

INDICE

CAPÍTULO I -----	1
1. MARCO CONTEXTUAL PROBLEMÁTICO -----	1
1.1. Situación nacional, regional y local o institucional-----	1
1.2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA-----	2
1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACION-----	3
1.3.1. Problemas General-----	3
1.3.2 Problemas Derivados-----	3
1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACION -----	4
OBJETIVOS -----	5
1.5.1. Objetivo General -----	5
1.5.2. Objetivos Específicos. -----	5
1.6. JUSTIFICACIÓN.-----	6
CAPITULO II-----	7
MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL -----	7
2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS -----	7
LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN -----	10
LA PRENSA DE MASAS-----	12
El periódico de la difusión rápida-----	14
El periodismo amarillo -----	15
Los nuevos sistemas de control social-----	16
Difusión de la prensa de masas -----	16
Los medios forman cada día el presente social de referencia -----	17
2. La Investigación De La Comunicación De Masas Critica Y Perspectiva MAURO WOLF, PAIDOS IBERICA, 2006-----	18
La necesidad de los medios-----	19
El pasado se presenta como presente-----	20
El titular en tiempo presente-----	20
La ampliación del presente -----	22
El periodismo interpreta la realidad social -----	23
El método se basa en supuestos -----	24
2.2. Desarrollo categorías de análisis teórico conceptual -----	29
INTERAPRENDIZAJE-----	29
GESTION DEL ESTUDIO COLABORATIVO Y EN CONECTIVIDAD-----	29
ASESORIA PEDAGOGICA-----	30
DIFERENCIA ENTRE CLASE Y TUTORÍA-----	31
La superación permanente de los docentes-----	32
Modelo de educación que hace énfasis en los contenidos -----	35
Modelo de educación que hace énfasis en los efectos -----	36
Modelo de educación que hace énfasis en el proceso-----	37

Cualidades del sistema de talleres -----	38
Elementos que lo integran -----	38
LA COMUNICACIÓN -----	39
La comunicación un proceso interactivo.-----	39
Estructura de la comunicación: -----	40
Dimensión perceptiva -----	41
Dimensión interactiva -----	42
Barreras de la comunicación -----	44
La comunicación en el aula-----	46
Comunicación y distribución espacial de los grupos en la clase.-----	51
Los medios y los periodistas, constructores semánticos de insumos y productos-----	53
La cultura y los medios de comunicación -----	55
Los medios y el horizonte de las comunicaciones posibles -----	57
LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA EDUCACIÓN -----	59
Evolución histórica de los medios de comunicación-----	60
MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NORMATIVA-----	62
Declaración universal de los derechos humanos.-----	62
Uso crítico de la TV. Ventajas e Inconvenientes -----	65
LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO DE LA HUMANIDAD. -----	66
Los Medios de Comunicación y los Jóvenes -----	68
LA TELEVISION-----	69
EL INTERNET -----	69
¿Qué es lo que la Familia Puede Hacer? -----	71
Los Adolescentes, el Sexo y los Medios de Comunicación-----	71
2.3. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS -----	72
2.3.1 HIPÓTESIS GENERAL -----	72
2.3.2 HIPÓTESIS PARTICULARES-----	72
2.4 VARIABLES -----	73
2.4.1 VARIABLES INDEPENDIENTES-----	73
2.4.2 VARIABLES DEPENDIENTES-----	73
2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES-----	74
Cuadro 2. Operacionalización de la segunda hipótesis-----	75
CAPÍTULO III -----	77
3.- DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN -----	77
3.1. Metodología empleada-----	77
3.2. Modalidad de la investigación. -----	77
3.3. Nivel o tipo de investigación. -----	78
3.4. Población y muestra -----	78
3.4.1.- Población -----	78
3.4.2.- Muestra -----	78

3.5.- Técnicas de recolección de datos -----	78
3.6. Recursos de información. -----	79
3.7.- Selección de recursos de apoyo-----	79
CAPÍTULO IV -----	80
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS -----	80
4.1. Entrevista dirigida a las autoridades-----	80
CAPÍTULO IV -----	86
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS -----	86
4.2. Entrevista dirigida a los maestros -----	86
4.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS-----	107
4.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES -----	108
4.4.1. CONCLUSIONES-----	108
4.4.2. RECOMENDACIONES-----	108
CAPITULO V LA PROPUESTA-----	109
5.1. Tema -----	109
5.2. JUSTIFICACIÓN-----	109
5.3. FUNDAMENTACIÓN-----	110
5.3. OBJETIVOS -----	110
5.3.1. Objetivo General -----	110
5.3.2. Objetivos Específicos -----	110
CAPITULO VI -----	112
6. MARCO ADMINISTRATIVO-----	112
6.1 Recursos -----	112
Humanos-----	112
Materiales-----	112
6.2 Presupuesto-----	113
6.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES -----	114
CAPITULO VII-----	115
7.1 Bibliografía-----	115
Anexo # 1 -----	116
Anexo # 2 -----	118
Anexo # 3 -----	120
Anexo # 4 -----	122

CAPÍTULO I

1. MARCO CONTEXTUAL PROBLEMÁTICO

1.1. Situación nacional, regional y local o institucional

La influencia de los medios de comunicación y el periodismo es mundial en los últimos tiempos ha tenido un desarrollo en forma inconmensurable por el desarrollo tecnológico de la internet.

Lo que es muy positivo para la sociedad a tal punto que se ha creado un nuevo termino la inmediatez, porque los acontecimientos son informados en el momento de los hechos sin importar la lejanía del suceso. Las transmisiones en vivo son cosas de todos los días, el mundo que vivimos ahora es de rapidez.

Y por otra parte nos permite también prepararnos ante cualquier acontecimiento catastrófico provocado en la sociedad y el mundo.

En suma, la globalización se basa en el desarrollo de las distintas formas de comunicación o la inmediatez concebidos ahora como una necesidad en el quehacer periodístico.

Hemos señalado las ventajas negativas y positivas que tiene la comunicación y sus medios en el mundo, se replica esto a nivel continental y de país, con las mismas concordancias y efectos y a nivel micro lo podemos ver reflejado en un aula de clases. No importa donde se produzca la información acceder a ella es mucho más fácil que hace 10 años.

1.2. SITUACIÓN PROBLEMÁTICA

Los medios de comunicación, han vivido una evolución visible con el pasar de los años, tal vez el periodismo es un oficio de pocos, pero todos somos comunicadores. Desde que nacemos y hasta que morimos.

Los momentos actuales nos obligan a estar informados en todo momento, para ser parte de la sociedad y para responder a las condiciones de vida es indispensable saber que pasa a nuestro alrededor.

En estos tiempos de medios masivos de información deberíamos asumir que todos deberíamos saber, a veces si sabemos pero entendemos. En qué punto se establecen los límites de la información. Donde el profesional determina que es ético decir y que no, los periodistas están llamados a informar con veracidad y sin sensacionalismo. Pero nuestro medio es bastante populista y se presentan productos que venden y agradan aunque no sean los más apropiados.

Y surge el problema en esta sociedad carente de valores, cualquier chispa provoca un incendio, y los jóvenes aparecen en el panorama y no solo ellos sino todos los ciudadanos, que merecemos un trato de calidad por parte de los medios. Pero los más perjudicados son los entes en formación, quienes reciben desinformación por todos lados, y hablamos entre bromas de lo serio y decimos con seriedad lo irrelevante.

Es importante determinar cómo los maestros, medios de comunicación, determinan el éxito o fracaso en el aprendizaje y en el desarrollo personal de los alumnos del sexto sociales A y B del Colegio Quevedo.

1.3. PROBLEMA DE INVESTIGACION

1.3.1. Problemas General

¿De qué manera influyen los medios de comunicación en el proceso de interaprendizaje en los estudiantes de educación secundaria, Colegio Fiscal “Quevedo” de la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos, periodo lectivo 2012 – 2013?

1.3.2 Problemas Derivados

- ¿Por qué los medios de comunicación influyen en la participación de los procesos de interaprendizaje en los estudiantes de educación secundaria del Colegio Fiscal “Quevedo” de la ciudad de Quevedo, provincia Los Ríos, periodo lectivo 2012 – 2013?
- ¿Cómo inciden los medios de comunicación en el desarrollo de los conocimientos del interaprendizaje en los estudiantes de educación secundaria del Colegio Fiscal “Quevedo” de la ciudad de Quevedo, provincia Los Ríos, periodo lectivo 2012 – 2013?

1.4. DELIMITACIÓN DE LA INVESTIGACION

1.5.1. Delimitación espacial.- La investigación se la realiza en el El Colegio Fiscal Quevedo de la ciudad de Quevedo, provincia de Los Ríos.

1.5.2. Delimitación temporal.- En el periodo 2012 – 2013

1.5.3. Unidades de Información.- Recogiendo a información de padres de familia, docentes y autoridades de la institución.

OBJETIVOS

1.5.1. Objetivo General

Determinar de qué manera influye los medios de comunicación social como métodos del interaprendizaje en los estudiantes de educación secundaria del Colegio Fiscal “Quevedo” de la ciudad de Quevedo, provincia Los Ríos, periodo lectivo 2012 – 2013?

1.5.2. Objetivos Específicos.

- Analizar por qué los medios de comunicación social influyen en el desarrollo intelectual de los estudiantes de educación secundaria.
- Determinar cómo los medios de comunicación social influye en el desarrollo social de los estudiantes de educación secundaria.

1.6. JUSTIFICACIÓN.

La formación educativa, ya no es absoluta responsabilidad de las instituciones educativas, maestros y padres de familia.

Los medios de comunicación, sin proponérselo son un ente formador y moldeador de mentes, determinando personalidades y respuestas de estudiantes en proceso de formación.

El desarrollo de esta tesis está enfocado en determinar la importancia de los filtros en los medios de comunicación y como una mala información puede ocasionar consecuencias severas en el proceso formativo de los estudiantes. Enseñar a pensar a los estudiantes, a ser selectivos es un derecho que debe brindarles la educación.

Para estudiantes pensantes y preparados, su entorno debe estar capacitado para responder interrogantes. Y debemos preguntarnos en cuanto educación ¿Qué tan preparados estamos?

CAPITULO II

MARCO TEÓRICO CONCEPTUAL

2.1. ANTECEDENTES INVESTIGATIVOS

La constante influencia que recibimos día a día por la televisión, la radio, las nuevas computadoras, y todo tipo de medios de comunicación masivos resulta tan extraordinario como complejo. Por esto me propuse investigarlos, y tratar de descifrar sus claves; conocer sus códigos y describirlos.

A lo largo de la investigación se proponen sucesivos temas parciales que conducen a una mayor comprensión de los objetivos finales: saber qué es una sociedad para luego entender su comunicación o conocer los medios de comunicación para entender su inserción en la sociedad.

Analizando la influencia mediática, conociendo sus causas, sus medios y el posterior efecto en las personas se podrán comprender modos de actuar personales o colectivos que caracterizan a un determinado grupo humano.

Aunque la capacidad en el uso de nuestros medios modernos de comunicación no provoca un profundo respeto, la **comunicación de masas** es un proceso realmente importante dentro de la sociedad moderna. Los medios hacen algo más que divertirnos. Nos aportan un flujo de información que es esencial para nuestro sistema político, para nuestras instituciones económicas, para los estilos de vida cotidianos en cada uno de nosotros, e incluso para nuestras formas de expresión religiosa. Dada la profunda dependencia de las sociedades contemporáneas frente a los medios de masas, éstos son digno objeto de un examen intenso y especializado. Puede ser mucho más importante conocer las influencias de la comunicación de masas en nuestras vidas individuales y colectivas que desarrollar el conocimiento sobre muchos otros temas estudiados por diversos hombres de ciencia. A todos nosotros nos

importa mucho que nuestra conducta cotidiana sea moldeada por lo que leemos o por lo que vemos en la **televisión**.

Con la aparición y aceptación de los medios de comunicación de masas, comenzó a aumentar marcadamente el ritmo de la actividad comunicativa humana. En la primera década del siglo XX, el cine se convirtió en una forma de diversión familiar. Ello fue seguido en la década de 1920 por el avance de la radio hogareña y en la de 1940 por los comienzos de la televisión doméstica. Al comenzar la década de 1950, la radio había alcanzado el punto de saturación en las casas, con receptores adicionales en los automóviles. Se llegó a una múltiple penetración, con receptores radiofónicos para los dormitorios y la cocina. Al finalizar la década de 1950 y comenzar la de 1960, la televisión comenzó a aproximarse a tal saturación.

La entrada del periódico, del receptor de radio, y del aparato de televisión en el hogar del ciudadano común representa un cambio tecnológico que tiene, para la gente común, un significado muy importante; pudiendo perder de vista el hecho de que tales logros en el campo de la ciencia son ajenos a las actividades cotidianas de la mayoría de nosotros. El televisor y los demás medios son innovaciones en cuyo derredor los seres humanos organizan sus vidas de diferentes modos, debido justamente a su presencia.

Aunque los especialistas en la investigación sobre comunicación no han llegado a una plena comprensión del impacto que los medios de masas están causando sobre los aspectos psicológicos, morales, económicos, políticos, creativos, culturales y educativos en la vida del individuo común, han comenzado, en cambio a acumular una base de datos de investigación que contribuirá a la comprensión de estos temas. A medida que cada uno de los principales medios de comunicación fue surgiendo en nuestra sociedad, se convirtió en objeto de controversias y debates considerables. Los diferentes medios han sido acusados de:

- Rebajar el gusto cultural del público
- Aumentar las tasas de la delincuencia
- Contribuir a un deterioro moral general
- Empujar a las masas a una superficialidad política
- Suprimir la creatividad

Esta es una lista negativa, y si los aparatos, en apariencias inocentes, colocadas en nuestras salas, fueran realmente culpables de estas monstruosas influencias, corresponde desde luego que se les considere con alarma. El problema es que los defensores de otros puntos de vista opuestos sostienen que nuestros periódicos, radios, televisores, y afines no son insidiosos recursos del mal sino, por el contrario, nuestros servidores, puesto que:

- Denuncian el pecado y la corrupción
- **Actúan como guardianes de la libertad de palabra**
- Aportan cierta cultura a millones de personas
- Proporcionan diversión inofensiva y cotidiana a las masas de la fuerza obrera
- Nos informan de los acontecimientos mundiales
- Enriquecen nuestro nivel de vida, con su incansable insistencia para que compremos y consumamos ciertos productos, para estimular nuestra institución económica.

Si estas argumentaciones son ciertas, rechazar a tales benefactores, o sugerir que su contenido es mediocre, parecería un acto de ingratitud. Hasta que los datos de una investigación fiable puedan presentar un alegato convincente que pruebe que los medios están, o no, vinculados causalmente a las argumentaciones de sus críticos (o defensores), estas controversias se seguirán produciendo.

Una segunda e importante tarea para los estudiosos de la comunicación consiste en explicar la naturaleza básica del acto comunicativo, así como aportar datos adecuados con los que evaluar las consecuencias de la

actuación de sistemas de comunicación de masas. Esto equivale a decir que **la producción, la distribución y el consumo del contenido de los medios aparece agudamente influida por cuestiones tales como que la sociedad sea una democracia de libre empresa, una dictadura totalitaria o algún régimen intermedio entre ambos extremos.**

La valoración de la naturaleza e influencia de la comunicación de masas se concentra en tres preguntas críticas:

¿Cuál es el impacto de una sociedad sobre sus medios de comunicación de masas? Es decir, ¿cuáles han sido las condiciones políticas, económicas y culturales que han llevado a los medios de comunicación de masas a funcionar en su forma actual?

¿Cómo tiene lugar la comunicación de masas? Es decir, ¿difiere en principio o sólo en detalle de la comunicación más directa e interpersonal?

¿Cómo afecta la comunicación de masas a la gente? Es decir, ¿cómo influye sobre las personas, psicológica, social y culturalmente?

LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

Para comprender las relaciones existentes entre la sociedad y sus medios, se da una perspectiva, tanto de los grandes cambios ocurridos en la sociedad como sobre los cambios específicos en la tecnología y en la organización social que se produjeron mientras los medios se desarrollaron.

Los medios de comunicación de masas, tal como existen hoy en nuestra sociedad en particular, tienen una estructura de control bastante singular, un conjunto particular de normas institucionalizadas que los vinculan con sus públicos y lectores, y ciertas formas de características de contenido. Han elaborado tipos específicos de apoyo financiero y relaciones claramente definidas con otras importantes instituciones sociales, como el gobierno. Todos ellos han experimentado, en mayor o en menor grado, una serie bastante reiterada de problemas, con conflictos surgidos entre sus propios objetivos y

los objetivos, las aspiraciones y las esperanzas de aquellos cuyos gustos culturales y cuyas formaciones educativas han sido sustancialmente superiores que los del ciudadano común. Finalmente, sus esquemas de desarrollo han sido bastante similares entre un medio y otro.

1. Introducción A La Teoría De La Comunicación De Masas de Denis Mcquail

Cada uno de los medios fue, desde el punto de vista de la familia común, un nuevo dispositivo que cabía adoptar o rechazar, como forma de tecnología dentro del hogar, o, cuando menos, como una innovación que requería que la familia adoptara nuevos modos de conducta. Aunque los medios de masas están sumamente vinculados al estímulo de una conducta de innovación, también pueden ser considerados por sí mismos como novedades. Un estudio de sus esquemas de adopción, así como las variables sociales y culturales relacionadas con su difusión, puede revelar algunas de las maneras en que la sociedad llega a influir y moldear significativamente sus medios de masas.

No necesitamos retroceder mucho en el tiempo para encontrarnos con una sociedad carente de medios de comunicación de masas. Existían periódicos de circulación limitada, ciertamente, pero tendían a diferir marcadamente en su contenido, precio, público, método de distribución y tirada, frente a los posteriores periódicos de una gran masa de lectores. El cine y los medios de difusión (tanto la radio como la televisión) poseen un dilatado historial técnico, pero como dispositivos que desempeñen un papel en la conducta de la familia común frente a la comunicación, son innovaciones de este siglo.

Una plena comprensión de cómo nuestros diversos medios de comunicación llegaron a existir en sus respectivos momentos requiere el establecimiento de normas recurrentes que han aparecido durante su crecimiento y demanda la atención sobre tres cuestiones importantes:

- ¿Qué elementos tecnológicos u otros rasgos culturales se acumularon, y de qué manera, para combinarse en los nuevos complejos culturales, como el periódico de circulación de masas, el cine, la radio, o la televisión?
- ¿Cuáles fueron las condiciones sociales y culturales de la sociedad en que se produjo esta acumulación y cómo crearon esas condiciones un clima favorable al surgimiento y la difusión amplia de la innovación?
- ¿Cuáles han sido los esquemas de difusión de las innovaciones en toda la sociedad, y qué condiciones sociológicas están vinculadas a sus tasas y formas de crecimiento?

LA PRENSA DE MASAS

El periódico moderno es una combinación de elementos procedentes de muchas sociedades y de muchos períodos.

La imprenta llegó a Inglaterra a fines del siglo XV, pero no fue hasta el año 1621, un siglo y medio después, que comenzaron a aparecer los más antiguos antecedentes del periódico. Se los denominó *corantos*. Su contenido se centraba en informaciones del exterior, y no se publicaban regularmente. Desde un principio, la publicación de los corantos fue firmemente regulada por el gobierno. Uno de los esquemas más interesantes que cabe discernir en la historia de la prensa es que en aquellas sociedades de gobiernos centrales fuertes, la prensa sin regulación ha tendido a crecer muy lentamente. Donde la autoridad centralizada fue débil, la prensa tendió a desarrollarse bajo un menor control y a progresar más rápidamente. Cuando la gente común desempeña un papel importante en la determinación de su propio destino político, la difusión de noticias y de opiniones políticas es un proceso importante.

La prolongada lucha para establecer el importante principio de la libertad de prensa se desarrolló durante un período en el que las más antiguas monarquías feudales estaban comenzando a declinar, mientras progresaban los nuevos conceptos de democracia política. Este cambio largo y complejo fijó tradiciones del periodismo, que convirtieron al periódico, desde el comienzo, en

un escenario de debate público. Cuando surgieron los otros medios de comunicación importantes, esta información política había sido ya conseguida en lo principal: ni el cine, ni la radio, ni la televisión han desarrollado el profundo interés por la política que ha caracterizado durante mucho tiempo a la prensa. Los medios periodísticos rápidos y de larga distancia aparecieron paulatinamente. Entretanto, la ascendiente clase media comenzó a constituirse en público, no sólo para la última información sobre transacciones comerciales sino también para la expresión política, los ensayos y el material literario popular.

Antes de que se pudiera desarrollar una verdadera prensa de masas, fue preciso que tuvieran lugar en la sociedad occidental una serie de cambios radicales. El necesario avance de la tecnología para la impresión y del papel, cuyo ritmo se acrecentó con los progresos técnicos de la primitiva revolución industrial fue uno de los cambios centrales.

Varios impresores y editores habían experimentado la idea de un periódico barato, que pudiera ser vendido a las masas urbanas, no por suscripción anual sino por ejemplar suelto. Se intentaron varias soluciones al problema, tanto en Inglaterra como en Estados Unidos, pero sin éxito. La fórmula fue encontrada por Benjamin H. Day, un impresor de Nueva York. Su pequeño periódico, el *New York Sun*, comenzó modestamente el 3 de septiembre de 1833. Así Day inició una nueva etapa en la era del periodismo, que en pocos años revolucionaría la edición de periódicos.

El *Sun* publicaba noticias locales, relatos de interés humano y hasta reportajes sensacionales sobre hechos insólitos. Por ejemplo, para agregarle un aliciente a su contenido, Day contrató a un periodista que escribió artículos de corte humorístico sobre los casos presentados diariamente en las tribunas locales. Ese atractivo contenido encontró su público entre las clases obreras que poco antes habían aprendido a leer. Aunque también suscitó muchas críticas entre

las personas más tradicionales de la ciudad. Algunos emprendedores adolescentes vendían el periódico por una moneda en las calles.

A esta altura, la máquina de vapor ya había sido acoplada a la nueva impresora rotativa.

Así, los problemas técnicos de la producción y distribución de enormes cantidades de periódicos diarios se solucionaron ampliamente, y la aparición de una nueva prensa de masas se convirtió en un hecho.

El periódico de la difusión rápida

Pese a que el periódico de masas apareció en la década de 1830, aún estaba limitado en cuanto a su obtención de noticias, su tecnología de impresión y su distribución. Antes de que pudiera llegar con amplitud a los hogares de toda la ciudad norteamericana, todavía tenía numerosos problemas importantes. Las décadas anteriores a la Guerra Civil presenciaron numerosos e importantes progresos en el orden mecánico, científico y técnico suficientes para que fuera posible que el naciente periódico de masas creciera hasta convertirse en un gigante. Se construyeron líneas ferroviarias que unieron las mayores ciudades de la parte oriental de la nación. El barco a vapor se convirtió desde 1840 en un importante elemento de transporte. El telégrafo se hizo cada vez más útil como medio para la rápida transmisión de noticias, desde la escena de los sucesos importantes hasta las redacciones. Estos progresos reforzaron sustancialmente la atracción del periódico ante sus lectores, a la vez que aumentó el número de personas entre quienes podían ser distribuidos sus ejemplares.

De manera creciente estos periódicos comenzaron a buscar noticias. El papel del reportero se hizo más complejo y especializado cuando los periódicos agregaron corresponsales extranjeros y especialistas en noticias de diversos órdenes. La función de “vigilancia” de la prensa ya estaba establecida.

El periodismo amarillo

El contexto social en el que se difundió y maduró la prensa de masas se caracterizó por el conflicto cultural y el disturbio social. El nuevo medio debió idear e institucionalizar los códigos básicos que regularían sus responsabilidades ante el público al que servía y que fijarían límites a sus tipos de contenido.

Uno de los episodios más dramáticos en el desarrollo de la prensa fue el período del llamado “periodismo amarillo”. En la década de 1880 el periódico había conseguido una amplia audiencia en los hogares norteamericanos, y los aumentos astronómicos en su circulación se hacían cada vez más difíciles de estimular. Al mismo tiempo, la prensa estaba sólidamente establecida en lo financiero, y lo estaría mientras se pudiera mantener al máximo la cantidad de ejemplares vendidos. En ese contexto competitivo se produjeron brutales luchas, por la obtención de lectores adicionales, entre los dirigentes de los periódicos gigantes y sus rivales. Los periódicos de hoy emplean muchos de los recursos que fueron producto de la competencia existente en la década del 1890.

Cuando la competencia se intensificó hasta el conflicto declarado, los periódicos acudieron a cualquier recurso sensacionalista que atrajera a nuevos lectores, por ostentoso que fuera.

Este tipo de periodismo amarillo ofendió a un número suficiente de grupos y de personas, con lo que la tormenta de críticas evidenció a los operadores de la prensa que habían excedido los límites que tolerarían la sociedad y en particular los representantes de las instituciones normativas. Los intelectuales en general, y los literatos en particular, se sintieron profundamente heridos. Los grandes nuevos medios de comunicación de masas, que retenían un tentador potencial de elevación cultural y moral para las masas, se habían convertido a sus ojos en una monstruosa influencia de degeneración social.

Los nuevos sistemas de control social

Los líderes de la religión, la educación, la ley y el gobierno dejaron oír fuertes protestas. Los amos de la prensa se enfrentaron al riesgo de perder la confianza pública y con la posibilidad aún más temida de que se les impusiera una regulación externa. Estas consideraciones condujeron a que varios editores importantes comenzaran a poner sus casas en orden. Gradualmente, la prensa se hizo menos sensacionalista y más responsable. Se hizo más evidente el conjunto de códigos y de normas que definían sus límites y sus responsabilidades. Las asociaciones profesionales de directores y de editores establecieron cánones del periodismo, destinados a guiar a sus miembros.

Aunque la actual prensa de masas difiere sustancialmente en sus grados de adhesión a tales códigos, los excesos del periodismo amarillo parecen ser ya una cosa del pasado. De estas experiencias periodísticas surgió un número de principios institucionalizados que de una u otra manera han ayudado a clarificar papeles, responsabilidades y conductas en los medios de las épocas subsiguientes.

Difusión de la prensa de masas

Ente 1880 y 1890 el periódico inundó rápidamente a la población norteamericana, hasta alcanzar un punto cercano a la saturación al finalizar el siglo. Las mejoras en la tecnología de impresión y de transporte, así como el aumento en la cantidad de personas que aprendieron a leer y escribir, fueron factores significativos en ese repentino cambio. Hacia 1910, poco antes de la Primera Guerra Mundial, circulaba más de un ejemplar de periódico por cada hogar. Así, durante la primera década del siglo, los periódicos se acercaron a su cima dentro de la sociedad.

Los aumentos en la circulación se hicieron más lentos después de 1910. El aparente punto máximo del periódico se alcanzó alrededor de 1920, después de la Primera Guerra Mundial. Desde entonces, ese medio ha sufrido un declive firme y muy notorio.

No es difícil descubrir los factores que han conducido a ese declive. Otras formas de los medios, que cubrieron necesidades de la población como lo habían hecho los periódicos, aparecieron en la sociedad durante esa década. Poco después las revistas semanales de noticias lograron una aceptación general. Hasta el cine desempeñó en ello su papel. Y al finalizar la década de 1940 y durante 1950 irrumpió la televisión en la sociedad. En mayor o menor grado, cada una de estas *alternativas funcionales* al periódico ha reducido la circulación de la prensa diaria. Cada una de ellas, en un sentido u otro, aporta noticias, información y diversión, en una forma que antes fuera ámbito exclusivo de periódico.

Al mismo tiempo, la investigación sobre las satisfacciones y gratificaciones que el periódico aporta a sus lectores señala que este medio está profundamente inserto en la vida cotidiana de la gente común. Les proporciona ciertos servicios y gratificaciones singulares. Cuando el periódico no llega, se lo extraña. Aparentemente desempeña un papel en nuestro sistema de comunicaciones, que no es probable que sea desplazado por sus alternativas, cuando menos en el presente. Y así, aunque los medios más nuevos, y posiblemente otros del futuro, suponen un desafío al periódico, éste sigue siendo un complejo cultural institucionalizado, uno de nuestros modos fundamentales de la comunicación de masas.

Los medios forman cada día el presente social de referencia

A lo largo del día, el ser humano recoge y concentra de vez en cuando sus energías en un esfuerzo por entrar en contacto y quizá en comunión con la realidad.

En un mundo secularizado como en el que vivimos, esos momentos de comunión o contacto recogido con la vida envolvente tienen carácter social y consisten en información.

No hay proceso de llamada y escucha, sino de recepción pasiva. La reacción consistirá después en el comentario. La lectura del diario con el desayuno o en la primera hora de la oficina, la escucha del noticiero radiado al despertar o al salir de casa en coche, los noticieros televisados con que se interrumpe la jornada para escuchar las noticias, o recapitularla antes de cenar con otro noticiero, son las formas actuales de contacto o comunicación con el entorno. Y lo que los medios de comunicación hacen es ofrecernos el presente social. Sin ellos, el presente social resultaría pobre y encogido, sería apenas el de la familia, la vecindad más inmediata, el medio de trabajo. Gracias a los medios, vivimos en el mundo y sabemos lo que está pasando un poco en todas partes.

Son los medios los que mantienen la permanencia de una constelación de hechos que no desvanecen al difundirlos, sino que impresionan a la audiencia, dan qué pensar, suscitan comentarios y siguen presentes en la conversación. El presente social de los medios dura por lo menos un par de días y su permanencia en los comentarios -que mantienen ese vivo presente- se prolonga por lo menos una semana. El comentario hace más intenso y duradero el efecto de la noticia.

La percepción periodística es una característica profesional de los hombres y mujeres que trabajan en los medios de comunicación. Tendremos que examinar con cuidado qué es lo que buscan y escogen y con qué criterios, pues esos son los que configuran lo que en una sociedad llamamos presente o actualidad.

2. La Investigación De La Comunicación De Masas Critica Y Perspectiva MAURO WOLF, PAIDOS IBERICA, 2006

Los medios hacen de mediadores entre la realidad global y el público o audiencia que se sirve de cada uno de ellos. Pero esa mediación es algo más que simple comunicación. Los medios no sólo transmiten, sino que preparan, elaboran y presentan una realidad que no tienen más remedio que modificar cuando no formar.

No será noticia probablemente lo que no tenga imagen con que aparecer en el noticiero televisado y eso dependerá de si ocurre en una ciudad con un equipo de cámaras en el lugar adecuado y en el momento oportuno.

La necesidad de los medios

Imaginemos que el más reciente y completo de los medios, la televisión, se ocupara continuamente de transmitir en directo “lo que pasa en la calle” y que por distintos canales pudiéramos conectar con la vida en nuestra ciudad y en las principales capitales del mundo. Tendríamos la sensación de algo aburrido, difuso, inacabado. No sólo resaltaría a la vista la necesidad de que alguien seleccionara lo más interesante, sino que aquellas realidades que teníamos a la vista se apretaran, concentraran, activaran.

Es posible igualmente que aun si conectáramos a media tarde con lo que para el presidente era la mañana y lo viéramos en su despacho leyendo un informe de un par de hojas y aun si pudiéramos leer por encima de su hombro el informe, por confidencial que fuera, nos parecería todo ello pobre y rutinario. Estamos acostumbrados a ver a los políticos en momentos de mayor actividad, bajando la escalerilla de un avión y estrechando manos, o despidiéndose en lo alto de la escalerilla y diciendo adiós. No es nada. Pero parece que haya más acción.

Aquello es, si se quiere, menos auténtico, pero el público lo prefiere, y a fin de cuentas los personajes públicos también.

La interpretación de la realidad como un conglomerado de noticias responde a una expectativa pública y a necesidades técnicas. La realidad social verdadera, en directo, se diluye a lo largo del día y la noche, y parece lenta, difusa, aburrida. Corresponde, por lo tanto, a la actividad profesional llamada periodismo dar de la realidad social presente una visión concentrada, dramatizadora, sugestiva, que escoja lo más interesante de todo lo que se sepa que ha

ocurrido y hasta lo retoque para ajustarla a las necesidades del tiempo y el espacio.

Con la introducción de los noticieros televisados en el ritual diario de las noticias, la formación del presente social se ha enriquecido con la posibilidad de “ver las noticias”. La información periodística funciona como un “continuum” y así se ha extendido de la prensa a la radio y de ésta a la televisión. Cada uno de los medios ha sido el predominante en algún momento, pero al aparecer nuevos medios no desaparecen los antiguos, sino que buscan su sitio en el conjunto: los libros y los periódicos, las películas y los diarios, la radio y el telégrafo continúan coexistiendo con la televisión. Los medios no actúan como unidades separadas, sino como partes de un único continuum unido por el efecto que los medios ejercen sobre la gente.

El pasado se presenta como presente

Los medios tienden a titular en presente. De este modo nos presentan como algo que está ocurriendo, que no ha terminado de pasar, cosas que en el cuerpo de la información vemos que sucedieron ayer o quizá anteayer. Se dice que en la vida diaria, cuando contamos algo y le queremos dar vivacidad, lo contamos en presente. El presente el más directo y próximo. Esta costumbre no es una invención de los que redactan titulares, sino que está tomada de la conversación corriente, del habla cotidiana. El presente se emplea porque es el tiempo de lo inmediato, porque es más vívido y porque cuando la gente cuenta algo que le ocurrió y le conmovió mucho, tiende a hacerlo en presente.

El titular en tiempo presente

El título es una síntesis. A veces, una expresión resumida de toda la noticia; otras, el espíritu de una intención informativa; en muchas ocasiones la representación sintetizada del copete y en otras el espíritu, el alma de la nota; siempre una forma de acuerdo entre el periodista y el lector para establecer una comunicación rápida e inteligible.

Todo título es un desafío; menor o mayor. Depende de ciertas circunstancias. Una de ellas es el espacio en que el título ha de ir encasillado. Y otras, de la habilidad del redactor para decir en pocas palabras el universo de una cuestión.

La tendencia a titular con verbo y en tiempo presente no sólo es visible en las normas y usos periodísticos actuales, sino que puede apreciarse también como algo que se afirma con el paso del tiempo. En un estudio sobre los titulares en el diario "X", se observa que el titular con núcleo verbal, que en años anteriores se utilizaba en un porcentaje superior al 50%, tiene un auge de hasta el 70%. En cuanto a los tiempos, predomina el presente de indicativo y el porcentaje va subiendo regularmente, desde el 35% hasta el 45%.

Generalmente, el lector no queda sorprendido al encontrar, debajo del titular en presente, la noticia redactada en pasado en el cuerpo de la información, con la debida precisión respecto del "cuándo" de la noticia. Y no queda sorprendido porque los titulares funcionan con cierta autonomía respecto de los textos que resumen y anuncian y, como es sabido, son muchos los lectores que de la información sólo leen el titular.

El "lector de titulares" tiene una impresión más vívida y directa de la realidad, que si leyera los textos enteros y el uso del presente influye en esto.

Lo que ocurrió hace uno, dos o tres días se incorpora así al tiempo de los lectores y de la conversación, que es el presente.

Los titulares tienden a lo sintético y expeditivo, al lenguaje hablado en el que la conversación se produce.

Dentro del diseño de un diario o revista tiene un protagonismo especial la formación gráfica de los títulos.

Sin arriesgar la personalidad que el diseño le adjudica a una publicación, algunos medios establecen formaciones relativamente rígidas, mientras otras juegan con mayor elasticidad.

Mientras numerosos títulos se representan con una sola línea o puente, las agrupaciones se integran con más de uno.

3.- Periodismo la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación.

No existe una norma fija en cuestiones gráficas; un título puede exponerse en dos, tres, cuatro, cinco y hasta seis puentes.

Es generalmente el diagramador, o quien ejerce esta tarea, el que decide, de pronto, qué formación debe ocupar un espacio por razones estéticas y de medida. Una aglomeración de títulos provocará, a simple vista, una mancha irritativa; un diagrama con agrupaciones equilibradas que juegan en blancos deliberados, es más descansado, llamará más la atención y estimulará la lectura.

Estos son algunos ejemplos:

La ampliación del presente

Los medios actúan menos Los medios se esfuerzan en provocar en nosotros la ilusión de que vivimos en un presente relativamente desahogado, en que están pasando gran cantidad de cosas -que en realidad han sucedido ya- y en que el futuro “se ve venir” con una cierta capacidad de previsión. Como historiadores que como presentadores: no es el pasado lo que importa.

Los medios no hacen historia y por eso algo que fuera enteramente pasado y no tuviera influencia ninguna en lo que hacemos o podemos hacer aquí y ahora no encontraría espacio en los medios.

La imagen de la realidad presente que construyen y articulan los medios con sucesos del pasado inmediato es una imagen proyectada hacia el futuro. Y ese

futuro es un porvenir que no se nos impone y sobreviene fatalmente, sino que en buena medida depende de nosotros, de nuestras acciones, expectativas y preferencias. De ahí que los hechos que atraen la atención de los medios como noticias especialmente relevantes y dignas de destacarse sean los que más puedan repercutir en el futuro.

Ver el pasado como presente ayuda a ver el futuro como un futuro “que ya ha comenzado”. La extensión del presente no es una cuestión puramente física, sino simbólica. Hoy los mensajes aparecen en las pantallas de los procesadores de textos, se almacenan y se borran a gran velocidad.

El presente de las noticias no se define tanto por su emisión como por su comentario. Las noticias influyen en los seres humanos mientras éstos las comentan.

El presente es lo que se comenta. Por eso son más noticia las noticias que más duran, porque son las que dan consistencia a nuestro presente de referencia, a nuestro presente colectivo, común, a los hechos que comentamos socialmente.

El periodismo interpreta la realidad social

Los hechos de la vida moderna no cobran espontáneamente la forma por la que se les puede distinguir. Esa forma ha de ser dada por alguien. Ese alguien por lo general son muchos, que trabajan en medios de comunicación, y que no se rigen por reglas objetivas, sino más bien por convenciones, impresiones e improvisaciones. Pero, aun así, lo que hacen se ajusta a un método que puede ser descrito y estudiado. El periodismo puede entenderse como un método de interpretación de la realidad social; ahora bien, si el intérprete ha comprendido mal, expresará mal, pero sólo en la expresión podrá juzgarse y tratar de probarse que ha comprendido mal.

La interpretación periodística permite descifrar y comprender por medio del lenguaje la realidad de las cosas que han sucedido en el mundo y se completa

con el esfuerzo, también interpretativo, de hacerse cargo de la significación y alcance que los hechos captados y escogidos para su difusión pueden tener. De ahí se deriva la invitación implícita a que la gente les dé respuesta.

La interpretación periodística no es algo que se dé de una vez por todas. Es sucesiva: empieza y termina en cada edición. No puede por eso ser completa y hasta pretende no serlo. La función principal de la interpretación es impedir las consecuencias indeseables de la comunicación masiva de las noticias. La selección, evaluación e interpretación de las noticias, guiada por el criterio de qué es lo más importante que sucede en el ambiente, tiende a impedir la sobre movilización y excitación del público: demasiada información que llegue demasiado rápida y demasiado “en crudo” puede inmovilizar a un individuo o una organización.

Considerar al medio como intérprete significa que hace las veces de receptor y de emisor o fuente. El medio percibe mensajes diversos, los decodifica, los elabora, los combina, los transforma y finalmente, emite nuevos mensajes.

El método se basa en supuestos

Ese método de interpretación sucesiva de la realidad social que es el periodismo se basa en varios supuestos:

- La realidad puede fragmentarse en períodos. El único período que se trata de interpretar es el actual.
- La realidad puede fragmentarse en unidades completas e independientes (hechos), capaces de interpretarse en forma de textos breves y autónomos (noticias).

La realidad interpretada debe poder asimilarse de forma satisfactoria en tiempos distintos y variables por un público heterogéneo.

La realidad interpretada debe encajar en un espacio y tiempo dados (la superficie redaccional del periódico que deja libre la publicidad; el tiempo destinado en la programación al noticiero).

La realidad interpretada debe llegar al público de un modo completo a través de una gama de filtros y formas convencionales (géneros periodísticos) que le permiten entenderla mejor.

Examinaremos brevemente cada uno de estos supuestos:

Los períodos: el periodismo opera por reducción en el tiempo. No trata de interpretar toda la realidad, sino un fragmento de ella: un período. La extensión será máxima en cuanto al espacio y los temas. La restricción básica se opera en el tiempo: se trata de interpretar sólo lo más reciente, lo que no habíamos interpretado todavía.

El período se identifica por la periodicidad del medio. El diario presenta las noticias “del día”, el semanario las noticias o personajes de la semana, y la revista mensual los temas del mes. Los medios presentan, si es posible en presente, un conjunto de noticias que corresponden a hechos ocurridos naturalmente antes: unas horas, un día, dos días, a veces una semana o un mes antes.

El medio compone el presente social. Y todo se presenta sincrónicamente, no cronológicamente. Todo es simultáneo. Lo que importa no es cuándo pasan las cosas, sino cuándo las decimos, cuándo las presentamos. Las noticias de hoy son las que se dicen hoy, aunque los hechos que relatan hubiesen ocurrido hace tiempo.

Los hechos: la realidad puede captarse fragmentada en unidades independientes y completas llamadas hechos que pueden elaborarse, redactarse y comunicarse al público como noticias.

La interpretación periodística aísla unidades vistas como “hechos”. Una vez aislado e identificado el hecho, la interpretación continúa a través de una serie de operaciones. Hay que comprobarlo (verificarlo) y completarlo. Sobre todo, hay que redactarlo. Redactar viene de reducir. La reducción del hecho a lenguaje equivale a la redacción del mismo como noticia.

Redactada la noticia, queda la tarea de titularla y decidir el ancho de columna con que ha de componerse y el número de columnas -índice de la importancia que se le concede- que ha de ocupar el título en la página (o en los medios audiovisuales, de la palabra y de la imagen, el tiempo que ha de retener la atención del espectador).

Los medios no dependen de las noticias; son las noticias las que dependen de los medios. Y toda la sociedad colabora con los medios para que haya noticias y las conozcamos. Una sociedad no puede vivir sin un presente que la envuelva y le sirva de referencia. Siempre tiene que estar pasando algo y siempre hemos de conocerlo. Siempre tiene que haber acciones en curso y siempre hemos de poder enterarnos de ellas.

Enfrentando con cualquier dato de la realidad, el medio se pregunta: “¿es noticia?”. Alguien ha dicho algo o hecho algo; algo le ha ocurrido a alguien; algo ha pasado en alguna parte, etc.

4. *Manual de Periodismo* Vicente Lenero y Carlos Marín.

Al definir el hecho en términos verbales, con palabras, la interpretación de la realidad es ya forzosamente selectiva.

Un hecho es noticia si desde que lo captamos, formulamos y comunicamos podrá seguir funcionando como tal, es decir, si otros lo captarán, entenderán y repetirán, porque el hecho les ha interesado, quieren comentarlo, consideran que debe conocerse, que puede influir en sus vidas y en las de los demás, que puede repercutir en nuevos hechos que habrá de conocer también. Noticia es un hecho que va más allá de sí mismo, un hecho con trascendencia. Hace que

la gente hable, piense, actúe, que quiera intervenir en esa misma realidad que se le da a conocer.

Al servicio público: la interpretación sucesiva de la realidad social que llevan a cabo los medios se propone ante todo conseguir que cualquier persona en cualquier lugar pueda ponerse al corriente de lo que pasa, comentarlo e intervenir en las acciones en curso si puede y lo desea. El periódico está compuesto en forma de mosaico para que el lector pueda captar en cualquier rincón, gracias al resumen que da el titular, el hecho que le interesa conocer. Puede leer la información entera, prescindiendo de las que hay al lado o las que vienen después. **Los medios están al servicio del público.**

Los géneros periodísticos: a la asimilación rápida de la realidad contribuyen los géneros periodísticos.

Un mismo texto periodístico ha sido elaborado y reelaborado por manos que permanecen anónimas. La información que ha preparado uno, otro tiene que editarla y ajustarla al espacio o al tiempo, cortando allí y quizá añadiendo acá datos que el primero no conocía. Hay que saber por lo tanto no sólo qué se está diciendo, sino qué se está haciendo: si se está tratando de una noticia, un reportaje, una crónica, un editorial.

Cuanto más se respeten las convenciones propias del género -nadas de una peculiar relación entre contenido y forma- más homogéneo resultará el trabajo de redacción y más confianza adquirirá el receptor en el mensaje que le llega.

Los géneros son formas asimiladas por el hábito, formas que pueden enseñarse y aprenderse. Corresponde a estos géneros periodísticos cumplir distintas funciones para responder también a diversas necesidades sociales y satisfacerlas. La información y el comentario son dos necesidades sociales distintas. Necesitamos estar informados para saber qué pasa y qué significa cada uno de los hechos en el conjunto de los acontecimientos actuales.

Necesitamos formarnos una opinión de las cosas y comentarlas para saber en qué van a afectarnos.

Lo que en los medios se llama información es una variante o extensión de la noticia. Pero hay también necesidades informativas que la noticia no satisface. El lector quiere ver, sentir, entender las cosas como si hubiera estado en el lugar del hecho, comprender la articulación de una serie de sucesos y las circunstancias en que se han producido. Esta es la función del reportaje.

La entrevista puede entenderse como una variedad del reportaje, porque su función esencial es también la de acercarse y acercar. La entrevista nos permite oír a la persona, saber qué piensa, cómo es.

La crónica tiene una función de relato de lo que pasa a lo largo del tiempo por un lugar o un tema. El corresponsal de un medio en una ciudad es el cronista de lo que pasa en ella y en el país de la que es capital.

El cronista es un especialista del lugar cuya vida cuenta y por eso firma sus crónicas.

También el crítico es un entendido, un experto, y aporta información sobre el autor de una obra (literaria, dramática, cinematográfica, etc.), el contenido, acaso la representación de ella, su interpretación o exposición. Pero la función que cumple, más allá de la información es el juicio, el comentario. El crítico juzga y valora con arreglo a su criterio, que razona y presenta de un modo más o menos convincente. Un posible ejemplo sería:

Comentar es meditar, aunque tenga por objeto lo que acaba de ocurrir o está ocurriendo aún.

5. Géneros Periodísticos Juan Gargurevich

El comentario se sitúa a cierta distancia del hecho y esboza una reacción ante él, una respuesta que puede tomar la forma de una acción o quedarse en juicio.

Y también es un comentario el chiste, gráfico, literario o ambas cosas. Más exactamente, el chiste es una noticia imaginaria que cumple la función de comentario. El chiste difunde las fantasías que alientan en la sociedad y da expresión placentera a las tendencias agresivas que existen en el ambiente. He aquí algunos ejemplos tomados de un diario de la actualidad:

Las páginas de opinión cobijan también cartas de lectores, participación del público a la mediación generalizada del medio.

6. Técnicas de Enseñanza del Periodismo

2.2. Desarrollo categorías de análisis teórico conceptual

INTERAPRENDIZAJE

GESTION DEL ESTUDIO COLABORATIVO Y EN CONECTIVIDAD

Inter aprendizaje: es el elemento sustantivo de trabajo académico a distancia, puesto que es la experiencia pedagógica que permite superar el aislamiento que genera la distancia y favorece el surgimiento de los siguientes valores en el estudiante: autorrealización, logro intelectual, autoestima , pertinencia y seguridad.

Técnicas y herramientas de estudio colaborativo:

La motivación

La regulación social del conocimiento

Estudio de pertenencia ante el grupo

Logros de las metas de aprendizaje.

Control pleno de la autoestima ante el grupo

Ser críticos con los pensamientos, no con los sujetos que las expresan y sustentan.

Centrar su acción en sustentar no en ganar.

Respetar todas las opiniones.

Cambiar el propio pensamiento cuando las evidencias así lo demuestren.

Llega hacer

Técnicas y herramientas del estudio desde la conectividad:

La virtualidad, como forma de comunicación operativa e interactiva, revitaliza la distancia y la proximidad, posibilitando un nuevo modo de encuentro humano y de socialización del conocimiento, el Internet permite la argumentación y el debate, escuchar y reaccionar, y darle soluciones comunes a problemas difíciles.

7. Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales Felipe Pardinás

Las tecnologías de la información y la comunicación TICS, fortalecen ampliamente las maneras convencionales de trabajo académico en el nivel de la educación superior.

Entre las técnicas más recomendadas están:

Que perciba todos los estímulos y los convierta en información útil a su proceso de formación.

Ser racional y sensato con la nueva herramienta de estudio
Ser activo, recibir y seguir instrucciones.

Tener pleno conocimiento mediante la indagación de nuevas fuentes de información.

Programar conjuntamente con los compañeros de grupo de curso y con el tutor encuentros empleando Internet en tiempo real.

Rutina de estudios donde esté incluido un horario para la conexión con el tutor interacción virtual, para ello es recomendable: recopilar los mensajes de correo y descargarlos en el disco local, imprimir los documentos descargados para leerlos sin conexión.

Llega a ser efectivo cuando se cumplen, las siguientes reglas:
Que todos los participantes lleguen al encuentro con los productos de aprendizaje autónomo.

Que se roten semanalmente los papeles; de esta manera siempre estarán todos activos.

Que exista la corresponsabilidad entre todos los integrantes del grupo.
Que se definan previamente los objetivos del proceso, el desempeño de los participantes y la calidad del resultado final.

ASESORIA PEDAGOGICA

El estudiante no construye el conocimiento en solitario, sino gracias a la mediación de los otros y en un momento y contexto cultural.

TUTORIA:

Desde de diferentes perspectivas pedagógicas al Tutor se le han asignado

diversos roles: el de facilitador, orientador y guía del proceso de aprendizaje.

La tutoría nunca se desarrolla en una relación unidireccional, sino que es altamente interactiva, dónde el manejo de la relación con los estudiantes entre sí forma parte de la calidad de la docencia.

El tutor se constituye en un organizador, animador y mediador en el encuentro del estudiante con el conocimiento y con su grupo colaborativo para reafirmar sus procesos y productos académicos.

CONSEJERIA

La función central del consejero consiste en orientar y guiar la actividad mental constructiva de sus estudiantes, a quienes facilita una ayuda pedagógica acordada a su competencia, acompaña al estudiante desde lo metodológico y lo Psicoactivo. Proporciona una ayuda pedagógica que, asumiendo el rol de profesores constructivos y reflexivos, hacen aportes relevantes para la solución de los problemas del estudiante.

La consejería supone nuevas intervenciones del docente de un sistema de educación a distancia, las cuales tiene como propósito sostener al estudiante en su proceso de formación, a través de la vigilancia del nivel de competencia en la tarea de aprendizaje, manifestado por el educando, de manera que entre más dificultades tenga en lograr el objetivo educativo planteado, más directas deben ser las intervenciones del consejero.

DIFERENCIA ENTRE TUTORÍA Y CONSEJERÍA: El tutor interviene en los planos conceptual, reflexivo y práctico del estudiante y dentro de su formación profesional específica. El consejero interviene en los mecanismos complejos y múltiples variables del proceso de aprendizaje de cada estudiante para mantenerlos motivados, atentos, autónomos y en consecuencia, su actuación como docentes se orientará a conseguir resultados académicos más positivos.

DIFERENCIA ENTRE CLASE Y TUTORÍA

Se resalta que durante una clase el profesor se centra en la concepción de la enseñanza eficaz.

En la tutoría la interacción docente-estudiante se manifiesta en la reflexión de la acción recíproca, pues el educando reflexiona acerca de su proceso de aprendizaje y el resultado que obtiene. A su vez el tutor se pregunta lo que el estudiante revela en cuanto a conocimientos y dificultades en el aprendizaje, y piensa en las estrategias más adecuadas para su autorregulación.

TIPOS DE TUTORIA

- Según el número de estudiantes: Individual, grupo colaborativo, grupo de curso
- Según modo de realizarse: Presencial, mediada.
- Según el propósito: Inducción, eventos formativos, información de retorno, Orientación académica administrativa. Orientación académico administrativa

La superación permanente de los docentes

En el siglo XXI, varias organizaciones internacionales señalan el advenimiento de una "sociedad del conocimiento" o "sociedad de la información" que transformará el actual escenario mundial en el llamado "planeta azul", cuyo principal catalizador es la revolución tecnológica que tiene lugar en nuestros tiempos, especialmente en el campo de la información y de las comunicaciones; donde se espera que para el año 2020, de una población de 8.000 billones de habitantes, cerca de mil millones estarán en capacidad de comunicarse entre sí de manera instantánea.

8. Metodología de la Investigación Científica y Técnicas de Estudio Felipe f. Urriate Mora

Siendo el problema del conocimiento, del aprendizaje que ha de tener lugar para ello en las diferentes alternativas al formar nuevos significados, para procesar información, obliga a las Ciencias Pedagógicas y a los protagonistas docentes (profesores y alumnos) a un replanteamiento del proceso de enseñanza aprendizaje.

En tal sentido se precisa la existencia de un nuevo orden mundial en materia educativa pues se dibujan los escenarios complejos según los postulados de la Organización de Naciones Unidas como:

- a) Una vinculación estrecha entre las instituciones educativas y el esfuerzo productivo y social en la generación de bienes y empleos.
- b) La supervisión de la calidad profesional de los egresados de las instituciones educativas.
- c) El mejoramiento de los niveles internacionales de calidad y competitividad de educación sin perder de vista la identidad nacional.

Dentro de las formas de superación más empleadas en el último período se encuentran la auto-superación y la superación desde los puestos de trabajos, que se combinan con la presencial por encuentro.

En investigaciones desarrolladas, la Dra. Josefa Lorences y citadas por Adriana Casadevall , expone los modelos fundamentales a los que ha estado adscripta la superación profesional, entre los que se pueden destacar:

El modelo de formación academicista: centrado en la actualización de los contenidos, entendidos en su concepción restringida y descontextualizada.

El modelo de formación utilitaria: que da respuesta a planteamientos técnicos de la enseñanza en el que los docentes tienen la función de aplicar programas y estrategias que han decidido y elaborado expertos externos para la obtención de la máxima eficiencia en el logro de determinados objetivos.

El modelo de formación centrada en el aula: que se ha impuesto en los últimos años y que impulsa el desarrollo de programas desde el propio diseño y funcionamiento de la escuela, la involucra como organización y facilita su transformación como un todo mediante la creación de condiciones organizativas, de dirección participativa, la promoción del trabajo colectivo orientado hacia la solución de problemas prácticos.

El modelo de formación descentralizado: en el que se elabora el sistema de superación a partir de las necesidades y exigencias del desarrollo socio cultural de cada territorio en correspondencia con los objetivos generales de la

educación, mediante la utilización de diferentes tecnologías en determinadas condiciones, territorios e instituciones, que adopta sus propias particularidades en dependencia de las cuales establece exigencias y niveles de aspiración para el logro del desarrollo profesional.

Siguiendo a Cazau (Citado por Gallardo 2004) , el aprendizaje secundario se basa en:

Aprender a conocer: desarrollar las capacidades que le permitan adquirir las herramientas de la comprensión como medio para entender el mundo, comunicarse y valorar la importancia del conocimiento y la investigación.

Aprender a aprender: desarrollar capacidades que le permitan adquirir y crear métodos, procedimientos y técnicas de aprendizaje y estudio como herramienta para seguir aprendiendo toda la vida.

Aprender a hacer: desarrollar sus capacidades para innovar , crear estrategias , medios y herramientas que posibiliten combinar los conocimientos teóricos y prácticos con el comportamiento sociocultural, desarrollar aptitudes para el trabajo en grupo , la capacidad de iniciativa y de asumir riesgos.

§ Aprender a ser: desarrollo de la integridad física, intelectual, afectiva y social, teniendo en cuenta las relaciones con el entorno laboral y social.

Al considerar estas características, y situarnos en nuestro campo de acción, valoramos la necesidad de diseñar la superación del profesor, a partir de una propuesta viable, flexible y de calidad que permita mayor adaptación y velocidad de respuesta a las necesidades de cambio que exige el nuevo modelo pedagógico, remitiéndonos para ello también a lo planteado por Álvarez de Zayas cuando reconoce que el programa de superación constituye la proyección que planifica y organiza la ejecución del proceso docente, concretado en un período de tiempo determinado, con el objetivo de alcanzar los propósitos propuestos.

Un enfoque contemporáneo de Comunicación Educativa.

Si se toma como punto de partida la definición etimológica de comunicar, se encuentra que el término procede del latín *comunicare*, que significa: establecer algo en común con alguien, compartir alguna información, ideas, etc. Esta definición subraya el carácter co-participativo de la acción, además el término no es exclusivo de una ciencia social en particular sino que tiene connotaciones de las ciencias sociales de que se trate por lo que se considera una categoría poli semántica.

Los estudios teóricos y metodológicos de la comunicación han contribuido no sólo los filósofos, sino también ocupan un lugar esencial los aportes hechos por teólogos, psicólogos, antropólogos, sociólogos, matemáticos, físicos y cibernéticos. De esta manera, la Dra. Victoria Ojalvo, en sus estudios sobre el tema, refiere el desarrollo de tres fuentes fundamentales en el surgimiento de la comunicación:

Ojalvo 95] señala dos niveles en este análisis: Nivel no propositivo. Es inherente a toda relación humana, siendo cualquier acto educativo una relación de individuos que entran en interacción. Está implícito de hecho, una dimensión comunicacional, donde se intercambian mensajes, aunque este objetivo no sea consciente para algunos de los implicados.

Nivel propositivo. Existe una intención expresa de realizar determinados procesos comunicacionales como transmitir, informar, compartir, debatir, con el propósito explícito de ejercer una influencia educativa, ejemplo: la familia, la escuela.

Modelo de educación que hace énfasis en los contenidos

Se caracteriza por énfasis en la transmisión de información, asumiendo el profesor el lugar protagónico, tratando de inculcar nociones e introducirla en la

memoria de los alumnos, concibiéndolo como receptáculo y depositario del conocimiento, tiene predominio en el sistema educativo formal, es una educación vertical, paternal y autoritaria.

Sustenta su influencia en el modelo comunicativo fonológico, basado en la existencia básica de un Emisor y un Receptor, se caracteriza por ser unidireccional, por lo que no establece un verdadero proceso de comunicación pues la participación del alumno en este modelo se refiere a la reproducción de palabras del texto o del maestro, siendo los ejes centrales el texto y el profesor. Sin embargo, un concepto amplio del término educación implica aquel proceso orientado al desarrollo personal, donde “el educando simultáneamente construye conocimientos y se desarrolla en planos diversos como persona” (González Rey, 1995). El proceso de educación requiere de la interrelación entre la asimilación del conocimiento y el desarrollo de la personalidad.

Modelo de educación que hace énfasis en los efectos

Este supera al anterior porque le otorga gran importancia a la motivación y plantea como objetivo “el cambio de actitudes”, tiene sus orígenes en la Segunda Guerra Mundial en Estados Unidos, se apoya en la teoría conductivista, concede una cierta participación al alumno a través de ejercicios o tareas, este modelo se corresponde con la comunicación persuasiva en donde el Emisor (profesor) continua desempeñando un papel principal y el Receptor (alumno) sigue siendo subordinado, se añade un elemento nuevo Retroalimentación que actúa como respuesta de retorno, útil para verificar si la información fue recibida tal y como fue programada.

A pesar de las limitaciones que ha tenido este modelo ha permitido el enriquecimiento en su dimensión instrumental tanto en la relación directa con el alumno como en la educación a distancia haciendo uso de los medios técnicos. En las últimas décadas, como respuesta ante el tecnicismo de corte conductista, condicionada por la influencia de los enfoques humanistas en la Psicología y la Pedagogía que resaltan la importancia de la comunicación y la

relación interpersonal en la educación (así como por enfoques sociológicos dados por las necesidades de democratización y participación en el contexto social) fue conformándose una tendencia a un modelo educativo centrado en el propio proceso de aprender, que resalta el papel del diálogo y aboga por una no directividad, por la necesidad de una verdadera comunicación entre sus participantes.

Modelo de educación que hace énfasis en el proceso

Es un modelo gestado en América Latina, cuyo principal exponente es Paolo Freire de Brasil, pues concibe la educación como praxis, reflexión y acción del hombre sobre el mundo para transformarlo, otro autor destacado es el argentino Enrique Pichón Rievire pues ha sistematizado la relación estrecha entre comunicación y educación. Esta concepción adopta diferentes variantes enfatizando en el proceso transformador de las personas, su desarrollo personal y profesional en el contexto grupal y su interacción dialéctica con la realidad.

Es un modelo auto gestionado, democrático, centrado en la participación dialogada abriendo múltiples canales y redes de comunicación, solo se concibe un verdadero aprendizaje cuando hay autogestión de los educandos, basando su esencia en la interrelación del sujeto con el medio social.

En el mismo se toma al alumno como centro y el docente solamente conduce, facilita su propia construcción del conocimiento, necesitándose de la interactividad, de la verdadera participación, lo que implica acudir a la dimensión humana, subjetiva, de los que intervienen en el proceso y a la competencia del educador en el establecimiento de las relaciones humanas que éste supone, por lo que consideramos este modelo el más acertado en el proceso de universalización de la carrera de comunicación social.

El término sistema (del lat. sistema, y este del gr. σύστημα) se refiere a la noción de conjunto (ejemplo conjunto de reglas o principios sobre una materia

racionalmente enlazados entre sí, conjunto de cosas que relacionadas entre sí ordenadamente contribuyen a determinado objeto, conjunto de órganos que intervienen en alguna de las principales funciones vegetativas, conjunto estructurado de unidades relacionadas entre sí que se definen por oposición.

Cualidades del sistema de talleres

Se considera la necesidad de dirigir desde una perspectiva contextualizada acciones encaminadas a resolver los problemas detectados en la actividad de los profesores con un enfoque de sistema que relacione los elementos que actúan dentro del mismo y sus relaciones con el entorno, proponemos dar una solución científica a la contradicción creada a través de este enfoque, en el que predominen las relaciones de coordinación, aunque no dejen de estar presente las relaciones de subordinación y dependencia.

El enfoque de cambio en la orientación permanente hacia el mejoramiento continuo de la preparación de los profesores, y mediante el enfoque sistémico que garantice una actitud en ellos, extrovertida, voluntarista, anticipada, crítica y abierta al cambio.

Para lograr transformar la manera de conducir el proceso de enseñanza aprendizaje, de forma tal que los docentes sean un modelo a imitar por los futuros comunicadores sociales y posean un profundo dominio del contenido que imparten, piensen positivamente y sientan satisfacción de hacerlo correctamente.

Elementos que lo integran

El docente: los docentes desempeñan un rol protagónico en las transformaciones de la sociedad. Para elevar su autoestima y desarrollo profesional, necesita del reconocimiento que socialmente se haga de la importancia de su profesión, lo que conlleva a alcanzar su plenitud en la medida en que sientan placer por la superación, que experimente satisfacción

por perfeccionar sus conocimientos para contribuir a la preparación para la vida de sus educandos.

9. Introducción al Diseño del Proyecto de Investigación Holgar Ramos Olmedo

LA COMUNICACIÓN

La comunicación un proceso interactivo.

El considerar la comunicación como una forma de interacción implica destacar el carácter activo de los participantes en el proceso.

La comunicación en su proceso de interrelación entre dos o más personas en la que todos sus participantes intervienen en calidad de SUJETOS activos. El concebir a todos los participantes como sujeto permite trascender al esquema clásico de la comunicación.

Mensaje canal

EMISOR ----> RECEPTOR

Retroalimentación

SUJETO ----> OBJETO

Al ubicar a “otro” en la posición de Receptor, se solapa el carácter activo del sujeto, visualizándolo como un ente que recibe información o afecto y responde al estímulo de manera mecánica, evidenciando la calidad de la recepción del mensaje (feed – back) lo que no supone que sujeto (Receptor) esté implicado en el acto comunicativo, ni comprometido sus motivos y necesidades.

La palabra **comunicación** como expresamos anteriormente, deriva del latín COMUNIS que significa común. Al comunicarnos pretendemos establecer una comunidad con el otro nos proponemos compartir una información, una idea, una actitud, establecer contacto, expresar pensamientos y sentimientos.

La persona que inicia la comunicación es el **emisor** quien transmite pensamientos, opiniones, sentimientos, dudas.

RECEPTOR se le denomina a quien escucha, acoge, recibe lo emitido. Al contenido comunicado entre ambos se le llama **mensaje**.

La forma empleada para emitir dicho mensaje se refiere al **CANAL** que puede ser mediante palabras, por gestos, movimientos, cara a cara, por escrito.

Los elementos que integran el proceso comunicativo representan un sistema complejo, dinámico e interdependientes, por lo que las variaciones en uno de ellos afectan a los demás y a la propia comunicación.

Concebir la comunicación como proceso interactivo nos lleva a replantearnos el esquema anterior para destacar el carácter activo y la condición de sujeto de todos los participantes.

SUJETO <-----> SUJETO

Estructura de la comunicación:

- Dimensión comunicativa
- Dimensión preceptúa
- Dimensión interactiva

Dimensión comunicativa: Se refiere al intercambio de información entre los individuos. Incluye elementos tales como:

- Fuente oral, escrita o gestual
- Mensaje o Destinatario
- Canales Primario (verbal)
- Secundario (no verbal)

Comunicarse supone entrar en contacto con el otro, es penetrar de alguna manera en la subjetividad de con quién (es) nos comunicamos. Aceptar que participe del nuestro. Significa compartir gustos, aficiones, experiencias. Valorar el contenido de los mensajes recibidos, mostrar que escuchamos atentamente y una disponibilidad al diálogo, no solo al monólogo.

Todo comportamiento revela mensajes comunicativos los que representan vehículos de información generadora de vínculos entre las personas. De los tipos de comunicación verbal y no verbal. No siempre se manifiestan coherentes, observándose discrepancia que pudieran distorsionar el mensaje y dañar la relación o crear conflictos.

Comunicación verbal. El empleo de medios verbales, signos, símbolos para transmitir una información proporciona un conocimiento determinado, que no propicia un vínculo interpersonal. Constituye el nivel primario de la comunicación se centra en “lo que se dice” a través de conceptos comprensibles directamente.

Comunicación NO VERBAL: El mensaje es expresado mediante formas NO VERBALES lo que implica del interlocutor una interpretación o traducción del lenguaje codificado que recibe. Representa el nivel secundario de la comunicación se centra en “lo que se dice con gestos o lenguaje corporal.

Se caracteriza por la variedad y amplitud: tono e inflexiones de la voz, ritmo, cadencia, contacto de las manos, movimientos del rostro, gestos, posturas del cuerpo, el silencio. También el contexto en que tiene lugar la comunicación es necesario considerarlo para comprender lo comunicado.

El mensaje enviado puede entenderse de diferentes maneras y evocar emociones en dependencia del interlocutor y del contexto. En ocasiones, la interferencia en uno y otro provocan conflictos, que de no considerar esta posibilidad serían inexplicables las conductas reactivas observadas en los otros.

Dimensión perceptiva

Se destacan el proceso de percepciones y comprensión mutuas entre los participantes en el proceso comunicativo.

La comprensión mutua supone considerar los motivos, objetivos y actividades del otro así como, su aceptación lo que propicia la realización de acciones conjuntas y estrechar los vínculos de intimidad y apego entre los participantes.

Es posible entender la atracción interpersonal en el grupo si valoramos el desarrollo de la dimensión perceptiva

Dimensión interactiva

Se refiere a la organización de la interacción entre los sujetos que puede adoptar diferentes formas de:

- Cooperación
- Competencia
- Acuerdo
- Conflicto
- Adaptación
- Oposición
- Asociación

En esta dimensión se destaca el elemento emocional de la comunicación .Evaluar la forma en que interactúan los sujetos tiene un extraordinario valor en la labor educativa.

La comunicación es una forma de interacción, puede considerarse un indicador del nivel de desarrollo del grupo y de su comportamiento. Una comunicación disfuncional puede generar tensión o frustración. Además las barreras en la comunicación pueden provocar dificultades para establecer normas para la funcionalidad del grupo e incluso, ser una de las variables que expliquen las dificultades para aprender y los problemas de conducta de los alumnos .Un diagnóstico acertado le permitirá al maestro brindar los niveles de ayuda que desarrollen la potencialidad de los alumnos.

Al abordar la estructura y funciones de la comunicación se destacan el proceso informativo en el que la comunicación cumple la función de intercambio de información; el proceso de interacción, de influencia recíproca, la comunicación cumple en este un caso de función reguladora de la conducta; y el proceso de comprensión mutua, de percepción interpersonal donde intervienen las emociones de los comunicantes y que cumple una función afectiva.

En el proceso de comprensión mutua que es considerado esencial en la relación profesor-alumno, se destacan los mecanismos de identificación, percepción mutua y de empatía que en las condiciones de nuestra línea de trabajo, el trabajo de la influencia del proceso de comunicación en la formación de los motivos profesionales representa un momento de especial atención en la concepción de las distintas sesiones de trabajo que forman el experimento.

En la comunicación profesor-alumno la función informativa adquiere una gran dimensión por ser el primero que facilita la construcción de los conocimientos sistematizados y las experiencias necesarias en la formación de los estudiantes. No con poca frecuencia esta función se hiperboliza en detrimento del resto, manifestándose el carácter asimétrico de la comunicación que provoca que el proceso de comunicación sea menos eficaz (Ibarra, L. 1988). Además por ser un proceso de interacción no puede concebirse de forma tal que un polo emite el mensaje y el otro solo recepta esa información, sino que el sujeto se implica como personalidad en el proceso. En el proceso de intercambio de información se produce una influencia mutua que incide en el comportamiento del alumno. En este sentido, es preciso tener en cuenta que en la comunicación pueden producirse barreras sociales o psicológicas levantadas tanto por el profesor, sino expone con meridiana claridad sus objetivos, motivos de la comunicación o si ignora las necesidades, intereses, motivos y actitudes de sus estudiantes, así como por los propios estudiantes

que pueden poseer una percepción distorsionada por el profesor o que el mensaje no ha sido adecuadamente descodificado.

Barreras de la comunicación

Entendemos por barreras de la comunicación las interferencias u obstáculos que dificultan la comprensión de la información, de los sentimientos y del comportamiento. E impiden la funcionalidad del proceso y una adecuada relación interpersonal.

Se han identificado algunas tales como:

- Barrera del amor propio:
 - Resta valor a las cualidades de los otros y aprecia sólo las suyas.
 - Se cree con toda la verdad e impide que los otros hablen.
- Barrera de la indiferencia:
 - Se oye al otro pero no se le escucha.
- Barrera de la superioridad:
 - Se siente superior al otro, no se le considera como a igual en dignidad.
 - Considera al otro como objeto, no como sujeto.
- Barrera del oído selectivo:
 - Escucha sólo lo que le conviene.
- Barrera del patrón:
 - Cuando encasilla al otro en una determinada imagen.
- Barrera del lenguaje:
 - Cuando antepone la ironía o la burla al lenguaje comprensivo.

10. Comunicaciones Roland Barthes

En el proceso comunicativo levantamos barreras sin saber las consecuencias para la interacción con el otro ni lo disfuncional que resultan los mensajes en los que se emplean términos ,juicios evaluadores, autoritarios, acusadores, que interrogan, trivializan y dan soluciones o consejos sentenciando.

En este mismo sentido, las sobregeneralizaciones usando expresiones totalizadoras, lapidarias como “Siempre” ”nunca” “nada” acompañadas regularmente de una carga emocional inadecuada.

Así como los mensajes o en realidad los dobles mensajes que implican contradicciones entre la comunicación verbal y no verbal, el contenido y el afecto, el discurso y la conducta o entre lo que se expresa y lo que se exige, ”haz lo que yo digo y no lo que yo hago”

Para comunicarnos mejor sería conveniente observar algunos aspectos:

- Elegir un lugar y momento adecuado y pactado con la otra persona
- Reflexionar sobre qué se quiere conseguir y cómo decirlo mejor
- Ser consciente de cómo nos sentimos y procurar un estado emocional favorable para comunicarnos (un buen suspiro o contar hasta diez
- Describir los hechos, no calificar, ni juzgar ni culpabilizar. “La música está muy alta”
- Expresar los sentimientos, deseos y opiniones en forma de mensajes “YO”(“Estoy atormentada “,en lugar de decir . “Tu me atormentas “) Los mensajes TU regularmente acusan.
- Reconocimiento de las necesidades propias y del otro. ”Yo se que tu quieres oír música y yo tengo necesidad de dormir”
- Negociar una solución que satisfaga a los interlocutores “Si tu escuchas la música más bajita yo puedo dormir”
- Reflexionar sobre posibles consecuencias de sus actos
- Utilización de mensajes claros , precisos y útiles
- Una escucha empática favorece el proceso comunicativo al:
- Aceptar los argumentos, objeciones o críticas de la otra persona sin que esto signifique estar de acuerdo con sus conductas u opiniones.
- Comprometerse física y mentalmente a escuchar
- Mirar al otro
- Indicar que se escucha afirmando con la cabeza
- Escuchar sin interrupciones innecesarias
- Dejar las pausas para animar al que habla a lo que siga haciendo

- Evitar ponerse a la defensiva
- No distraer la atención de la conversación del que habla, mostrándose en desacuerdo o hablando de sí mismo.
- Resumir de vez en cuando lo que dice el otro para asegurarse de que se ha atendido.

En una discusión con un grupo de madres y padres y en otra ocasión en un encuentro con maestros y maestras, las reflexiones fueron semejantes ¡qué difícil y que fácil es comunicarse adecuadamente! y cuantas barreras erigimos sin percatarnos que nos distancia del otro de la comunicación.

El dominio de estos elementos es un momento importante en el camino que nos conduce a establecer relaciones interpersonales más desarrolladoras y para ello es imprescindible una comunicación funcional.

La comunicación en el aula

Si en el aula la comunicación se efectúa en un solo sentido, desde maestro emisor de los contenidos hacia los alumnos y los alumnos no se implican en el proceso comunicativo esta será deficiente, porque no hay oportunidades para el diálogo ni el intercambio, no se crea el espacio interactivo y no se participa por diversas razones: por temor a equivocarse, por falta de motivación, porque no se generó el momento oportuno, etc.

Los maestros podrían reducir los problemas de disciplinas en el aula, si promovieran una comunicación efectiva en la que los alumnos tuvieran la posibilidad de interactuar, intercambiar opiniones y criterios libremente y la comunicación fuera también alumno – alumno no solo en dirección vertical profesor - alumno.

11. Como Desarrollar una clase formativa y productiva Menigno Hidalgo Matos.

El limitar el intercambio y el diálogo entre los alumnos durante la clase, no elimina la necesidad de expresar sentimientos o ideas de satisfacción o malestar, solo los contiene los inhibe.

Estos se manifestarán en otro momento, en el receso o en otra clase, pero como un estallido por la presión a la que ha estado sometido el grupo.

Este aspecto se observa también en el proceso de aprendizaje, en el cual con no poca frecuencia, la falta de habilidad para generar un debate participativo provoca preguntas y respuestas mecánicas que no garantizan una producción de alta calidad ni la construcción del conocimiento.

Observar cómo se dicen las cosas, aclara su significado y contribuye a la labor del maestro en la educación del grupo.

Se han identificado modelos educación asociados a modelos de comunicación según clasificación de DíazBorde nave (Ojalvo,1995).

- Educación con énfasis en los contenidos.
- Educación con énfasis en los efectos.
- Educación con énfasis en el proceso

En la educación con énfasis en los contenidos, el profesor asume el rol protagónico en el proceso de transmisión de la información y de los valores desde el lugar del poder y del saber .Al estudiante se le coloca en el lugar de la ignorancia, del no saber, recibe y recepta de manera pasiva lo transmitido, depositario del conocimiento no se propicia la implicación del sujeto a la situación de aprendizaje .Este modelo es propio de la enseñanza tradicional. Se asocia a la anterior concepción educativa, el modelo clásico de la comunicación, caracterizado por una relación sujeto - objeto, vertical, autoritaria y nomológica desde una dirección: la del profesor.

La educación con énfasis en los efectos representa un intento de activar la enseñanza con la introducción de medios técnicos como la televisión, video, la radio entre otros. La Tecnología Educativa atiende fundamentalmente la

formación de hábitos en los alumnos a partir de estímulos programados y planificados por el maestro, a los cuales responderá el alumno y repetirá el ejercicio hasta lograr el efecto esperado y su automatización. La participación del alumno es mecánica y pasiva y subordinada a las acciones repetitivas diseñadas por el maestro quien se mantiene como en el modelo anterior dueño del conocimiento y controlando los resultados.

La comunicación continúa siendo unidireccional, vertical, el profesor envía los mensajes y programa la retroalimentación en forma de estímulo y castigo, para la formación de los hábitos. No se fomenta una real participación del sujeto en función de sus necesidades y motivos.

Esto no significa que la introducción de los medios técnicos en la enseñanza conlleven este modelo. Su uso puede también promover la implicación del alumno como sujeto de aprendizaje, depende de los objetivos y la concepción de la educación.

La educación centrada en el proceso, el profesor estimula la construcción del conocimiento en el alumno y propicia y aprendizaje, asumiendo un rol protagónico y participando como sujeto.

La comunicación en este modelo, es un proceso interactivo, la relación es sujeto-sujeto, se estimula el flujo y reflujo de la información, el intercambio entre profesor y alumnos y entre los propios alumnos. Se produce un verdadero diálogo comunicativo, factor influyente en la formación de la personalidad, porque al comprometerse como persona, al considerar sus necesidades y motivos en el aprendizaje, intervienen activamente en la formación de sus valores y de su preparación para la vida.

Todavía en nuestras aulas se entremezclan los dos primeros modelos, aunque el profesor se encuentra en un proceso de aprendizaje de cómo moverse del lugar del saber, tradicionalmente reconocido y aceptar que los otros, los alumnos también tiene un saber, lo que permitirá despertar el

interés en lo que aprenden. Una comunicación dialógica es una vía para emprender esta otra manera desempeñar nuestro rol y convertirnos en mejores educadores.

La comunicación como indicador de la cohesión grupal

Ante un grupo de elevado nivel de cohesión grupal puede predecirse que existirá una elevada comunicación entre sus miembros. En la medida que un grupo presente un alto nivel de cohesión encontraremos menos diferencias individuales en cuanto a la cuantía de la interacción.

La satisfacción y el agrado de los estudiantes por el grupo se incrementan por la interacción.

Si el estudiante no percibe que es aceptado por los otros integrantes del grupo escolar, sus respuestas emocionales tienden a coartar su participación en los asuntos grupales.

El maestro puede manejar mejor al grupo en la medida que tiene en cuenta cuestiones tales como: los alumnos que ocupan una posición inferior desean lograr la aceptación grupal y encuentran como vía sustitutiva de satisfacción de ese deseo, recurrir a incrementar la comunicación con los alumnos que ocupan posiciones centrales en el grupo.

Las dimensiones del grupo escolar influyen en la comunicación. Ante un grupo grande las posibilidades de interacción y de comunicación disminuyen así como la participación de los alumnos en la clase.

También la dimensión de la escuela limita la comunicación entre los alumnos. Este factor es necesario considerarlo en actividades docentes como seminarios, talleres y otros en los que las posibilidades de los estudiantes intervenir en el debate son menores y al igual que la interacción

entre ellos, sobre todo porque en estas tareas el tiempo se enmarca en turnos de clases con un tiempo limitado y en un grupo numeroso tendría el estudiante que esperar al momento en que le llegue su turno y puede no coincidir su intervención con el curso de la discusión porque esa temática ya quedó atrás.

Por otra parte, algunos experimentan una sensación de amenaza al exponerse al grupo inhibiendo a participar al tener la impresión de que sus opiniones no son importantes y no merecen ser aportadas. Observándose una relación inversamente proporcional entre el tamaño del grupo y la participación en el grupo y la satisfacción en el sí mismo.

La explicación de lo anterior se muestra al estudiar los factores de grupo, que a su vez afectan el proceso comunicativo:

- los grupos grandes poseen un número mayor de integrantes y encontramos más diferencias individuales entre ellos.

- un grupo escolar grande se mantiene por un período y crea una estructura informal a tenor con la establecida formalmente. La red de relaciones se complejiza por la estructura y las percepciones mutuas y afectan la comunicación.

- Un grupo grande tiende a escindirse en subgrupos que son los que hacen posible la interacción entre los miembros.

En cuanto a la conducción del grupo escolar por parte del maestro se observa que en los grupos grandes la dirección tiende a ser más centrada en el maestro, menos participativa y que representa un desafío para el maestro la formación de habilidades de manejo de grupo para que no emplee prácticas de dirección autoritarias.

Además se hace necesario reconocer las posibilidades de trabajo que brindan los grupos pequeños en los que la capacidad de influir en los alumnos aumenta en contraste con lo expresado sobre los grupos grandes.

Comunicación y distribución espacial de los grupos en la clase.

Las contribuciones de los estudios sobre grupos, la experiencia de los maestros y las investigaciones en el ámbito escolar apuntan a considerar que la actitud de los alumnos a interactuar se favorece si pueden escucharse y verse, lo que les permite captar no sólo los mensajes verbales sino también lograr una comunicación no verbal ¿dónde ubicar a los alumnos más participativos que a veces monopolizan las discusiones? ¿y los que se muestran más silenciosos? ¿Cómo favorecer la comunicación entre los alumnos y no sólo en el sentido del profesor y el alumno?

Se ha comprobado que la disposición espacial en forma de círculo resulta ser satisfactoria al promover la interacción a nivel horizontal. Sin embargo, se hace necesario tener en cuenta la tarea y la dimensión del grupo al decidir la variante más favorecedora.

En un grupo escolar grande, la distribución espacial en círculo puede no ser la más adecuada para una comunicación efectiva porque la distancia entre los miembros no estimula la integración entre éstos. No siempre se puede evitar que la comunicación se dirige hacia al maestro. A ello hay que añadir que aquellos alumnos tímidos o que se les hace difícil expresar sus ideas se sienten más expuestos a los otros en comparación con otras disposiciones que los colocaría en una posición de tipo anónima que les ofrece más seguridad para exponer sus ideas.

12. Educación y Relaciones de Poder Alberto Merani

En los grupos de escolares pequeños ante la alternativa de elegir libremente donde ubicarse se ha observado que estos alumnos se colocan en torno al maestro figura de autoridad y que les ofrece seguridad. Otro elemento a contemplar es que los alumnos tímidos frecuentemente ocupan la primera

fila con la intención de intervenir sin la presión del grupo que experimentarán en otras posiciones en el aula. Estos factores influyentes en la naturaleza, la calidad y cantidad de las relaciones interpersonales contribuyen al desarrollo de la expresión oral, una de las habilidades más importantes de la escolarizan.

En algunas prácticas pedagógicas y en la literatura se desvaloriza la distribución espacial de los niños y niñas en filas o columnas. Al respecto, cabría señalar que parece haber una relación entre la manera de interactuar y el tipo de tarea, o de actividad en clase. Si el objetivo de la clase implica la realización de tareas de carácter individual, la ubicación en filas y columnas que limitan la comunicación y la interacción favorecen la ejecutora individual. Mientras que, en las clases que se estimula un aprendizaje cooperativo, que promueva el intercambio entre los alumnos para alcanzar el objetivo de la clase facilitaría este propósito una disposición espacial que propicie la comunicación y la interacción alumno – alumno.

En resumen, el conocimiento de estos vínculos entre la comunicación y la disposición espacial en el aula facilita que la labor del maestro sea más efectiva y mejore la conducción y manejo del grupo escolar.

Durante la clase regularmente, no se le da a los alumnos oportunidad para expresarse y los maestros tienden a centrarse en el contenido, en lo que desean comunicar, en que sea comprendido el mensaje y en la respuesta de los alumnos. Cuando el maestro concibe la educación y la comunicación como proceso de interacción atenderá también a lo que los alumnos desean expresar, los estimulará y propiciará las condiciones en el aula, diseñará la clase que permita la relación profesor – alumno, alumnos – alumnos.

La concepción sobre la disciplina en clase y la filosofía de escuela en torno a la significación de la comunicación entre los discípulos influirá en el comportamiento del maestro, en la actitud que asume frente a las

conversaciones en el aula y su preocupación o no porque se escuche solo su voz.

En los grupos escolares que se les proporcionan pocas oportunidades de comunicarse durante períodos organizados muy largo, satisfacen sus necesidades de comunicación en espacios como el receso o en las propias clases. Cuando los alumnos sienten que tienen tiempo libre o sin actividades y pueden interactuar lo hacen de manera caótica, como escape a la presión que han experimentado al no poder comunicarse durante las clases.

Una clase en silencio en la que solo se escuche la voz del maestro pudiera parecer para algunos un paradigma de clase “disciplinada” para otros, las condiciones no son propicias para un aprendizaje desarrollador ni crea un clima grupal que beneficie las relaciones y la comunicación.

De todo lo anterior, no se puede concluir que no sea necesario el control, el orden esto conduciría a manifestación de conductas disruptivas y obstruirían el proceso de aprendizaje.

La comunicación y educación son dos procesos indisolubles .Si consideramos sus vínculos y las formas de proceder más funcionales apostaremos por un mayor impacto en el desarrollo psicológico de nuestros Jóvenes.

Los medios y los periodistas, constructores semánticos de insumos y productos Conceptuar la vida política como sistema, ofrece más ventajas que inconvenientes, sobre todo si entendemos la vida política como un sistema abierto, y consideramos los tipos de intercambios que ese sistema mantiene con su ambiente, y la manera en la que los miembros del sistema responden a ese intercambio. La cultura política sería el repertorio de informaciones, conocimientos, hábitos perceptivos y orientaciones psicológicas que rigen las relaciones entre sistema y ambiente.

La cultura política puede entenderse como sistema de conducta, con sus *input* y sus *output*, abierto a las influencias del ambiente, en el que pueden observarse respuestas, generadas por los miembros del sistema, que pretenden regular o controlar la tensión que procede de fuentes ambientales como internas, y en el que se produce el feedback. Una cultura propia de un sistema político abierto no se parecerá a una cultura de un sistema político cerrado, diferencia que no necesita de más explicación si pensamos en la cultura norteamericana, francesa o italiana, y en la cultura cubana, libia o china.

El sistema abierto puede reducir la entropía, a través del tráfico de insumos (apoyos y demandas) y productos (políticas públicas), en tanto que el sistema cerrado la embalsa, la acumula y la convierte en pretexto para la legitimación de la represión.

¿Cómo se comunica la tensión procedente del ambiente al sistema político? En la cultura política de la moderna democracia, las relaciones entre el ambiente y el sistema político adquieren la forma de insumos, y atraviesan los límites del sistema político a través de los medios de comunicación.

- En la moderna democracia, medios y periodistas crean el mapa cognitivo de los ciudadanos, y administran el tráfico de las relaciones entre el sistema y su ambiente. Y cumplen con ese trabajo de la siguiente manera: convierten en mensajes de actualidad los cambios que se operan tanto en el sistema como en su ambiente;
- formalizan y construyen semánticamente los insumos de demanda y los insumos de apoyo;
- acuñan enunciados descriptivos (noticias) y enunciados prescriptivos (editoriales) a propósito de comportamientos, alternativas y propuestas de políticas públicas;
- destacan el protagonismo de unos actores sobre otros, al permitir que comparezcan en el medio (entrevistas), bien como expertos en aspectos

- específicos de las políticas públicas, bien como políticos que evalúan tal o cual producto, en términos de sus efectos o consecuencias sociales;
- analizan los cambios habidos en el ambiente del sistema, e interpretan los insumos de demandas, a los que alientan o desalientan, otorgando o negando legitimidad a sus pretensiones;
 - elaboran hipótesis y conjeturas sobre la evolución de los insumos de apoyo, como *input* que ingresan al sistema, y como fotograma que informa del estado actual de las relaciones entre el ambiente y el sistema;
 - analizan los productos del sistema, en términos de posibles efectos o consecuencias, en relación con los problemas que pretenden resolver, o con las demandas que quieren satisfacer;
 - administran el flujo de retroalimentación, por cuanto funcionan como una ventana del sistema asomada a su ambiente, y como una ventana del ambiente asomado al sistema;
 - gestionan la vigencia de los valores, en un contexto competitivo, en el que alientan la satisfacción que es posible dar a cada valor, en una constelación axiológica compleja, y administran la presión de los valores sobre los hechos y los comportamientos del sistema.

El periodista contribuye a conseguir la homeostasis social, aunque la cuestión de si su trabajo forma parte del control social o de la cultura compartida sea discutible, entre otras cosas porque buena parte de lo que pasa por cultura compartida puede interpretarse como control social de los comportamientos.

La cultura y los medios de comunicación

La teoría de la cultura de masas -escribe Habermas- estudia los fenómenos de la integración social de la conciencia a través de los modernos medios de comunicación de masas. El filósofo recuerda el análisis escéptico de Adorno ante la cultura de masas, que contrasta con las esperanzas de Benjamin, sobre la supuesta fuerza emancipatoria de la cultura de masas.

Habermas afirma que el análisis de Adorno es insuficiente, porque no tiene en cuenta el carácter radicalmente ambivalente del control social ejercido a través de los medios de comunicación de masas.

Habermas escribe que los medios de comunicación de masas constituyen reforzadores técnicos de la comunicación lingüística, que salvan distancias en el tiempo y en el espacio y multiplican las posibilidades de comunicación, que adensan la red de acción comunicativa, pero sin desenganchar las orientaciones de acción de los plexos del mundo de la vida. Ciertamente que la formidable ampliación del potencial de comunicación está, por ahora, neutralizada por formas de organización que aseguran flujos de comunicación en una sola dirección y no flujos de comunicación reversibles(Habermas: I, 473).

El filósofo alemán recuerda el análisis de Horkheimer y Adorno: los flujos de comunicación sustituyen a las estructuras de comunicación que antes habían hecho posible el debate público. Los medios electrónicos ?el cine, la radio y la televisión-, se presentan como un aparato que penetra y se adueña por entero del lenguaje comunicativo cotidiano, con dos consecuencias: transmutan los contenidos auténticos de la cultura moderna en estereotipos neutralizados y "aseptizados" de una cultura de masas; una vez depurada de todos sus momentos subversivos y trascendentes, integran la cultura en un sistema omnicomprendido de controles sociales encasquetado a los individuos, que en parte refuerza y en parte sustituye a los debilitados controles internos.

Habermas escribe que los medios de comunicación liberan a los procesos de comunicación de la perspectiva provinciana que suponen los contextos limitados en el espacio y en el tiempo, y hacen surgir espacios de opinión pública, implantando la simultaneidad abstracta de una red virtualmente siempre presente de contenidos de comunicación muy alejados en el tiempo y en el espacio, y poniendo los mensajes a disposición de contextos multiplicados.

Los medios y el horizonte de las comunicaciones posibles

Esos espacios públicos creados por los medios de comunicación social jerarquizan el horizonte de comunicaciones posibles, a la vez que eliminan sus barreras, aspectos ambos que son indisociables, y en ello radica la ambivalencia de su potencial. Los medios canalizan de forma unilateral los flujos de comunicación en una red centralizada, del centro a la periferia, de arriba abajo, y pueden reforzar la eficacia de los controles sociales.

Pero ese potencial de control es siempre precario, pues las propias estructuras de la comunicación encierran la posibilidad de un potencial de emancipación: los medios pueden acaparar y condensar de forma simultánea los procesos de entendimiento, pero el flujo de información que transmiten no consigue blindarse contra la posibilidad de que los actores lo cuestionen.

Si bien sabemos que las investigaciones sobre audiencia y la influencia de la comunicación apoyan la línea argumental impulsada por la crítica de la cultura -Adorno, entre otros-, Habermas nos recuerda las siguientes contradicciones:

- centros emisores responden a intereses rivales, y están condicionados por ellos, y no están en condiciones de integrar los puntos de vista económicos, políticos, ideológicos y profesionales;
- los medios de comunicación no consiguen sustraerse a las obligaciones que tienen su origen en su misión periodística;
- los mensajes y programas de los medios no siempre responden a los estándares de la cultura de masas, y aunque incurran en las formas triviales de entretenimiento, pueden contener mensajes críticos;
- los mensajes ideológicos no siempre dan en el blanco de sus destinatarios, porque la influencia del trasfondo subcultural puede conseguir que el significado pretendido por el emisor se transforme en su contrario;

- la lógica de la práctica comunicativa cotidiana pone a la defensiva al receptor contra las intervenciones manipuladoras de los medios de comunicación;
- la evolución técnica de los medios electrónicos no discurre necesariamente en la dirección de una centralización de las redes.

El filósofo habla de la ambivalencia del potencial de influencia de los medios de comunicación social, en un mundo en el que se manifiestan nuevos problemas y nuevas demandas. La capacidad de protesta social sobrevive al clásico conflicto de clases, y surge ahora en otras líneas de conflicto, que se desvían de los patrones típicos de los conflictos originados en torno a la distribución: ya no se originan en los ámbitos de la reproducción material ni se canalizan a través de partidos, o sindicatos, ni admiten solución con recompensas de tipo económico. Los nuevos conflictos guardan relación con la defensa y restauración de las formas de vida amenazadas o con la implantación de nuevas formas de vida, y no se desencadenan en torno a problemas de distribución, sino en torno a cuestiones relativas a la gramática de las formas de la vida (Habermas: II, 556).

Esos conflictos expresan un cambio de valores, un cambio de temas, un alejamiento de la vieja política, centrada en torno a cuestiones de seguridad económica y social, de seguridad interna y de seguridad militar, y una orientación hacia una nueva política, lo cual equivale a decir que estamos ante una nueva sensibilidad, y una nueva cultura política: sus asuntos son la calidad de vida, la igualdad de derechos, la autorrealización individual, la participación y los derechos humanos.

Si la vieja política es defendida por empresarios, trabajadores y clase media empleada en la industria y en el comercio, la llamada nueva política tiene su mercado en la nueva clase media, en la generación joven y en los universitarios.

LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y LA EDUCACIÓN

El desarrollo de los medios de comunicación se ha producido en paralelo al de las sociedades democráticas. La existencia del hombre en sociedad implica la necesidad de unos canales de transmisión de información en dos direcciones: horizontal, entre los distintos componentes de la sociedad, y vertical, entre los mismos individuos y las instancias de toma de decisiones político-administrativas.

A medida que el desarrollo de la Humanidad crea estructuras cada vez más complejas, la propia sociedad crea medios también más complejos para satisfacer las necesidades de comunicación.

A lo largo de este proceso se han dado numerosos casos de un uso desviado de estos canales de transmisión por parte de individuos o colectivos. En la sociedad actual, la más compleja y avanzada que ha desarrollado el hombre, estos "usos perversos" siguen produciéndose, quizá en mayor medida que nunca, y, sobre todo, de una manera más sutil. Pero los medios de comunicación no son, por naturaleza, ni buenos ni malos; depende quién y cómo se utilicen.

Por eso se hace necesaria una buena formación de valores, actitudes y hábitos de convivencia en los alumnos desde la infancia, para que aprendan a acercarse a los medios de comunicación de un modo crítico, aprovechando de ellos lo mucho que tienen de positivo.

Antes de empezar con el desarrollo de este programa debemos tener claro las siguientes definiciones:

Televisión cultural: es la más genérica y se marca como objetivos prioritarios de comunicación y entretenimiento, encontrándose el planteamiento educativo inmerso dentro del propio programa no requiriendo por tanto de materiales complementarios. Este tipo de programas transfiere las formas de diseño de la televisión comercial, siendo una de sus representaciones clásicas el reportaje.

Televisión educativa: contempla contenidos que tienen algún tipo de interés formativo o educativo, pero que por algún motivo no forman parte de sistema escolar formal. Los programas pueden agruparse en torno a series con una programación continua, didáctica y teorías del aprendizaje.

Televisión escolar: persigue la función básica de suplantar el sistema escolar formal, marcándose como objetivos los mismos que el sistema educativo general, desde niveles de primaria hasta cursos de actualización universitarios. Como es lógico imaginarse los principios de diseño son adquiridos desde la didáctica y las teorías de aprendizaje.

De los tres tipos de televisión citados, la única que tiene claramente definido sus receptores y usuarios, es el escolar, con lo que ello implica para el control, matrícula, seguimiento y evaluación del alumnado.

Evolución histórica de los medios de comunicación

El primer gran medio de comunicación fue la palabra impresa. El hombre ya había utilizado con anterioridad el gesto, el sonido y la palabra hablada y manuscrita, cuya importancia no debe ser menospreciada. Pero ninguno de estos reunía las características del nuevo medio, que son algunas de las que poseen los que hoy llamamos "medios de comunicación de masas": posibilidad para la reproducción del original con fidelidad y con rapidez, así como para la conservación de la imagen.

La incipiente revolución industrial del siglo XVIII sentaría las bases para la consolidación del periodismo impreso como fenómeno social. La prensa cumpliría una función de integración de los individuos en una sociedad cada vez más dinámica.

A partir de aquí la prensa pasa por diferentes fases, comenzando por ser prensa eminentemente política y terminando en lo que es actualmente.

En este siglo, siglo XX, la radio acabaría con la gran barrera de la comunicación de masas: la alfabetización. Los poderes públicos comprendieron enseguida el poder propagandístico de este medio que fue utilizado con gran profusión durante la Guerra Civil Española y durante la II Guerra Mundial.

La televisión vino, en parte, a sustituir a la radio y a convertirse en el medio de comunicación de masas por antonomasia. Podemos decir que la televisión (TV) empezó en 1843 cuando Alexander Bain forma una imagen capaz de descomponerse en multitud de puntos. Para reproducir las fotografías se imprimen en planchas metálicas sobre el papel y las imágenes se descomponen en diminutos puntos.

La TV tardaría muchos años en llegar a formar imágenes con tanta velocidad, que entre el primer punto luminoso y el último no veamos la diferencia y podamos apreciar la imagen entera en la pantalla, ya formada. Su rapidez es tal que, imaginaríamos una máquina de escribir que trabajase a tal velocidad que al empezar por la primera letra de la página viéramos ya todo el texto escrito. Además de componer la imagen en la pantalla, la TV debe dar la impresión de que la imagen tiene movimiento y debe repetir hasta 25 veces la misma imagen cada segundo, sólo así veremos cómo se mueve.

En Europa la evolución de la TV educativa comenzó cuando la British Broadcasting Company (BBC) y la Radiodifusión Televisión Française (RTF) presentaron programas para enriquecer la enseñanza en las escuelas a comienzos de la década de los 50. En 1958 Italia introdujo la instrucción televisiva directa mediante su escuela televisiva del aire.

Aunque la TV educativa se ha desarrollado en todo el mundo, la experiencia de Estados Unidos proporciona la mejor ilustración de este proceso. Desde mayo de 1953 hasta mayo de 1967, la TV educativa de Estados Unidos se extendió desde el funcionamiento de una sola estación hasta un complejo de más de 140 estaciones.

Se estima que alrededor de 15 millones que reciben educación elemental, secundaria y superior en más de 2000 escuelas adquieren hoy instrucción parcial o total mediante la TV.

Las inmensas posibilidades de la TV a través de los satélites, pasando por la TV selectiva por cable y las innumerables opciones de conexión con bancos de datos y de imágenes hacen que "*el conocimiento acerque a los pueblos*". Incluso la dificultad del idioma ha sido orillada con varios circuitos de sonido, con versiones en distintas lenguas, para un mismo programa.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NORMATIVA

Declaración universal de los derechos humanos.

En la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 se reconoce como derecho fundamental lo siguiente:

Art. 19: "Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones, y el de difundirlas, sin limitaciones de fronteras, por cualquier medio de expresión."

Es lo que se conoce por libertad de expresión y derecho a la información.

UNESCO. Declaración sobre educación en los medios.

"Vivimos en un mundo en el que los medios de comunicación son omnipresentes: un número de individuos cada vez mayor consagra gran parte de su tiempo a mirar la TV, a leer diarios y revistas, a escuchar grabaciones sonoras o la radio.

En lugar de condenar o aprobar el indiscutible poder de los medios de comunicación, es forzoso aceptar como un hecho establecido su considerable

impacto y su propagación a través del mundo y reconocer al mismo tiempo que constituyen un elemento importante de la cultura en el mundo contemporáneo. La escuela y la familia comparten la responsabilidad de preparar a los jóvenes para vivir en un mundo dominado por las imágenes, las palabras y los sonidos. Niños y adultos deben poder descifrar la totalidad de estos tres sistemas simbólicos, lo cual entraña un reajuste de las prioridades educativas, que puede favorecer a su vez un enfoque integrado de la enseñanza del lenguaje y de la comunicación.

La educación relativa a los medios de comunicación será más eficaz si los padres, los maestros, el personal de los medios de comunicación y los responsables de las decisiones reconocen que todos ellos tienen un cometido que desempeñar en la creación de una conciencia crítica más aguda de los auditores, los espectadores y los lectores. Reforzar la integración de los sistemas de educación y de comunicación constituye, sin duda alguna, una medida importante para hacer más eficaz la educación.

Importancia en la formación de valores, actitudes y hábitos de convivencia

Durante las últimas décadas se ha ido acrecentando el interés por conocer la influencia de los medios de comunicación de masas sobre la sociedad.

Los medios de comunicación de masas son omnipresentes. En la actualidad el 95 % de la población española dispone de TV en color, y la práctica totalidad puede escuchar la radio y ver la TV en blanco y negro. Actualmente, sólo en Castilla-La Mancha, se ve la TV 3,5 horas por término medio. Sin embargo el número de lectores de periódicos es considerablemente más reducido. Según las últimas estadísticas, en España el 32,4 % de la población lee prensa diaria (incluidos periódicos deportivos), el 58,2 % lee revistas, un 52,2 % escucha la radio y un 89,5 % ve la TV.

Esto significa que **la gran masa de la población española recibe la información directamente, a través de los medios de comunicación audiovisuales**. Si nos centramos en su status social y su formación académica comprobamos que la TV es vista por toda la sociedad, no importando su clase social, formación o hábitat. En cambio los medios escritos son utilizados mayoritariamente por las clases sociales medias y altas.

Hay que señalar que la hegemonía de la TV en España no es propia del resto de los países desarrollados, donde un contrapeso fundamental es la prensa diaria, con difusiones millonarias.

El panorama en cuanto a los niños es muy similar. Un reciente informe de la UNESCO afirmaba que en España el 96´6 % de los menores en edad escolar veía diariamente la TV. La "intromisión" de este medio en la educación y sobre todo en la formación de valores y actitudes éticas está fuera de toda duda. Existen dos opiniones sobre su influencia socializadora:

- La que considera que los medios recrean la sociedad e imponen un estilo de vida y una serie de valores sociales.
- La que cree que los medios sólo difunden la realidad sin interpretarla, actuando como refuerzo de los valores de la cultura actual.

Sin inclinarse por ninguna de las dos opiniones, está claro que los medios de comunicación son agentes socializadores de gran alcance y a los que hay que estudiar y juzgar.

Una pregunta que surge de la afirmación anterior respecto a su carácter socializador es ¿podemos considerar la labor de los medios de comunicación como una labor educativa?.

Si consideramos que educar es transmitir una determinada ideología los medios son "educativos". Pero si ponemos el acento en los contenidos supuestamente educativos y en la intencionalidad, sólo consideraríamos contenidos educativos aquellos que quieran ampliar conocimientos y/o un mejoramiento del individuo y de la sociedad. Bajo este concepto cuesta considerar la labor de los medios de comunicación como educativa. Por desgracia, la TV educativa ocupa siempre horarios con audiencias muy limitadas, y se realiza con una gran penuria de medios.

Uso crítico de la TV. Ventajas e Inconvenientes

Una parte fundamental de los contenidos transmitidos a través de los medios de comunicación social la constituye la publicidad. Por ello, dentro de un uso crítico de los medios por parte de los niños, es fundamental que aprendan, primero a **distinguir la publicidad del resto de contenidos**, y segundo, a **distinguir los mecanismos que utiliza**.

La mayoría de los programas infantiles adolecen de riqueza en sus códigos y guiones. El lenguaje utilizado es extremadamente sencillo, las situaciones presentadas reproducen los esquemas dominantes de competitividad, son un mero "envase" de concursos y series violentas.

Podemos resumir los **aspectos negativos de la TV** para el alumno de primaria en que:

- Homogeneiza la realidad.
- Transmite valores competitivos y violentos.
- No deja tiempo para otras actividades.
- Crea dependencia
- Fomenta la incomunicación dentro de la familia.
- Por su carácter de simultaneidad no llega a respetar las características y necesidades de los alumnos.
- Suele existir poca interacción entre el profesor de los programas y los alumnos.

- Los pres concepciones que se suelen tener de este medio facilitan que el alumno pueda caer en la pasividad.
- En cuanto a los **valores positivos** podemos considerar:
 - Su capacidad para el entretenimiento.
 - No requiere un esfuerzo para su comprensión.
 - Transmite conocimientos.
 - Acerca a otras realidades.
 - Es un medio perfecto para la transmisión de valores, como pueden ser el respeto por la naturaleza, la solidaridad con otros pueblos, la pluralidad...
 - Lleve la instrucción y la educación a lugares apartados o con carencia de profesores especializados
 - Presenta experimentos en aquellos centros con carencia de laboratorios.
 - Facilita la introducción en el aula de profesores y personas especializadas en temas concretos.
 - Evita desplazamiento de los alumnos a los centros de información y formación.
 - Ayuda al perfeccionamiento del profesorado, ya que el profesor del aula puede observar a otros modelos teóricamente expertos, en la ejecución de la enseñanza.

La sociedad actual no puede prescindir del uso de la TV. Hay que buscar un uso crítico que posibilite el desarrollo de las potencialidades positivas. Un consumidor de TV crítico provocará un aumento del nivel de la oferta televisiva, ya que ésta tendrá que adaptarse a sus gustos y así obtener su atención.

13. La Comunicación Internacional Pilar Escriche, Mar Fontucuberta, Cesar Molinero – Marcial Murciano.

LA COMUNICACIÓN SOCIAL Y SU IMPORTANCIA EN EL DESARROLLO DE LA HUMANIDAD.

La comunicación social en nuestra vida diaria, juega un papel muy importante, la cual se encarga de investigar todo lo relacionado, con la información que

recibimos todos los días, en los medios masivos de comunicación, además de la expresión de las diferentes formas culturales de cada región. Éste es un campo demasiado importante para el desarrollo de la humanidad, ya que hoy día el mundo se mueve a través de la información que se recibe, ya sea a través del periodismo, la opinión pública, la mercadotecnia y la misma publicidad que interviene en el ser humano, haciendo que su calidad de vida cada vez sea más progresiva. Por ello es muy importante resaltar, que la comunicación social debe ser muy bien estudiada, para que al dar la información que se quiera publicar a través de un medio masivo, ésta no vaya a traer efectos secundarios, que dañen la integridad o desarrollo del individuo.

Hoy en día vemos cómo la comunicación social, ha tenido influencia positiva, en el diario vivir de nuestra vida, como también ha tenido gran influencia negativa en muchos aspectos, por se puede decir que juega en una balanza la cual debe estar siempre inclinada en los aspectos positivos, pero que en la realidad vemos que no es así. Un ejemplo claro lo vemos en las noticias, que recibimos ya sea a través de un periódico, la televisión, la radio quienes en su afán por vender una información, se ha visto que se inclinan más por los aspectos negativos, que ocurren en nuestra sociedad, de esta manera logran crear una mala imagen de nuestro país, lo que no debería ser así. Por otra parte la comunicación nos ha ayudado a informarnos, en todo lo referente a la publicidad como parte de nuestras necesidades más apremiantes para nuestra vida, la cual llamamos sociedad de consumo. Un ejemplo claro es la publicidad que recibimos, ya sea ofreciéndonos una bebida, un vestido, un electrodoméstico la cual tiene también sus influencias positivas y negativas. A todo esto podemos concluir que la comunicación social es demasiado indispensable, en el desarrollo del ser humano ya que esta si no se maneja adecuadamente puede traer consecuencias graves para nuestra vida cotidiana.

EL IMPACTO SOCIAL DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS JOVÉNES.

Hablemos de Comunicación; desde muchos años atrás, de cómo es que surgieron los grandes inventos de la misma.. Posiblemente por la gran

necesidad que teníamos los seres humanos de comunicarnos y de transmitirnos ideas y conocimientos los unos con los otros, etc. Anteriormente el impacto que tenían los medios de comunicación no era tan fuerte e imponente como el de la actualidad, la gente podía estar con su vida normal sin necesidad de algún medio; además por lo complicado que era obtenerlos ya que sólo la gente con dinero gozaba de esos privilegios. Actualmente es cada vez más accesible disfrutar de estos medios; su impacto ha ido creciendo cada vez mucho más, desde tener un teléfono normal de casa a tener un teléfono móvil el cual podemos traer por doquier. Los medios de comunicación son un fenómeno social extraordinario, el cual nunca terminara sino que cada día evolucionara. La influencia más grande la tiene en nosotros los jóvenes, ya que vivimos de ellos y vivimos con ellos; la necesidad de tener un teléfono móvil, el tener una computadora de escritorio o lo que es aún mejor una computadora portátil, reproductores de música, internet, localizadores, etc.

En mi postura personal puedo mencionar que son grandes las aportaciones que los avances de la tecnología ha hecho a nuestra sociedad; los cuales son indispensables en nuestras vidas, ya que el impacto que ejerce en nosotros es enorme, pero también muchos de nosotros no hacemos el uso adecuado de estos y no los sabemos utilizar, estamos permitiendo que los medios de comunicación nos manejen a nosotros, cuando somos nosotros los que tenemos que darles el dominio adecuado.

Puedo finalizar diciendo que me encuentro dentro de 2 perspectivas; influenciada dentro de los pros y los contras. De los contras porque si no hacemos el uso debido nos llegan a manipular a adquirir otras ideologías y nos llegan a engañar. De los pros porque nos dotan de información, nos facilitan todas nuestras actividades y es un muy buen entretenimiento.

Los Medios de Comunicación y los Jóvenes

Actualmente vivimos en una sociedad bombardeada por diferentes medios de comunicación. Desde la televisión hasta la radio, desde los materiales impresos hasta el Internet, tenemos a nuestra disposición una gran cantidad de información y entretenimiento. Muchas compañías de publicidad se concentran específicamente en los adolescentes. A pesar de que existen

muchos otros medios de comunicación que llegan a nuestros hijos, necesitamos considerar dos especialmente importantes:

LA TELEVISION

El típico adolescente latino ve aproximadamente tres horas de televisión diarias, lo cual hace a la televisión uno de sus fuentes primarias de noticias e información. En un estudio reciente realizado por el KaiserFamilyFoundation encontraron que:

- Más de la mitad de adolescentes creen haber aprendido algo importante sobre salud sexual en la televisión.
- Durante la temporada del 2001 al 2002, el 83% de los programas más populares con los adolescentes tenían contenido sexual, sea en forma de programas que hablaban sobre sexo o en los que se demostraban comportamientos sexuales.

La presencia del contenido sexual hace a la televisión una fuerza poderosa, que tiene el potencial de distorsionar el sentido de realidad de los jóvenes. Si los adolescentes miran un comportamiento repetidamente, eventualmente van a pensar que no tiene mucha importancia, a pesar de que los valores dentro de su familia o sus propios valores personales lo contradigan.

EL INTERNET

La generación actual de adolescentes es una de las más “automatizadas” de la historia. Los adolescentes usan el Internet para hacer compras, conversar con otros jóvenes, entretenerse con juegos y, también, para informarse sobre cuestiones de salud.

- El 93% utiliza la Internet, para enviar o recibir correo electrónico ocasionalmente.
- El 73% utiliza sitios de redes sociales como Facebook y MySpace.
- El 54% envía mensajes de texto todos los días.
- El 37% envía mensajes a través de los sitios de redes sociales todos los días.

- Casi un tercio de los jóvenes de 12 a 17 han utilizado el Internet para buscar información de salud.
- El 17% de la misma edad han buscado específicamente el Internet para obtener información sobre salud sexual.

La mayoría de jóvenes, dicen que la información que encuentran en el Internet es útil, a pesar de que no estén bien seguros de la calidad de la misma. Los adolescentes pasan un promedio de más de 16 horas por semana utilizando el Internet. La mayoría de este tiempo la pasan en actividades no relacionadas con sus estudios en la escuela.

El consumidor del Internet es responsable de juzgar sobre la calidad de la información que encuentra, ya que ésta no es regulada. Además, debe saber cómo impedir el paso de contenido indeseable a su computadora. Los “chat rooms” son especialmente peligrosos—ayude a sus hijos adolescentes a que estén conscientes de que no todo el mundo quiere lo mejor para ellos. ¿Sabía usted que una de cada tres muchachas adolescentes han sido acosadas sexualmente en un “chat room”? Y solamente el 7% de las muchachas le contaron a sus padres sobre lo que les había pasado, ya que sentían miedo de que si sus padres se enteraran, les prohibirían utilizar el Internet en el futuro. Pero, las jóvenes no son solamente las únicas víctimas. Uno de cada cinco niños de ambos sexos que usan regularmente el Internet han sido objetos de propuestas sexuales por extraños. También, la industria de la pornografía ha saturado el Internet con páginas pornográficas y ventanas de anuncios que se presentan en su pantalla automáticamente. Si su hijo o hija utiliza el Internet quiere decir que ha sido, a cierto nivel, expuesto a la industria del sexo.

Los medios de comunicación pueden ser una buena forma de iniciar una conversación con su adolescente. Le animamos a que sepa lo que sus hijos ven en televisión. De ser posible, vea los mismos programas con sus hijos y hable con ellos sobre lo que piensan, sienten y los valores relacionados con el programa. Monitoree las páginas electrónicas que sus hijos visitan en el

Internet, y por sobre todo, hable con ellos sobre lo que están viendo. Asegúrese de que los medios de comunicación no sean los únicos que están hablando con sus hijos.

¿Qué es lo que la Familia Puede Hacer?

- Ponga límites al número de horas y la hora del día en que sus hijos ven televisión y que tienen acceso la computadora/Internet. Considere usted hacer lo mismo.
- No permita que sus hijos tengan una televisión o computadora en sus habitaciones.
- Enseñe a sus hijos como evaluar sus propios hábitos de uso de los medios de comunicación.
- Aproveche de los programas que existen para bloquear programas de televisión en cable y en la computadora. Visite las siguientes páginas electrónicas que le proporcionarán programas para bloquear el Internet: www.getnetwise.org y www.icra.org. Póngase en contacto con su compañía de cable para mayor información sobre programas para bloquear acceso a la televisión.
- Asegúrese que sus hijos hagan sus tareas de la escuela y de la casa antes de ver televisión o utilizar la computadora.
- Prohíba a sus hijos dar información personal o de identidad (ni siquiera el nombre de la mascota de la familia) a extraños cuando estén utilizando el Internet.

Los Adolescentes, el Sexo y los Medios de Comunicación

- Los jóvenes americanos pasan más de 38 horas a la semana usando medios de comunicación masivos (TV, videos, computadoras y juegos de video).
- Los adolescentes ven en promedio 17 horas de televisión por semana y escuchan varias horas de música al día.
- Los jóvenes entre los 9 y 17 años de edad utilizan el Internet por un promedio de 2 horas por 4 días a la semana.

- El adolescente promedio ve casi 14 mil referencias sexuales cada año.
- Los jóvenes que se gradúan de la preparatoria han visto 15 mil horas de televisión en comparación a las 12 mil horas que han pasado en clases en el colegio.

4. Nueva Sociedad Hector Malave Mata, Maximo Simpson G. , Oswaldo Capriles, Diego Portales C. Fernando Reyes Matta

2.3. PLANTEAMIENTO DE HIPÓTESIS

2.3.1 HIPÓTESIS GENERAL

Si manejamos los medios de comunicación social discretamente en la difusión masiva garantizando el proceso del Interaprendizaje de los alumnos del sexto año sociales A y B del Colegio Nacional Quevedo del cantón Quevedo, provincia Los Ríos.

2.3.2 HIPÓTESIS PARTICULARES

- Si utilizamos correctamente los medios de información capacitaciones para fortalecer la información recibida de los medios de comunicación.
- Los medios electrónicos son los que más influyen en el proceso de interaprendizaje.
- Los maestros deben enseñar a pensar, para que los estudiantes procesen el cumulo de información que reciben de los medios.

2.4 VARIABLES

2.4.1 VARIABLES INDEPENDIENTES

- Calidad de Información
- Influencia en los saberes y aprendizajes

2.4.2 VARIABLES DEPENDIENTES

- Mejorar la capacidad de asimilar información recibido por los medios

Conceptos	Categorías	Variable	Indicadores	Técnicas e instrumentos
------------------	-------------------	-----------------	--------------------	--------------------------------

2.5 OPERACIONALIZACIÓN DE LAS VARIABLES

Los medios de comunicación tienen	Clasificación de los medios de	Medios de comunicación	Flexibilidad Puntualidad	Técnica: Encuesta
influencia directa en los procesos de aprendizaje de los jóvenes, y uno son tan malos que no informan que no informan sino que crean opinión.	comunicación	social	Selectividad Difusión masiva	Técnicas e instrumentos
	Categorías	Variable	Indicadores	Instrumento Cuestionario estructurado

Cuadro 2. Operacionalización de la segunda hipótesis

<p>Se conceptúa a la personalidad de los estudiantes a la manera de ser de cada uno de nosotros y que es influenciado por factores determinados al momento de recibir información de los medios de comunicación masiva</p>	<p>Características del comportamiento</p>	<p>Capacidad de asimilar información recibido por los medios</p>	<p>-Introvertidos (medita, miedoso, desconfiado, tiene dificultades para adaptarse al mundo exterior) Extrovertido (amigable, tiene buen humor, práctico) Temperamento Carácter Inteligencia</p>	<p>Encuesta a: Maestros, estudiantes Instrumento Cuestionario estructurado</p>
--	---	--	---	---

CAPÍTULO III

3.- DISEÑO METODOLÓGICO DE LA INVESTIGACIÓN

3.1. Metodología empleada

3.1.1.- Método Inductivo.- Va de lo particular a lo general. Es decir, partir del conocimiento de cosas y hechos particulares que se investigaron, para luego, utilizando la generalización y se llega al establecimiento de reglas y leyes científicas.

3.1.2.- Método deductivo.- Es el proceso que permite presentar conceptos, principios, reglas, definiciones a partir de los cuales, se analiza, se sintetiza compara, generaliza y demuestra.

3.1.3.- Método descriptivo.- Lo utilice en la descripción de hechos y fenómenos actuales por lo que digo: que este método me situó en el presente.

No se redujo a una simple recolección y tabulación de datos a los que se acompaña, me integro el análisis reflexión y a una interpretación imparcial de los datos obtenidos y que permiten concluir acertadamente mi trabajo.

3.2. Modalidad de la investigación.

En la presente investigación se empleará la modalidad de campo y documental: De campo porque se realizarán entrevistas a docentes y autoridades y encuestas a padres de familia.

En la presente investigación se empleará la modalidad de campo y documental:

De campo porque se realizaron entrevistas a docentes y autoridades y encuestas a padres de familia.

Documental porque recurrimos a información científica de textos, artículos y archivos estadísticos.

3.3. Nivel o tipo de investigación.

Los tipos de investigación a emplearse son: descriptivas y explicativas.

Descriptivas, por cuanto a través de la información obtenida se va a clasificar elementos y estructuras para caracterizar una realidad y, Explicativa, porque permite un análisis del fenómeno para su rectificación.

3.4. Población y muestra

3.4.1.- Población

La población es el grupo de individuos que habitan en una determinada zona donde se realiza la investigación, en este caso tenemos una población de estudio determinada en la totalidad de la población del Sexto Año Sociales A y B del Colegio Nacional Quevedo del Cantón Quevedo – Provincia de Los Ríos.

3.4.2.- Muestra

Se considera como muestra a una parte de la investigación que facilita el estudio y hace más eficaz a la investigación, en este caso contaremos con la totalidad de la población.

Las encuestas se aplicarán en la totalidad de la población distribuida de la siguiente manera: 2 autoridades, 14 docentes y 50 de los 35 estudiantes.

Los mismos que están distribuidos de la siguiente manera

	Población	Muestra	Mujeres	Hombres
Maestros	14	14	6	8
Autoridades	2	2	1	1
Estudiantes	50	50	48	2

3.5.- Técnicas de recolección de datos

3.5.1.- Cuestionario para la encuesta: Es la técnica que a través de un cuestionario permite recopilar datos de toda la población o de una parte representativa de ella.

3.6. Recursos de información.

- Consulta a expertos
- Visita a bibliotecas y librerías.
- Recopilación de material bibliográfico y documental
- Aplicación de instrumentos de investigación.
- Internet

3.7.- Selección de recursos de apoyo

- Video grabadoras
- Filmadoras
- Fichas bibliográficas
- Fichas nemotécnicas

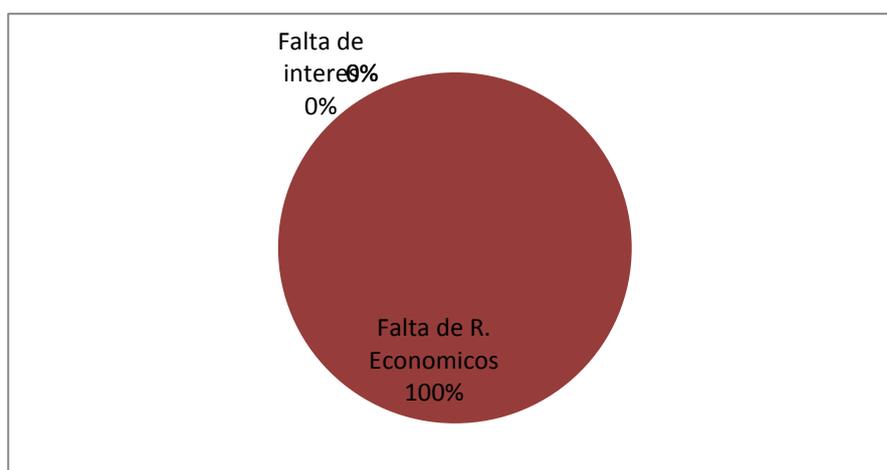
CAPÍTULO IV

4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.1. Entrevista dirigida a las autoridades

1.- ¿A qué atribuye la falta de preparación académica de los maestros?

Respuesta	#	%
Falta de Recursos Económicos	2	100
Falta de Interés	0	
Total	2	100



Análisis

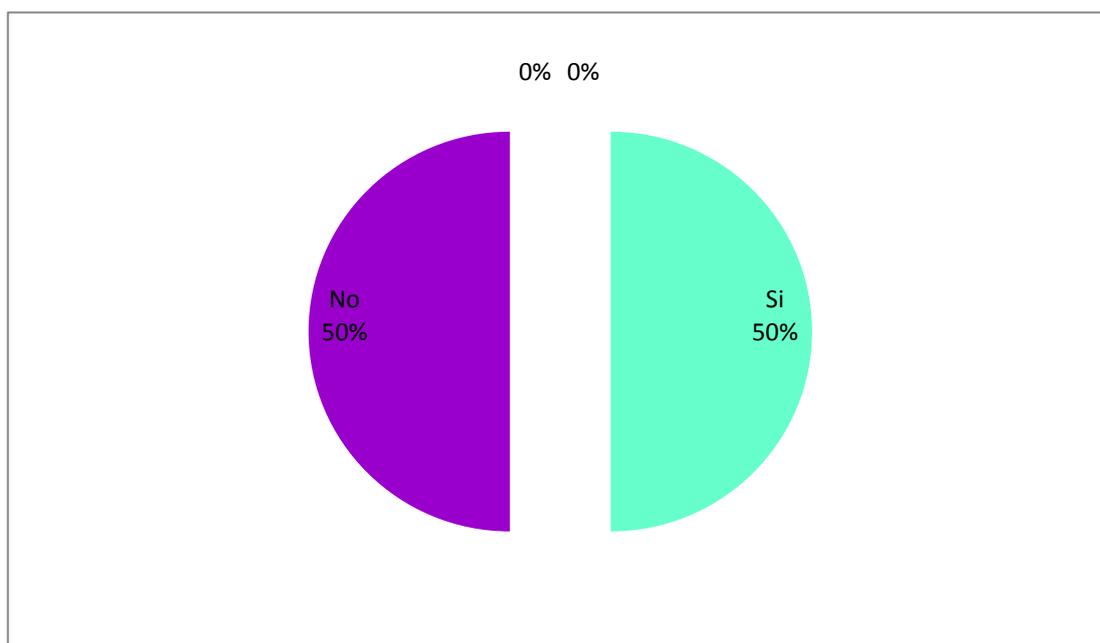
De la investigación realizada, se obtuvo el 100% el cual representa a las dos autoridades principales del plantel.

Interpretación

La educación es uno de los pilares fundamentales en toda sociedad, pero mientras no se establezcan políticas de estado en las cuales los maestros tengan acceso a capacitaciones y sean bien pagados, los avances en la educación serán limitados.

2.- ¿Considera que los maestros desarrollan su cátedra acorde a las nuevas tecnologías?

Respuesta	#	%
Si	1	50
No	1	50
Total	2	100



Análisis

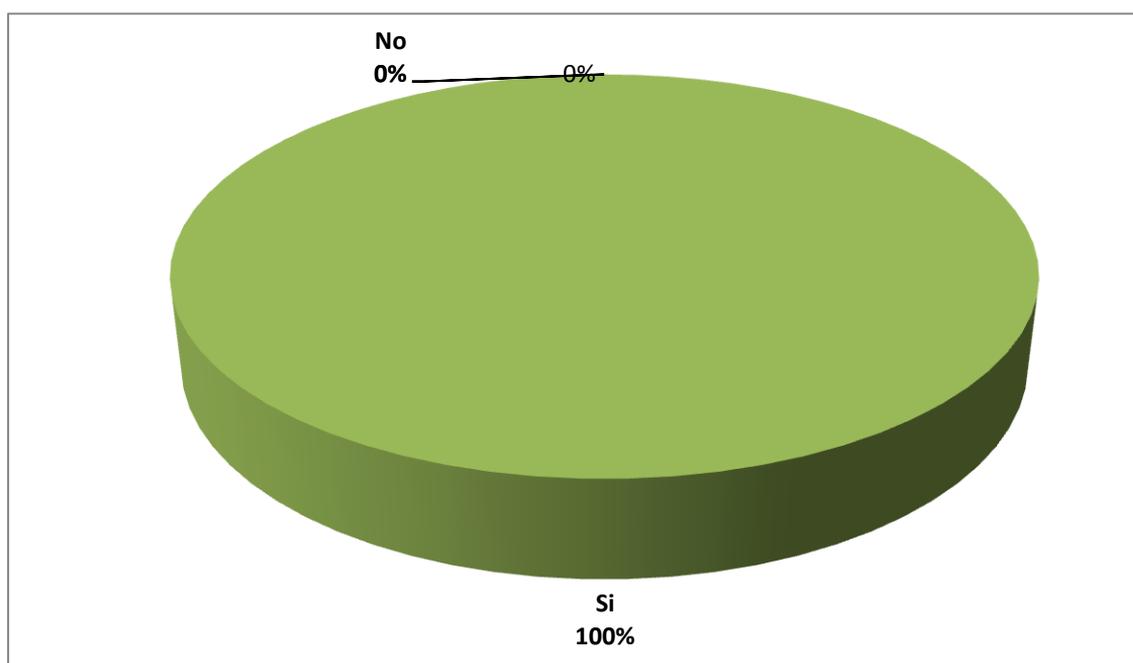
De la investigación realizada, el 50% considera que los maestros unas las nuevas tecnologías para desarrollar sus cátedras y el otro 50% considera que los maestros no incorporan las nuevas tecnologías en sus cátedras.

Interpretación

Las nuevas tecnologías y la preparación constante les brindan herramientas indispensables para que los maestros formen estudiantes competitivos y eficientes.

3.- ¿Piensa usted que la falta de inversión en la educación, genera problemas en el aprendizaje de los estudiantes?

Respuesta	#	%
Si	2	100
No	0	
Total	2	100



Análisis

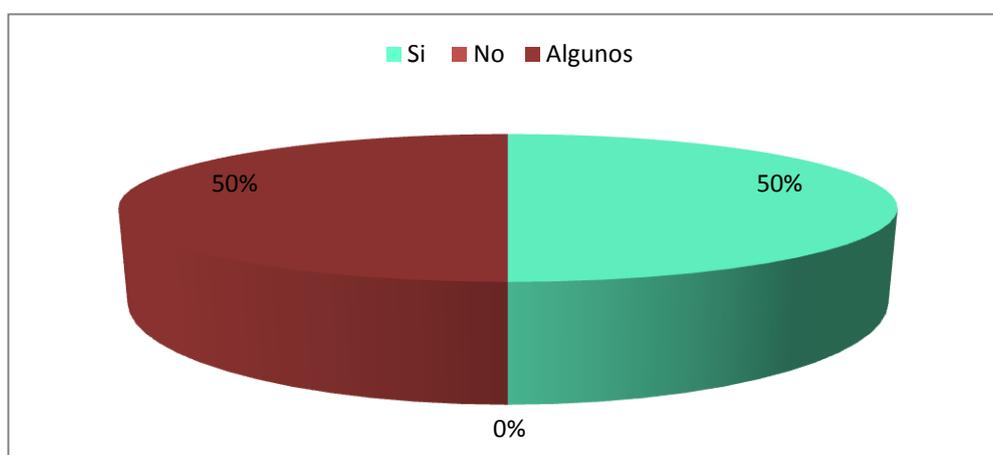
De la investigación realizada, el 100% manifiesta que la falta de inversión genera problemas de aprendizaje en los estudiantes, por la falta de recursos.

Interpretación

La inversión en la educación, es el único medio a través del cual se puede generar resultados positivos en los estudiantes.

4.- ¿Cree usted que los medios de comunicación generan un aporte a la educación?

Respuesta	#	%
Si	1	50
No	0	
Algunos	1	50
Total	2	100



Análisis.

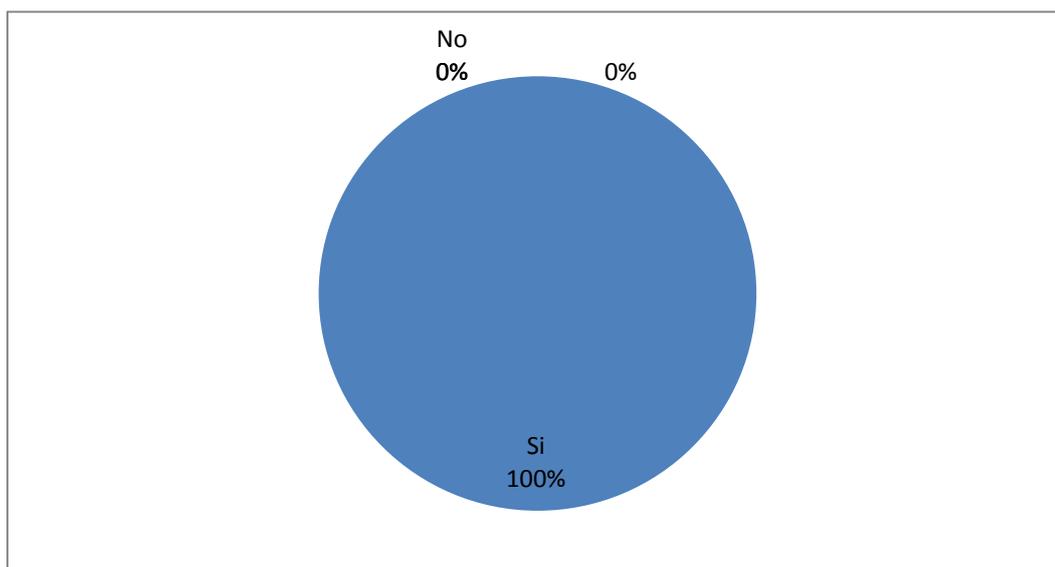
El resultado obtenido de esta pregunta nos arroja que el 50% considera que los medios de comunicación aportan al desarrollo de la educación. Mientras que el 50% restante considera que los medios de comunicación no generan ningún aporte.

Interpretación

No todos los medios presentan el contenido adecuado para los estudiantes.

5.- ¿Considera usted importante fomentar el uso de los medios de comunicación en maestros y estudiantes?

Respuesta	#	%
Si	2	100
No	0	
Total	2	100



Análisis

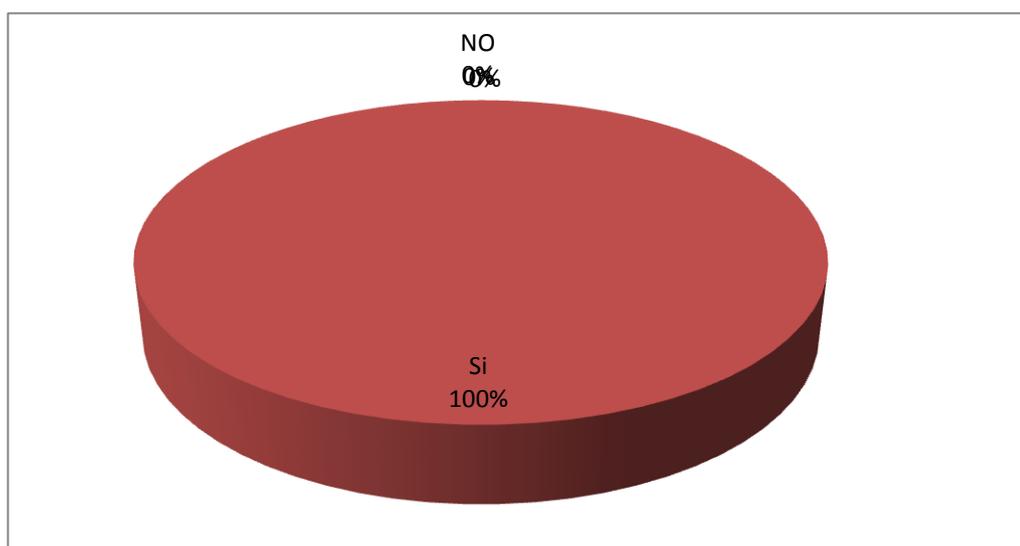
De la investigación realizada, el 100% manifiesta que es importante fomentar el uso de los medios de comunicación.

Interpretación

Es indispensable que los estudiantes y los maestros usen los medios para mantenerse informados de los cambios sociales q se producen en el país.

6.- ¿Cree usted que los medios de comunicación deben auto establecerse filtros para aportar de manera más eficaz a los estudiantes y a la educación?

Respuesta	#	%
Si	2	100
No	0	0
Total	2	100



Análisis

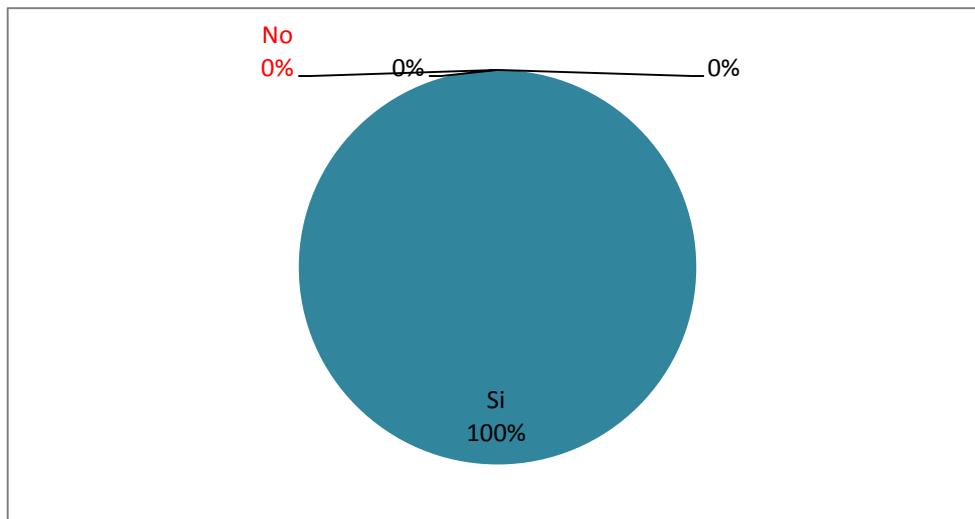
De la investigación realizada, el 100% considera que los medios de comunicación aportarían más a la educación si establecieran parámetros de información.

Interpretación

Los medios de comunicación deben entender que los estudiantes secundarios son entes en proceso de formación, y que es importante dar calidad e información veraz. Educarlos para que sean críticos y selectivos.

7.- ¿Considera que los medios de comunicación pueden ser usados como una herramienta educativa?

Respuesta	#	%
Si	2	86
No	0	14
Total	2	100



Análisis

De la investigación realizada, el 100% considera que se pueden usar los medios de comunicación como una herramienta educativa.

Interpretación

Los medios de comunicación con el enfoque correcto son un respaldo interesante en el desarrollo de los estudiantes

CAPÍTULO IV

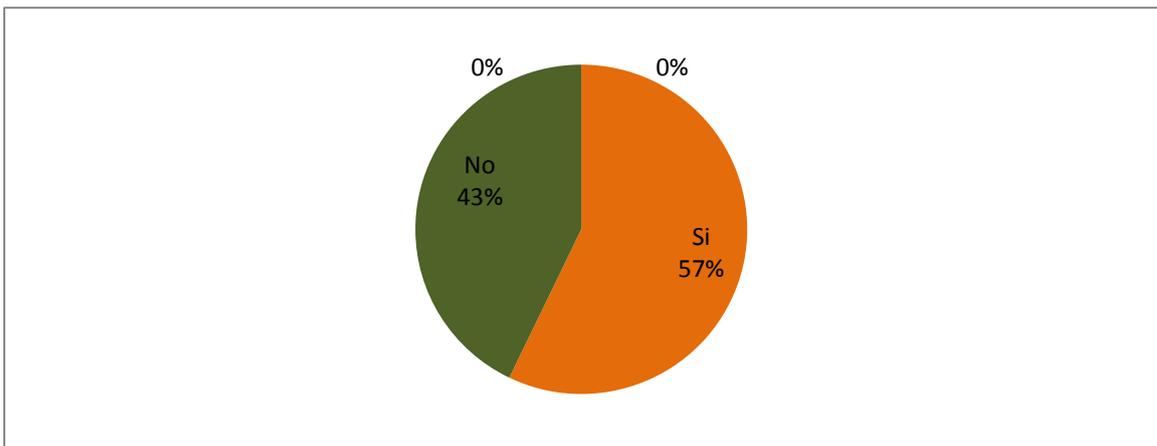
4. ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE DATOS

4.2. Entrevista dirigida a los maestros

Respuesta	86	#	%
------------------	----	----------	----------

1.- que los	Si	8	57	¿Usted considera medios de
	No	6	43	
	Total	14	100	

comunicación generan problemas en la asimilación de conocimientos de los estudiantes?



Análisis

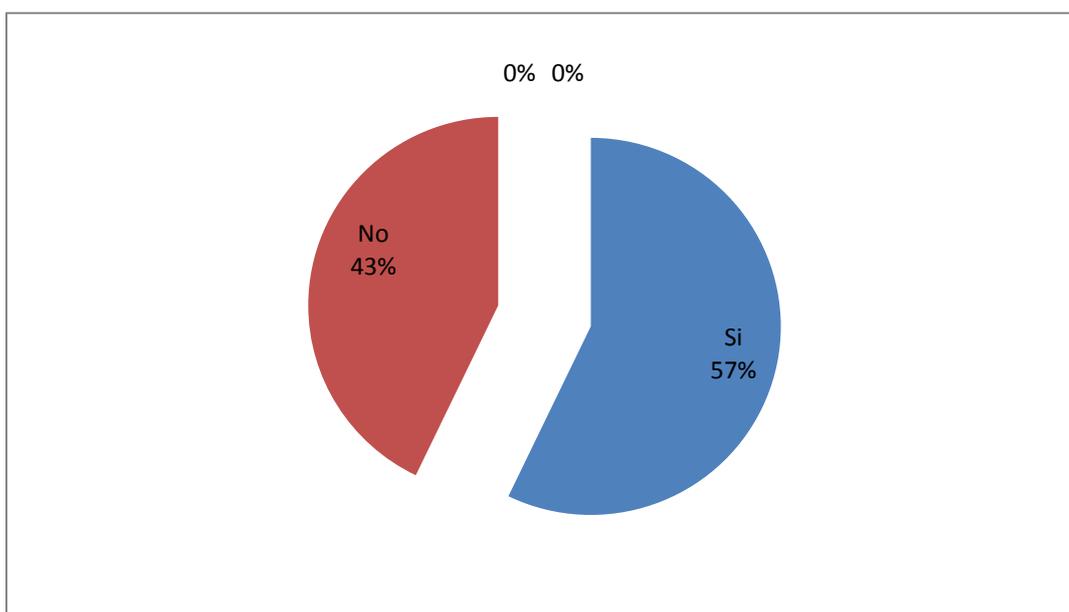
De la investigación realizada, el 57% manifiesta que los maestros consideran que los medios de comunicación generan problemas de asimilación de conocimientos en los estudiantes, mientras que otro 43% dice que los medios no tienen la culpa de los problemas de aprendizaje.

Interpretación

Los maestros consideran que los medios juegan un papel importante en el desarrollo del aprendizaje.

2.- ¿Los medios de comunicación aportan en el desarrollo de su cátedra?

Respuesta	#	%
Si	8	57
No	6	43
Total	14	100



Análisis

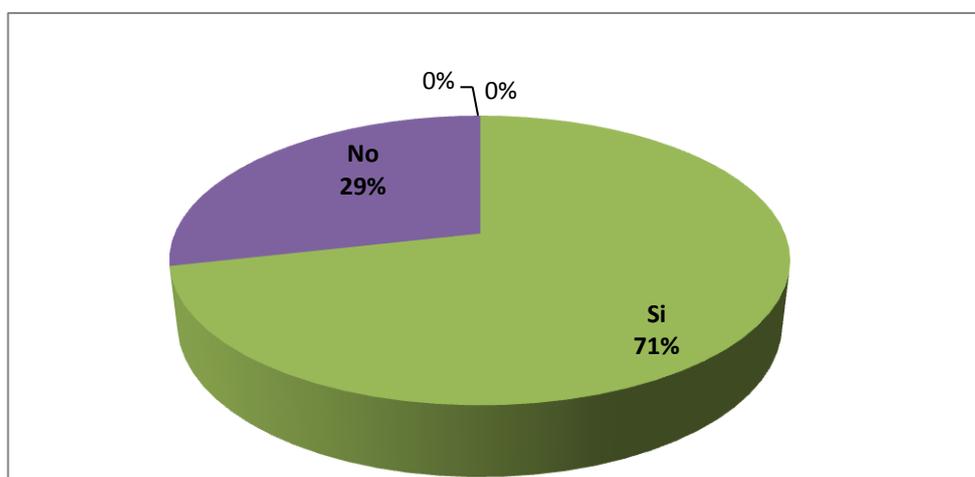
De la investigación realizada, el 57% manifiesta que los medios de comunicación son una herramienta para el desarrollo de su cátedra, mientras que otro 43% dice que los medios no aportan al desarrollo de su cátedra.

Interpretación

Los medios juegan un papel importante en el desarrollo de la Cátedra de los docentes. Como una herramienta educativa para los estudiantes.

3.- ¿Considera que se deben establecer filtros en los medios de comunicación?

Respuesta	#	%
Si	10	71
No	4	29
Total	14	100



Análisis

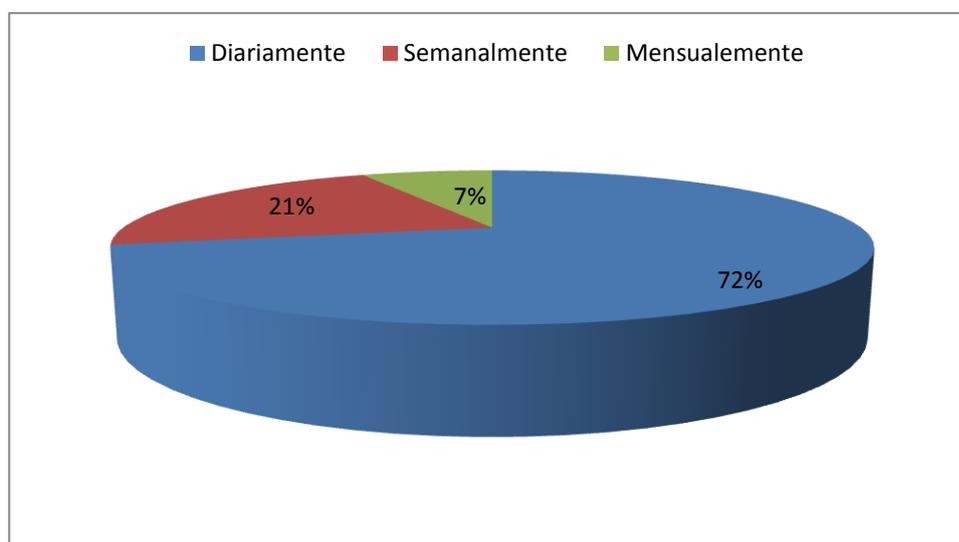
De la investigación realizada, el 71% manifiesta que en los medios de comunicación se deben establecer filtros, mientras que otro 29% dice que no.

Interpretación

Los filtros son indispensables para limitar el acceso de parte de los jóvenes a información que puede presentarse como confusa.

4.- ¿Con que frecuencia accede a los medios de comunicación?

Respuesta	#	%
Diariamente	10	72
Semanalmente	3	21
Mensualmente	1	7
Total	14	100



Análisis

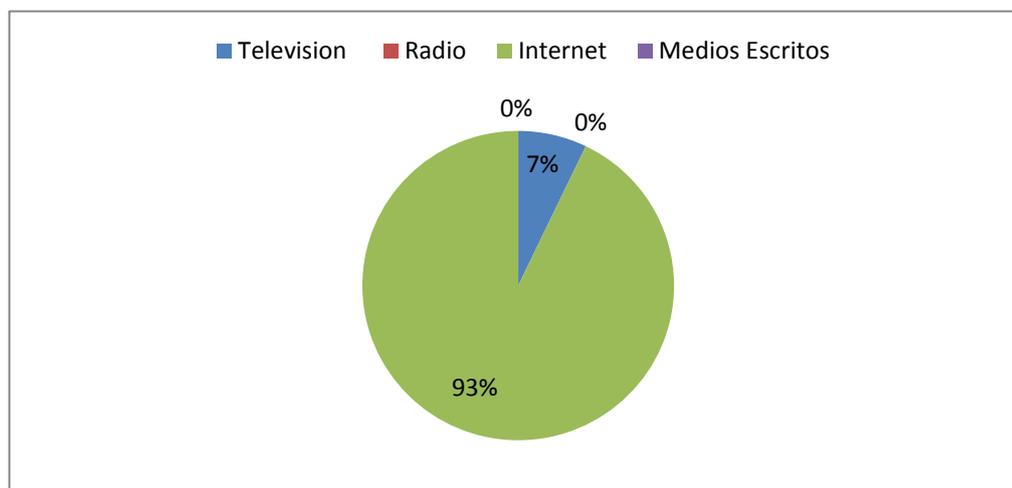
De la investigación realizada, el 70% usa los medios de comunicación diariamente, el 21% semanalmente el 9% mensualmente.

Interpretación

Es indispensables que los maestros accedan a los medios de comunicación para entender lo que ocurre a su alrededor y orientar a los estudiantes.

5.- ¿Cuál medio considera usted que es más peligroso para los estudiantes secundarios?

Respuesta	#	%
Internet	13	93
Televisión	1	7
Radio	0	0
Medios Escritos	0	0
Total	14	100



Análisis

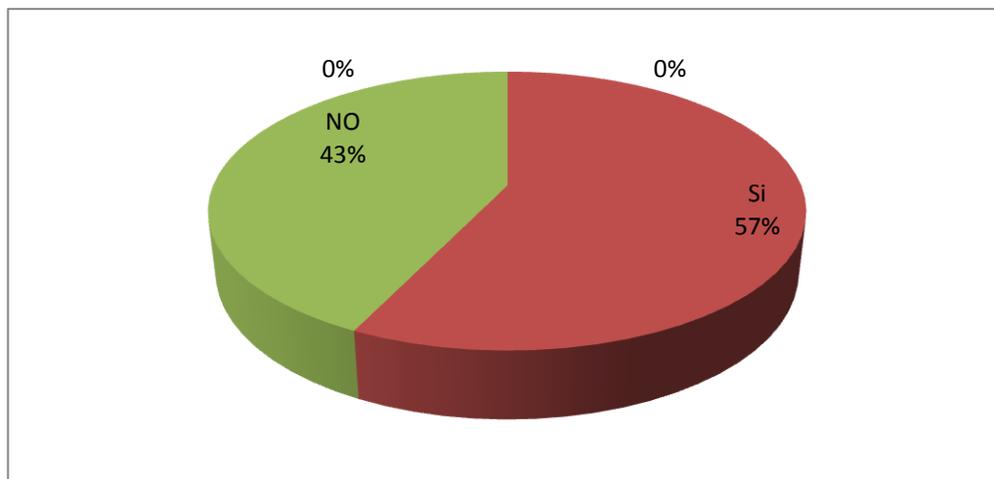
De la investigación realizada, el 93% manifiesta que el internet es el medio de comunicación más nocivo para los estudiantes, el 7% que la televisión.

Interpretación

El internet es una herramienta en la cual se encuentran información de todo tip, sin límites claros para tener acceso a ella.

6.- ¿Cree usted que los estudiantes basan sus decisiones en la información obtenida de los medios?

Respuesta	#	%
Si	8	57
No	6	43
Total	14	100



Análisis

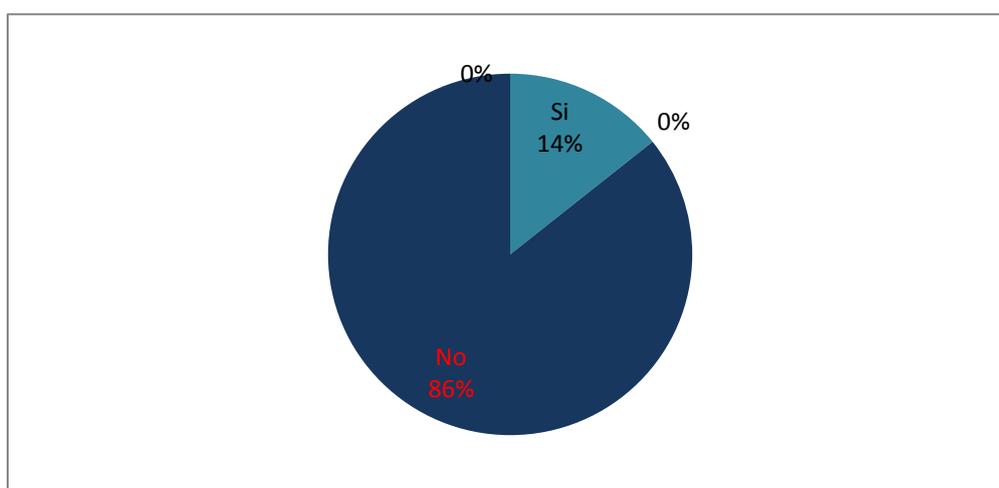
De la investigación realizada, el 65% de los maestros consideran que los medios influyen en las decisiones que toman los estudiantes. Y el 35% considera que no.

Interpretación

Los maestros deben preparar a los alumnos para que sean entes pensantes.

7.- ¿Considera que los medios de comunicación tienen la culpa de los problemas sociales?

Respuesta	#	%
Si	2	86
No	12	14
Total	14	100



Análisis

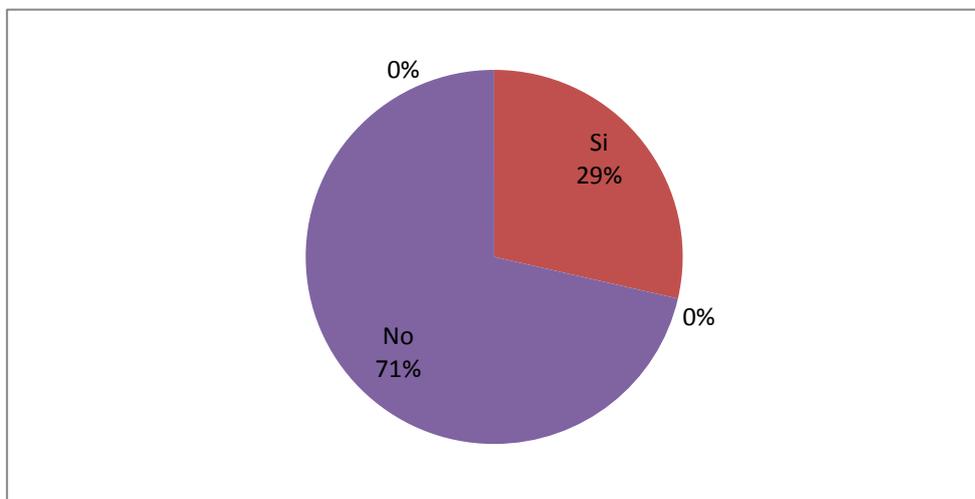
De la investigación realizada, el 14% considera que los medios de comunicación tienen la culpa de los problemas sociales. El 86% de los encuestados considera que los medios de comunicación no tienen culpa de los problemas sociales.

Interpretación

Los problemas sociales son un reflejo de la realidad...

8.- ¿Considera usted que las novelas colombianas aportan a la sociedad?

Respuesta	#	%
Si	4	29
No	10	71
Total	14	100



Análisis

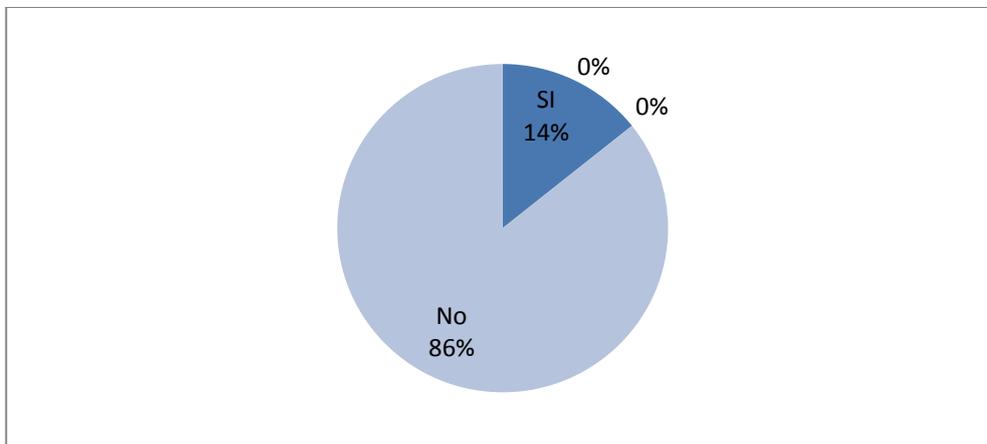
De la investigación realizada, el 77% que las novela colombianas a la sociedad, mientras que otro 23% dice que no.

Interpretación

Las novelas colombianas son el producto que más se presenta en la televisión de nuestro país.

9.- ¿Considera que la televisión ecuatoriana es de calidad?

Respuesta	#	%
Si	2	14
No	12	86
Total	14	100



Análisis

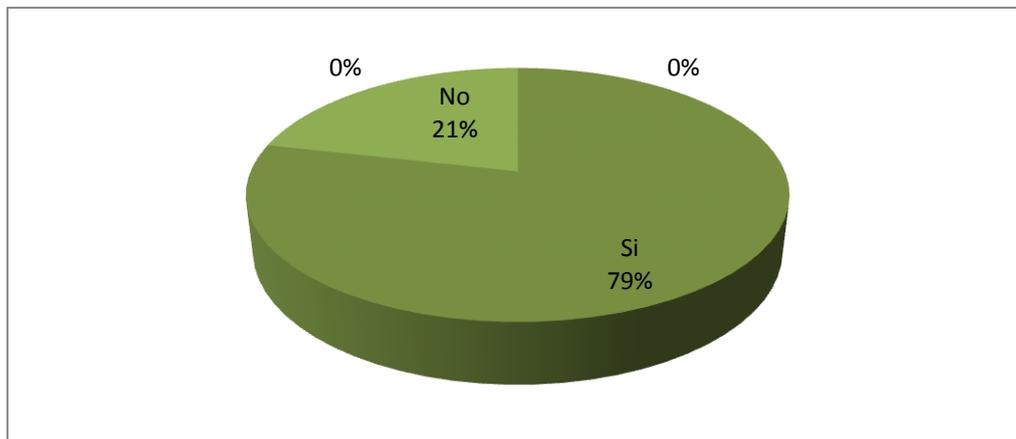
De la investigación realizada, el 62% manifiesta que la televisión ecuatoriana no es de calidad, mientras que otro 38% dice que si es de calidad.

Interpretación

Los estudiantes consumen todos los productos que se presentan en la televisión, sin estándares de calidad.

10.- ¿Cree usted que la información que se encuentra en internet genera facilismo en los estudiantes?

Respuesta	#	%
Si	11	73
No	3	27
Total	14	100



Análisis

De la investigación realizada, el 73% manifiesta que el internet genera facilismo en los estudiantes, mientras que el otro 27% dice que el internet no genera facilismo.

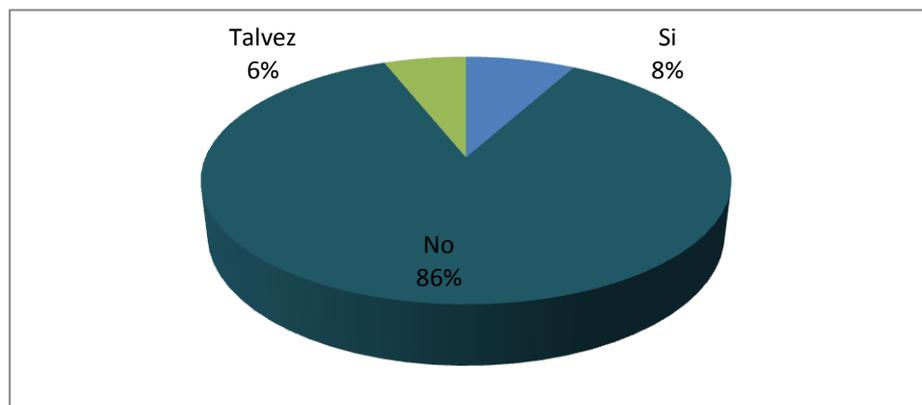
Interpretación

El internet es una herramienta difícil de regular por lo cual se debe enseñar a los alumnos a ser selectivos.

4.3 Entrevista dirigida a los Estudiantes.

1.- ¿Cree usted que al ver programas de televisión cuyo contenido no sea educativo desperdicia su tiempo?

Respuesta	#	%
Si	4	8
No	43	86
Tal vez	3	6
Total	50	100



Análisis

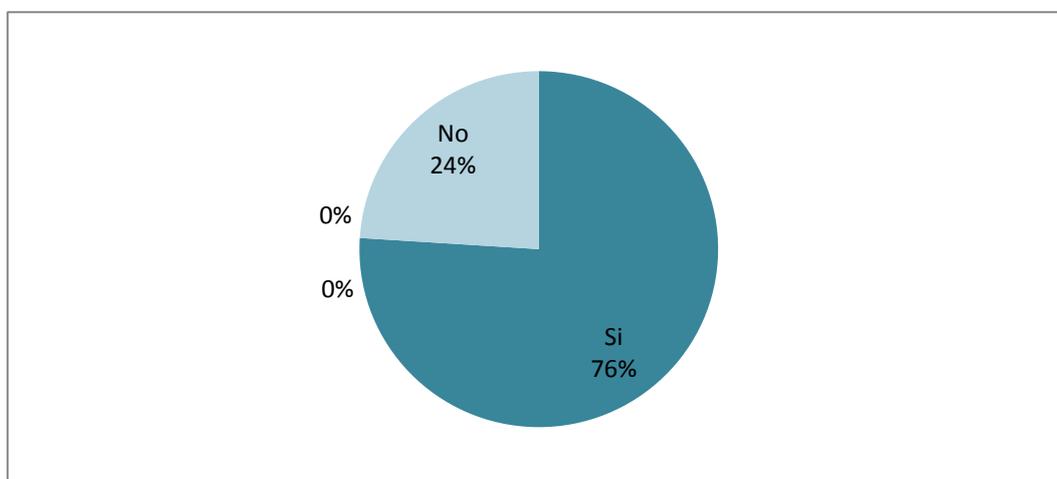
De la investigación realizada, el 86% manifiesta que el ver información que no es educativa no le causa perjuicio, el 8 % manifiesta que si se genera una pérdida de tiempo, mientras el 6% manifestó que tal vez.

Interpretación

Los estudiantes no consideran que ver programas televisivos les cause problemas.

2.- ¿Alguna vez ha dejado usted de cumplir con sus obligaciones educativas, por ver televisión, navegar en internet o leer una revista?

Respuesta	#	%
Si	38	97
No	12	3
Total	50	100



Análisis

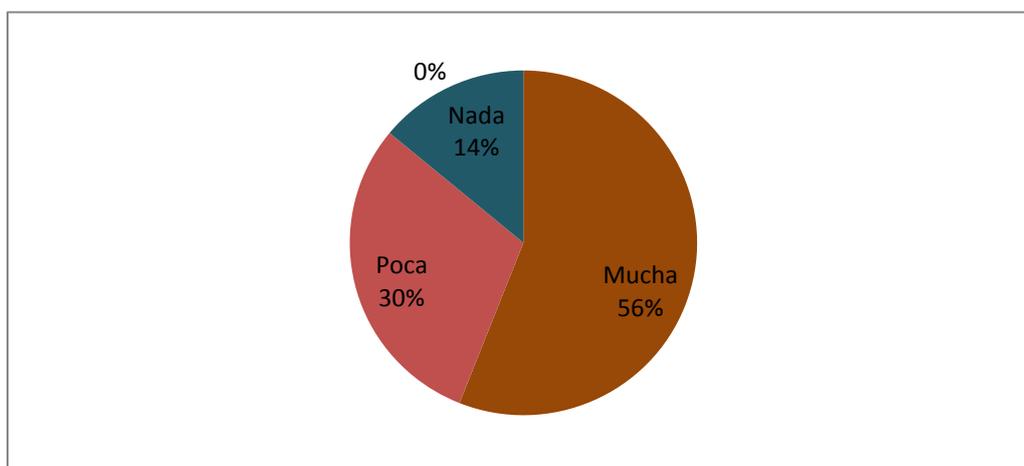
De la investigación realizada, el 97% manifiesta que ha realizado alguna de las actividades antes nombradas en lugar de cumplir con sus tareas escolares, mientras el 3% manifiesta que ha dejado de cumplir sus obligaciones.

Interpretación

Los estudiantes le dan preferencia, al internet, televisión u otro medio de entretenimiento en lugar de cumplir con sus deberes.

3.-¿Cuánta información recibe usted por parte de los medios?

Respuesta	#	%
Mucha	28	56
Poca	15	30
Nada	7	14
Total	50	100



Análisis

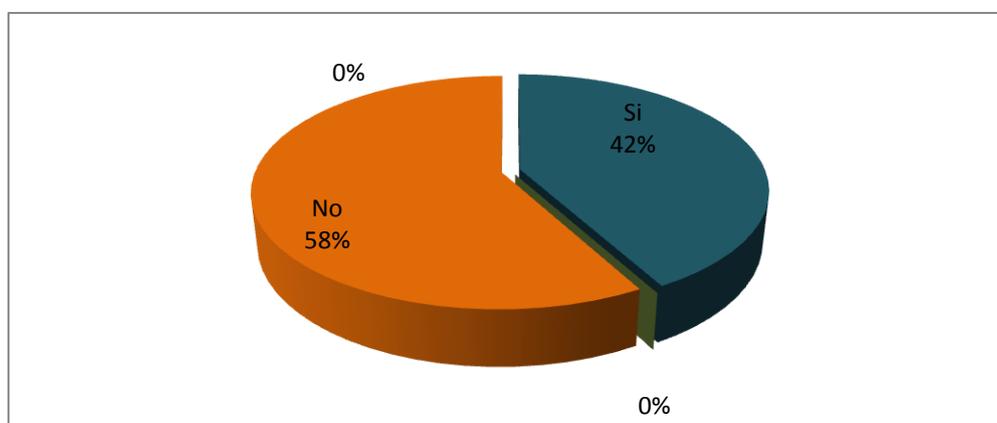
De la investigación realizada, el 56% dice que recibe mucha información por parte de los medios, el 30% dice que recibe poca, mientras el 14% dice que no recibe ningún tipo de información por parte de los medios.

Interpretación

Los estudiantes reciben información de varias fuentes mediáticas. Algunos consideran que la información no es valiosa.

4.- ¿Cree usted que la televisión ecuatoriana transmite suficientes programas educativos?

Respuesta	#	%
Si	21	42
No	29	58
Total	50	100



Análisis

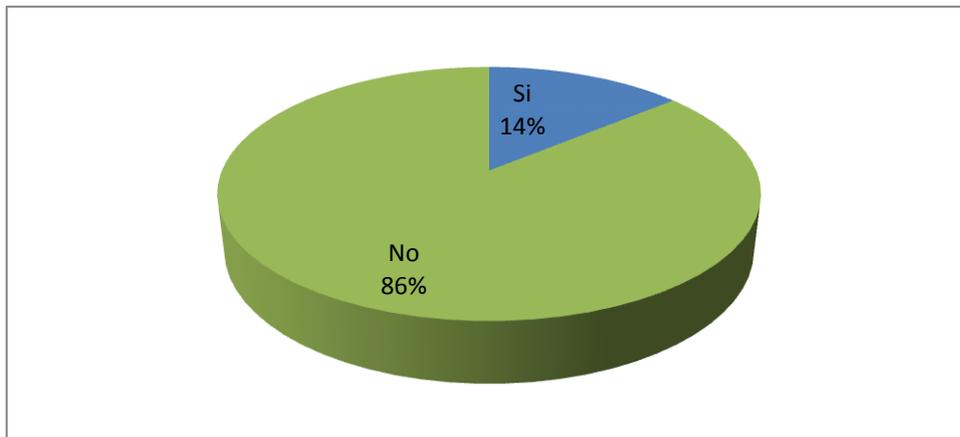
De la investigación realizada, el 58% manifestó que la televisión ecuatoriana no transmite suficientes programas educativos. Mientras que el 42% manifestó que existen suficientes programas educativos.

Interpretación

Si los medios poseen los programas apropiados orientados a la información y el aprendizaje los alumnos recibirán un beneficio que se verá reflejado en el proceso de aprendizaje.

5.- ¿Cree usted que el bajo desempeño estudiantil está conectado de manera directa con navegar excesivamente en internet?

Respuesta	#	%
Si	7	14
No	43	86
Total	50	100



Análisis

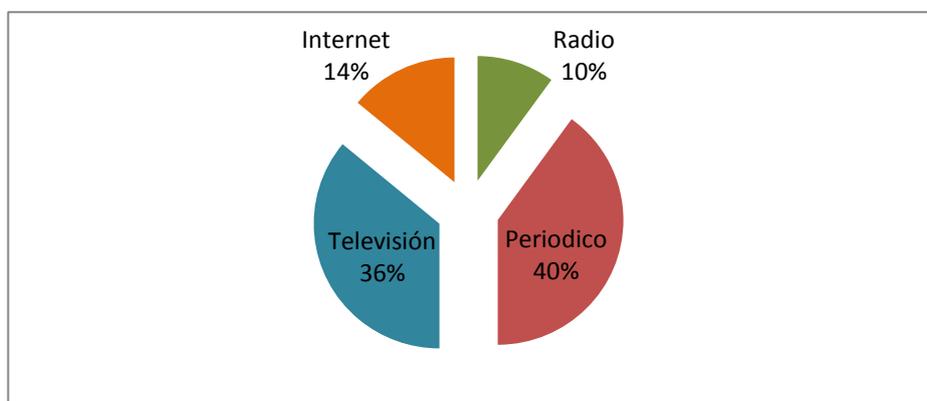
El 86% manifestó que no cree que el desempeño estudiantil se vea afectado por navegar excesivamente en internet, mientras que el 14% manifestó que el internet en exceso genera conflictos

Interpretación

El internet usado de manera excesiva genera una distracción que genera a largo plazo problemas de aprendizaje y de atención.

6.- ¿Qué medio cree usted que tiene mayor credibilidad?

Respuesta	#	%
Radio	5	10
Periódico	20	40
Televisión	18	36
Internet	7	14
Tota	50	100



Análisis

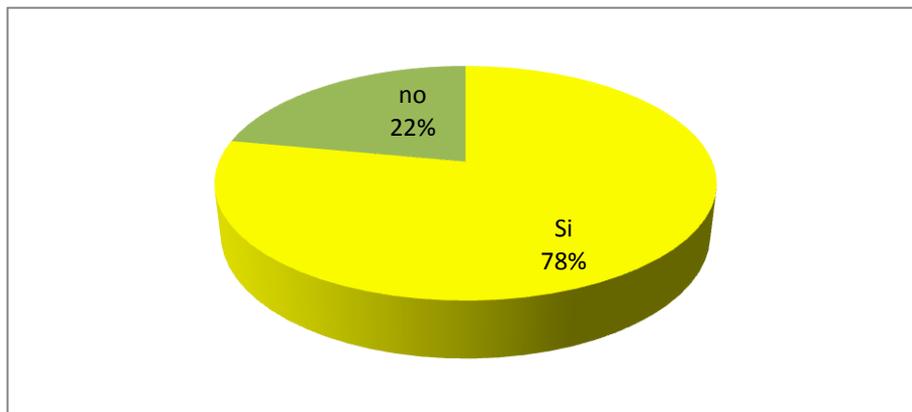
El 40% de los estudiantes manifestó que el periódico es el medio que consideran tienen más credibilidad, mientras que la televisión se encuentra en segundo lugar con un 36%, el internet ocupa el tercer lugar con el 14% y la radio el último lugar con el 10%.

Interpretación

La mayoría de los estudiantes consideran que el periódico es el medio con mayor credibilidad pese a que la mayoría de ellos no lee el periódico.

7.- ¿Cree usted que está mal que un menor vea programas dirigidos para público adulto?

Respuesta	#	%
Si	39	97
No	11	3
Total	50	100



Análisis

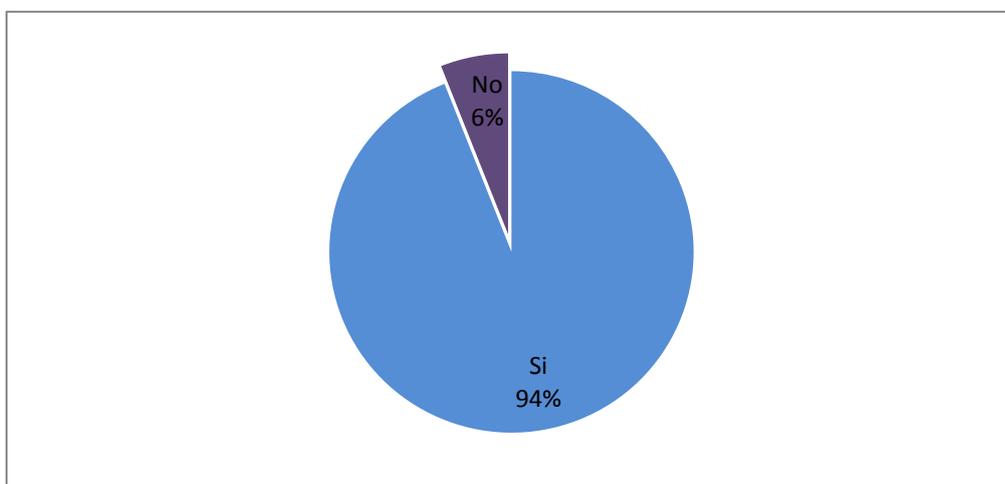
El 97% de los estudiantes considera que esta mal ver programas dirigidos a público adulto mientras que el 3% considera que no.

Interpretación

La programación debe plantearse de acuerdo a edades, ya que de acuerdo a la madurez que tienen los receptores se interpretara la información recibida.

8.- ¿Ha tomado usted información sin confirmar del internet para realizar sus deberes?

Respuesta	#	%
Si	47	98
No	3	2
Total	50	100



Análisis

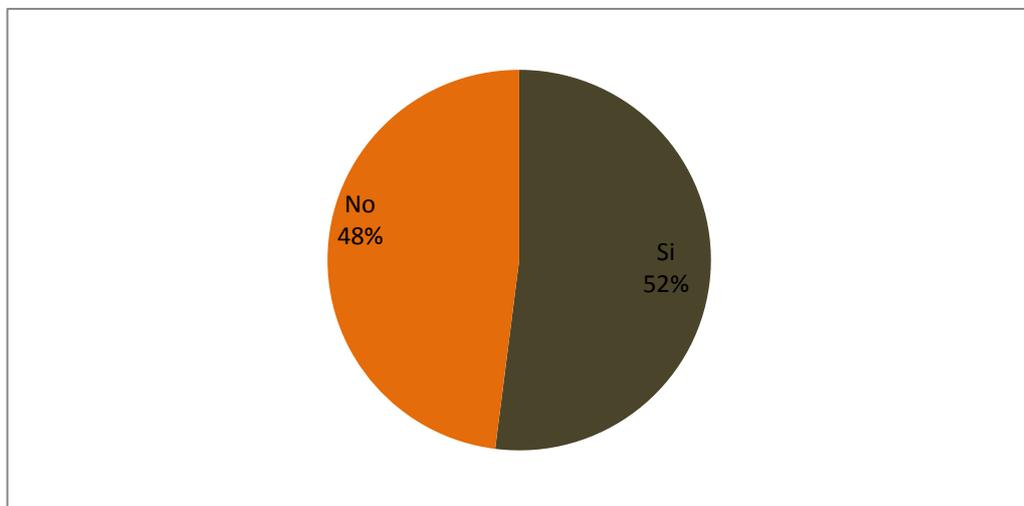
El 98% de los estudiantes ha utilizado información del internet para realizar sus deberes, El 2% dijo que no.

Interpretación

El internet es una herramienta de rapidez, por lo general para los estudiantes es más fácil acceder a información virtual que ir a una biblioteca.

9.- ¿Considera que la educación sería más divertida si se usan herramientas tecnológicas en el aula?

Respuesta	#	%
Si	26	76
No	24	24
Total	50	100



Análisis

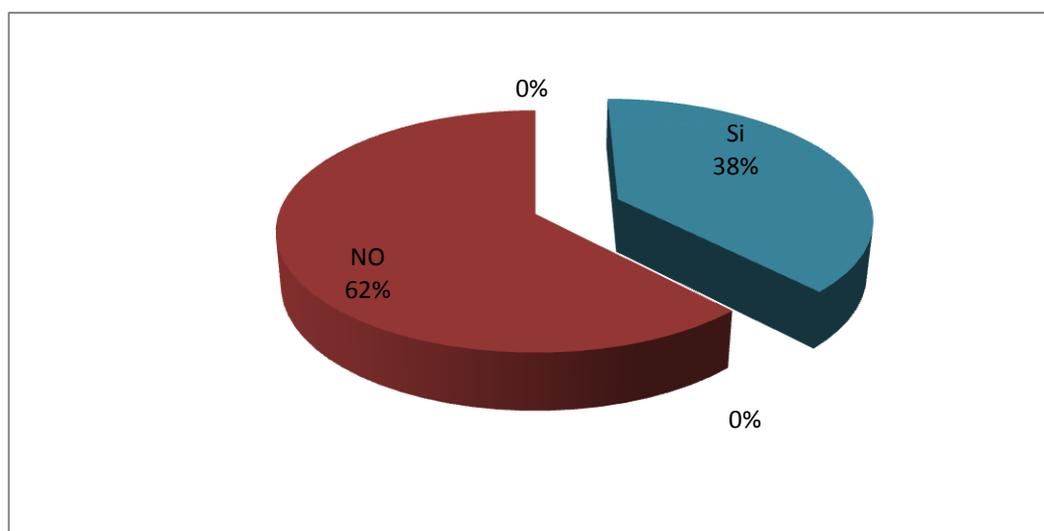
De la investigación realizada, el 76% manifiesta que sería más divertida la información con herramientas tecnológicas, mientras que otro 24% dice que no consideran que serán divertidas las clases.

Interpretación

Las herramientas tecnológicas usadas de la manera indicada generan beneficios a los estudiantes.

10.- ¿Considera usted que las redes sociales generan una distracción al momento de estudiar?

Respuesta	#	%
Si	19	38
No	31	62
Total	50	100



Análisis

El 93% contestó que las redes sociales generan una distracción. Mientras que el 7% contestó que no.

Interpretación

Las redes sociales generan problemas de atención en los estudiantes.

4.3. COMPROBACIÓN DE HIPÓTESIS

De acuerdo a la investigación realizada se puede indicar que la hipótesis es positiva; porque todo nos indica que su influencia direcciona el comportamiento de la mayoría de los jóvenes que encausa su rebeldía hacia valores negativos construyéndole anti valores que perjudican el desarrollo individual y social orientando hacia la individualidad el egoísmo y ambiciones irreales; actitudes que imposibilitan una sociedad sin justicia y violenta.

4.4. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

4.4.1. CONCLUSIONES

- Los maestros prestan poca atención a los distintos tipos de comportamientos de los estudiantes. Porque una gran mayoría es víctima de la desinformación que originan los poderes facticos. Que definitivamente es un grave problema la influencia de los medios en los estudiantes para su formación creándole formas de pensar aun fuera de su realidad por lo que se debe trabajar, para que los medios nos sirvan para orientar bien el trabajo de la enseñanza aprendizaje. Y tener estudiantes críticos, propositivos y orientando el papel del maestro. Que no es otra cosa que enseñar a pensar.

4.4.2. RECOMENDACIONES

- Necesitamos dotar a los colegios, de medios audiovisuales para convertirlos en instrumento de desarrollo, poner al día al docente en el manejo de los nuevos mecanismos tecnológicos.
- Socializar con los padres de familia para que entiendan. Que es la informática, que es la televisión, que son los medios de comunicación y su real papel en la sociedad.

5.1. Tema

Guías didácticas para la uso de los medios de comunicación en el proceso pedagógico formando un estudiante crítico, propositivo, analítico y creativo.

5.2. JUSTIFICACIÓN

Desde la década del 60 del Siglo Pasado gran cantidad de Sociólogos y Pedagogos han cuestionado el papel de los medios de comunicación y su influencia nefasta en el proceso de pensar no solo en los estudiantes sino en la población entera; tanto así, que se llego a firmar que cada medio de comunicación era una trinchera del enemigo que nos aculturizado, dominado y que formaba todo un proceso nuevo colonial al manejo de nuestra forma de ver y de pensar. Lo afirmado atrás tiene cierto fundamento porque ha sido evidente la penetración ideológica, el apoliticismo fomentado, la creación de contradicciones inexistentes polarizando las generaciones, los sexos, la no participación social política donde han tenido bastante éxito; los docentes en el aula conocen de esas situaciones y hasta han llamado “la caja de los idiotas” al televisor, actualmente es tan masivo la penetración de la información que ya no es solamente las famosas telenovelas para despistar a la juventud que es casi imposible enfrentarlo, ante tal situación de que si no lo puedes vencer hay que unirse.

Los maestros deben utilizar todos los medios informativos, electrónicos para convertirlos en verdaderas herramientas didácticas para que desde allí los estudiantes y jóvenes aprendan a leer entre líneas toda esa información que sabiendo pensar se convierte en un verdadero fundamento para desarrollar la cultura y el conocimiento favoreciendo los aprendizajes, manejando críticamente todo lo que se recibe para de esta manera tener ese aliado poderoso que son los medios de comunicación convirtiéndolos en amigos para

mejorar los procesos para tener aprenderes nuevos y bien fundamentados. Que ganaría la sociedad entera.

5.3. FUNDAMENTACIÓN

Una realidad concreta y cierta en nuestra sociedad es que se acostumbro a que los medios de comunicación decidan por la población “le dan pensando” a la sociedad lo que convirtió a los poderes facticos en los verdaderos poderes políticos, económicos, sociales; esa realidad debe cambiarse al entender bien los roles de los medios de comunicación y su función específica que es de informar y no alienar para que haya una correcta vinculación medio y sociedad.

5.3. OBJETIVOS

5.3.1. Objetivo General

Establecer alternativas didácticas aplicables en el proceso de pedagógico para la formación crítica, propositiva, analítica y creativos de los estudiantes de secundarias.

5.3.2. Objetivos Específicos

- Facilitar la aplicación de los medios de comunicación en el proceso pedagógico de acuerdo a las necesidades educativas.
- Efectivizar el uso de los medios de comunicación social

Descripción de la propuesta.

Actividades para ejecución de la propuesta:

- Sesión de trabajo con el Rector y docentes del Colegio
- Organizar cronograma de trabajo para capacitación a docentes

- Preparar materiales didácticos y demás insumos para la capacitación docente.
- Desarrollar talleres prácticos, una cada semana.
- Organizar por medios de comunicación masivos, información de la información. Lo que connota y lo que denota.

CAPITULO VI

6. MARCO ADMINISTRATIVO

6.1 Recursos

Humanos

Se utilizaron dos personas para realizar las encuestas.

Una persona para realizar los trabajos de tabulación

Un Director de tesis

Un Lector de tesis

Materiales

Los materiales que se utilizaron en este proceso de investigación fueron:

Un computador

Una oficina

Material Logístico

6.2 Presupuesto

El presupuesto cubre el diseño y la ejecución.

a) Distribución del presupuesto

• Transporte		
Viatico y movilización	80.00	
• Materiales		
Resmas Bonn tamaño Inem	3.00	
Cartuchos	56.00	
Pen drive		21.00
Textos		75.00
• Varios		
Tipiada y Reproducida del Proyecto		60.00
Empastado		40.00
Xeroc Copia		25.00
• Imprevistos		
Otros tomados en Cuenta		20.00
	Total	380.00

6.3 CRONOGRAMA DE ACTIVIDADES

Nº	Meses y sem. Actividades	Septiembre		Octubre				Noviembre				Diciembre				Enero				
		3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	1	2	3	4	
1.	Selección de Tema																			
2.	Aprobación del tema	■	■																	
3.	Recopilación de la Información			■																
4.	Desarrollo del I capítulo				■	■	■													
5.	Desarrollo del II capítulo					■	■	■												
6.	Desarrollo del III capítulo							■	■											
7.	Elaboración de las encuesta									■	■									
8.	Aplicación de las encuestas									■	■									
9.	Tamización de la información											■	■	■						
10	Desarrollo de IV Capítulo												■	■						
11	Elaboración de Conclusión y Recomendación												■	■						
12	Desarrollo del V Capítulo												■	■	■	■				
13	Presentación de la Tesis																■	■		
14	Sustentación																			■

CAPITULO VII

BIBLIOGRAFÍA Y ANEXOS

7.1 Bibliografía

- ✓ Introducción A La Teoría De La Comunicación De Masas Denis Mcquail
- ✓ La Investigación De La Comunicación De Masas Crítica Y Perspectiva MAURO WOLF, PAIDOS IBERICA, 2006
- ✓ Periodismo la teoría general de los sistemas y la ciencia de la comunicación.
- ✓ Manual de Periodismo Vicente Lenero y Carlos Marín.
- ✓ Géneros Periodísticos Juan Gargurevich
- ✓ Técnicas de Enseñanza del Periodismo
- ✓ Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales Felipe Pardinas
- ✓ Metodología de la Investigación Científica y Técnicas de Estudio Felipe f. Urriate Mora
- ✓ Introducción al Diseño del Proyecto de Investigación Holgar Ramos Olmedo
- ✓ Comunicaciones Roland Barthes
- ✓ . Como Desarrollar una clase formativa y productiva Menigno Hidalgo Matos
- ✓ Educación y Relaciones de Poder Alberto Merani
- ✓ La Comunicación Internacional Pilar Escriche, Mar Fontucuberta, Cesar Molinero – Marcial Murciano
- ✓ Nueva Sociedad Hector Malave Mata, Maximo Simpson G. , Oswaldo Capriles, Diego Portales C, Fernando Reyes Matta

4.- ¿Cree usted que los medios de comunicación generan un aporte a la educación?

- si – no -Algunos

5.- ¿Considera usted importante fomentar el uso de los medios de comunicación en maestros y estudiantes?

-Si -No

6.- ¿Cree usted que los medios de comunicación deben auto establecerse filtros para aportar de manera más eficaz a los estudiantes y a la educación?

-Si -No

7.- ¿Considera que los medios de comunicación pueden ser usados como una herramienta educativa?

-Si -No

Diariamente - semanalmente - Mensualmente

5.- ¿Cuál medio considera usted que es más peligroso para los estudiantes secundarios?

Internet -Radio -Televisión Medios
Escritos

6.- ¿Cree usted que los estudiantes basan sus decisiones en la información obtenida de los medios?

- si – no

7.- ¿Considera que los medios de comunicación tienen la culpa de los problemas sociales?

- si – no

8.- ¿Considera usted que las novelas colombianas aportan a la sociedad?

- si – no

9.- ¿Considera que la televisión ecuatoriana es de calidad?

- si – no

10.- ¿Cree usted que la información que se encuentra en internet genera facilismo en los estudiantes?

- si – no

Anexo # 3

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE BABAHOYO
FACULTAD DE CIENCIAS JURÍDICAS SOCIALES Y DE LA EDUCACIÓN
ENTREVISTA DIRIGIDA A LOS ALUMNIOS

Estimados amigos con el fin de recoger información para la presente investigación cuyo tema es: INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN EL PROCESO DEL INTERAPRENDIZAJE DE LOS ALUMNOS DE SEXTO AÑO SOCIALES A Y B DEL COLEGIO QUEVEDO DEL CANTON QUEVEDO, PROVINCIA DE LOS RIOS DEL AÑO LECTIVO 2012 - 2013., le solicitamos responder a las siguientes preguntas:

De acuerdo a su criterio marque con una X la respuesta que crea conveniente.

1.- ¿Cree usted que al ver programas de televisión cuyo contenido no sea educativo desperdicia su tiempo?

- si – no -tal vez

2.- ¿Alguna vez ha dejado usted de cumplir con sus obligaciones educativas, por ver televisión, navegar en internet o leer una revista?

- si – no

3.-¿Cuánta información recibe usted por parte de los medios?

-Mucha -Poca -Nada

4.- ¿Cree usted que la televisión ecuatoriana transmite suficientes programas educativos?

- si – no

5.- ¿Cree usted que el bajo desempeño estudiantil está conectado de manera directa con navegar excesivamente en internet?

- si – no

6.- ¿Qué medio cree usted que tiene mayor credibilidad?

-Medios Escritos -Radio -Televisión -Internet

7.- ¿Cree usted que está mal que un menor vea programas dirigidos para público adulto?

- si – no

8.- ¿Ha tomado usted información sin confirmar del internet para realizar sus deberes?

- si – no

9.- ¿Considera que la educación sería más divertida si se usan herramientas tecnológicas en el aula?

- si – no

10.- ¿Considera usted que las redes sociales generan una distracción al momento de estudiar?

- si – no

Anexo # 4

Encuentro N.- 1

Fecha	Tiempo	Actividades	Estrategia	Recursos	Evaluación	Responsable
Jueves 27 De Septiembre	09 -12 am	Reunión con autoridades y maestros	Conversatorio	Humanos Rector Vicerectora Docentes Materiales Infocus	Capacidad comunicativa de los Docentes	Investigadora Docentes y Facilitadora

Tema: Reunión Con las Autoridades y Maestros para determinar el plan de Acción para desarrollar el proyecto.

Encuentro N.- 2

Tema: Encuestas Autoridades y Docentes

Fecha	Tiempo	Actividades	Estrategia	Recursos	Evaluación	Responsable
Viernes 19 De Octubre	10 -12 am	Encuesta a autoridades y maestros	Determinar con encuestas los parámetros para desarrollar el proyecto	Humanos Rector Vicerectora Docentes Materiales Papel Lapiceros	Preparación y estrategias usadas por los docentes para guiar a sus estudiantes	Investigadora Docentes y autoridades

Encuentro N.- 3

Tema: Encuestas Estudiantes

Fecha	Tiempo	Actividades	Estrategia	Recursos	Evaluación	Responsable
Viernes 26 de Octubre	09 -12 am	Encuesta a estudiantes	Determinar con encuestas la influencia de los medios en el desarrollo de los estudiantes	Humanos Investigadora Alumnos Materiales Papel Lapiceros	Capacidad de respuesta de los estudiantes	Investigadora

Encuentro N.- 4

Tema: Capacitación a estudiantes basada en resultados de encuestas

Fecha	Tiempo	Actividades	Estrategia	Recursos	Evaluación	Responsable
22 de Noviembre	8 am - 1pm	Capacitación y orientación a los estudiantes sobre los medios de comunicación y su influencia	Charla participativa	Humanos Vicerectora Docentes Estudiantes Materiales Papel Lapiceros Infocus Periodicos	Talleres grupales con los participantes	Investigadora Docentes, alumnos y autoridades