunos de los ejemplos más ambiciosos y exitosos:

4.1.2 Proyectos y experiencias de la televisión educativa

4.1.2.1 La experiencia ATEI (Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana)

Es reconocida como institución valiosa, porque entre sus objetivos como Asociación, ha cumplido en poner en marcha dentro de su programa de cooperación internacional de interés social, una programación que se caracteriza por ser netamente educativa que persigue un máximo respeto por la diversidad cultural de los distintos contextos en los que se emite. La producción además es muy diversificada y la emisión se extiende a Colombia, México, Chile, España y Venezuela.

A través de la interacción y participación entre todos sus organismos asociados y colaboradores, tiene como principal objetivo, el de ser una red de comunicación educativa, científica y cultural para la producción, difusión e intercambio de contenidos audiovisuales y multimedia dentro del marco de la cooperación iberoamericana.

A la ATEI pertenecen alrededor de 160 instituciones asociadas y 120 colaboradoras, como los Ministerios de Educación y Cultura, Universidades Públicas y Privadas, Canales de Televisión y Organizaciones No Gubernamentales de países iberoamericanos y no iberoamericanos, pero con intereses educativos, científicos y culturales en Iberoamérica.

En la actualidad la sede central de la Secretaría General de la ATEI está en Madrid, España

Como ejemplo de la transmisión educativa de este canal (ATEI) se encuentra ²⁰**Nuevos Vecinos** que durante 2 años brindó a España una programación educativa e informativa acerca de la realidad de los emigrantes en España. También cabe destacar que durante su trayectoria recibió el galardón de los premios Pueblo Nuevo, gracias a la entrega de un equipo (jóvenes periodistas de la Universidad Técnica Particular de Loja) que pretendía dar a conocer la convivencia de estos nuevos vecinos.

4.1.2.2 El proyecto Horasor

Gestionado desde la Asociación de Padres de niños sordos de Francia (AMPEDA) y en el cual colaboran junto a Francia y España otros socios, entre los que están representados buena parte de los países latinoamericanos. Su objetivo es la emisión de una hora semanal de televisión educativa para sordos, básicamente lusos e hispanohablantes, estableciendo sistemas de interacción en tiempo real coincidente con la emisión. El proyecto está en vías de financiación por la G1 de la U.E.

Las producciones se dividen en: generales, documentales sobre temas específicos relacionados con la sordera de 23-25 minutos, y específicos de cada país que son las mesas redondas sobre cada tema.

La distribución de la señal es mixta ya que se contempla la necesidad de utilizar redes terrestres en las condiciones que establezca ATEI, teniendo que producir y añadir a cada red, la mesa redonda coordinada por la institución que se haga responsable del tema en cada país. Los programas se completarán con materiales escritos que permitan una mayor utilización y rentabilidad de los programas. La interacción se amplía en el tiempo, permitiendo la participación en los debates durante el tiempo que exista entre dos emisiones.

²⁰ Nuevos Vecinos fue un programa de televisión exitoso cuya realización y producción se debe a 3 jóvenes universitarios de la UTPL que con bajos recursos técnicos pero mucha invención periodística lograron poner en un pedestal este proyecto

Se establecen diez bloques temáticos que se han distribuido entre los socios del proyecto; a la par se han creado unas comisiones científicas que se ocuparán de los aspectos: Técnicos de TV, pedagógicos, de contenidos, interacción. Para el seguimiento total del proyecto se ha establecido una comisión formada por AMPEDA, AEVUP y ATEI, que será la responsable de la adecuación de las acciones a los objetivos y a los condicionamientos previstos.

4.1.2.3 INRAVISION (Instituto Nacional de Radio y TV)

Es otra experiencia significativa que se desarrolla en Colombia a través de dos proyectos desde el punto de vista de la atención a la diversidad. Uno de ellos es el denominado Canal Maestro (Proyecto de tv Educativa) en cuyo plan piloto se ha llevado a cabo la instalación de antenas con una cobertura en el año 1.995 de 138 municipios de 12 departamentos (un total de 1.135 antenas).

Entre los criterios de instalación de dichas antenas encontramos los índices de analfabetismo, la tasa de deserción escolar, los municipios con alto grado de violencia o las zonas fronterizas. Y no sólo se han instalado en instituciones de enseñanza sino en otras como centros carcelarios o casas de cultura. El segundo proyecto de televisión educativa es de alfabetización: Educación básica para adultos, en el cual se ofrece servicio a 7 millones de personas sin estudios primarios y sin acceso al sistema educativo formal.

4.1.2.4 En Argentina el SIPTED (Sistema Provincial de Teleducación y Desarrollo)

Es una institución que desde 1.948 implementa sistemas de educación a distancia en la provincia de Misiones, provincia caracterizada por una gran diversidad cultural. Es un mosaico cultural con influencias aborígenes, criollas, fronterizas. Aunque es un proyecto basado en la programación televisiva su metodología se apoya en la producción y envío de vídeos.

4.1.2.5 La TV Escola

Es un canal brasileño exclusivamente educativo. Se transmite a todas las escuelas públicas que poseen antena parabólica. Destacamos aquí la serie "Vejo Vozes" (17 programas de 20 minutos) destinada a un público infantil con deficiencia auditiva, para lo cual utiliza el lenguaje de signos.

4.1.2.6 la Telesecundaria

Se emite en México por sus dos satélites, la experiencia considera tele aulas para la enseñanza en regiones apartadas, donde el acceso es difícil, o bien el número de alumnos es excesivamente pequeño como para plantearse la construcción de una escuela y el mantenimiento de una plantilla docente. La programación es preestablecida y controlada, considerándose el medio televisión como un recurso didáctico de gran valor para atender a estas poblaciones en cierto modo marginadas.

4.1.2.7 La Fundación para la educación en la televisión (1.990)

Se emite en Panamá una programación no comercial, sin fines de lucro, por lo cual se define como canal educativo. Entre sus objetivos aparecen facilitar el acceso a la cultura y la formación integral del individuo. Esta experiencia nos sirve como ejemplo tanto de televisión como medio masivo que educa informalmente como de ejemplo de televisión educativa propiamente dicha, puesto que en su programación además de los programas educativo emite programas de entretenimiento o información general (debates, comedias, cine, dibujos animados)

4.1.2.8 RTVE (Radio y Televisión Española)

A través de sus dos canales televisivos (TV1 y TV2) brinda educación y cultura. En sus parrillas de programación se incluye actualmente un programa que podríamos considerar como televisión educativa: La aventura del saber.

La RTVE también se ha convertido en un referente educacional para muchas personas a través de su escuela de aprendizaje en ella se imparten diversos cursos algunos subvencionados por el estado.

Su contenido televisivo es rico en cultura, información, entretenimiento y diversidad, teniendo dos canales la programación está bien repartida, la TV1 es fuente de información, entretenimiento y ocio mientras que la TV2 está más enfocada a brindar cultura y educación a través de la exposición de diversos documentales.

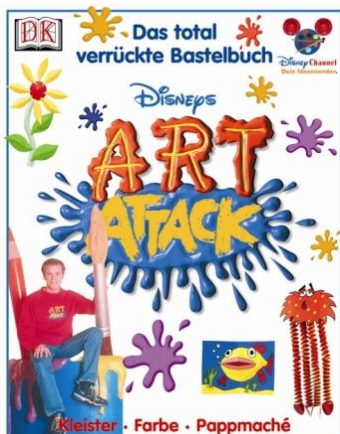
Hace pocos meses esta gran cadena decidió eliminar las propagandas comerciales para no hacer extenso el tiempo de espera del telespectador a la hora de ver un programa, esto ha

provocado que gane audiencia, sin duda esta reacción es un indicador más de que la gente está cansada de los cortes comerciales y del tiempo que ocupan.

4.2 PROGRAMAS TELEVISIVOS EDUCATIVOS

A continuación presento una recopilación de programas educativos que cumplen con los principales requisitos necesarios para hacer una televisión educativa de calidad, merece la pena indicar, que algunos de ellos ya no se encuentra al aire puesto que han cumplido un ciclo en la televisión, pero no por ello dejan de ser referentes importantes.

4.2.1 ART ATTACK



Este programa fue creado por Meritxell Díaz el 5 de junio del 2007, y presentado durante mucho tiempo por Jordi Cruz. En él se intenta estimular la imaginación de los más pequeños y de los no tan pequeños de la casa para crear objetos. Es como una asignatura de manualidades llevada a la televisión.

Tiene un formato muy didáctico. En primer lugar, el presentador siempre enseña cuáles van a ser los elementos que se van a necesitar. Luego, empieza a hacer la manualidad, siempre pasito a pasito para que el telespectador no pueda perderse ningún detalle. Además, introduce la idea del reciclaje.

Art Attack cumple con dos estimulaciones educativas muy importantes:

- Reúne a la familia puesto que pretende que los padres y madres sepan cómo hacer estas manualidades para poderlas poner en práctica con sus hijos.
- Desarrolla las habilidades psicomotrices del niño que acaba con un objeto realizado por el mismo y a su vez estimula su imaginación e intenta hacer otras manualidades basándose en su propio ingenio.

Actualmente este programa ha publicado libros y vídeos que contienen trucos y otras manualidades.

4.2.2 Discovery Kids



Este canal es divertido para chicos y grandes. Es original, divertido, y educativo. Los comerciales se usan para seguir estimulando la imaginación.

Las caricaturas son buenas y los programas muestran al niño moderno que se interesa en Internet, los deportes y en las habilidades, tanto mentales como físicas. Estimulan la educación, el pensamiento y el razonamiento.

Discovery kids es muy sano, les enseña sobre animales, les induce a compartir y a jugar sanamente con imaginación, es una de las pocas alternativas que tenemos para poder criar a nuestros hijos en un mundo con menos violencia. Los dibujos animados de Nick Junior como Dora la Exploradora, es una muestra de excelencia en programación, sin embargo se necesita una persona adulta para ver con los chicos, la televisión, ya que después comienzan dibujos animados más violentos, o con brujos y fantasmas que no son muy aptos para esta edad.

4.2.3 El mundo de Beakman (en inglés: "Beakman's World")

Fue un programa de televisión educativo basado en la tira cómica creada por Jok R. Church y producido por Columbia Pictures Televisión, que debería rescatarse por su alto contenido educativo. La primera aparición tuvo lugar en septiembre de 1992, en el canal The Learning Channel (TLC) de Estados Unidos, alcanzando a nivel nacional 225 emisoras. El 18 de septiembre de 1993 se trasladó al horario infantil matutino de la CBS. En el cenit de su popularidad, era visto en 90 países alrededor del mundo. La serie fue cancelada a mediados de 1998. El mundo de Beakman ha ganado más de 25 grandes premios.

El programa protagonizado por Paul Zaloom como Beakman, un científico excéntrico que hace experimentos cómicos y demostraciones, a veces a petición escrita de los televidentes, para ilustrar los conceptos básicos de la ciencia, como la densidad o la electricidad.

APLICACIÓN PRÁCTICA

5.1. TALLER DE LECTURA CRÍTICA DE IMAGENES

5.1.1 Datos Informativos del taller

Tema del Taller

El tema del taller que se escogió es **“Los adolescentes madrileños y la televisión, los programas para adolescentes y los usos que estos hacen de ellos”**.

Los adolescentes constituyen uno de los públicos que más tiempo pasa ante la televisión, por ello, pienso que es de fundamental importancia estudiar la función que desempeña en su vida la caja electrónica y en concreto, como está configurando su manera de obrar y pensar.

Público Investigado

Los adolescentes analizados son 6 chavales de tercero de la ESO (15 años), edad difícil en la que la mitad de los chavales buscan un refugio mental y asociativo. (Anexo 1)

Los mismos viven en un pueblo cerca de Madrid, en estas vacaciones se encontraban en casa puesto que el ciclo escolar había terminado, por la mañana se estuvieron expuestos a la televisión de 9 am hasta 15H00, que es la hora en la que sus padres vienen de trabajar todos los días del año.

Nombres de los adolescentes con sus respectivas edades:

Ana Quevedo Téllez (13)

Cecilia Huarte (15) madurez precoz

Álvaro Quevedo Téllez (13)

David Merino (14)

Karla González (13)

José Javier Ruiz (15) madurez precoz

Duración del Taller

La duración de este taller fue de 1 mes, 6 horas, solo los sábados

Selección y Análisis previo de programas antes de exposición

1. Hanna Montana
2. Todos los Magos de Waverly Place
3. Art atack
4. Los Simpson

5.1.2 Objetivos del Taller

El taller permitió analizar con los jóvenes una serie de programas de televisión, que establecieron una serie de acciones y reacciones del mismo.

Dentro de los principales objetivos estuvieron:

- a- Analizar con los jóvenes adolescentes los programas de mayor audiencia.
- b- Promover el espíritu crítico y reflexivo de los mismos.

- c- Alfabetizar icónicamente a los adolescentes.
- d- Detectar la relación del adolescente con la televisión.
- e- Investigar si hay curva de aprendizaje en este encuentro y si esta, es activa o pasiva.

5.1.3 Análisis previo de los programas por parte del coordinador

A) PROGRAMA
NOMBRE HANNA MONTANA
HORARIO 21H00
EDADES QUE LO VEN entre los 6 y 14 años
TEMATICA JUVENIL
DIMENSION GLOBAL Se calcula que la serie la ven 164 millones de espectadores, en todo el mundo, pues se retransmite por los 27 canales en seis idiomas que tiene Disney en los cinco continentes.

Descripción

Hannah Montana es una serie Original de Disney Channel nominada dos veces a los Premios Emmy, se estrenó el 24 de marzo de 2006. Es una de las series más vistas del canal, que tiende a usar el humor físico y psicológico triunfa entre los adolescentes de 15 años.

Miley Cyrus, que así se llama en la vida real ha dado vida a Hannah Montana un invento de Disney para una serie de TV. El sueño de cualquier adolescente se ve reflejado en la serie: una niña que por las mañanas va al colegio y por las noches se convierte en una súper estrella de la música. Para más intriga, sólo su familia sabe de esta doble vida de la adolescente.

Se calcula que la serie la ven 164 millones de espectadores, entre los 6 y 14 años, en todo el mundo, pues se retransmite por los 27 canales en seis idiomas que tiene Disney en los cinco continentes.

El fenómeno de Hannah Montana es en realidad el último producto de la fábrica de éxitos para adolescentes en que se ha convertido el Canal Disney y que se ha perfeccionado tanto como para tirarle un salvavidas a la industria disquera. Montana es de la misma escuela de Hillary Duff, 'The Jonas Brothers' y el mega éxito de los últimos años, 'High School Musical'.



Mi análisis previo como coordinador

Miley Stewart (Miley Cyrus) es una chica de 14 años que se acaba de mudar recientemente desde Tennessee hasta Malibú, en California, junto con su hermano Jackson y su padre Robby. Como cualquier adolescente, Miley se enfrenta a los típicos problemas y preocupaciones de su edad, como sacar buenas notas en el colegio, ser aceptada por sus compañeros y divertirse con sus amigos. Pero, además, Miley Stewart tiene un gran secreto que sólo su familia y sus dos mejores amigos conocen y es que tiene una doble vida: en realidad, además de Miley, ella es Hannah Montana, una famosa estrella cantante de pop. Por tanto, Miley tendrá que compaginar su vida como adolescente con su alter ego Hannah Montana, una afamada cantante que tiene revolucionados a todos sus compañeros, lo que le hará vivir divertidas situaciones en las que peligrará el secreto de su verdadera identidad.

Los temas a analizar a través de esta serie son:

Prototipo de adolescente

Que se intenta comercializar a través de esta serie, una niña rubia para la que lo más importante es el cómo te ves y como te vistes, lo cual nubla otras cuestiones y desmoraliza a muchas chicas que no se ven reflejadas en ese prototipo.

Siempre metida en historias absurdas poco empáticas a las que su público puede vivir en la vida real.

Propuesta moral

Lleva una doble vida, por lo que oculta algo, sus actividades y conflictos vivenciales son sobre exagerados por lo que pierden credibilidad y caen en lo atípico.

Hannah Montana es un programa con un mensaje negativo para los adolescentes. Como apadrinada de Disney Channel también vende su faceta de cantante en la que la mayoría de sus canciones son un himno a que su vida se acabó porque las dejó el novio,

Lamentablemente esta serie a traspasado a la televisión convirtiendo a su actriz principal es cantante y por tanto icono de quinceañeras para mala suerte los niños a una edad tan difícil como esta tienden a imitar todo lo que ven escuchan y oyen de sus ídolos.

Prototipo de vida familiar

Vive con su padre y comparte con él y con dos amigos un secreto de una doble vida, lo cual es dañino como mensaje para sus espectadores porque con lleva a la imitación y fanatismo.

B) PROGRAMA
NOMBRE Los Magos de Waverly Place
HORARIO 21H00
EDADES QUE LO VEN entre los 6 y 14 años
TEMATICA JUVENIL
DIMENSION GLOBAL
Es vista en Latinoamérica y Europa aproximadamente en 28 países.

Descripción

Wizards of Waverly Place (Conocido como Los Hechiceros de Waverly Place en Latinoamérica y Los Magos de Waverly Place en España) es una serie original de Disney Channel.

Esta serie nace en la casa de la familia Russo parece una familia típica de Nueva York sin embargo no son en absoluto convencionales. Alex, Justin, y Max son unos chicos normales pero se están formando como magos y compiten entre ellos para ser el mejor mago de los tres, dicha competición se da puesto que solo uno de los tres podrá conservar sus poderes mágicos cuando cumpla los dieciocho. Su padre Jerry que perdió sus poderes mágico con su hermano Keibo dirige la clase de magia cuando no está ocupado en la tienda de bocadillos de Walverly place que lleva junto a Teresa. La madre del clan ruso.

La rivalidad de los hermanos se vuelve más interesante cuando se dan cuenta que puede hacerse daño los unos a los otros con sus poderes.

Personajes

- Alex Ruso con 15 años de edad, Alex es la hija mediana del trío Russo, ella es muy terca, pero tiene mucho sentido de la moda, se enorgullece de su individualidad y prefiere vivir la vida a su manera antes de seguir las aburridas órdenes de sus padres, es por eso que mayormente termina metiéndose en problemas por usar la magia de manera indebida. Es una adolescente maga que hace magia a las espaldas de sus padres.
- Justin Russo con 17 años es el mayor del trío. Es disciplinado al estudiar y le entusiasma aprender tanto en la escuela como en las clases de magia. Él paga por ser sabio ya que tiene que tratar de solucionar los problemas de Max y Alex. Justin asegura que él será el que conservará sus poderes. En su vida de mortal suele ser el más listo y también en su vida de mago.

- Max Russo con 14 años es el menor de la familia. Le encanta vivir al límite, ya sea haciéndoles bromas a Alex y a Justin o evitando las tareas escolares o comer vegetales. Max siempre está preparando un desafío. Cuando no están practicando su magia o bromeando con sus hermanos, se puede encontrar a Max preparando emparedados alocados o causando un gran caos en Waverly Place.
- Harper Finkle La preescolar gigante tiene un estilo estrafalario y adora hacer su propia ropa, aún cuando ella es la única que la considera fabulosa.
- Teresa Russo esposa de Jerry Russo y madre del trío, es la embajadora de sus antepasados latinos, como es mortal, le aterra la magia. Junto con Jerry, Theresa administra el restaurante de Waverly Place y siempre intenta estar un paso adelante de sus 3 hijos cuando de magia frustrada se trata. Además, suele dar consejos de madre cuando surgen problemas de adolescentes, siempre y cuando no estén relacionados con la magia.
- Jerry Russo ex-mago, padre del trío, su instructor en la clase de hechicería y el dueño del restaurante de Waverly Place, él le ganó los poderes a su hermano pero renunció a ellos para poder casarse con Teresa. Cuando no está reparando el daño causado por la magia descontrolada de sus hijos, se lo puede encontrar enseñándoles como hacer un hechizo correctamente.

Mi análisis previo como coordinador

En la línea de Disney Channel: Comedia en plan parodia de Harry Potter con poca gracia, pero lo suficiente para ser soportable en algunos capítulos.

Como esta serie ya se han hecho varias y está al nivel de "Sabrina: cosas de brujas" o "Ala...dina", en las cuales la magia es una excusa para que sus magos protagonistas provoquen todos los enredos posibles y luego los solucionen. No llega al nivel cómico de, por ejemplo, "Embrujada", pero será entretenida para los críos.

Prototipo de Adolescentes

Mucho sentido de la moda, individualidad.

Desobediencia al máximo de los padres.

El poder es vital para conseguir todo sin esfuerzo.

Su vida es todo menos normal, atípico fuera de la realidad.

Prototipo Familiar

Una familia que vive en dos mundos el de fantasía y el real, se evita el esfuerzo gracias a la magia, la misma que crea rivalidad entre hermanos por el poder absoluto. Los escenarios una escuela informal de brujos al estilo Harry Potter

Prototipo Moral

No existe, todo se consigue por el arte de la magia, buscarse un mundo fantástico para evadir la realidad, vivir una vida divertida y sin control donde las responsabilidades y metas se cumplen con magia es el objetivo de esta familia.

C) PROGRAMA
NOMBRE: LOS SIMPSON
HORARIO 13:30 A 14:30
EDADES QUE LO VEN 9 EN ADELANTY
TEMATICA INFANTIL, JUVENIL Y ADULTO
DIMENSION GLOBAL Se transmite en 45 países distintos y en 6 idiomas.

Descripción

Serie de dibujos animados que se transmite por Antena 3 de lunes a viernes de 13H30 a 14H30.

Son una familia de clase media que tienen 3 hijos cada uno de estos tiene unas características diferentes que rompen con el estereotipo de familia norteamericana.

Personajes

Homer Simpson; Hace del padre de familia, su personaje es malhablado desalineado bastante satírico y burlesco. Posee una gran afición a la cerveza y a la televisión. Desde su personalidad es egoísta e inmoral, tiene intereses propios y los de su familia no le importan, sus hijos son lo último en su vida.

Margaret Simpson: Hace de la madre de familia, abnegada preocupada por su marido y por sus hijos, es totalmente independiente a los demás y entrega mucha libertad a sus hijos.

Barth Simpson: Hace del hijo mayor de la familia, malhablado, travieso, despierto e inteligente, todo le parece gracioso incluso las desgracias ajenas intenta adoptar todo las acciones de su padre.

Lisa Simpson: Hace el papel de hija menor, inteligente, ecologista a favor de los derechos de todo el ecosistema, le encanta ser la primera en todo, no sabe perder. Tiene un espíritu inconformista y crítico ante todo lo que rodea su entorno, para ella los negocios de su padre no tienen buen sentido.

Maggie: Bebe Simpson.

Mi análisis previo como coordinador

Prototipo Familiar, social y moral

La serie tiene doble moral por unas partes corre ese ser conservador y por otras corre ese ser liberal.

Su mala influencia por las locuras que comete cada personaje a muchos les hace volverse seguidores acérrimos de la serie.

Violencia Verbal fomenta el maltrato de toda índole sobre todo entre animales.

En muchas de la ocasiones se sacan moralejas confusas.

Existe una persistente orden de que los niños tengan conflictos con los padres es el ejemplo que damos.

Esta mítica serie de dibujos animados versa sobre la vida cotidiana de una singular familia que vive en un pueblo no menos peculiar, Springfield.

Es una serie donde se parodia la vida familiar, y los roces laborales, pues el jefe de Homer, el señor Burns es un estereotipado rico de mansión lúgubre y déspota, que no tiene en cuenta a ningún trabajador de su empresa.

Esta serie se ha repetido hasta la saciedad, prueba de ello es que si ves el capítulo en compañía de alguien no tardas en nada en decir "ah sí, este es el capítulo en el que Homer tal o Lisa cual", no falla, es imposible no haber visto la mayoría de sus capítulos más de una vez.

Sus personajes no están lejos de la realidad como podemos ver, sin embargo sí que están lejos de ser un modelo por esa sencilla razón en mucho países la han censurado cada personaje invita a por ejemplo.

El cabeza de familia que trabaja en la central nuclear como técnico de seguridad, le encanta ver la tele y beber cerveza (yo esto lo he visto en muchas familias)

Para mi forma de pensar es una serie que muestra lo que no debemos hacer en nuestra familia, su sintonía sin una visión objetiva puede llegar a que la tomemos como ejemplo.

D) PROGRAMA
NOMBRE: ART ATACCK
HORARIO 9:00 A 9:30
EDADES QUE LO VEN 10 en adelante
TEMATICA JUVENIL
DIMENSION GLOBAL
Latinoamérica y Europa en mas 40 países.

Descripción

El programa muestra a Buchanan (Jordi Cruz en España y Rui Torres en México) realizando tres o cuatro obras de arte, llevando al espectador gradualmente a través de su producción.

El presentador según cada región o país muestra un segmento particular mostrando la obra terminada o dando una idea de lo que viene, entonces agrega "ven a ver esto". Cuando una obra implica pintar, pegar, todo lo demás que requiere tiempo para secarse o fijar, pone algunas pinceladas o pedazos de papel higiénico o de periódico para luego mostrar un proyecto ya avanzado, los trabajos están diseñados de modo que los niños pueden seguir su técnica y hacer su propia copia y son generalmente cuadros hechos al gusto de ellos, y usar cuadrados de cartulina como cuchillos de colores de pintura para crear una nave.

Mi análisis previo como coordinador

Uno de los programas educativos que mayor tirón tuvieron sobre los jóvenes de este país y sobre los de medio mundo fue Art Attack. Gracias este espacio televisivo muchos de nosotros aprendimos a realizar toda clase de manualidades.

La versión española, al igual que todas las demás, se basa en el programa original inglés, conducido por *Neil Buchanan* desde 1989.

El esquema del show es bastante conocido, en un programa de unos 15 o 20 minutos de duración veremos cómo realizar algunas manualidades u obras de arte.

Una de las partes más famosas y seguidas de Art Attack son los "*Atacazos Artísticos*", eventos artísticos realizados a gran escala. Estos eventos a veces son realizados en el propio campo o en locales muy grandes, especialmente acondicionados para este fin.

En la versión inglesa tuvo bastante repercusión la realización de un cuadro gigante con la cara de la reina Isabel II, dicho cuadro fue realizado empleando *25.000 billetes* de 10 libras esterlinas cada uno.

El éxito de este programa en su Inglaterra natal hizo que sus creadores quisieran exportar el formato para convertirlo en un gran éxito en todo el mundo.

Su formato es muy didáctico. En primer lugar, el presentador siempre enseña cuáles van a ser los elementos que se van a necesitar luego, empieza a hacer la manualidad, siempre pasito a pasito para que el telespectador no pueda perderse ningún detalle. Además, introduce la idea del reciclaje. Se han hecho dibujos, huchas, cajas decoradas y un largo etcétera.

Art Attack tiene además la voluntad de ser un programa que reúna a la familia también pretende que los padres y madres sepan cómo hacer estas manualidades para poderlas poner en práctica con sus hijos.

Lo positivo del programa es que el niño se divierte y a la vez aprende. Desarrolla sus habilidades psicomotrices y acaba con un objeto realizado por el mismo. También estimula su imaginación e intenta hacer otras manualidades basándose en su propio ingenio. Art Attack ha publicado libros y vídeos que contienen trucos y otras manualidades.

5.1.4 Destinatarios

Los chavales son de un pueblo de Torrelodones que se encuentra a unos kilómetros de Madrid, estudian en un colegio católico dos de ellos y los otros dos estudian en un colegio fiscal, ambos colegios son mixtos.

Los estudiantes pertenecen a una clase social media, sus edades son entre 12 y 15 años.

Antes de visualizar los programas se les ha informado del significado de este proceso, también sobre el análisis crítico de la televisión, para que sirva etc.

Es la primera vez que ellos están en un taller de esta índole, pero dos de ellos indican que en algún momento inconscientemente han hecho un análisis sobre un programa cuestionado en el recreo con los demás compañeros.

Estos chicos tienen una particularidad y es que 2 de ellos ven de manera desmedida la televisión (son más inquietos) y los otros 4 no, puesto que sus padres controlan las horas que gozan de la televisión.

5.1.5 Estructura y Metodología

Introducción y Motivación

Antes de comenzar con el taller era necesario realizar una visita al grupo para explicarles que es lo que iban hacer y sobretodo concientizarles de que lo más importante era que fuesen sinceros y críticos con cualquier programa que viera, cabe la pena indicar que ninguno había pasado por esta experiencia con lo cual algunos se encontraban sorprendidos y al principio desmotivados.

Al indicarles que una de las cosas que iban a conocer en el taller, es cómo la televisión les cautiva y que hay detrás de sus series favoritas, la opinión de los desmotivados fue cambiando poco a poco.

Acto seguido se hizo una encuesta para encontrar los cuatro programas preferidos de estos chicos.

Para terminar todos llegamos a un acuerdo ser críticos, observadores respetuosos y sobretodo sinceros en nuestras opiniones.

Metodología

Para el análisis de los programas de televisión propuse la metodología del lenguaje total de Francisco Gutiérrez, que se estructura en cuatro pasos:

Percibir/Denotar Consiste en hacer una lectura denotativa del signo, lo cual exige observación y objetividad para hacer una lectura detallada del signo icónico (en este caso, la imagen televisada)

Intuir/Connotar Se trata de un deleite personal y de compartir el punto de vista subjetivo en una comunicación dialógica y en dinámica de grupos en un análisis sereno de búsqueda.

Razonar/Criticar Se trata de valorar las propias respuestas examinarlas a la luz de la denotación y de la visión estructural de la obra. Es el momento de crítica y de objetividad en un juego didáctico.

Sentir /Crear Es el momento de la creatividad cuya primera fuente es la expresión personal o autoexpresión vital, no estereotipada. Para poder expresarse bien no solo es necesario conocer sino sentir. EL dialogo es el método para autoexpresión y la forma más genuina de educación.

La forma de evaluación que utilizaremos en el taller está compuesta por dos partes:

La exposición y crítica de trabajo en grupo.

Test final de asimilación de conocimientos.

5.1.6 Contenidos del taller

Estructura, simbología y mensaje de los 5 programas (Simpson, Art Atacck, Magos, Cambio de Clase, Hanna Montana)

La motivación y crecimiento del espíritu crítico para ver la televisión.

La metodología del lenguaje para analizar los textos televisivos.

Los ejemplos de vida que nos deja estos programas de cara al televidente.

5.1.7 Actividades

Para poder cumplir con los objetivos y desarrollar los contenidos que se propusieron echamos una mano de estas actividades.

Encuesta de percepción para perfilar gustos y preferencias televisivas (encuestas adjuntas en anexos)

Posterior a la encuesta se escogió 5 programas de esas preferencias eran las más comunes entre ellos, acto siguiente se hizo uso de la metodología apropiada para analizarlo y finalmente se terminó con una dinámica de grupo para adolescentes que proyectó su crítica y análisis.

5.1.8 Ejecución del taller

5.1.8.1 Primera sección Hanna Montana (1H30)

Presentación del taller al grupo de adolescentes

Diagnóstico previo: mediante puesta en común de todos, los alumnos respondieron a las preguntas planteadas, sobre la televisión, sus contenidos, experiencia previa en talleres de este estilo, y pos expectativas frente al taller.

Para esta primera parte hemos recogido algunas frases de cada uno de los participantes.

Ana dijo **“Que la televisión es una caja de sorpresas”**, a ella le gusta mucho porque la entretiene sobretodo los dibujos animados, no sabe concretamente porque esto le va a servir para observar mejor el papel de la televisión. Afirimo desconocer el objetivo del taller.

Cecilia dijo: **“Con la televisión mato mis horas de aburrimiento** al comer o al estar con mis padres, es lo único que puedo hacer si estoy en casa porque mi cuarto y cualquier rincón de casa me aburren, no importa lo que estén dando yo lo veo y aunque no lo entienda me gusta”

David dijo: “En la tele se ve de todo, me caen gordas todas las series que se hacen famosas y que luego se aprovechan de la publicidad de la serie, para venderte de todo; (revistas, anillos, juguetes) la tele no me gusta mucho, solo veo los Simpson y art attack, eso sí que molan”.

Álvaro dijo: Sinchan y los Simpson son mis preferidos, ahora **“yo puedo defenderme con mis padres”** porque les hablo como Barth, la tele es lo máximo tiene unos programas muy buenos.

Karla dijo: Yo estoy **“en contra de la tele me parece lo peor”** prefiero la radio me divierto mucho mas, la verdad para mí este taller es una reafirmación de que la tele es basura”

José Javier dijo: Yo **“veo la tele porque me aburro”** pero hay cosas que me gustan por ejemplo las noticia, de mayor me gustaría ser periodista y hacer reportajes”

Visualización de un capítulo de la serie en cuestión (30 minutos)

Primer Programa: Hanna Montana (mix)

Al ser la serie preferida, he mezclado varios videos puesto que ya la conocen.

Lluvia de ideas sobre el tema principal de la serie

“Es una serie poco graciosa y demasiado dramatizada, además sus tópicos centran más al mundo de las niñas” (José Javier)

“Ufff yo no la viera nunca me aburre todo es irreal ninguna artista de pop es a la vez una chica normal con otra vida” (Karla)

“Hanna Montana es la serie que triunfa entre todas las niñas porque cumple sus sueños, es hermosa te hace soñar, a mi me gusta yo creo que deberíamos apoyarla como una serie constructiva” (Ana)

“Eso es de niñas, todas las risas que escucho en la serie no les veo el sentido, la tal Hanna es demasiado pija y superficial yo no veo hay nada que aprender” (Álvaro)

“Bueno, la serie sin duda tiene popularidad porque ella tiene una doble vida que atrae a mi me gustaría ser cantante y tener una vida cotidiana, las canciones enganchan mucho” (Cecilia)

Trabajo en grupos para realizar los cuatro pasos de la metodología de Gutiérrez

Este trabajo en grupo lo realizaron los 6, aportando sus ideas

Percibir/Denotar

Hanna Montana es un personaje con una imagen externa e interna

La interna se caracteriza por ser soñadora, ambiciosa, superficial poco real, egocéntrica, con poco espíritu de humildad, cómoda.

La externa se caracteriza por ser comercial (rubia, a la moda, delgada, popular, diosa)

Las chicas de 14 y 15 años interpretan y hacen videos de canciones que tratan de rupturas amorosas; “A esa edad uno debe de pensar en otras cosas”

Intuir/Connotar

Todos se pusieron de acuerdo para connotar que la imagen televisiva que exterioriza esta serie tiene un solo fin y es el comercial.

“Sin duda ellos saben lo que los niños queremos” dice Cecilia nos llama la atención la historia de una joven con doble vida, famosa, con fans, a la moda, con un montón de gente alrededor, cantante y rodeada de amigos, todo lo que una niña quisiera tener.

Razonar/Criticar

Esta serie es lo que los niños buscamos y solicitamos que nos vendan una vida fácil y cómoda llena de sueños poco reales a la hora de cumplirse.

Con ella muchos niños y sobretodo niñas se la pasan soñando, gracias a la comercialización de Hanna que niña no quiere su muñeca, su perfume, su ropa, sus canciones, todo lo que lleve su nombre.

En esta serie nos hemos dado cuenta que no hay nada que aprender al contrario todo es mágico, de que nos sirve si cada cosa que Hanna logra en un día nosotros la tendremos que lograr con años de esfuerzo.

Sentir /Crear

Para desarrollar esta parte he pedido a los chicos que recreasen a Hanna Montana y este nuevo modelo que ellos han creado tiene este patrón:

Nosotros hemos querido crear un modelo de lo que sería la serie si el icono principal tuviera valores sin perder los sueños.

Nos imaginamos una Hanna interior con humildad, sencilla, que le cueste esfuerzo conseguir el sueño de ser cantante, con una forma de ser normal muy alejada de su papel de tonta, y sin cerebro.

También creemos que si en toda serie se acercará más a sus padres y nos enseñara su vida familiar aprendiéramos mucho,

Queremos más humanidad, inteligencia poca superficialidad en su pape.

En la parte externa nos imaginamos a una Hanna poco maquillada, de vestimenta normal, no rubia, más cercana a su edad.

Acordar en consenso el siguiente programa que quieren analizar en la próxima sesión.

La siguiente sesión será para observar Los Magos de Warvely Place.

5.1.8.2 Segunda Sesión (1H30) Los Magos de Warvely Place

En este capítulo vamos a ver como los hermanos Russo hacen uso de la magia en la escuela

Lluvia de ideas sobre el tema principal de la serie

(José Javier) “Es una serie mágica, parece una familia normal pero luego resulta que son magos, los hermanos son muy divertidos porque entre ellos hay competencia por ser el mejor”

(Karla) “Pues a mí me parece que es bastante irreal, los hermanos se aprovechan de la magia para hacer las cosas más fáciles solo con solicitarlo, además también para arreglar cuentas entre ellos mismos”

(Ana) “Evadir las responsabilidades, ser independientes de los padres es lo primero que yo veo en esta serie, además los padres apoyan esta forma de ser puesto que no se preocupan de sus hijos”

(Álvaro) “A mí me gusta hacer lo que dice la canción hacer mis deseos realidad, con facilidad. Me imagino arreglar mi cuarto sin esfuerzo o sacar un 10 sin estudiar, esta serie mola”

(Cecilia) “Si es una serie interesante y fantástica todo se rige por la magia, pero hay algo importante no me gusta eso de arreglar los problemas con magia creo que eso no transmite nada bueno porque luego cuando tienes un problema en la vida real te ahogas en el, por ejemplo ahora cuando Alex Ruso buscaba un orientador en la escuela y eligió al hombre del tiempo para que lo sea lo convirtió a través de la magia en un exitoso hombre del tiempo cuando en verdad fracasaba en todos los pronósticos”

Trabajo en grupos para realizar los cuatro pasos de la metodología de Gutiérrez

Este trabajo en grupo lo van a realizar los 6 aportando sus ideas

Percibir/Denotar

Serie fantástica con personajes que utilizan la magia para arreglar cualquier problema que se les presente, viven en un limbo de realidad e irrealidad.

Intuir/Connotar

Los personajes dibujan un perfil cada uno apegado a la rebeldía común de ello que nosotros veamos en ellos. Pensamos que sin duda la magia es la razón ser de la serie, es lo que engancha, quien no quiere tener una barrita y hacer realidad sus sueños.

Razonar/Criticar

Pensamos que la serie nos da un rato de esparcimiento y diversión que no es mala pero que debemos identificar lo real de lo irreal porque si no luego cuando haya acabado la serie tendremos problemas a la hora de identificar que la magia no se puede utilizar en lo real.

Sentir /Crear

Para desarrollar esta parte he pedido a los chicos que recreasen a los Magos y este es el nuevo modelo que ellos han creado:

Nosotros nos imaginamos que los magos hacen uso de la magia de una manera poco exagerada solo en situaciones especiales siempre intentando indicarnos con una moraleja que el uso de la misma no soluciona problemas porque no existe creo que con este toque de realidad los niños podemos seguir soñando y divirtiendonos con lo mágico pero sin dejar de saber que en la realidad esto no es posible.

5.1.8.3 Tercera Sesión (1H30) Los Simpson

Tiempo y Castigo

El capítulo que hemos visto trata de cómo Homer se pilla las manos con una tostadora y comienza a destruirla al querer arreglarla; la daña y se convierte en una tostadora del tiempo, en todo el capítulo se pasa viajando al pasado y regresado a distintos tiempos hasta el final.

Lluvia de ideas sobre el tema principal de la serie

(José Javier) “Los Simpson son una serie que intenta gustar a todos los públicos, yo creo que los niños la vemos por la imagen colorida que llevan sus personajes, por sus actitudes liberales poniendo en ejemplo la relación que tiene Barth con su padre Homer”

(Karla). “A mi esta serie no me la dejan ver mis padres porque dicen que es una mala influencia para mi educación, mi padre el otro día me explico que sus personajes son malhablados e insistan a la violencia y venganza. Yo creo en verdad los episodios de Tom y Jerry insistan a la violencia además de las actitudes de Homer tienen cero educación” (eructa, gula, malhablado y poco cariñoso con sus hijos)

(Ana) “El capítulo es muy irreal pero yo sí que veo moralejas en algunos capítulos de los Simpson por ejemplo en este que no debemos ser autosuficientes, o que no podemos jugar con la madre naturaleza. Debo reconocer que no es la mejor serie pero tiene sus cosas buenas”

(Álvaro) “He sentido un poco de voz diabólica en el bebe de los Simpson, además siendo bebe no podría hablar como hablo, no me gusta la serie creo que no entiendo nada del contenido todavía solo me llama la atención que es muy colorida y sus personajes graciosos”

(Cecilia) “La serie en sí, tiene un humor curioso y diverso, se centra mucho en el prototipo de familia americano y critican a todos los frentes políticos, sociales, religiosos del mundo al igual que todos sus personajes tienen lo más malo de la humanidad” (avaricia, gula, vicios, religiosidad, control etc.)

Trabajo en grupos para realizar los cuatro pasos de la metodología de Gutiérrez

Este trabajo en grupo lo van a realizar los 6 aportando sus ideas.

Percibir/Denotar

Icono Televisivo es la familia, conformada por 5 miembros en los que cada uno tiene una función o un papel denotado en una sola palabra, con el grupo hemos querido conceptualizar a cada miembro con una palabra, a continuación:

HOMER MADRE DE TODOS LOS VICIOS

BARTH REBELDE

MARGARET CONTROL

MAGGIE PARANORMAL

LISA PERFECCIÓN

Intuir/Connotar

Es una serie adaptada a todos los públicos para los niños: serie colorida, graciosa y de aventurera, para los jóvenes: historias extravagantes con críticas crueles con el mundo, y para los adultos: muchos de sus episodios tratan sobre temas sociales y familiares que aquejan a los adultos y así como también atraen las formas similares de actuar de sus personajes con las personas mayores.

Razonar/Criticar

La serie no es el mejor ejemplo para los niños, jóvenes y adultos fomenta el descontento social y la crítica. Es una serie que dramatiza los problemas cotidianos y sociales pero que no da una solución a los mismos, sus mensajes no son claros ni concretos, existe mucha violencia en la serie, la irrealidad llega a límites de locura. Creemos que para ver esta serie cualquier persona necesita hacer una lectura crítica de imágenes no la descartamos como divertida pero siempre y cuando no la tomemos como ejemplo de vida.

Sentir /Crear

Para desarrollar esta parte he pedido a los chicos que recreasen a los Magos y este es el nuevo modelo que ellos han creado:

Pensamos que los Simpson debido a su alcance con los niños, jóvenes y adultos puede ser una gran arma de ejemplo solamente proponemos que los antivalores se vuelvan valores:

IRRESPECTO	POR EL	RESPECTO
PEREZA	POR EL	TRABAJO
AVARICIA	POR EL	COMPARTIR
MALA EDUCACION	POR LA	EDUCACION

Pensamos que si esta conversión se dramatiza en cada episodio teniendo una moraleja de final la serie, sería más provechosa.

5.1.8.4 Cuarta Sesión (1H30) Art Attack

Como hacer un Gremlin: En este programa se enseñó cómo hacer un monstruo manualmente.

Lluvia de ideas sobre el tema principal de la serie

(José Javier) “Este programa es el mejor, te enseña hacer manualidades sin mucho esfuerzo de manera fácil y rápida”

(Karla) “Me he quedado admirada de que rápido ha creado al monstruo, yo creo que es un programa muy educativo y positivo para todo público”

(Ana) “Yo creo que es un programa muy positivo, la palabra crear es una motivación para la persona que está al otro lado de la televisión, es un programa muy famoso por los ataques artísticos basados en personajes o esculturas famosas”

(Álvaro) “Es un programa educativo, creativo, divertido, positivo en el que la educación no está reñida con la televisión”

(Cecilia) “Art Attack es un programa que ayuda a que cualquier persona pueda encontrar un oficio en una rato de esparcimiento en sus casas”

Trabajo en grupos para realizar los cuatro pasos de la metodología de Gutiérrez

Este trabajo en grupo lo van a realizar los 6 aportando sus ideas

Percibir/Denotar

El icono televisivo en este caso es el arte, el mismo que ayuda a construir y formar un público creativo, emprendedor y constructor, Este programa es un ejemplo de que se puede hacer programas educativos que tenga audiencia.

En este caso el icono televisivo se ve reflejado en dos partes importantes del programa:

Atacazos Artísticos: Una de las inclusiones del programa es por Neil Buchan a gran escala, a veces en un campo y también en una pista de despegue. Uno de los más conocidos es un "cuadro" gigante de la cara de la Reina Isabel II, el cual fue hecho utilizando 25.000 billetes de 10 libras esterlinas. En un episodio especial Buchanan hace un ataque artístico del horizonte de Manhattan teniendo apartamentos específicos con luces como si fuera una escena de navidad.

El cabezón: Este escenifica un busto de piedra animado que se ríe y recapitula los pasos necesarios para hacer la obra de arte.

Intuir/Connotar

Es un programa con una audiencia increíble que sobrepasa a cualquier serie de dibujos animados nacional, es apta para todos los públicos y ayuda a fomentar la unión familiar porque muchos niños pequeños solicitan a sus padres ayuda para realizar estas manualidades.

Razonar/Criticar

El programa tiene una crítica positiva puesto que un ejemplo de educomunicación televisiva positiva y creativa.

Sentir /Crear

Sentimos que la serie es provecho tal y como es, lo único que solicitaríamos es que más televisoras y cadenas intenten crear este tipo de programación que tanta falta hace para la educación televisiva o a su vez retransmitan Art Atacck.

5.1.8.5 Quinta Sesión (1H30)

Evaluación Final del Taller

La acogida del taller por parte de los jóvenes ha sido bastante buena se han sentido motivados e inquietos por el análisis y crítica de la televisión, sus dudas se han ido despejando poco a poco.

El grado de participación logrado es alto, todos los jóvenes sentían la necesidad de plasmar sus ideas y opiniones.

El grado de reflexión quizás fue el más difícil de encontrar porque los 5 son muy diferentes y tienen diferentes conceptos y perspectivas acerca de la televisión sin embargo muestra una evolución progresiva en cuanto a lo que opinan de cada programa, lo que más me llamo la atención es el enfoque de cada uno hacia los programas.

La metodología de Gutiérrez fue la más acertada, se motivaron mucho para poder hacer cada paso, por otra parte, fueron muy creativos para explicar cada una de las partes de la metodología.

Todos se sintieron satisfechos con su primera experiencia, de los 5, tres manifestaron que les gustaría volver a repetir. Cecilia y José Javier se mostraron identificados cuando ven la televisión y están con sus padres porque dicen que hacen este ejercicio de crítica inconscientemente y sin saber que es una lectura de la imagen.

El nivel de autocrítica no es un aspecto que he alcanzado yo, con el desarrollo del taller, creo que ellos ya venían con un nivel medio avanzado en este sentido, puesto que de los 5, cuatro fueron bastante duros y exigentes con los programas a la hora de hacer su valoración.

La evaluación en cuanto a los jóvenes es la siguiente:

GRADOS	CECILIA	ANA	JOSE JAVIER	ALVARO	KARLA
GRADO DE REFLEXION	Alto	Alto	Medio	Medio	Alto
GRADO DE CRITICA	Alto	Alto	Alto	Medio	Alto
GRADO DE MOTIVACION	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
GRADO DE DEDUCCION	Alto	Medio bajo	Alto	Bajo	Alto
GRADO DE CREATIVIDAD	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto
GRADO DE OBSERVACION	Medio	Medio	Alto	Medio	Alto
ESCUCHA ACTIVA	Alto	Alto	Alto	Alto	Alto

Resultados Obtenidos

Hemos logrado que los jóvenes miren la televisión con otros ojos, era importante saber que no solo se estaban divirtiendo con el producto sino que también estaban haciendo un ejercicio de observación y crítica para luego sacar sus conclusiones. La argumentación que ellos han realizado sobre sus ideas acerca de cada programa es alentadora de cara a que esos jóvenes después del taller verán la televisión de otra manera con una crítica añadida.

Se ha enseñado a los jóvenes a usar una metodología bastante sencilla que la pueden aplicar de ahora en adelante, es sencilla y ahora quizás hasta de forma inconsciente, sin utilizar un taller, la pondrán en práctica frente al televisor.

Ellos descubrieron que muchos de los programas que visualizan no les gustan y que solo lo ven por popular, puesto que de cara al contenido les aburre.

Han convertido las influencias negativas de los programas en positivas a través de la creatividad.

Han desarrollado su escucha y visión activa puesto criticaron lo siguiente de los programas visualizados: Un mundo irreal, con antivalores, independencia y desarraigo de su familia, superficialidad y comodidad, poca creatividad, problemas políticos y sociales, racismo.

Reconocimiento del taller como algo útil y para hacerlo continuamente en el sillón de su casa.

Se ha conseguido concientización, alto grado de responsabilidad y crítica frente al televisor.

Conclusiones y recomendaciones

Al final del taller hemos realizado una especie de cuestionario voluntario que todos han rellenado gustosamente y que quiero utilizar para concluir y recomendar, puesto que sorprendentemente eso es lo que han hecho los jóvenes

A la pregunta de ¿Que te ha gustado del taller?

“He visto la televisión de manera más sabia y critica, ahora creo que podré saber escoger lo bueno y desechar lo malo de cada programa” (Cecilia)

“Yo ahora voy a opinar de lo que quiero y no quiero ver, creo que eso no lo tenía, estoy contento” (Álvaro)

“Me he dado cuenta que soy una oveja, porque veo los programas sin saber porque los veo o solo por que los demás lo hacen, ahora ya no veré nada que no me guste” (Álvaro)

“Aprendí que hay dos criticas, las que ayudan a mejorar y las que no hacen nada” (José Javier)

“Aprendí a que la televisión es de mucha ayuda si la sabes leer” (Ana)

“Ahora soy participativa, hablaré con la televisión cuando algo no me guste, es decir alzaré la mano para decirlo”, (Karla)

Entre todos hicieron una recomendación y me pidieron ayuda para redactar una carta al director de escuela. En ella solicitaron que se añada este taller en las actividades escolares después de clase, lo cual me llenó de orgullo, yo creo que eso es la mayor prueba de la acogida del taller.

Sin duda el desarrollo de este taller y su motivación, como la carta al director, es una sabia recomendación, es momento de empezar con estas pequeñas cosas que al final dan frutos inesperados y útiles.

Actualmente en el colegio particular “San Patricio”, (de Ana y Álvaro) y en el Colegio fiscal “Torrelodones” (de Cecilia y José Javier) están estudiando la posibilidad de añadir este taller para actividades escolares después de clase.

5.2 PROPUESTA DE PARRILLA EDUCATIVA

Es una apuesta por innovar la cada vez más criticada televisión convencional. Con ella pretendo abrir con fuerza la posibilidad de poner en funcionamiento parrillas televisivas que contengan fuertes dosis de programación educativa cultural que sirvan como potenciadores de educación integral para los televidentes.

El reto es crear una televisión inteligente, es decir desde el pensamiento y para las personas que piensan y razonan lógicamente sin olvidar los sentimientos (emoción).

La parrilla ha sido creada a partir de la realidad tanto del sistema educativo madrileño como de las necesidades de los televidentes conocidas gracias al taller de lectura, dentro de sus principales objetivos constan:

- Colaborar con las familias en la formación de los niñ@s
- Poner a disposición de los centros educativos (profesorado) los medios y recursos audiovisuales útiles.
- Promover la creación y fomento de valores culturales y educativos en las personas.
- Despertar con éxito la creatividad televisiva en otras cadenas.

Fundamento de la Parrilla Televisiva

Como he indicado antes esta propuesta está basada en la realidad educativa madrileña; para situarnos un poco sobre la misma, es necesario remontarnos a los años ochenta, ya que el sistema escolar se empieza a preocupar seriamente por el papel de la televisión en la educación, frente a la pérdida de poder de la escuela y la familia en la conformación de las pautas culturales de la población. La televisión empieza a ser la causante de que los niños no lean, de la violencia social, de la degeneración y pobreza del lenguaje y, lo que es cierto, la televisión ocupa un puesto cada vez mas central en la vida de las personas modificando así nuestros hábitos de consumo.

El consumo medio de comunicación es de casi 4 horas diarias, aunque paradójicamente en niños y adolescentes es casi de tres, lo que multiplicado por 365 días al año, da un total de 1150 horas; lo cual, es más elevado que el número de horas que los niños están en la escuela, que no llega a 1000 (estadísticas comunidad Madrid).

Este modelo de salida de la crisis apuesta por un desarrollo cultural y educativo capaz de emitir verdaderos programas educativos para la población en general.

Enfoque Televisivo de la Parrilla

La parrilla está enfocada hacia la etapa humana del telespectador (niño, joven y adulto) de esta manera cada etapa tendrá su espacio de ocio, aprendizaje y entretenimiento.

Estructuración y Contenido de la Parrilla

La parrilla está estructurada por dos clases de programas que se detallan a continuación:

Programas Creados: Son aquellos espacios televisivos que se han creado, en base a una idea, una necesidad, y un público pueden ser de gran interés y provocar la atención del telespectador. Los recursos humanos y materiales necesarios para su elaboración son de fácil acceso.

Programas Rescatados: Como su nombre lo indica es el rescate e Innovación de espacios que se han quedado en el olvido, y que, pueden y deben seguir aportando valores con una pequeña adaptación a los tiempos en que vivimos.

5.2.1 PROPUESTA DE PROGRAMAS PARA NIÑOS

5.2.1.1 PROGRAMAS CREATIVOS:

A) NOMBRE DEL PROGRAMA: CONFABULANDO
EDAD: 7-12 AÑOS
HORARIO: 7:30 a 8:30 todos los días
RECURSOS NECESARIOS “TITERES FUNCIONALES EN RELACION A LAS FABULAS”

Descripción

Según la vida cotidiana de los niños madrileños, su primer contacto televisivo, es a la hora del desayuno justo antes de salir al cole, qué mejor que empezar con un programa recreativo de títeres musicales, en los que cada día se aprenda una lección gracias a la dramatización de una fábula.

B) NOMBRE DEL PROGRAMA DESDE CLASE
EDAD: 7-12 AÑOS
HORARIO: 10:00 a 11:00
RECURSOS NECESARIOS: Apoyo de la consejería de educación y de las instituciones educativas

Descripción

La caja inteligente y útil como yo le llamo a la televisión, tiene que ser nuestro primer instrumento de educación. En una franja horaria como ésta, conectar con un aula de un colegio en concreto para proyectar un reportaje de un tema a tratar realizado por los alumnos de otra institución, apoyaría de manera activa a la clase; solo imaginemos que la clase sea de ciencias naturales, “tema: los animales y sus cuidados” y después de la parte teórica venga un pequeño reportaje de 15 minutos, en el que otros alumnos con la misma edad que los espectadores, hayan reflejado una realidad sobre el tema.

C) NOMBRE DEL PROGRAMA CASA DE PAISES
EDAD: 8 a 13 años
HORARIO: 16:00 a 17:00
RECURSOS NECESARIOS: Producción y Realización de Miniserie

Descripción

Imaginar una miniserie en la que convivan en un edificio, 7 niños de distintas nacionalidades, cuyo protagonismo se vea reflejado en sus vivencias diarias. En esta miniserie se pretenderá mostrar la integración a través de la convivencia de los diferentes países que hayan migrado a Madrid. A través de ella se puede conseguir que la generación más joven (niños) comience un recorrido de concientización y aceptación a otras culturas.

D)NOMBRE DEL PROGRAMA NOTICIERO BUHO
EDAD: 9 años en adelante
HORARIO: 14:00 a 14:30
RECURSOS NECESARIOS Videoteca

Descripción

Hoy en día, los niños viven en una irrealidad muy alejada de su mundo cotidiano, es necesario que eso cambie y que mejor que mostrándole la realidad desde una óptica adaptada a su edad y conciencia. La propuesta es un noticiero de y para niños que contemple información necesaria para su edad, con segmentos de: salud e higiene, solidaridad, educación, integración etc.

5.2.1.2 PROGRAMAS RESCATADOS

A) NOMBRE DEL PROGRAMA DORA LA EXPLORADORA
EDAD: 7-10 AÑOS
HORARIO: 10:00 a 11:00 sábados y domingos
RECURSOS NECESARIOS Videoteca

Descripción

Dora es una niña de 7 que, junto a su amigo Botas de 5, tiene que ir a buscar algo que ha perdido ella o ayudar a Botas a cumplir con algo. El dibujo tiene un formato similar a un juego interactivo de computadoras. Uno de los objetivos que persigue es la enseñanza amena del idioma inglés a niños de habla hispana.

B) NOMBRE DEL PROGRAMA ART ATACK
EDAD: 7-10 AÑOS
HORARIO: 13:30 a 15:30
RECURSOS NECESARIOS Videoteca

Descripción

En Art Attack aprenderás los mejores trucos para pintar con témperas, acuarelas y pinturas acrílicas. Te enseñarán diversas técnicas de dibujo y novedosos.

Con este programa resurgiremos a flor de piel la creatividad y emoción de los niños por inventar cosas nuevas, su mente tendrá a la mano una distracción sana y útil. Con este programa se pretende también fomentar la relación padres e hijos puesto que ellos son los participantes.

C) NOMBRE DEL PROGRAMA CINE INFANTIL
EDAD 7-14 AÑOS
DIAS: VIERNES, SABADOS Y DOMINGOS
HORARIO: 20:00 A 21:00
RECURSOS NECESARIOS VIDEOTECA

Descripción

En este programa se exhibirán películas previamente seleccionadas para el público de esa edad, de esta manera incentivaremos a los niños a degustar del cine, un arte olvidado por muchos.

Así como también estará acompañado de una reseña al principio y al final, la misma que será realizada por un adulto para guiar y rescatar todas los aspectos importantes del filme.

D) NOMBRE DEL PROGRAMA DIBUJOS ANIMADOS
EDAD 7-14 AÑOS
DIAS: VIERNES, SABADOS Y DOMINGOS
HORARIO: 8:30 a 10:00
RECURSOS NECESARIOS VIDEOTECA

Descripción

Los dibujos animados comprenden una herramienta útil y positiva para los niños, siempre y cuando defina un objetivo en sí. En este espacio se buscará caricaturas adaptadas a la necesidad de aprendizaje y realidad actual.

Todas las caricaturas cumplirán la condición de no crear ningún tipo de distorsión psicológica.

Ejemplos: Fresa, Poco yo, Tintín, Los lunis, Hey Arnold.

5.2.2 PROPUESTA DE PROGRAMAS PARA ADOLESCENTES

5.2.2.1 PROGRAMAS CREATIVOS

A) NOMBRE DEL PROGRAMA MENTE NUEVA
EDAD 16 EN ADELANTE
HORARIO: :00 a 19:00, lunes a jueves
RECURSOS NECESARIOS: ACTORES Y ESPACIOS FISICOS

Descripción

Reconstrucciones de problemas cotidianos de los adolescentes que lleven a una moraleja o la simple exposición de los hechos para aumentar el coeficiente de razonamiento.

En este programa los participantes son los actores puesto que ellos trasladaran sus emociones, sentimientos, realidades a través de la actuación.

B) NOMBRE DEL PROGRAMA CALEIDOSCOPIO
EDAD: 18 EN ADELANTE
HORARIO: 19:00 a 20:00
RECURSOS NECESARIOS: Escaleta de programa, presentadores y colaboradores

Descripción

Un noticiero informal en el que los propios jóvenes comunican los principales sucesos juveniles de su comunidad, sin duda un espacio necesario para sentirse importantes en una sociedad aplastada por la desinformación de su colectivo.

Aquí los participantes son los propios jóvenes y sus necesidades informativas que estarán marcadas por su forma de contar ante la cámara a su propio colectivo cada suceso.

C) NOMBRE DEL PROGRAMA CONTESTAS TU O YO
EDAD: TODAS LAS EDADES
HORARIO: 11H00 a 12H30
RECURSOS NECESARIOS: Escaleta de programa, presentadores y colaboradores

Descripción

Un concurso mental y creativo para invitar a representantes de los diferentes colegios a participar y competir.

En este caso los participantes son todos los alumnos de las diferentes instituciones, el objetivo de este programa es contribuir a la participación del alumnado en actividades que aumentan el coeficiente intelectual y el nivel cultural.

D) NOMBRE DEL PROGRAMA CONFIDENCIAS
HORARIO 00:00 a 01:00
EDAD 15 EN ADELANTE
RECURSO NECESARIOS

Descripción

Un programa en el cual la gente puede llamar para que le escuchen y desahogar sus mayores confidencias, el conductor del programa puede o no opinar sin que esto sea una crítica pero jamás aconsejar.

Aquí el epicentro son los televidentes que hablarán de manera anónima sobre sus problemas en un escenario neutro sin críticas.

El principal objetivo de este programa será escuchar sin más, gracias a este fin, el telespectador se desahogará y se quitará una carga personal que pasará a ser compartida.

A todos nos relaja que los problemas sean compartidos aunque de momento no haya solución.

5.2.2.2 PROGRAMAS RESCATADOS

A) NOMBRE DEL PROGRAMA “DIFERENTES IGUALES”
HORARIO 22:00 a 00:00
EDAD 15 EN ADELANTE
RECURSOS NECESARIOS videoteca

Descripción

Comedia que se desenvuelven en una vecindad en la que conviven diferentes culturas.

Esta serie desempolvada pretende demostrar que la convivencia es difícil pero que la integración es posible. Los principales participantes son los actores que tendrán que transmitir los principales rasgos de cada cultura.

En cada episodio se trata de emitir un problema de convivencia y a su vez su posible solución.

B) NOMBRE DEL PROGRAMA “ TU SI QUE VALES”
HORARIO: 14:00 A 15:00
FINES DE SEMANA
EDAD: 12 EN ADELANTE
RECURSOS producción de programas

Descripción

Un concurso en el que los participantes se presentan ante un jurado con algún oficio o arte.

Sus principales actores son los concursantes que nos deleitaran con su presentación artística. Gracias a este programa se motivará la creatividad, se incentivará a perder el miedo escénico y a parte se fomentará el reconocimiento de aquellos que no poseen las posibilidades económicas para dedicarse a ello.

5.2.3 PROGRAMAS PARA ADULTOS

5.2.3.1 PROGRAMAS CREADOS

A) NOMBRE DEL PROGRAMA DOCUMENTATE
EDAD APTO PARA TODO EL PÚBLICO
HORARIO 17:00 A 18h00
RECURSOS Documentales de Nacional Geografic y reportajes varios

Descripción

Un programa que despertará la necesidad de conocer diferentes lugares y enriquecerá la cultura personal de todos.

El presentador hará una pequeña introducción para situar al telespectador en el documental que verá a continuación.

B) NOMBRE DEL PROGRAMA "URBANIDAD Y ALGO MAS"
EDAD APTO PARA TODO EL PÚBLICO
HORARIO 15H00 a 16H00
DIAS LUNES Y VIERNES
RECURSOS REPORTAJES Y REPORTEROS

Descripción

Un programa que nos invita a recordar y conocer las distintas normas de urbanidad en los campos social, vial, educacional entre otros.

Los reportajes pretenderán estar basados en el conocimiento de la norma, su utilidad y ejemplos de la misma. De esta manera el televidente no se aburrirá y verá el programa como útil y fácil de añadir en su argot cultural.

C) NOMBRE DEL PROGRAMA "CINE PARA TODOS"
EDAD APTO EN FUNCION DE CONTENIDO
HORARIO 21h00 a 22h00 (sábados y domingos) y 20:00 22:00 (lunes a viernes)
DIAS JUEVES VIERNES SABADO DOMINGO
RECURSOS COLECCIÓN DE PELICULAS

Descripción

Selección de películas que brinden un contenido educativo y vivencial con la única finalidad de aportar valores para el crecimiento del ser humano.

La elección de estos filmes será de responsabilidad compartida entre el televidente que podrá sugerir mediante un buzón de propuestas y el productor del programa.

5.2.3.2 PROGRAMAS RESCATADOS

D) NOMBRE DEL PROGRAMA CASOS DE LA VIDA REAL
EDAD APTO EN FUNCION DE CONTENIDO
HORARIO 16h00 a 17h00
DIAS sábados y domingos
RECURSOS VIDEOTECA, ACTORES, ESCENARIOS, GUION

Descripción

Un programa que dio sus inicios en México, sería importante seleccionar aquellos temas que susciten identificación a Madrid para hacer una recreación de los hechos.

Esto se puede contrastar con la emisión de aquellos casos más expectantes de la realidad mexicana puesto que como todos sabes en Madrid hay una migración arraigada.

5.2.4 MAQUETACION DE LA PARRILLA EDUCATIVA

HORARIO	LUNES	MARTES	MIÉRCOLES	JUEVES	VIERNES	SABADO	DOMINGO
7:30 a 8:30	Confabulando	confabulando	Confabulando	Confabulando	Confabulando	Confabulando	Confabulando
8:30 a 10:00	Dibujos animados	Dibujos animados	Dibujos animados	Dibujos animados	Dibujos animados	Dibujos animados	Dibujos animados
10:00 a 11:00	Desde clase	Desde clase	Desde clase	Desde clase	Desde clase	Dora Exploradora	Dora Exploradora
11:00 a 12:30	Contestas tú o yo	Contestas tú o yo	Contestas tú o yo	Contestas tú o yo	Contestas tú o yo	Tu sí que vales	Tu sí que vales
12:30 a 13:30	Noticiero	Noticiero	Noticiero	Noticiero	Noticiero	Noticiero Búho	Noticiero Búho
13:30 a 15:00	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack	Art Attack
15:00 a 16:00	Urbanidad y algo mas	Urbanidad y algo mas	Urbanidad y algo mas	Urbanidad y algo mas	Urbanidad y algo mas	Urbanidad y algo mas	Urbanidad y algo mas
16:00 a 17:00	Casa de Países	Casa de Países	Casa de Países	Casa de Países	Casa de Países	Casos de la vida real	Casos de la vida real
17:00 a 19:00	Mente Nueva	Mente Nueva	Mente Nueva	Mente Nueva	Documéntate	Documéntate	Documéntate
19:00 a 20:00	Caleidoscopio	Caleidoscopio	Caleidoscopio	Caleidoscopio	Caleidoscopio	Caleidoscopio	Caleidoscopio
20:00 a 22:00	Cine para Todos	Cine para Todos	Cine para Todos	Cine para Todos	Cine Infantil	Cine Infantil	Cine Infantil
22:00 a 00:00	Diferentes iguales	Diferentes iguales	Diferentes iguales	Diferentes iguales	Diferentes iguales	Cine para Todos	Cine para Todos
00:00 a 01:00	Confidencias	Confidencias	Confidencias	Confidencias	confidencias	confidencias	Confidencias

5.2.5 EXPERIENCIA DE LA EXPOSICIÓN DE LA PARRILLA

Con el fin de exponer esta parrilla a algunos canales de televisión, recorrí algunas tv locales pero sin suerte, porque ninguna aceptó siquiera revisar mi parrilla educativa. Recibí respuestas muy similares como:

“No gracias, estamos contentos con la nuestra” Localia.

¿Tiene perspectiva comercial? La 7

“No gracias, no estamos interesados” Media Pro

Al final utilicé un contacto que tenía en una de las televisoras más grandes de España “Telecinco” para que por lo menos me diera su punto de vista, ya que el posicionarla era complicado.

“Vía mail” me respondió lo siguiente: “la propuesta es poco ambiciosa comercialmente hablando, aunque muy bien enfocada en cuanto se refiere al contenido”

Su respuesta era clara y predecible, sobre todo por el medio que representa, uno de los más comerciales y rentables del país. Por lo menos agradezco que la haya leído.

CONCLUSIONES DE LA APLICACIÓN PRÁCTICA DE ESTA TESIS

- La televisión educativa es la alternativa más cercana y útil al mejoramiento de la educación de niños, jóvenes y adultos.
- La realidad es una necesidad de verdad, es momento que el hombre aprenda a enfrentar su realidad y se libere de los paradigmas artificiales en los que viven.
- Una televisión dedicada a fines comerciales y publicitarios enajena al individuo y asecha contra su integridad.
- Los programas deben perseguir la innovación y creatividad en sus contenidos, en caso de no hacerlo, contribuyen al acabose de la televisión como medio formativo.
- Los talleres de lectura crítica de imágenes son una iniciativa a mirar la televisión desde una perspectiva reflexiva y real.
- Las parrillas educativas no son lucrativas para los productores de hoy en día, sin embargo son la única posibilidad de que el hombre no sea absorbido por la irrealidad.
- La audiencia no está supeditada a las grandes producciones sino a las grandes creaciones.
- El lenguaje atractivo e hipnótico de la televisión nos puede conducir a perder el horizonte de la realidad en la que vivimos.

- El público televisivo utiliza su inconsciente para hacer críticas paralelas de lo que ve.
- La creación y realización de talleres en los centros educativos facilita la alfabetización visual desarrollando así la creatividad e infancia de los niños.
- Los talleres de lectura crítica de imágenes enseñan a leer de manera activa los mensajes que reciben desde los distintos medios.
- La televisión del futuro es un pack completo de reality show, cotilleo vidas ajenas, venta y compra de servicio y publicidad a mansalva, el telespectador es un comprador compulsivo de esta programación que se denota más confundido y atraído por la programación que le ofrecen los canales.

Esa nueva televisión, mix de ocio, información y servicios (o negocios), ha despertado la atención de muchos. Los programas y los formatos estarán en función de quienes diseñen la nueva actividad de este medio. Queda en el pensamiento cómo evolucionará el espectador frente a esta televisión de la abundancia que las nuevas tecnologías permiten, pero que para alimentarla necesitará de buenas dosis de creatividad y buen gusto.

RECOMENDACIONES DE LA APLICACIÓN PRÁCTICA DE ESTA TESIS

- Es necesario empezar a apoyar a los talleres de lectura crítica de imágenes en nuestra sociedad, son educativos, rápidos, se desarrollan con pocos recursos y se pueden empezar con cualquier foro y espacio.
- No hay mas muestra de opresión que el silencio, es hora de quitar el apoyo a cada programa televisivo que no contribuye a nuestra formación como personas, si no existe una protesta, jamás se quitarán del aire.
- Es necesario educar a nuestro alrededor, debemos promover coloquios en grupo, que sirvan para hacer un análisis crítico y reflexivo de la programación televisiva.
- Es imprescindible que las audiencias exijamos programación de calidad, como telespectadores nos merecemos una televisión educativa y cultural.
- Debemos apoyar la creación de centros audiovisuales locales o regionales para fomentar la educomunicacion en la televisión.
- La única manera de que estos mensajes sean comprendidos es introduciendo en las aulas educativas el análisis completo del procedimiento de fabricación de los productos industriales de masas.

BILBIOGRAFIA

ALBERO, A. (1984). *La televisión didáctica*. Barcelona: Mitre.

BAGGALEY, J.P. (1979). *Análisis del mensaje televisivo*. Barcelona: Gustavo Gili.

CEBRIAN DE LA SERNA, M. (1.992). *La televisión. Creer para ver, La credibilidad infantil frente a la TV*. Málaga: Clave.

CEMBRANOS, F. (1991). Tiempo libre, aprendizaje y futuro. *Revista Infancia y Sociedad*, 8, 51-64.

ESPARZA, J.J. (2001). *Informe sobre la televisión. El invento del maligno*. Madrid: Criterio.

FERRES, J. (1996). *Televisión y Educación*. Barcelona: Ed. Paidós.

LEOCATA, F. (1997). *El conocimiento y la educación hoy*. Buenos Aires: EDBA.

LUJAN GONZALEZ PORTELA, M. (2007). *Educación para la comunicación desde un enfoque ético e intercultural*. Loja, Ecuador: UTPL.

MALAGA MARTÍNEZ SÁNCHEZ, F (1.999). *Televisión educativa: su eficacia y sus pretensiones*. Murcia: Alfar.

MASTERMAN, L. (1995). *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: La torre.

OROZCO, G. (1995). *Al rescate de los medios*. México: UIA/Fundación Manuel Buendía.

OROZCO, G. (1996). *Televisión y audiencias, un enfoque cualitativo*. Madrid: Torre.

PEREZ TORNERO, JM (1994). *El desafío educativo de la televisión, para comprender y usar el medio*. Barcelona: Paidos.

PEYRÚ G. (1993). *Papá ¿puedo ver la tele?* Buenos Aires: Ed. Paidós

RICO, LOLO (1998). *TV fábrica de mentiras. La manipulación de nuestros hijos*. Madrid: Espasa Calpe.

SIERRA, F. (1995). *“Televisión local y educación” II Jornadas Internacionales de Jóvenes Investigadores en Ciencias de la Información (Ponencia)*. Universidad Complutense, Madrid: Compolíticas.

ANEXOS

ANEXO 1

ENCUESTA SOBRE LAS PREFERENCIAS Y EL CONSUMO TELEVISIVO (REALIZADA A LOS PARTICIPANTES DEL TALLER DE LECTURA DE IMÁGENES)

El objetivo que tuvo la encuesta fue conocer las preferencias de estos niños para cimentar la base del taller.

1. ¿Cuánto tiempo dedicas a ver la televisión diariamente?

RESPUESTAS

Ana dijo: “8 horas”

Cecilia dijo: “7 horas”

David dijo: “3 horas”

Álvaro dijo: “3 horas”

Karla dijo: “2 horas”

José Javier dijo: “4 horas”

2. ¿Cuándo televisores posees en casa?

RESPUESTAS

Ana: 3 (salón, dormitorio y cocina)

Cecilia: 2 (salón de star, sala)

David: 1 (salón)

Álvaro: 1 (salón)

Karla: 1 (salón)

José Javier 2 (salón y cocina)

3. ¿Cuáles son tus programas favoritos?

RESPUESTAS

Ana dijo: Hanna Montana, Los Simpson, Art Atacck,

Cecilia dijo: Hanna Montana, Los Magos de Warvely Place, Los Simpson, Art Atacck

David dijo: Los Simpson, Art Atacck, Supercampeones

Álvaro dijo: Los Magos de Warvely Place, Los Simpson, Art Atacck

Karla dijo: Los Simpson, Art Atacck, Heydi, Cody y Sack

José Javier dijo: Los Magos de Warvely Place, Los Simpson, South Park, Padre de Familia

4. ¿Qué tipos de programas les gusta?

RESPUESTAS

Ana dijo: películas de niños, dibujos animados, programas de reciclaje

Cecilia dijo: dibujos animados, pelis de miedo, series, de todo un poco, programas de creatividad

David dijo: documentales, dibujos animados, pelis de cuentos, programas creativos tipo art attack

Álvaro dijo: documentales de animales, dibujos animados, pelis de niños,

Karla dijo: dibujos animados, series, realitys de niños

José Javier dijo: noticias, dibujos animados, pelis de niños

5. ¿Por qué ves la televisión?

RESPUESTAS

Ana dijo: porque me entretiene.

Cecilia dijo: porque mata mis horas de aburrimiento.

David dijo: porque mis padres la ven.

Álvaro dijo: porque me enseña y me gusta mucho.

Karla dijo: porque a la hora de comer estoy sola hasta que lleguen y algo tengo que ver.

José Javier dijo: porque estoy informado, me divierte y quiero ser periodista.

ANEXO 2

CUESTIONARIO Y RESULTADOS SOBRE PREFERENCIAS TELEVISIVAS A JOVENES Y ADULTOS PARA REFORZAR LA ARGUMENTACION DEL CAPITULO “LOS TELESPECTADORES DE HOY”

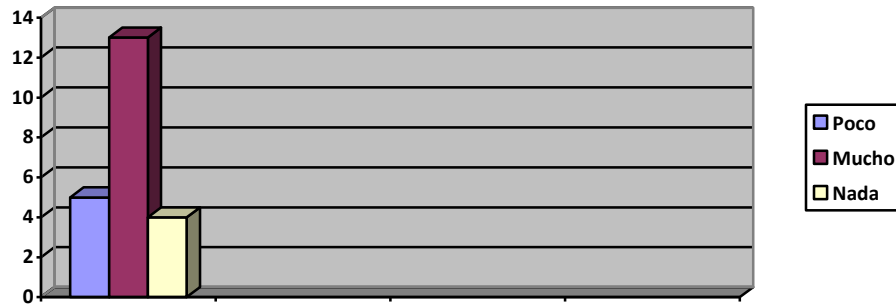
Perfil de los encuestados

La encuesta ha sido realizada a 22 personas todas mayores de edad que trabajan y estudian.

A continuación se adjuntan las encuestas:

DATOS ESTADISTICOS DE LA ECUESTA

1. ¿Te gusta la televisión?



2. ¿Por qué ves la televisión?

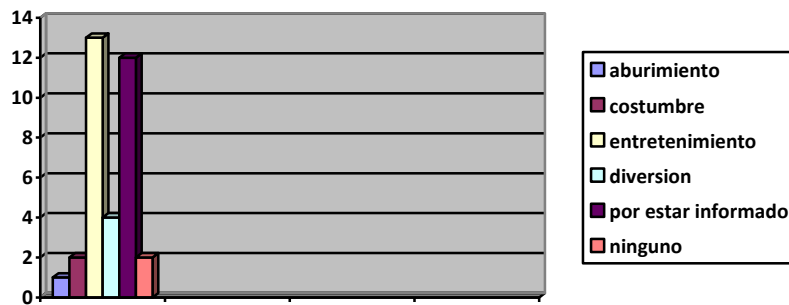
Aburrimiento

Costumbre

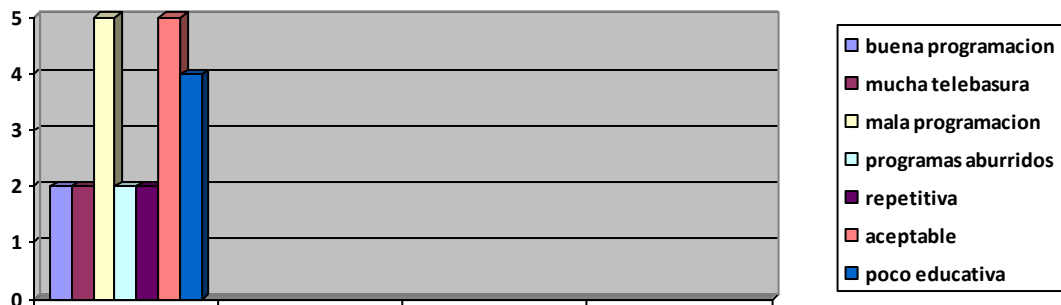
Entretenimiento

Diversión

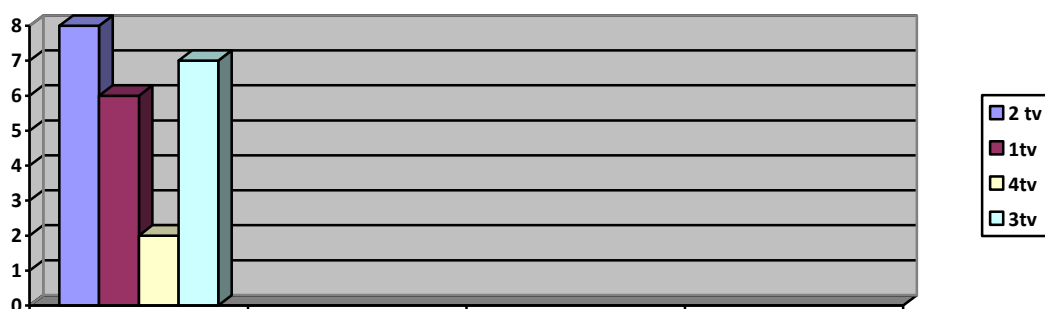
Por estar informado



3. ¿Qué piensas acerca de la programación?



4. ¿Cuántos televisores tienes en casa?



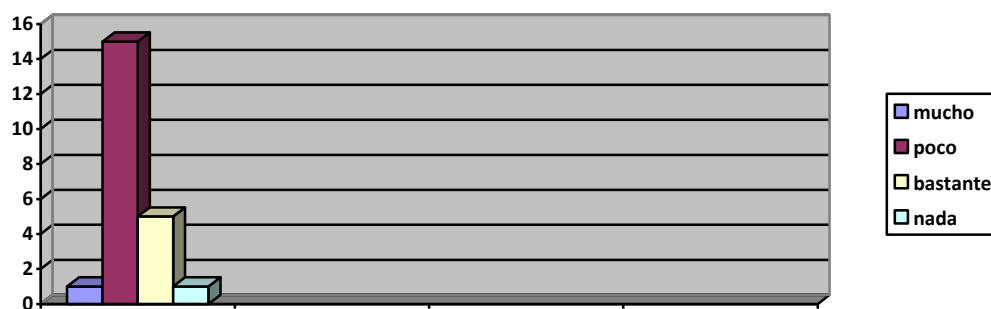
5. ¿Tienes un televisor en tu habitación?



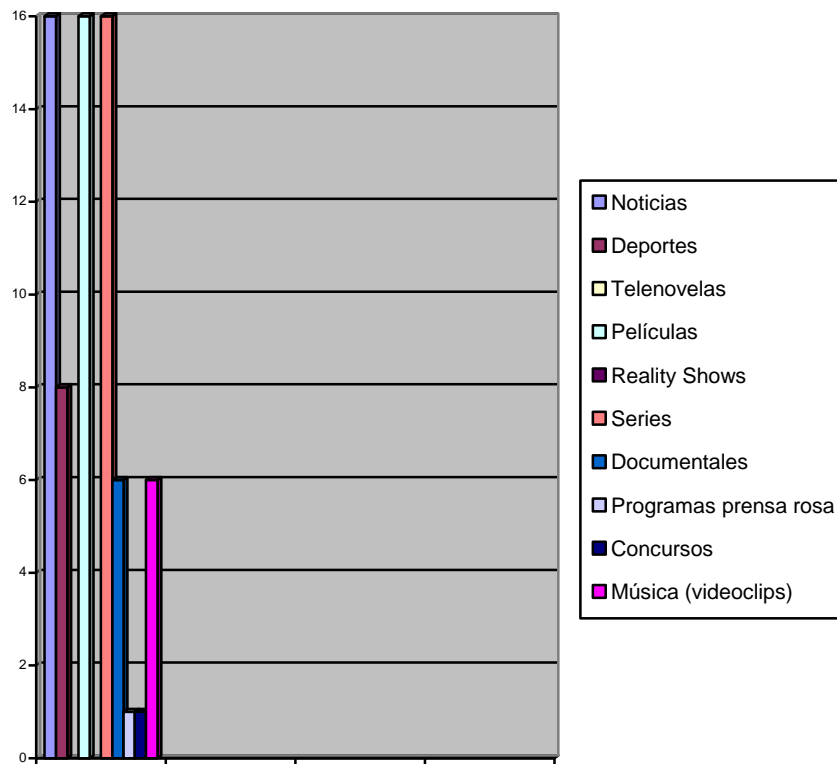
6. ¿Cuántas horas te dedicas a ver la televisión?



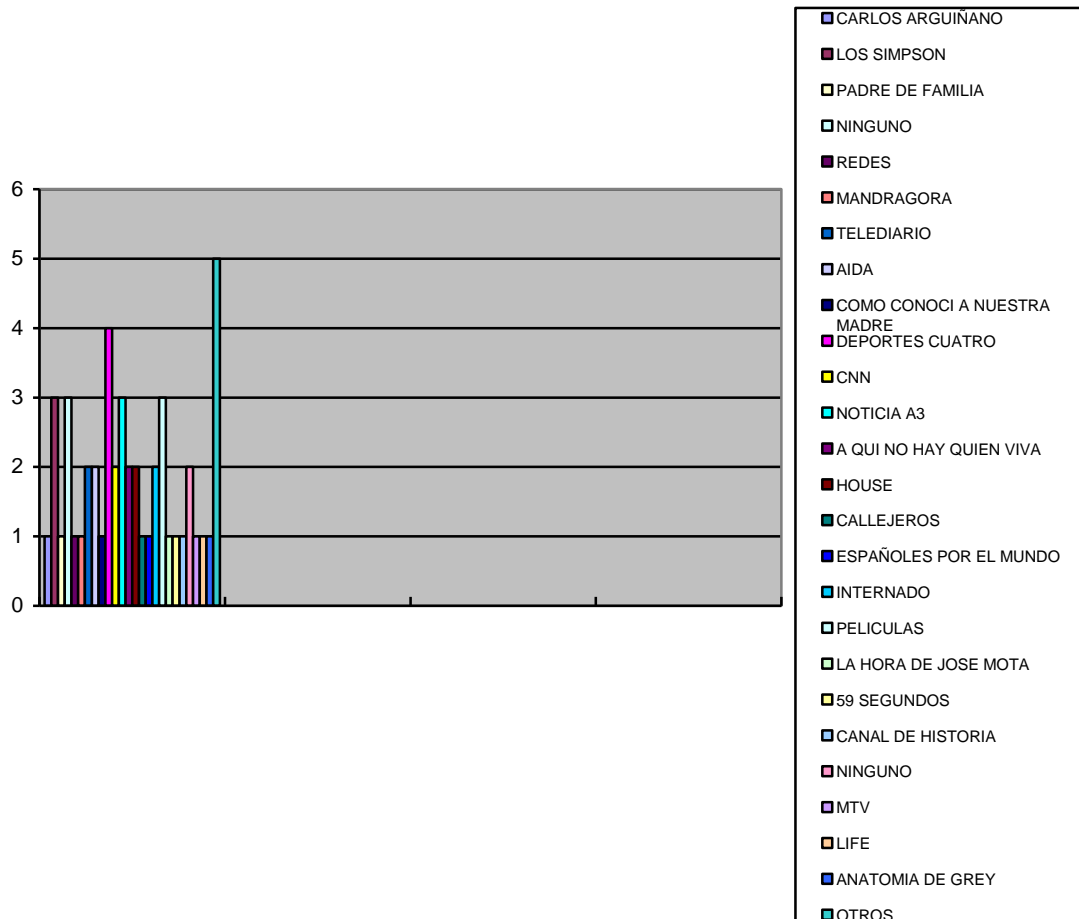
7. ¿En tu opinión cuanto ves la televisión?



8. ¿Cuáles de estas son tus preferencias televisivas?



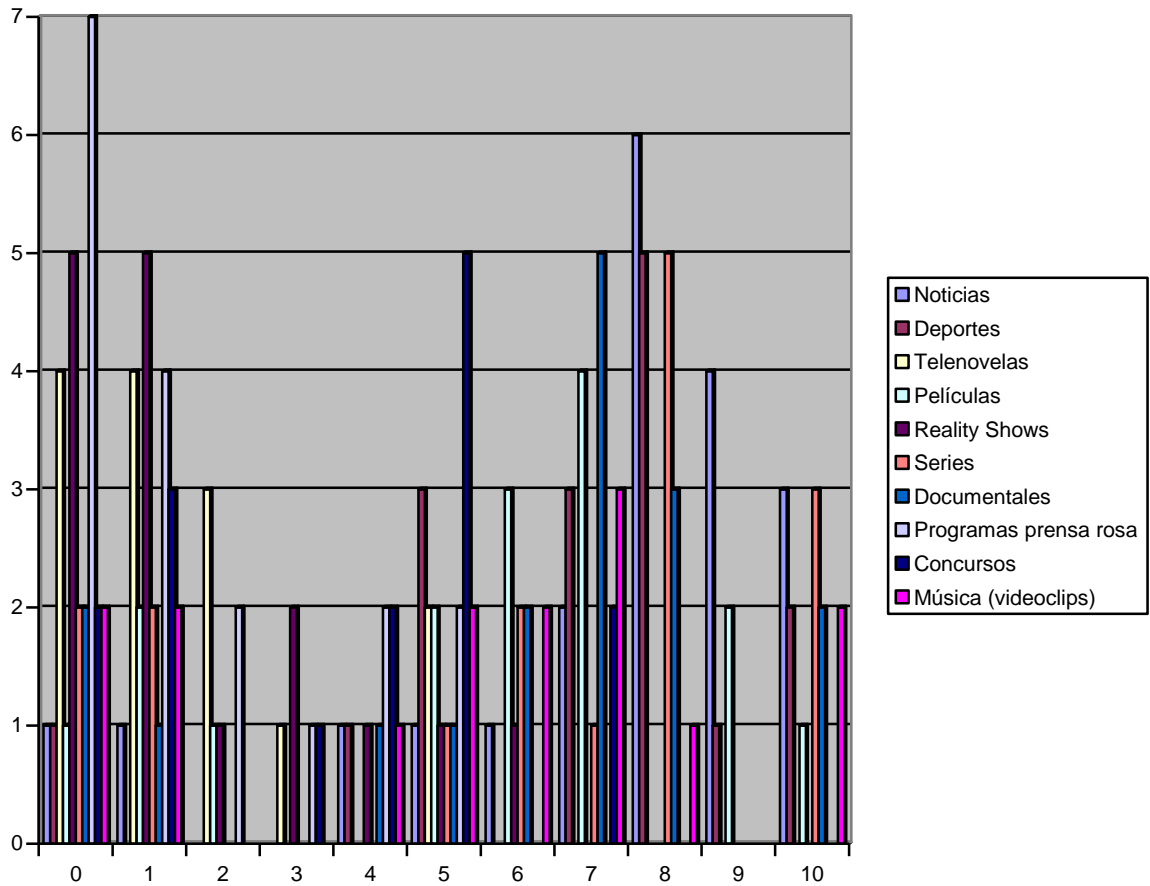
9. ¿A continuación indicanos brevemente 3 de tus programas preferidos?



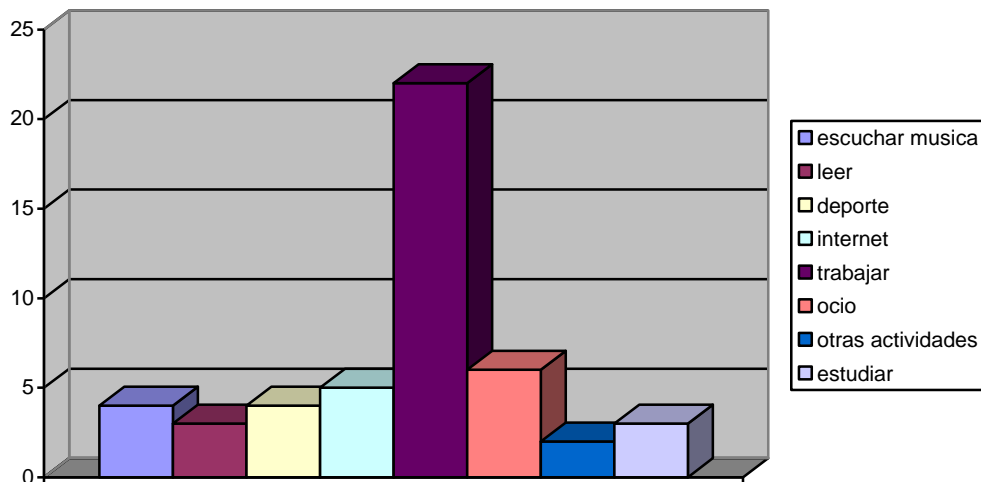
10. ¿Cuándo ves un programa haces crítica del mismo?



11. ¿Si tuvieras que valorar del 1 al 10 la producción de estos programas, como lo harías?



12. ¿Cuáles son tus otras actividades a lo largo del día?



ANEXO 3

¿QUÉ ES LA TELEVISION EN NUESTRAS VIDAS?

La media de horas al día de visualización de TV en el territorio del estado español era de 3 horas en 1989 y de 3,5 horas en 2000.

- La pareja media norteamericana dedica 20 horas semanales a ver el televisor y sólo 30 minutos a hablar de tú a tú.

- A lo largo de la vida habremos estado 8 años enteros sentados frente al televisor.

- Por cada 10.000 minutos de información y publicidad de las grandes compañías multinacionales aparece un minuto de crítica hacia ellas. Muchas de ellas no reciben nunca ninguna crítica.

- ²¹Según Galbraith se publicita lo que no se necesita. La inversión anual publicitaria en España es de cerca de 10.217 millones de euros (1,7 billones de pesetas). Una familia de dos hijos emplea 962 euros (160.000 ptas.) al año en que le recuerden aquello que tiene que consumir -en concepto de sobreprecio del producto.

- De las seis horas de media de tiempo no regulado de las que se disponen al día, el 58% se dedican a ver la televisión y las restantes, en una buena parte, a comprar y o usar los productos que en ella se anuncian.

²¹ Basado en el artículo "Televisión, interacciones sociales y poder" de Fernando Cembranos Díez

ANEXO 4

EVALUACION CUALITATIVA DE LA TELEVISION EDUCATIVA

La propuesta de evaluación que presentamos se desarrolla en torno a tres aspectos básicos: programadores, programación y usuarios. Tomando como punto de partida la situación actual de la televisión educativa se concluye la evaluación previendo cuáles han de ser sus líneas directrices en el futuro de tal modo que se pueda asegurar una continuidad de la misma con garantía de éxito.

A continuación aparece un desglose de las tareas que habrían de realizarse en el proceso de evaluación.

a). Análisis descriptivo.

²²El objetivo fundamental de este análisis radica en establecer un claro punto de partida viendo cómo se plantea y se organiza en la actualidad la televisión educativa. Para llegar a comprender la realidad presenta ha de hacerse también una revisión del pasado contemplando la evolución histórica de la televisión educativa desde sus inicios. Los bloques temáticos a tratar serían:

- Situación actual de la televisión educativa.
- Revisión histórica.
- Responsables / Organización.
- Presupuestos / Recursos.

b). Evaluación de los programadores.

Considerando a las personas que elaboran la programación han de analizarse los objetivos que se plantean y los criterios que guían el diseño de los programas. Dentro de esta tarea se incluyen como aspectos clave los siguientes:

²² Dpto. Ciencias de la Educación, Universidad de las Islas Baleares, editado por el grupo de tecnología educativa

- Objetivos de la programación.
- Audiencia a la que se dirigen.
- Criterios de selección de contenidos.
- Estructura de la programación/organización temporal.
- Aspectos técnicos/educativos.

c). Evaluación de los programas desde un punto de vista técnico.

La evaluación de los programas es un aspecto fundamental, teniendo en cuenta la diversidad de contenidos a tratar y la diversidad de públicos receptores de los programas. El análisis de los aspectos técnicos ha de conducir a su valoración según parámetros cualitativos que nos permitan juzgar la calidad de la programación. En esta tarea han de considerarse:

- Tipos de programas, duración.
- Imagen/sonido/guión.
- Calidad técnica.

d). Evaluación de la programación desde una perspectiva educativa.

La televisión educativa ha de diseñarse no únicamente en función de criterios propios del medio televisivo sino fundamentalmente en relación a criterios educativos, pues tal es su finalidad última. Ha por ello de evaluarse desde un punto de vista educativo y para tal tarea han de tenerse en cuenta:

d.1. En relación a los objetivos.

- Contenidos: - selección
- organización y secuenciación
- adecuación a necesidades

- Estructura de los programas.

- Educación formal/informal.

d.2. En relación a los usuarios.

- Grados de complejidad.

- Adecuación a audiencia.

- Niveles de conocimientos previos.

e). Evaluación de la difusión: incidencia y uso de los programas.

Los receptores de la programación son los que determinan finalmente su utilidad en la práctica. La televisión educativa no sólo es útil como complemento y ayuda para el sistema educativo formal sino que es un importante medio de educación informal. Por otra parte es evidente el papel que juega como medio de televisión cultural para el público en general. Dada la complejidad de su audiencia es importante conocer quiénes son estos receptores de la televisión educativa y qué tipo de uso hacen de la programación.

- Tipología de espectadores: perfiles.

- Aprovechamiento de los programas.

- Contexto de uso.

- Valoración.

f). Evaluación del uso de la television en contextos educativos: profesores.

Situándonos en contextos de enseñanza formal la televisión educativa puede jugar un importante papel como instrumento de ayuda al profesorado. Ha de evaluarse al respecto cuál es la repercusión en la enseñanza formal, en qué medida se utilizan los programas y de qué modo. Los bloques de información a recabar del profesorado serían:

- Adecuación a necesidades.
- Relación con currículum de enseñanza formal.
- Metodologías de uso de la programación.
- Frecuencia de uso.
- Elaboración de materiales de trabajo.
- Opinión.

g). Evaluación del uso de la television en contextos educativos: alumnos.

En los contextos de enseñanza formal además del profesorado ha de contarse con la opinión de los alumnos. En relación a ellos ha de analizarse como aspecto fundamental la consecución de objetivos así como el aprovechamiento de la programación de televisión educativa frente a otros medios. Es interesante también valorar el grado de motivación que presentan ante un medio que es cotidiano en su realidad extraescolar. Los aspectos fundamentales son por tanto:

- Motivación.
- Comprensión del lenguaje propio del medio.
- Consecución de objetivos (aprendizaje, formación, cambio de actitudes,...)
- Trabajos complementarios.
- Opinión.

h). Análisis prospectivo.

La utilidad de una evaluación radica básicamente en conocer el estado de una cuestión para su mejora en el futuro. Es por ello fundamental, partiendo del conocimiento de la realidad actual, establecer las principales deficiencias y los puntos positivos.

Estos últimos han de ser aprovechados al máximo y a los problemas han de dárseles soluciones. Como parte de este análisis prospectivo hablaríamos de:

- Líneas futuras.
- Mejoras a realizar.
- Adecuación a necesidades

