

PROPUESTA PARA ALFABETIZAR EN TELEVISIÓN A FAMILIAS VULNERABLES DE COLOMBIA.

Orlando González Gómez
Universidad de Málaga

Resumen

Actualmente, la sociedad concibe la televisión como un punto de encuentro entre la tecnología del siglo XX y el ritmo vertiginoso del siglo XXI. En este sentido, este estudio aborda la evolución del mar de pantallas y sus múltiples contenidos, que inundan continuamente los hogares, y cuyo fin es analizar la repercusión mediática de los espectadores en el pensamiento crítico de sus elecciones audiovisuales. Por lo tanto, este trabajo presenta una propuesta de alfabetización mediática dirigida a favorecer el conocimiento, uso y recepción de la televisión en las familias del municipio de Villa del Rosario en Colombia, con el objetivo de establecer las pautas correctas para que familias de bajos recursos puedan consumir de forma adecuada la televisión. Mediante la revisión teórica e investigativa se conceptualizan los temas y contextos centrales asociados con el proyecto para generar un análisis crítico, que permita establecer los criterios claves del proceso. Asimismo, el proyecto está desarrollado a través de una metodología mixta de investigación participativa, permitiendo una mejor aproximación al objeto de estudio y apuntando al desarrollo social y el fortalecimiento de la calidad de vida. Por lo tanto, para llevar a cabo este estudio se realizó un Focus Group con una muestra total de 20 padres divididos en dos grupos focales con la finalidad de conseguir una mejor percepción por parte de los participantes. Además, se emitió una encuesta a un total de 100 personas, para la recolección de datos y fortalecer la veracidad de los hallazgos identificados dentro de los patrones de consumo televisivo. Entre los resultados obtenidos destaca la disposición de la comunidad por participar en este tipo de proyectos y el papel notorio que mantiene la televisión dentro de la unidad familiar. Además, conseguimos establecer las pautas específicas para enseñar televisión, determinando el análisis crítico, la reflexión y las competencias concedidas frente al medio de comunicación frente a la mirada crítica del espectador en riesgo de inclusión social.

Palabras clave: Televisión, alfabetización, familia, comunicación, análisis crítico, investigación participativa.

1. Introducción

La sociedad actual saturada de imágenes por doquier, no tiene una defensa que contrarreste este fenómeno de millones de mensajes a través de la pantalla, es fundamental una postura crítica con personas preparadas para defenderse inteligentemente de cualquier tipo de manipulación. Con este panorama, podemos decir que se encuentran directamente comprometidos la familia, el Estado, la escuela y los medios de comunicación, para que actúen de manera inmediata y creen mecanismos que permitan educar a la población con una postura rígida y crítica frente a la televisión.

De ahí que, los directamente implicados en la enseñanza son los padres de familia, los primeros en educar a sus hijos y en responsabilizarse por el uso de este medio de comunicación social, así lo asegura Ferrés (1994) “la televisión se consume fundamentalmente en el ámbito familiar. De ahí la importancia de que la familia prepare un contexto que garantice una experiencia enriquecedora como telespectadores” (p.133).

Otro responsable es el Estado, el más importante, es quien debe velar por la educación mediática a sus ciudadanos, dentro de sus políticas como lo sugiere Aguilar (2011) las políticas educativas internacionales y nacionales exigen elevar la calidad de la educación. Una exigencia que permite abrir brechas comunicativas y tecnológicas en los países menos desarrollados.

Por otra parte, la escuela con sus currículos que integren los medios dentro del aula de clases como una asignatura que los prepare para entender y utilizar la televisión porque según Aguaded (1998) en consecuencia, en virtud de esas coordenadas sociales y educativas, los medios van a adquirir roles específicos, ya que en el contexto de una pedagogía transmisora -como la que hasta ahora ha impregnado prácticamente nuestro modelo educativo - la televisión no puede ser más que un mero auxiliar que complementa la función informativa de los profesores, ampliando el campo de conocimientos - conceptuales- a través del apoyo del lenguaje audiovisual.

También, los medios de comunicación tienen su compromiso y en todo caso se debe evitar que continúen su poder dominante como lo hace saber Castells (2009) “la creciente influencia de las empresas del sector de los medios de información y comunicación sobre las instituciones públicas reguladoras, puede poner la revolución de las comunicaciones al servicio de intereses empresariales” (p.91). Más que dinero y espectáculo los canales

de televisión tienen que generar propuestas de convivencia y educación social, participación e inclusión para aquellos que no tiene voz.

Desde esta perspectiva, todas las instituciones sociales deben estar comprometidas pero sobre esta correspondencia, hay que descubrir el manejo de los medios, en el modelo de activación en cascada de Entman que lo retoma Castells (2009) habla de la relación entre el enmarcado de la información, la opinión pública y el poder, resalta la interacción entre los diferentes actores en una jerarquía de influencia que combina los mecanismos de establecimiento de la agenda.

En concreto, la información que reciben las personas a través de la televisión, esta mediada por muchos factores entre ellos los intereses políticos, comerciales, y de las maquinarias o monopolios de los medios de comunicación que en últimas afectan al público con sus mensajes. Estas relaciones de poder deben ser evidenciadas por una población que escasamente tiene un nivel de educación, pero en la realidad no la conocen. De allí la importancia de otorgar un conocimiento del manejo en todo los sentidos de los medios en especial de la televisión, a las familias vulnerables para que desde ya asuman una posición crítica frente a los mensajes televisivos.

1.1 Educación en medios de comunicación

Desde que han surgido los medios de comunicación a lo largo de los siglos XX y XI, estos se han ido incorporando a la enseñanza, en este aspecto resalta García- Matilla (2010) “algunos medios fueron utilizados de forma inmediata por aquellos educadores avezados que desde el primer momento vieron las inmensas potencialidades educativas de estos recursos comunicativos” (pág). Por esta razón, unos cuantos osados han intentado involucrar la Educomunicación en procesos de enseñanza, pero aún falta más interés y participación de toda la sociedad, que tiene que entender la importancia de involucrar a los medios en la educación. En este sentido según Alfaro (1993) “la comunicación hace posible entonces que dialoguen las heterogeneidades personales, sociales, y culturales, allí donde ella existe es posible articular, fomentar, mediar y por lo tanto integrar sin eliminar las diferencias, cuestionando la desigualdad y el aislamiento” (p.34). En los países latinoamericanos está profundamente marcada la indiferencia y la desigualdad, no podemos desarrollar proyectos de educación si no construimos nuevas relaciones de inclusión y pluralidad. Porque desde sus inicios la radio y la televisión, tuvieron un énfasis educativo prioritario, este propósito se ha venido perdiendo en las últimas

décadas y aunque sigue habiendo países en los que se le da una gran importancia a los usos educativos de la televisión, se hace necesario retomar la filosofía de unos medios para educar en todas partes del mundo.

Es así, que en Latinoamérica, muchos países se destacaron por desarrollar interesantes experiencias de televisión al servicio de la educación, de esta forma, Colombia inicia la televisión con un enfoque educativo y en radio la emisora Radio Sutantenza fue pionera en el uso de este medio para educar y facilitar la participación ciudadana. Con este fin se crearon los más importantes medios colombianos, que con el tiempo se desvirtuarían de su objetivo principal, la educación. Por otra parte, las televisiones públicas de Alemania, Italia, España, Francia y Holanda se interesaron por desarrollar experiencias de televisión educativa más o menos continuadas. En Europa, la BBC fue la cadena pionera en preocuparse por la Educación de los telespectadores en materia de comunicación y en Estados Unidos fue el país pionero en modificar el tópico que identificaba a la televisión educativa con lo aburrido con el programa Plaza Sésamo.

En la actualidad, con la llegada de las tecnologías se abren nuevas oportunidades en todos los campos y en la educación también pero con posturas y opiniones encontradas como lo demuestra García -Matilla (2010) por un lado, aquella defendida por quienes sienten el riesgo de que en el contexto actual se acentúe la brecha digital y aquellos otros que ven la oportunidad histórica de poder construir un imprescindible trampolín digital que nos permita dar un salto cuantitativo y cualitativo en el desarrollo económico, social, educativo y cultural. A pesar de todo, este proceso no se repartió equitativamente como lo asevera Pérez- Tornero (2000) “en términos generales la renovación tecnológica en la educación es pobre y lenta en los países desarrollados y escasísima en los no desarrollados” (p.37). También complementa que hay escuelas que no utilicen ni la radio, ni la televisión, ni Internet ni otros sistemas técnicos, esto se presenta en países en vía de desarrollo. Por ello, en este contexto sin posibilidades de tener un acercamiento a los medios, la brecha digital y la ineficiencia gubernamental se tienden a generar menos oportunidades para acceder al conocimiento.

En definitiva, educar entonces para la comunicación en democracia, es deber y obligación, así lo proponen Delgado y Vela (2011) si extrapolamos esta idea al aula y tenemos como referente los seis títulos que configuran el documento comunitario (dignidad, libertades, igualdad, solidaridad, ciudadanía y justicia) no podemos hablar de

democratización de la enseñanza si no se facilita la participación de todos los ciudadanos que pueden formar parte del aula.

1.2 televisión y familia

Una alfabetización en este medio de comunicación es oportuna en esta época en que todos los contenidos van a la pantalla de televisión sin ningún filtro, nos permitiría aprovechar al máximo lo que este medio ofrece, para beneficio de la comunidad como lo afirma Contreras (1998) “en una palabra, las familias deben aprender a servirse de la televisión, en lugar de estar a su servicio. La palabra clave es equilibrio. De parte y parte unos contenidos pensados para el televidente y un televidente preparado para su consumo” (p.71). De ahí que es importante argumenta Contreras (1998) la responsabilidad del hogar que proviene del hecho de ser el ámbito en donde se consume habitualmente la televisión. La familia ha de facilitar estos procesos, pero difícilmente realizarán esta tarea unos padres que, en general, están tan faltos de formación en este campo como sus hijos. Pero esta responsabilidad no solo recae en la familia, sino que es un conjunto de acciones entre del estado y también de la escuela, la formación es un derecho a los que todos deben y puedan acceder, por lo tanto, se hace necesario crear audiencias más pensantes frente a los contenidos con una actitud de televidente crítico.

Por ende, tener el mando de la televisión con una buena alfabetización mediática permitirá una relación de entendimiento y su uso será más pensado, más elaborado y más concienciado. Boza (2005) el consumo de televisión que es, sin duda, un asunto de salud pública de primer orden y hay que extender esa sensibilidad a toda la sociedad. Las acciones para erradicar el analfabetismo en televisión y permitir una libertad al uso de los medios son un devenir de campañas y planes de gubernamentales. De manera que, la capacitación en televisión, es una preparación formadora de ciudadanos para los medios de este nuevo siglo. Lo explica Reig (2005) “¿qué principios éticos debe tener la televisión para que se dé calidad? Todos aquéllos que se derivan de la empatía, es decir, de colocarse en el lugar de los que sufren adversidades. Esta es la única forma para que los demás se den cuenta del significado de los problemas del prójimo” (p.69). El lugar del otro de los otros y que los distribuidores, productores y dueños de canales de televisión vean que existen otras expresiones que son parte de la vida social de las comunidades a las que dirigen sus programas, seguro pensarán mejor en la calidad de sus parrillas de programación.

Entonces, se puede considerar la alfabetización como un trabajo mancomunado para no dejar solas a las familias, que el papel de los padres frente al televisor no sea en solitario y este acompañado de quienes deben velar por una seguridad y regulación de la televisión y de todos quienes aporten en su crecimiento y conocimiento sobre la televisión. De modo que, La alfabetización en televisión para las familias les brindará unas mejores herramientas para enfrentarse a los contenidos, siendo más críticos, más certeros a la hora de elegir los programas, darle un buen uso en el tiempo de la televisión encendida, saber qué es lo que busca de la pantalla el entretenimiento sano, la información o la enseñanza. En concreto, No ser más manipulados a exigencias de mensajes consumistas que la televisión los viene forzando por años ser inteligentemente ciudadanos de la nueva televisión de un siglo digital que así lo exige.

Por último, se propone un modelo de responsabilidad ante el consumo, la familia debe comenzar por servir de antídoto contra la dictadura de los medios de comunicación. La tolerancia no es permitirlo todo. No confundamos tolerancia con apatía, desinterés o indiferencia. El modelo de familia ante el consumo de medios de comunicación también puede incidir en estos comportamientos, que varían desde la pasividad absoluta hasta la utilización más crítica (Martínez-Salanova y Peralta: 1996)

1.3 Alfabetización mediática

La alfabetización mediática, que constituye capacidades básicas para el ciudadano, adquiere un significado contundente en la sociedad. Durante la década de 1970, la educación en medios comenzó a ser reconocido como una práctica crítica de la ciudadanía, que forma parte del ejercicio de los derechos democráticos y las responsabilidades civiles. Desarrollado inicialmente en el siglo 20 por los estudiosos del trabajo de educación, como Lev Vygotsky y Paulo Freire, la alfabetización es conceptualizada como una práctica sociocultural que encarna, refleja, refracta y las relaciones de poder (Hobbs y Jensen 2009). Por su parte la Comisión Europea define la “Media Literacy” o “Alfabetización mediática”, como “la capacidad de acceder a los medios de comunicación, comprender y evaluar críticamente los diferentes aspectos de los medios de comunicación y contenidos multimedia para crear una comunicación en una variedad de contextos”.

Hoy, donde la interacción es fundamental, la participación no sólo requiere del consumo de contenidos, sino también crearlos, compartirlos y analizarlos, el ciudadano debe

adquirir habilidades comunicativas que incluyan elaborar mensajes utilizando el lenguaje propio del medio audiovisual, pero sobretodo, saber cómo utilizar responsablemente estas competencias para participar activamente en la vida cotidiana. Para Jenkins, Clinton, Purushotma, Robison, y Weigel (2006) “Las nuevas alfabetizaciones los medios de comunicación deben ser vistos como habilidades sociales, como formas de interactuar dentro de una comunidad más grande, y no simplemente una habilidad individual para ser utilizado para la expresión personal” (p.21). De esta manera estaremos alfabetizando para los medios de comunicación, otorgando una valiosa enseñanza a la comunidad, entregando a las personas una herramienta eficaz para su encuentro con los medios, porque la expresión alfabetización mediática se refiere al conocimiento, las habilidades y competencias que se requieren para utilizar e interpretar los medios (Buckingham , 2003)

Más concretamente, se habla de una competencia básica que debe reunir las siguientes características según Marqués (2000):

Las competencias básicas se definen como la "capacidad de poner en marcha de manera integrada aquellos conocimientos adquiridos y rasgos de personalidad que permiten resolver situaciones diversas". Incluyen tanto los saberes o conocimientos teóricos como las habilidades o conocimientos prácticos o aplicativos y también las actitudes o compromisos personales. Son formas de combinar los recursos personales para realizar una tarea (habrá múltiples competencias, dependiendo de las tareas y de los contextos). Van más allá del "saber" y "saber hacer o aplicar" porque incluyen también el "saber ser o estar". Implican el desarrollo de capacidades, no sólo la adquisición de contenidos puntuales y descontextualizados, y suponen la capacidad de usar funcionalmente los conocimientos y habilidades en contextos diferentes para desarrollar acciones no programadas previamente.

Todo el esfuerzo de enseñanza recae en otorgar una serie de conocimientos y habilidades a las personas, pero como lo plantea Attewell (2009). “se pretende preparar en competencia audiovisuales y mediáticas a estudiantes, familias y en general a toda la sociedad pero que significa esta formación, ¿es sólo la entrega de unas herramientas y habilidades?” (p.22). Ante este interrogante, sabemos que una propuesta de alfabetización mediática es no quedarnos en ser solo los voceros de una información, es llevar una serie de herramientas para beneficio de la gente para su máximo aprovechamiento, es

acompañar un proceso por mucho tiempo para entender y comprender el contexto al que se le va reconocer un nuevo conocimiento para su bienestar.

2. Método

El método pone orden y otorga sentido. Así lo Señala Perujo (2009) no existe ninguna otra vía para deshacer el enredo que padece alguien que quiere investigar y no sabe cómo. Establece los procedimientos para superar el embrollo. Para encausar nuestra investigación se toma el orden con una exhaustiva exploración documental que nos permita un marco teórico bien sólido para saber de qué estamos hablando y que vamos hacer, el acceso al campo, al lugar donde se va a intervenir para recoger la información. En cuanto a la producción del conocimiento necesitamos interpretar la realidad con una perspectiva propicia como lo dice Montañés (2009) quienes se decantan por el método deductivo no consideran que el método inductivo sea la vía adecuada para explicar los acontecimientos. Posicionamiento que el investigador social ha de compartir, pues si la actividad investigadora no estuviera guiada por ninguna teoría, resultaría no ya difícil sino imposible saber que se debería observar.

De esta manera, lo que se observa y se interviene en una investigación está constituido por una serie de experiencias prácticas que son el alimento del investigador en su quehacer, en investigaciones expone Montañés (2009) si se admite que las prácticas modifican una realidad dada y que la computación interna de los efectos producidos construyen la propia realidad, ha de admitirse que no solo la dimensión tecnológica, teórica y epistemológica sino también la ontológica (qué es la cosa) quedan supeditadas a la dimensión práxica. Esta no queda reducida a una mera práctica, los sujetos transforman su conocimiento y realidad.

Así que, el propósito de esta investigación, no es más que diseñar una propuesta de enseñanza de la televisión para la comunidad, que permitirá lograr un avance significativo en esta comprometida tarea de alfabetizar críticamente para la convivencia. La población elegida para la investigación son las familias del municipio de Villa del Rosario, en Norte de Santander Colombia. El municipio cuenta con 69.083 habitantes en 66 barrios según la alcaldía municipal, de los cuales se enfocará el proyecto en los barrios Santander y Fátima. En la muestra de esta investigación se tomará la cantidad de familias que viven en estos sectores para reducirla a una muestra significativa de un porcentaje adecuado para su intervención que es de unos 150 hogares, donde se aplicará a 100 la encuesta, y

2 grupos de 20 personas en el Focus Group. La selección de la muestra se basa en el aproximado de las familias que habitan en estos barrios pues no se tiene un registro del número exacto.

Ahora bien, este proyecto se enmarca en una metodología mixta cuantitativa y cualitativa de investigación participativa que permitirá una mejor aproximación al estudio que se va a intervenir, buscando la interacción social, según Rodríguez, Gil y García (1996) esto significa que la investigación cualitativa:

“Estudia la realidad en su contexto natural, tal y como sucede, intentando sacar sentido de, o interpretar los fenómenos de acuerdo con los significados que tienen para las personas implicadas. La investigación cualitativa implica la utilización y recogida de una gran variedad de materiales—entrevista, experiencia personal, historias de vida, observaciones, textos históricos, imágenes, sonidos – que describen la rutina y las situaciones problemáticas y los significados en la vida de las personas” (p.32).

Teniendo en cuenta lo anterior, del conocimiento teórico y de la práctica en la búsqueda de una mejor participación en la investigación la metodología cualitativa nos ofrece un método que reúne la interacción con el objeto de estudio para transformar ese conocimiento desde la práctica, lo plantean Rodríguez, et al. (1996) se pretende con la investigación participativa, por una parte, producir conocimiento y acciones útiles para un grupo de personas, por otra, que la gente se empodere/capacite a través del proceso de construcción y utilización de su propio conocimiento. La investigación participativa se caracteriza por:

- a. Se combina la participación con la investigación, superando de esta forma los procedimientos tradicionales de conocimiento llegando a la unión de teoría y práctica.
- b. Se acentúa el compromiso político desde una posición crítica emancipadora.
- c. Se potencia el carácter educativo de la investigación y la necesidad de devolver lo investigado a la población, como medio de empoderamiento.
- d. Todo ello desde una perspectiva comunitaria.

Más aún, La investigación participativa es una forma de desarrollar la investigación y una metodología de intervención social, así lo expresa Navarrete (2004). Este método se originó en estados Unidos en temas relativos a la intervención y reforma social. La

contribución más importante es haber señalado que las poblaciones mostraban actitudes y predisposiciones favorables cuando sus integrantes eran parte del proceso de estudio y participaban en la toma de decisiones. En América Latina recibe un impulso decisivo en la década del sesenta. Paulo Freire desarrolla la concepción de la educación popular, que se basa en conceptos de la perspectiva participativista y de compromiso con los sectores populares en las ciencias sociales. Igualmente, Orlando Fals Borda llevó esta forma de investigación participativa a los diferentes niveles de la intervención social en Colombia. El objetivo era que las bases populares y los profesionales intervengan desde el inicio hasta los resultados alcanzados, en las investigaciones participativas (Navarrete, 2004,294).

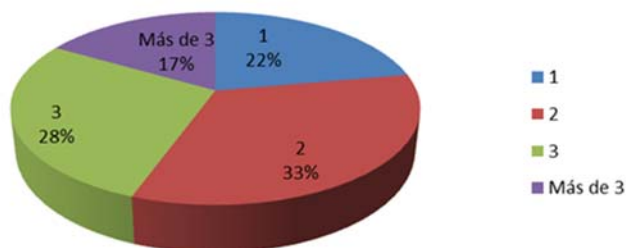
3. Resultados

Como antes se había mencionado, La expresión “alfabetización mediática”, se refiere al conocimiento, las habilidades y las competencias que se requieren para utilizar e interpretar los medios. En este caso que la investigación se aborda desde la televisión, se pretende crear una propuesta de intervención en alfabetización televisiva que reúna unos requisitos de acuerdo al contexto donde se piensa desarrollar, involucrar contenidos apropiados en la construcción mutua a través del modelo educativo flexible.

Las estrategias para llegar a este grupo vulnerable deben ser inagotables en cuanto a un excelente número de actividades, lo que buscamos como dice Cruz (2005) es el pueblo quien alfabetiza y educa al pueblo, es decir, son las masas populares las que educan las masas populares a través de sus organizaciones y en función de sus propios intereses.

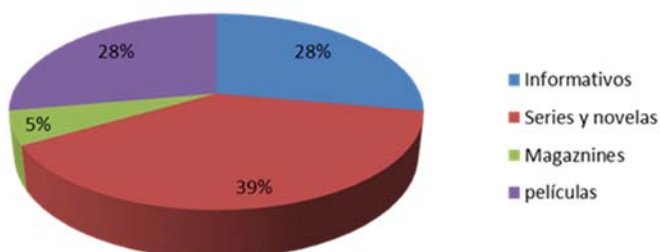
Reunir a un grupo de familias nos lleva a buscar líderes y representantes de estos barrios para que desde su propia voz nos den la oportunidad de acercarnos y trabajar con ellos. Con este programa de alfabetización en televisión se pretende incluir a las familias y facilitar un acercamiento a la educación como agente integrador de su comunidad. Una vez establecido el acercamiento a la comunidad por medio de la líder comunitaria Bertha Durán, se han aplicado las herramientas escogidas para este proyecto, Por ejemplo, en cuanto al cuestionario, este reafirmó aspectos del gustos sobre la televisión que se manifestaban en el Focus Group, nos expresó en resultados medibles lo importante que es la televisión todavía en los hogares y que conserva el primer lugar a la hora de compartir y ver los contenidos televisivos.

1. ¿Cuántos televisores hay en su casa?



Esta pregunta inicial se hace como entrada con el propósito de indagar por la presencia del medio, y realmente se puede decir que la televisión continúa teniendo una posición predilecta en los hogares. Con dos o más televisores para una población de escasos recursos, esto es significativo, porque permite apreciar que se ve televisión en distintos lugares de la casa a diferentes horas y que en definitiva puede estar encendida casi todo el día.

2. ¿Qué tipos de programas de televisión les gusta?



Las respuestas de esta pregunta nos sorprenden que los informativos no sean de gran acogida por las familias de este sector y que compitan con las películas, lo que deja claro el gusto por la dramaturgia televisiva los géneros narrativos como los demuestra el gran margen de favoritismo para las telenovelas y series, que son algo muy tradicional en Latinoamérica. Las historias siguen impactando a la audiencia familiar que los reúne diariamente para ver su telenovela favorita y se enganchan a ella por los personajes y conflictos que los pueden llegar a identificar.

Por otra parte, unos indicadores obtenidos en el Focus group y de la acción participativa aplicado a las familias, nos ofrecen la posibilidad de enmarcar los contenidos en los gustos y en la formación en común de esta alfabetización mediática en televisión, donde los rasgos más significativos están en el lenguaje de la televisión, la producción, la recepción crítica desde los valores fomentados por la publicidad, el análisis crítico de la información y la narrativa argumental desde el lenguaje televisivo como capacidad para comprender estructuras narrativas desde diversos formatos de la televisión.

1. Lenguaje de la televisión: Sandoval y Arenas (2010) el televidente permanece en contacto con los significados de diferente naturaleza ofrecidos por la televisión. Puede llevar a cabo una recepción activa en la medida que evalúa, analiza, critica, y reflexiona sobre los significados en mención, o puede asumir una actitud pasiva, en la que todo que le ofrezca la televisión sea “digerido” o aceptado sin ningún tipo de filtro evaluador.

Conocer el proceso de realización que les permitirá expresarse creativamente y proponer nuevos formatos educativos audiovisuales. Recepción crítica: capacidad de analizar críticamente los efectos de la televisión en su consumo e intención sobre los televidentes. Detectar y fomentar los valores que deben estar inmersos en los contenidos televisivos.

2. Los Valores, como explica Medrano (2005) parten de la hipótesis que los propios contenidos son fuente de aprendizaje a través de las narraciones televisivas. En concreto, defendemos la idea de que es posible enseñar y aprender valores a través de la televisión.

3. Análisis crítico de la publicidad: en el análisis de Fernández (2005) en nuestra época, la publicidad tiene una creciente influencia ideológica y económica. Repercute en el comportamiento de la gente, en los estilos de vida, en la forma de ver el mundo, en la estética y, en definitiva, en la cultura actual. Por lo que general llegan a la población y pueden transformar la decisión de gustos y costumbre.

4. Análisis crítico de informativos: en el postulado de San Martín (2005) si la ética periodística no tiene cabida en estos programas y la ética en sí misma, no forma parte de la conducta de estos periodistas, debería ser la justicia la que ayudara a encontrar el equilibrio entre los derechos constitucionales que colisionan como son el derecho a la intimidad, al honor y el derecho a la información.

La información en televisión y su preocupación la entiende Soengas (2007) “a través del análisis de contenido se pretende conocer, además, el rigor y la calidad informativa de las

noticias” (p.326). Para este constante flujo de información que reciben de la televisión, deben ser críticos y exigir que los telenoticieros sean veraces en lo que transmiten. Buscar siempre que los valores de nuestra sociedad queden reflejados en ella y que estos valores sean éticos en el manejo de la información.

5. Análisis crítico de ficción, series y telenovelas: según Rincón (2010) la telenovela sirve para comprender qué atormenta y divierte a una sociedad desde esta perspectiva de Rincón tomaremos esta estrategia para vincular desde una postura crítica para ver la telenovela como agente inmerso en el diario de la sociedad latinoamericana.

Como se puede apreciar, estas categorías que se evidencian en esta investigación para la intervención a las familias que viven en Villa del Rosario, se representarán en unidades y contenidos que definirán la propuesta metodología didáctica. Todos los contenidos se van revelando en cada unidad donde estarán los diferentes temas propuestos por la misma comunidad, esto le permitirá al participante ir dando su opinión de acuerdo a lo observado y de aquello que le produce concluir de su contexto y relación. A continuación la estructura de las unidades del programa de alfabetización:

Unidad 1. Se denomina Aquí llegamos aprender el televisor, los objetivos planteados son identificar el proceso de realización de un programa de televisión y quienes intervienen en su creación así como conocer el proceso de construcción de la imagen a través de planos y movimientos.

Algunas de las competencias por desarrollar son el conocimiento de los conceptos que se manejan en la producción de televisión y también se espera que los participantes descubran la imagen con los planos y movimientos por medio de la cámara de televisión.

Los Contenidos programados son: ¿Qué es la televisión?, -Pre-producción, producción y pos-producción, la imagen en planos y movimientos.

La unidad 2 se titula ¿La publicidad me engaña?, persigue los objetivos de descubrir los modelos, estilos de vida y comportamientos que ofrece la publicidad, además de identificar el uso de estereotipos y productos que me da la publicidad.

Las competencias objeto de esta unidad, apuntan a fortalecer la capacidad reflexión sobre los productos que ve y consume en televisión. Además de incrementar el análisis de los estereotipos y modelos publicitarios. Entretanto los contenidos programados son: el comercial de televisión y tipos de publicidad en televisión, la propaganda, el análisis de

los mensajes publicitarios (el impacto, el producto, público etc.) y los valores y estereotipos que se presentan la publicidad.

Unidad 3. Informándome mejor de las noticias, plantea los objetivos de valorar la veracidad de la información con la noticia mediante la identificación de aspectos fundamentales de la lectura crítica y conocer cómo funciona el noticiero de televisión, desde la búsqueda de la información hasta su divulgación por parte del presentador.

Las competencias establecidas como metas son adquirir la capacidad de conocer cómo se construye la información y las noticias, además de la capacidad de entender, Los contenidos correspondientes son: la noticia, y análisis del tratamiento de la información.

Unidad 4. Denominada “¡Me gusta esa novela!”, tiene como objetivos conocer la creación narrativa audiovisual a través de la estructura de la historia con los personajes y situaciones, crear una historia para televisión desde sus experiencias de vida con lo aprendido en clase.

Las competencias establecidas son la capacidad para comunicar historias por medio del lenguaje audiovisual, capacidad para integrar ideas y trabajo en grupo de experiencias propias. Entretanto los contenidos son: narrativa audiovisual y la telenovela como creación e identidad.

Unidad 5. En serie y en serio, plantea los objetivos de descubrir los valores sociales que tienen las series y telenovelas, hacer una crítica a los contenidos en las series y telenovelas de Latinoamérica.

Las competencias fijadas son la capacidad para pensar de forma crítica lo visto en televisión y la facultad de expresar su punto de vista para con las series de ficción en televisión. Los programados son: las series para televisión, estructura narrativa de la serie y valores de los personajes en las series.

Unidad 6. “Soy el mejor televidente”, tiene como objetivos conocer la forma de organización como defensores del televidente, fomentar la participación y divulgación de estas organizaciones y enseñar a ser mejor televidente.

Las Competencias de esta unidad son fortalecer las capacidades para formar grupos de asociaciones unidas y expresar su conocimiento con otros.

Los Contenidos son: responsabilidad y ética de la televisión, el papel del defensor del televidente.

4. Conclusiones

Pensamos que la televisión es solo un aparato electrónico en nuestros hogares que no produce ningún efecto sobre nosotros, pero al estar encendido diariamente, nos equivocamos, son múltiples las situaciones se presentan como la discusión de puntos de vista sobre cualquier contenido, la pasividad, el ruido y distintas situaciones que en últimas deben posibilitar la integración y la liberación frente al medio.

Como podemos observar, se puede sacar el máximo provecho educativo a la televisión, en este caso una metodología de acción participativa, ha permitido la construcción con el colectivo comunitario de familias que han podido sugerir y opinar de lo que quisieran aprender. Tener en cuenta a la sociedad fue pieza fundamental en este proceso, además de la disposición de la comunidad para aprender, porque permitieron el desarrollo total del diseño para una alfabetización mediática.

No obstante, la tarea de educar en televisión en un momento donde las nuevas tecnologías han impactado profundamente su uso, se hace más importante y continuo el trabajo de educación mediática porque el medio se integra y se expande. Hay que buscar la integración como dice Canclini (2008) en vez de seguir oponiendo los libros a la televisión o a las pantallas inalámbricas, convendría ensayar formas diversificadas de fomentar la lectura y la capacidad crítica en el mundo digital en sus múltiples oportunidades, en las páginas encuadernadas, en las pantallas públicas y en las personales.

En definitiva, se tratará en todo momento de elaborar propuestas lo más acorde con los resultados obtenidos en las investigaciones, y que realmente llenen las expectativas de las familias involucradas, concediéndoles de esta manera, unas competencias que le sean eficaces para enfrentar a la televisión con argumentos válidos, donde puedan decidir que contenidos plantear y ver.

5. Referencias bibliográficas

- Aguaded, J. I. (1998) Educación para la competencia televisiva: fundamentación, diseño y evaluación de un programa didáctico para la formación del telespectador crítico y activo en Educación Secundaria. Tesis Doctoral. Huelva: Universidad de Huelva, España.

- Aguilar, G. L. E. (2011) “La incorporación de tecnologías y medios en el aula. Las políticas y programas en el sistema de educación básica”. En México. Recuperado 05 de abril 2012
<http://educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%201/Luz%20Eugenia%20Aguilar%20Gonzalez.pdf>
- Alfaro, R. (1993) “La comunicación como relación para el desarrollo”. Recuperado de http://www.aulaintercultural.org/IMG/pdf/rosa_maria_alfaro.pdf.
- Attewell, Paul. (2009). “¿qué es una competencia? Pedagogía social”. En: Revista universitaria, N°16, pp. 22. Recuperado <http://redalyc.uaemex.mx/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=135012677003>
- Boza, O. J. (2005). “La asociación de telespectadores en la construcción de una televisión de calidad”. En Comunicar 25, pp. 109-115.
- Buckingham, D. (2003). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona, Paidós Comunicación
- Castells, M. (2009). *Comunicación y poder*. Madrid España. Alianza editorial.
- Contreras, G.M. (1998). “Familia, televisión y escuela: una propuesta de acción participativa”. En Comunicar, 10, pp. 71- 72.
- Cruz, D. M del R. (2005). Las campañas de alfabetización y la televisión como estrategia de aprendizaje en Latinoamérica”. En: Comunicar, 25.”
- Delgado, A, E. J. y Vela, R. J. A. (2011). “Educación para la Ciudadanía en la enseñanza de las Ciencias Sociales y la Atención a la Diversidad dentro del marco de la competencia digital”. Recuperado de <http://educacionmediatica.es/comunicaciones/Eje%201/Emilio%20José%20Delgado%20Algarra%20-%20José%20Antonio%20Vela%20Romero.pdf>.
- Fernández T. M de J. (2005). “La influencia de la televisión en los hábitos de consumo del telespectador: dictamen de las asociaciones de telespectadores”. En: Comunicar 25, noviembre.
- Ferrés, J. (1994). *Televisión y educación*, Barcelona. Ediciones Paidós.
- García -Matilla, A. (2010). Publicitar la Educomunicación en la universidad del siglo XXI. En Aparici, R. (coord.). Más allá Educomunicación del 2.0. Barcelona. Gedisa.
- Hobbs, R y Jensen, A (2009) "Pasado, presente y futuro de los medios de Alfabetización de Educación," Journal of Media Literacy Education. 1 (1). Disponible en: <http://digitalcommons.uri.edu/jmle/vol1/ISS1/1>.
- Jenkins, H., Clinton, K., Purushotma, R., Robison, A., & Weigel, M. (2006). Confronting the challenges of participatory culture: Media education for the 21st century. Retrieved June 12 de 2012
http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF.

- Marqués, P.G (2000). “Competencias básicas en la sociedad de la información. La alfabetización digital. Roles de los estudiantes de hoy”. Recuperado de <http://dl.dropbox.com/u/20875810/personal/competen.htm>.
- Martínez Salanova, S. E. y Peralta, F. I. (1996). “El consumo crítico de la tele: desafío educativo para la familia y la sociedad”. En *Comunicar* 7 pp. 62-64.
- Medrano, S.C. (2005). “¿Se puede favorecer el aprendizaje de valores a través de las narraciones televisivas?”. En: *Revista de Educación* 338 pp. 245-270
- Navarrete, M. J. (2004). “Sobre la investigación cualitativa. Nuevos conceptos y campos de desarrollo”. En: *Investigaciones Sociales* año VIII, número 13, pp 294. Recuperado <http://es.scribd.com/doc/2388276/investigacion-cualitativa>.
- Pérez Tornero, J. M. (200) “Las escuelas y la enseñanza en la sociedad de la información”. En Pérez Tornero, J.M (compilador). *Comunicación y educación en la sociedad de la información*, Barcelona, Paidós.
- Perujo, F. (2009). *El investigador en su laberinto, la tesis un desafío posible*. Comunicación Social Ediciones y Publicaciones. Sevilla España.
- Reig, S. R. (2005). “La televisión de calidad y autorregulación de los mensajes para niños y jóvenes”. En *Comunicar* 25, pp. 63-70.
- Rincón, O. (2010). “¿Para qué sirven las telenovelas?”. En: *Blog hora 25 global*. Recuperado <http://www.hora25global.com/blog.aspx?id=959698>.
- Rodríguez, Gil, J y García, E. (1996). *Metodología de la investigación cualitativa*. Ediciones Aljibe. Granada España.
- Soengas, P.X (2007) “El control de la información en televisión”. En: *Ámbitos* 16 pp. 325-341
- San Martín, P. M de A. (2005). “Cauces éticos necesarios para una televisión de calidad”. En: *Comunicar* 25. P 25-34.
- Sandoval, R, Y, y Arenas, F. A. (2010). “Mirando cómo miramos: una propuesta desde la comunicación y la educación para multiplicar miradas” *Formación en recepción crítica*. Bogotá. Universidad Santiago de Cali, Editorial.