



**UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA
SEDE QUITO**

**FACULTAD DE CIENCIAS HUMANAS Y DE LA
EDUCACIÓN**

COMUNICACIÓN SOCIAL

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

**PRODUCTO AUDIOVISUAL PARA SENSIBILIZAR A
PERSONAS E INSTITUCIONES DE LA PROBLEMÁTICA DE
LOS/AS NIÑOS/AS CON PARÁLISIS CEREBRAL EN
FUNAPACE**

**AUTORES: DAVID EFRÉN CASTELO NOLIVOS
DAVID ROBERTO LEMA GUALICHICO**

DIRECTORA:

Lic. MARIA DEL CARMEN BENITEZ

Quito, Mayo del 2010

DECLARATORIA DE RESPONSABILIDAD

Los conceptos desarrollados, análisis realizados y las conclusiones del presente trabajo, son de exclusiva responsabilidad de los autores.

Quito, Febrero del 2010.

DEDICATORIA

Dedicado a todas las personas excluidas o marginadas de nuestro país y de Latinoamérica ya que por el hecho de ser “diferentes” a la mayoría son apartados del sistema como si se tratasen de objetos que se pueden desechar. En especial este trabajo esta dedicado a un grupo muy vulnerable en la sociedad: los niños y niñas con discapacidad porque a pesar de las dificultades que se les presentó en su corta vida supieron y siguen saliendo adelante pese a los múltiples obstáculos que tienen. Como Comunicadores Sociales para el desarrollo nuestro deber es precisamente estar a lado de las personas que tienen algo que decir y no pueden o no les dejan por su condición de pobre, de indio, de joven, de niño, de negro, de obrero, de migrante, de discapacitado, etc. Porque devolverles la “voz” a estos seres humanos marginados no es no es un gesto de caridad. Es un acto de justicia y un derecho que mercidamente se han ganado.

David Castelo

AGRADECIMIENTO

A mi abuelita Luz María Jácome por todo el apoyo brindado en toda mi vida; a mi tío Jairo Nolivos por los consejos y la ayuda que me ha dado desde niño; y a mis hermanos Gabriel, Belén, Esteban y Lucero por todos los momentos compartidos.

David Castelo

ÍNDICE

1. CAPÍTULO 1. PARÁLISIS CEREBRAL INFANTIL	9
1.1. HISTORIA.....	9
1.2. DEFINICIÓN.....	9
1.3. CAUSAS.....	11
1.3.1 CAUSAS PRENATALES.....	11
1.3.2 CAUSAS PERINATALES	12
1.3.3 CAUSAS POSTNATALES.....	12
1.4. TIPOS	13
1.4.1 EFECTOS FUNCIONALES	13
1.4.2 LA TOPOGRAFÍA CORPORAL.....	13
1.5. TRATAMIENTO.....	14
1.6. SITUACIÓN EN EL ECUADOR	15
1.6.1 ESTADÍSTICAS.....	15
1.6.2 LEGISLACIÓN.....	16
1.6.3 FEDERACIONES NACIONALES DE Y PARA LA DISCAPACIDAD	17
1.6.4 MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social).....	18
1.6.5 CONADIS (Consejo Nacional de Discapacidades).....	19
1.7. IMPACTO.....	24
1.7.1 IMPACTO SOBRE EL NIÑO	24
1.7.2 IMPACTO SOBRE LA FAMILIA	25
1.7.3 IMPACTO SOBRE LA COMUNIDAD.....	25
2. CAPÍTULO 2. COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL.....	26
2.1. COMUNICACIÓN	26
2.1.1 DEFINICIÓN	26
2.1.2 ELEMENTOS	26
2.1.3 OBJETIVOS	27
2.1.4 MODELOS	27
2.1.5 TIPOS.....	29
2.1.6 BARRERAS.....	30
2.1.7 DATOS IMPORTANTES.....	31
2.2. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL	32
2.2.1 DEFINICIÓN	32
2.2.2 CARACTERÍSTICAS	32
2.2.3 ASPECTOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL.....	33
3. CAPÍTULO 3. MEDIOS MASIVOS Y COMUNICACIÓN.....	40
3.1. MEDIOS MASIVOS.....	40
3.1.1 DEFINICIÓN	40
3.1.2 TIPOS.....	40
3.1.3 INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD.....	43
3.2. EDUCACIÓN, SALUD Y COMUNICACIÓN	44
3.3. REALIDAD EN EL ECUADOR	47
CAPITULO 4. COMUNICACIÓN PARA EL DESARROLLO	50
4.1. TEORÍAS DE COMUNICACIÓN.....	50
4.1.1 Teoría Crítico-Democrática.....	50
Primera variante: La teoría crítica (Escuela de Frankfurt).....	50
Segunda Variante: Teoría Estructuralista.....	53
4.2. LA COMUNICACIÓN POPULAR.....	57
4.2.1. Teoría de la comunicación comunitaria (o Teoría comunitaria de la comunicación pública).....	58
4.2.2. Objetivos De La Ética Comunitaria	60
4.2.3. Momentos En La Ética Comunitaria De Los Medios Públicos.....	61
4.3. COMUNICACIÓN INSTITUCIONAL	61
4.3.1. Definición.....	61

4.3.2. <i>Comunicación Institucional En La Historia</i>	62
4.3.3. <i>Conceptos Relacionados Con La Comunicación Institucional</i>	64
4.3.4. <i>Características De La Comunicación Institucional</i>	66
4.3.5. <i>Tipos De Comunicación Institucional Y Planes De Comunicación</i>	67
CAPÍTULO 5. PRODUCTO AUDIOVISUAL	69
5.1. TALLERES	69
5.1.1. <i>Descripción Del Taller 1: Compartiendo Entre Padres</i>	69
5.1.2. <i>Descripción Del Taller 2: Yo Me Comprometo</i>	71
5.2. ESQUEMA DE GUIÓN	73
CAPÍTULO 6. CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES	77
6.1. CONCLUSIONES	77
6.2. RECOMENDACIONES	78
7. ANEXOS	80
7.1. FOTOS DE LOS TALLERES.....	80
8. BIBLIOGRAFÍA	84

INTRODUCCIÓN

La Fundación Nacional de Parálisis Cerebral (FUNAPACE) es una ONG con fines sociales que brinda atención a niños, niñas y jóvenes con parálisis cerebral en terapias para su rehabilitación y en educación especial.

Este centro educativo y terapéutico está enfocado en mejorar la calidad de vida de los niños facilitando el acceso al currículo educativo, propiciando la independencia personal y mejorando su integración familiar y social.

FUNAPACE tiene pocas fuentes de financiamiento que provienen principalmente de instituciones del Estado como el ORI, el MIES y las pensiones de los padres de familia que pagan de acuerdo a su situación socioeconómica. Cosa que obliga a FUNAPACE a buscar financiamiento de personas particulares y empresas que actúan como padrinos que aportan una cantidad de dinero para los/as niños/as. El problema se agudiza en tanto que la fundación no tiene ningún tipo de producto comunicativo que ayude a la directiva a mostrar el trabajo que hacen, los problemas por los que pasan los/as niños/as, los padres y madres de familia e incluso la misma fundación.

Además, FUNAPACE (Fundación Nacional de Parálisis Cerebral), no tiene estrategias comunicativas, para gestionar nuevos recursos económicos y equipos de rehabilitación. El video que se hará en FUNAPACE servirá como una herramienta comunicacional, a través de la cual se puede gestionar nuevos recursos económicos para la rehabilitación de los niños y niñas.

El trabajo a realizar es un producto comunicativo y participativo de video que va a ser el resultado de 2 talleres que se van a impartir en FUNAPACE y que contarán con la participación de profesionales en el área de comunicación. Los talleres se basarán en la propuesta de micromedios y aportarán contenidos desde la perspectiva de los niños y niñas del centro así como también de los padres de familia, profesionales y directivos de la institución.

Estos talleres van a ser filmados para posteriormente realizar el producto comunicativo que ayudará a la fundación a contar con material audiovisual que

sensibilice a las personas e instituciones y así buscar financiamiento. Los beneficiarios indudablemente son los niños/as del centro ya que si la fundación tiene más recursos tendrán una mejor atención y una adecuada rehabilitación.

CAPÍTULO 1. PARÁLISIS CEREBRAL INFANTIL

1.1. HISTORIA

La historia de la parálisis cerebral se inicia cuando el Dr. William Little en el año de 1862, analizó a un paciente con problemas motores. El Dr. Little, muy reconocido en el campo de la Medicina, fue Director del Hospital de Londres y posteriormente fundó el Hospital Ortopédico Real. Cuando identificó la parálisis cerebral como tal, la relacionó con problemas del parto, concluyó que era una afectación motora producida en el periodo perinatal¹. Por todo ello este trastorno fue conocido durante muchos años como Síndrome o Enfermedad de Little.

Después de unos años, específicamente en el año de 1877, el Dr. Sigmund Freud, propuso el término de parálisis cerebral, el cual es usado hasta estos días. Actualmente es una de las deficiencias más comunes atendidas en el campo de la neurología y la rehabilitación infantil.

1.2. DEFINICIÓN

Son muchos los conceptos sobre la parálisis cerebral infantil (PCI) que se han emitido durante años. Hoy en día existe el consenso de considerar la PCI como un grupo de trastornos del desarrollo del movimiento y la postura, causantes de limitación de la actividad, que son atribuidos a un daño no progresivo sobre un cerebro en desarrollo, en la época fetal o los primeros años.

El concepto de PCI, aunque aceptado, es objeto de polémica, puesto que para algunos constituye una enfermedad completamente caracterizada, mientras que, para otros no es más que un conjunto de trastornos motóricos.

¹ Que pertenece u ocurre durante el período anterior al parto o al nacimiento, o es simultáneo o posterior a él.

La PCI es una alteración que afecta al músculo, la postura y el movimiento, provocada por alguna lesión o anomalía en un cerebro en desarrollo, desde el embarazo, parto, hasta los 5 años, edad en la que el cerebro alcanza el 90% de su peso. Provocando así un mal funcionamiento de las vías motoras (áreas del cerebro encargadas del movimiento) en un cerebro en desarrollo y que son permanentes y no progresivas.

La PCI puede incluir espasmos o rigidez en los músculos, movimientos involuntarios, trastornos en la postura o movilidad del cuerpo. La severidad de la afectación es variable: se encuentra desde formas ligeras a formas graves con importantes alteraciones físicas. Los trastornos más frecuentes causados por la PCI son:

- Retardo mental
- Convulsiones o Epilepsia
- Déficit de crecimiento
- Visión y audición limitadas
- Dificultad para alimentarse (falta de control de los intestinos o de la vejiga) y problemas para respirar, esto debido a los problemas de postura
- Problemas de la piel
- Problemas de aprendizaje
- Trastornos de comunicación
- Problemas emocionales y de comportamiento

La parálisis cerebral es la discapacidad infantil más común. En forma sencilla se la define como un trastorno no progresivo permanente que afecta a la psicomotricidad del niño debido a una lesión o anomalía del desarrollo del cerebro inmaduro.

A pesar de los avances médicos. De la constante monitorización de los fetos y del progreso en prevenir y tratar ciertas causas de la parálisis cerebral, el número de niños no ha cambiado en los últimos 60 años. Esto se debe en gran parte a que bebés críticamente prematuros y débiles sobreviven por las mejoras en el cuidado intensivo, lamentablemente muchos de ellos padecen de problemas en el desarrollo

del sistema nervioso o sufren daño neurológico. La presencia de la PCI se sitúa aproximadamente entre un 2 y 2,5 por cada 1000 nacidos vivos².

Adicionalmente a esto “en las personas de los países desarrollados la situación socioeconómica crea mayores diferencias en el estado de salud - mortalidad y morbilidad - que cualquier otro factor de riesgo conocido (como el tabaco)”³.

1.3. CAUSAS

Las causas son múltiples y se clasifican de acuerdo a la etapa en que ha ocurrido el daño al cerebro. Según esto se tienen tres tipos de causas: prenatales, perinatales o postnatales.

1.3.1 CAUSAS PRENATALES

En este periodo la lesión es ocasionada durante el embarazo e influyen las condiciones desfavorables de la madre.

- Infecciones maternas (especialmente la Rubéola)
- Toxemia o preclampsia
- Diabetes y desnutrición materna
- Ingestión de medicamentos contraindicados, drogas o tóxicos durante el embarazo.
- Exposición a la radiación
- Amenaza de aborto.
- Factor Rh (incompatibilidad madre feto).
- Anoxia (falta de oxígeno).
- Hemorragia cerebral prenatal.

² WIKIPEDIA, Parálisis Cerebral, 2009, http://es.wikipedia.org/wiki/Paralisis_cerebral.

³ LÓPEZ G. y ORTÚN V., Economía y Salud. Fundamentos y Políticas, Editorial Encuentro, Madrid, 1998.

1.3.2 CAUSAS PERINATALES

La lesión suele ocurrir en el parto. Ocasionan el 90% de los casos,

- Bajo peso al nacer.
- Hipoxia perinatal.
- Trauma físico
- Mal uso y aplicación de instrumentos (fórceps).
- Placenta previa o desprendimiento.
- Asfixia (anoxia).
- Cianosis al nacer.
- Broncoaspiración.
- Parto prolongado o difícil, en general todo parto que ocasione sufrimiento al niño.

1.3.3 CAUSAS POSTNATALES

En el período postnatal, la lesión es debida a enfermedades ocasionadas después del nacimiento.

- Traumatismos craneales.
- Infecciones (meningitis, meningoencefalitis).
- Intoxicaciones
- Accidentes vasculares.
- accidentes anestésicos
- Deshidrataciones
- Epilepsia.
- Fiebres altas con convulsiones.
- Accidentes por descargas eléctricas.
- Encefalopatía por anoxia.

1.4. TIPOS

1.4.1 EFECTOS FUNCIONALES

Según donde se ubique la lesión cerebral en el paciente, se clasifican en:

- **Espástico:** Lesión se encuentra ubicada en la corteza cerebral y esto afecta los centros motores, siendo este el tipo más frecuente. La principal característica es la hipertonía (aumento del tono muscular) y puede ser tanto espasticidad como rigidez.
- **Atetósico:** La lesión está localizada en el haz extrapiramidal. El paciente con este tipo de PCI presenta movimientos frecuentes involuntarios que interfieren con los movimientos normales. Los movimientos producidos más comunes son: de contorsión de las extremidades, de la cara y la lengua, gestos, muecas y torpeza al hablar.
- **Atáxico:** El paciente presenta mal equilibrio corporal, marcha insegura, y dificultades en la coordinación y control de las manos y de los ojos. La lesión está localizada en el cerebelo, este tipo de parálisis cerebral es relativamente rara.
- **Formas mixtas:** Es raro encontrar los tres casos puros antes mencionados. Lo frecuente es que se presente una combinación de ellos.

1.4.2 LA TOPOGRAFÍA CORPORAL

Según la distribución del trastorno neuromuscular o el criterio clasificatorio de topografía (el sufijo plejia significa ausencia de movimiento, cuando hay algún tipo de movilidad se utiliza el sufijo paresia), lo cual indica cual es la parte del cuerpo afectada, se obtienen los siguientes tipos:

- Hemiplejia: Afecta a uno de los dos hemicuerpos (derecho o izquierdo)
- Diplejia: Mitad inferior más afectada que la superior.
- Cuadriplejia: Los cuatro miembros están paralizados.

- Paraplejia: Afectación solo de los miembros inferiores.
- Monoplejia: Un único miembro (superior o inferior) afectado.
- Triplejia: Tres miembros afectados.
- Tetraplejia: Afectación global incluyendo el tronco y las cuatro extremidades, con un predominio en los miembros superiores.
- Doble hemiplejia: Afectación de las cuatro extremidades, pero más evidente en un hemicuerpo, comportándose como una hemiparesia.

1.5. TRATAMIENTO

La parálisis cerebral no se puede curar, aunque sí se puede tratar y mejorar sus efectos. Si el infante afectado recibe una atención adecuada que le ayude a mejorar sus movimientos, que le estimule su desarrollo intelectual, que le permita desarrollar el mejor nivel de comunicación posible y que estimule su relación social, podrá llevar una vida plena con un mayor nivel de independencia y tendrá la capacidad para desenvolverse y disminuir sus limitaciones.

Se necesitará la colaboración de un equipo multidisciplinario (social, médico, psicológico, sanitario y educativo) para desarrollar un programa estructurado de tratamiento, que orientará y colaborará con la familia sobre los variados aspectos que será necesario tratar (desde ayudas ortopédicas a centro educativo, adaptaciones personalizadas, logopedia⁴, etc.). Es necesaria la ayuda de un fisioterapeuta para mejorar el estado muscular, son varios los métodos empleados en la fisioterapia y prácticamente todos han demostrado su utilidad⁵. Los fármacos tienen poca utilidad en la parálisis cerebral, a excepción de los casos que tengan epilepsia o convulsiones.

⁴ Conjunto de métodos para la reeducación y el tratamiento de todos los trastornos relacionados con el lenguaje.

⁵ MACÍAS Fagoaga, Fisioterapia en Pediatría, Editorial McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid, 2002.

1.6. SITUACIÓN EN EL ECUADOR

1.6.1 ESTADÍSTICAS

En el Ecuador el 13,2 % de personas tienen algún tipo de discapacidad (1`600.000 personas), clasificados de la siguiente manera⁶:

Tabla 1.2. Número de personas según su tipo de Discapacidad

NÚMERO DE PERSONAS	TIPO DE DISCAPACIDAD
592.000	Deficiencias físicas.
432.000	Deficiencias mentales y psicológicas
363.000	Deficiencias visuales
213.000	Deficiencias auditivas y del lenguaje.

Fuente: CONADIS. Distribución de las personas con discapacidad por tipo de deficiencia,

<http://www.conadis.gov.ec/estadisticas.htm#estadis>, 2009.

A continuación se presenta el número de menores de edad con discapacidad, carnetizados entre 1996 hasta el presente año, distribuidos por provincias:

Tabla 1.2. Número de menores discapacitados (1996-2009).

PROVINCIA	AUDITIVA	FISICA	INTELCTUAL	LENGUAJE	PSICOLOGICO	VISUAL	TOTAL
Azuay	180	589	1120	55	31	81	2056
Bolívar	61	178	191	19	14	27	490
Cañar	61	170	251	9	15	21	527
Carchi	35	99	144	3	11	24	316
Chimborazo	119	230	443	8	5	47	852
Cotopaxi	83	185	366	28	7	45	714
El Oro	265	525	1195	36	63	86	2170
Esmeraldas	203	510	842	131	32	66	1784
Galápagos	3	18	29	0	0	3	53
Guayas	1319	2691	4180	291	133	389	9003
Imbabura	105	315	270	24	32	41	787
Loja	238	468	943	42	35	102	1828
Los Ríos	171	743	751	47	42	69	1823
Manabí	524	1779	691	51	974	207	4226
Morona santiago	57	196	234	32	35	57	611
Napo	43	141	235	49	10	41	519
Orellana	56	171	209	23	13	35	507
Pastaza	26	89	143	20	19	25	322
Pichincha	870	1855	3263	91	117	263	6459
Sucumbíos	76	271	250	14	39	53	703
Tungurahua	105	274	328	42	10	42	801
Zamora Chinchipe	46	159	209	15	9	22	460
TOTAL	4646	11656	16287	1030	1646	1746	37011

Fuente: CONADIS, Número de personas con discapacidad carnetizadas distribuidas por personas menores de edad, <http://www.conadis.gov.ec/menores.php>, 2009.

⁶ CONADIS, Estadísticas, 2009, <http://www.conadis.gov.ec/estadisticas.htm>.

1.6.2 LEGISLACIÓN

En el pasado los beneficios que obtenían las personas discapacitadas eran escasos o insuficientes, además existían irrisorias políticas de integración social. Hoy en día, el gobierno actual ha demostrado un gran interés por la inclusión y mejora de este sector, generando así un profundo cambio en los planes del sector asistencial, político, legal, social, laboral, educativo y hasta personal, fomentando de esta manera una sociedad igualitaria y no discriminatoria

La primera acción realizada por este gobierno en torno a este tema se dio mediante el Decreto Ejecutivo 388, en el cual estableció como política de Estado la prevención, y la atención y rehabilitación integral de las personas con discapacidad. Además creó el Programa “Ecuador sin barreras”, en cual cuenta con la participación de varias entidades gubernamentales⁷. Después con el decreto 1076 se declaró como política del Estado ecuatoriano el respeto y la protección de los derechos de las personas con discapacidad prohibiéndose su discriminación, además de promover diferentes acciones con el fin de concienciar a la sociedad sobre los derechos y capacidad de este grupo social⁸. Por último con el Decreto 1108, declaró el estado de emergencia de todos los sectores que trabaja, llevan o ejecutan programas de discapacidad⁹.

El Programa “Ecuador sin Barreras” coordinado por la Vicepresidencia de la República, básicamente comprende las siguientes líneas de acción: Sistema de Atención Integral, Sistema de Registro para personas con discapacidad, Brigadas Solidarias Integrales, Capacitación en Habilidades y Destrezas Técnicas para jóvenes con discapacidad, Capacitación Integral para la inclusión labora, Eliminación de barreras físicas, (urbanísticas, arquitectónicas y de transporte), Dotación de ayudas Técnicas a todas personas con discapacidad en el Ecuador.

De esta manera el gobierno aspira incidir con mayor impacto en el acceso de las personas con discapacidad a salud, educación, trabajo, bienestar y participación ciudadana

⁷ SIGOV, Decreto Ejecutivo 388, <http://www.sigob.gov.ec/decretos/Decretos20072009.aspx>, 2009.

⁸ SIGOV, Decreto Ejecutivo 1076, <http://www.sigob.gov.ec/decretos/Decretos20072009.aspx>, 2009.

⁹ SIGOV, Decreto Ejecutivo 1108, <http://www.sigob.gov.ec/decretos/Decretos20072009.aspx>, 2009.

Además del apoyo recibido por el gobierno actual, este sector se encuentra amparado bajo los derechos y leyes internacionales especificadas por Organizaciones afines al sector. Además de la propia Constitución, la Ley sobre Discapacidades, las reformas a Leyes de distintas áreas (con el fin de incluir a este sector) y en este caso específico, por el Código de la Niñez.

Existen diferentes entidades que velan por el cumplimiento de estos derechos y muchas de estas actúan directamente con personas discapacitadas, algunas se nombran a continuación:

1.6.3 FEDERACIONES NACIONALES DE Y PARA LA DISCAPACIDAD¹⁰

FENCE: Federación Nacional de Ciegos del Ecuador

FENASEC: La Federación Nacional de Persona Sordos del Ecuador.

FENEDIF: Federación de Ecuatorianos con Discapacidad Física

FENODIS: Federación Nacional de Organismos No Gubernamentales a favor de las Personas con Discapacidad

FEPAPDEM: Federación Ecuatoriana Pro Atención a la Persona con Discapacidad Intelectual, Parálisis Cerebral, Autismo y Síndrome de Down.

Algunos de los servicios que presta esta ONG son:

- Defensa de derechos
- Lucha contra el abuso y la discriminación
- Educación inclusiva
- Apoyo familiar

¹⁰ Federaciones Nacionales de y para la Discapacidad del Ecuador, <http://www.discapacidadesecuador.org/portal/index.php>, 2009.

- Talleres de producción
- Fomento de microempresas
- Asociacionismo y liderazgo
- Discapacidad y adultez
- Legislación
- Investigación
- Nuevas tecnologías
- Inserción laboral
- Hogares protegidos
- Inclusión social

1.6.4 MIES (Ministerio de Inclusión Económica y Social)¹¹

Es el organismo responsable de formular, dirigir y ejecutar la política estatal en materia de protección de menores, mujeres, jóvenes, ancianos, personas discapacitadas, indígenas y campesinos.

En este intervienen principalmente los organismos: ORI, INFA y la Dirección de Atención Integral a personas con Discapacidad. Este último brinda los siguientes servicios:

- Brindar ayuda económica para solventar gastos de estudios y/o rehabilitación a niños y jóvenes con diferentes tipos de discapacidad
- Ayuda económica parcial para medicinas, cirugías, rehabilitación, hemodiálisis, insumos médicos, exámenes de laboratorio, etc.
- Atención integral: médica, psicológica, terapia física, terapia ocupacional y refuerzo pedagógico, Evaluación diagnóstico y tratamiento, Capacitación y formación profesional, Talleres de producción, Protección Social
- Ayuda económica parcial para órtesis, prótesis, sillas de ruedas, bastones, muletos, audífonos, lentes, etc.

¹¹ MIES, Ministerio de Inclusión Social y Económica, <http://www.mies.gov.ec/>, 2009

Además brinda otros tipos de patrocinios, como son: Donaciones e Investigaciones.

1.6.5 CONADIS (Consejo Nacional de Discapacidades)¹²

Es un organismo autónomo de carácter público, el cual desarrolla acciones de prevención, atención e integración, con el propósito de prevenir las discapacidades y elevar la calidad de vida de las personas con discapacidad. Además genera políticas e información, planifica y coordina acciones con los sectores público y privado, en el ámbito de las discapacidades y canaliza recursos nacionales e internacionales en este campo. Dentro de sus funciones están:

- Formular políticas nacionales relacionadas con las discapacidades
- Establecer el Plan Nacional de Discapacidades
- Defender jurídicamente los derechos de las personas con discapacidad
- Coordinar, efectuar el seguimiento y evaluar las acciones que realizan en discapacidades las entidades del sector público y privado.
- Canalizar recursos nacionales e internacionales.
- Realizar o impulsar investigaciones en el área de las discapacidades
- Vigilar el cumplimiento de la Ley y la aplicación de sanciones o quienes la incumplan.

El CONADIS trabaja conjuntamente con tanto con Instituciones públicas (Ministerio de Salud Pública, de Educación, de Trabajo, de Bienestar Social, de Economía, el INFA), como con Organizaciones Privadas que prestan atención y servicios a las personas con discapacidad. Específicamente en PICHINCHA se cuenta con 115 Instituciones registradas en este ámbito.

Tabla 1.3. Instituciones y Organizaciones para Discapacitados en Pichincha.

INSTITUCIÓN / ORGANIZACIÓN	DIRECCIÓN	CIUDAD
FUNDACION HERMANO MIGUEL	CALLE COLIMES N41- 182 Y AV. RIO COCA	QUITO
CENTRO NACIONAL DE EPILEPSIA	CALLE JOSÉ BERRUTIETA OE9-190 Y PASSAJE ACEVEDO (SECTOR LA GASCA)	QUITO
FUNDACION PARA LA INTEGRACION DEL	AV. CORDOVA GALARZA KM9 BARRIO	QUITO

¹² CONADIS, Consejo Nacional de Discapacidades, <http://www.conadis.gov.ec/>, 2009.

NIÑO ESPECIAL	SAN JOSE DE POMASQUI LOTE 9	
FUNDACION DE DESARROLLO SOCIAL INTEGRAL	AV. 10 DE AGOSTO N° 50-70 Y NACIONES UNIDAS 1ER. PISO OFICINA 14	QUITO
FUNDACION AMIGOS BENEFACTORES DE ENFERMOS INCURABLES	PASAJE MONACO E6-65 Y JAPON	QUITO
FUNDACION MELVIN JONES	CUENCA N8-65 Y MANABI	QUITO
FEDERACION NACIONAL DE ECUATORIANOS CON DISCAPACIDAD FISICA	AV. 10 DE AGOSTO 5070 Y NACIONES UNIDAS, EDIFICIO 10 DE AGOSTO 3ER. PISO OFICINA 32	QUITO
FUNDACION ECUATORIANA DE ESCLEROSIS MULTIPLE	JORGE DROM N37-79 Y UNP, SECTOR IÑAQUITO	QUITO
ASOCIACION DE DISCAPACITADOS FE Y ESPERANZA	CHILLOGALLO, CARLOS FREIRE S29-60 Y MARCOS ESCORZA	QUITO
ASOCIACION DE DISCAPACITADOS DE LAS FUERZAS ARMADAS	CALLE GENERAL PAZ Y MIÑO Y GRAN COLOMBIA N°5 ,TRAS DEL HOSPITAL MILITAR	QUITO
ASOCIACION DE PERSONAS SORDAS DE PICHINCHA	TOMBAMBA 430 Y LLANGANATES	QUITO
ASOCIACION PARAPLEJICA DE PICHINCHA	LA ARMENIA, CALLE 1-4,1-5 CONOCOTO	QUITO
CENTRO DE EDUCACION MOTRIZ SAN JUAN DE JERUSALEM	PASAJE JERÓNIMO CARRION N22 Y CALLE ENRIQUE RITHER (FRENTE CANCHAS DE TENIS DE LA UNIVERSIDAD CENTRA	QUITO
FUNDACION AMOR Y ENERGIA	TUMBACO -SECTOR LA VIÑA	QUITO
FUNDACION CAMPAMENTO CRISTIANO ESPERANZA	AV. JUAN BARREZUETA N-77298 Y JUAN DE SELIS (CARCELEN)	QUITO
FUNDACION CON CRISTO	AV. ORELLANA 230 Y AV. 10 DE AGOSTO ED. FCO. DE ORELLANA OF. 302	QUITO
FUNDACION CULTURAL EDGAR PALACIOS	CARCELÉN, AV. DIEGO DE VASQUEZ DE CEPEDA N77-530 Y NUÑEZ	QUITO
FUNDACION DE ENSEÑANZA INDIVIDUALIZADA PARA NIÑOS Y ADOLESCENTES	PANAMERICANA NORTE KM 9 1/2 ENTRADA URB. CAMINO DE LOS EUCALIPTOS	QUITO
FUNDACION DIAGNOSTICO, REHABILITACION E INTEGRACION DEL NIÑO ESPECIAL	ULLOA N34-570 E/PEDRO BEDON Y AV. REPUBLICA	QUITO
FUNDACION DOCTOR AUGUSTO CESAR SALTOS JARRIN	CARAPUNGO, 3ERA ETAPA, FRENTE A LA SUPERMANZANA C7, LOTE N° 3065	QUITO
FUNDACION ECUATORIANA DE OLIMPIADAS ESPECIALES	BERLIN N° 158 Y AV. 9 DE OCTUBRE. EDIFICIO WINDSOR, 1ER PISO	QUITO
FUNDACION FUDIS	CALLE EDUARDO SALAZAR GOMEZ N36-75 Y AV. ELOY ALFARO	QUITO
FUNDACION GENERAL ECUATORIANA	SAN JAVIER N26-63 Y ORELLANA (OFICINAS CENTRALES). JUAN MORALES Y ANTONIO CHECA S/N JUNTO AL CLUB LOS CHILLOS (CENTRO DE CAPACITACION)	QUITO
FUNDACION TIERRA NUEVA	CDLA. QUITO SUR AV. CARDENAL DE LA TORRE S15-111 Y AJAVI	QUITO
FUNDACION NACIONAL DE PARALISIS CEREBRAL	MIDEROS Y ESPEJO S/N SECTOR LA MOYA ,CONOCOTO	QUITO
FUNDACION PARA EL DESARROLLO INFANTIL	CALLE SODIRO E5-68 ENTRE RIOS Y VALPARAISO	QUITO
FUNDACION PROINTEGRACION EDUCATIVA Y SOCIAL DEL ECUADOR	RAMON DE LA BARRERA N80-306 CARCELEN -TRAS COLEGIO AMERICANO, RAFEL CARVAJAL N80-387	QUITO
INSTITUTO ESPECIAL PARA NIÑOS CIEGOS Y SORDOS MARIANA DE JESUS	ISLA SEYMOUR N° 4491 Y RIO COCA	QUITO
INSTITUTO FISCAL EXPERIMENTAL DE EDUCACION INTEGRADA JOSE MARTI	MANUEL LOPERA N5-160 E IQUIQUE	QUITO
INSTITUTO FISCAL DE EDUCACION ESPECIAL	ARCHER HARMAN N° 141 Y J. STEPHERSON	QUITO
INSTITUTO NACIONAL DE AUDICION Y LENGUAJE	MACHALA N-5115 Y FERNANDO DAVALOS	QUITO
FUNDACION GAMA GRUPO DE AYUDA MUTUA AVANZADA	CONOCOTO, AV. CIUDAD DEL NIÑO S/N FRENTE AL HOSPITAL DEL INNFA	QUITO
FUNDACION VIRGEN DE LA MERCED	AV. GENERAL ENRIQUEZ GALLO Y BAHIA DE CARAQUEZ ESQUINA / DIAGONAL ACADEMIA DE GUERRA EN SANGOLQUI	QUITO

CENTRO EDUCATIVO FAMILIA FELIZ	SOSAYA 210 Y RUIZ DE CASTILLA	QUITO
FUNDACION REINA DE QUITO - CENTRO FUNDACION APRENDIENDO A VIVIR	IÑAQUITO N37-236 Y VILLALENGUA	QUITO
ASOCIACION DE EX COMBATIENTES DISCAPACITADOS ALTO CENEPA	AV. PEDRO VICENTE MALDONADO CALLE EXPOSICIÓN S/N SECTOR LA RECOLETA	QUITO
ASOCIACION DE ATAXIAS ECUATORIANA	HERNANDO CHICA # 5973 Y LUIS TUFÍÑO	QUITO
ASOCIACION DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA DE PICHINCHA	CUENCA 681 Y CHILE (JUNTO AL EX TEATRO GRANADA)	QUITO
FUNDACION DE EDUCACION ESPECIAL PARA DEFICIENTES AUDITIVOS "LA VOZ DEL SILENCIO"	DE LOS TULIPANES 338 Y DE LOS ROSALES PASAJE A CASA NO. 5	QUITO
CENTRO EDUCATIVO DESPERTAR	GONZALO MENESES 406 Y LATACUNGA	QUITO
ASOCIACION DE INVIDENTES "MILTON BEDADO"	VINTIMILLA Y JUAN LEON MERA E609	QUITO
CENTRO DE TERAPIA INTEGRAL Y ATENCION PSICOPEDAGOGICA PARA PERSONAS CON NECESIDADES ESPECIALES	AV. DE LOS FRESNOS E13-54 Y GUAYACANES	QUITO
FUNDACION HEMOFILICA ECUATORIANA	ANTONIO ELIZALDE E4-31 Y AV. GRAN COLOMBIA ED. CRUZ ROJA ECUATORIANA 2DO. PISO	QUITO
FEDERACION ECUATORIANA PRO ATENCION A LA PERSONA CON DISCAPACIDAD INTELECTUAL - REGIONAL PICHINCHA	AV. 10 DE AGOSTO N37-193 Y BARON DE CARONDELET	QUITO
ESCUELA DE EDUCACION ESPECIAL Y REHABILITACION	ISLA SAN CRISTOBAL N44-144 Y YASUNI DIAGONAL AL HOTEL SAVOY	QUITO
FUNDACION DE EDUCACION Y PROTECCION PARA PERSONAS CON RETARDO MENTAL SEVERO "GORRITAS AZULES"	MACHALA N67-152 E/CUICOCHA Y BELISARIO TORRES	QUITO
ASOCIACION DE DESARROLLO PARA LA EDUCACION ESPECIAL	MARISCAL SUCRE CALLE D S37 - 311 CIUDADELA IBARRA SECTOR CHILLOGALLO	QUITO
FEDERACION NACIONAL DE ORGANISMOS NO GUBERNAMENTALES PARA LA DISCAPACIDAD	AV. AMAZONAS 6401 Y AV. EL INCA	QUITO
ASOCIACION DE PADRES DE PERSONAS CON DEFICIENCIA MENTAL	SIN DIRECCION - NO TIENE LOCAL	QUITO
FUNDACION NUEVA VIDA	AVENIDA AMERICA N37-125.Y BARÓN DE CARONDELETH	QUITO
CENTRO INTEGRAL DE EDUCACION ESPECIAL Y ESTIMULACION	COCHAPATA E11-50 Y JOSE ABASCAL	QUITO
FUNDACIÓN INSTITUTO DE PARALISIS CEREBRAL	RIO COCA E7-71 Y SANTA FE	QUITO
FUNDACION HUMANIDAD	CARLOS ANDRADE MARIN N49-55 Y ABELARDO MONTALVO	QUITO
FUNDACION VISTA PARA TODOS	AV. 10 DE AGOSTO 5972 Y JOSE ARÍZAGA	QUITO
FUNDACION ECUATORIANA DE OSTEOGENESIS IMPERFECTA	AV. DIEGO DE VASQUEZ N75-16 Y CALLE C	QUITO
FUNDACION ACCION SOCIAL CARITAS	OBISPO SCHUMACHER Nº 414 Y PADRE MAYA	SANTO DOMINGO
FUNDACION DE INTEGRACION PARA LAS PERSONAS AUTISTAS	JOSE MARIA BORRERO Y 10 DE AGOSTO DPTO. 8A-BLOQUE D	QUITO
ASOCIACIÓN UNÁMONOS	AV. PATRIA Y 10 DE AGOSTO EDF. BANCO DE PRESTAMOS OF. 1103	QUITO
FUNDACION EL TRIANGULO	AV. DIEGO DE VASQUEZ Y PASAJE "C" LOTE 21 SECTOR PONCEANO	QUITO
ASOCIACION DE TELEFONISTAS CIEGOS "9 DE MARZO"	CALLE BOLIVAR No. 266 Y VENEZUELA. EDIFICIO BOLIVAR PRIMER PISO OF. 104	QUITO
FUNDACION AYUDAME CAMINEMOS JUNTOS PARA NIÑOS ESPECIALES	LUIS VACCARI S/N BLOQUE HERMANO PARRA (ENTRADA PRINCIPAL DE CARAPUNGO)	QUITO
FUNDACION JUAN DIEGO, MAS ALLA DE LAS ESTRELLAS	JOSÉ MARÍA AYORA N39-151 Y VICENTA CARDENAS	QUITO
CENTRO DE PROTECCION PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	BALTASAR DE OSORIO Y ANGAMARCA S/N CIUDADELA MENA DOS	QUITO
CORPORACION FEMENINA ECUATORIANA	RODRIGO MUÑOZ OE3-310 Y HERNANDO PAREDES	QUITO
FUNDACION UNA LUZ EN EL CAMINO	FERROVIARIA ALTA CASA PARROQUIAL	QUITO
ESCUELA DE EDUCACIÓN ESPECIAL	CALLE ROCAFUERTE VIA JUAN	CAYAMBE

GEOVANNY CALLE	MONTALVO BARRIO LAS ORQUIDEAS	
ASOCIACION NUEVA VIDA DE CAYAMBE	CALLE ASCAZUBI Y 10 DE AGOSTO S2-55 ESQUINA	CAYAMBE
INSTITUTO DE EDUCACION ESPECIAL FE Y ALEGRIA	AV. LA PAZ Y TIPUTINI	SANTO DOMINGO
ASOCIACION DE DISCAPACITADOS DE PUERTO QUITO CAMINEMOS JUNTOS	MERCADO MUNICIPAL - PASAJE S/N Y MARISCAL SUCRE	PUERTO QUITO
CLUB DEPORTIVO DE DEPORTISTAS ESPECIALES "PRIMOS Y PRIMAS"	JUAN ISAAC LOVATO E7-49 Y SUCRE (CONOCOTO)	QUITO
ASOCIACION DE CIEGOS DE PICHINCHA	VEINTIMILLA E615 ENTRE R. VICTORIA Y J.L. MERA	QUITO
COLEGIO LEONARDO PONCE POZO INTEGRADO PARA NO VIDENTES	AV. FLORIDA 1551 Y AV. OCCIDENTAL	QUITO
CRUZ ROJA DEL CANTON MEJIA	GONZALES SUAREZ Y BARRIGA	MACHACHI
FUNDACION MENSAJEROS DE LA PAZ FILIAL QUITO	SAN IGNACIO E10-31 Y COLINA	QUITO
INSTITUTO DE EDUCACION ESPECIAL DEL NORTE	CALLE JOAQUIN SOTO No. OE4-74 Y AV. LA PRENSA	QUITO
INSTITUTO FISCAL DE DISCAPACIDAD MOTRIZ	CALLE AUGUSTIN MIRANDA OE4-119 Y APUELA	QUITO
INSTITUTO DE EDUCACION ESPECIAL DE SINDROME DE DOWN	MARISCAL SUCRE CALLE D S37-311 CIUDADELA IBARRA SECTOR CHILLOGALLO	QUITO
CORPORACION PRENATAL	SAN IGNACIO 134 Y 6 DE DICIEMBRE	QUITO
FUNDACION INTEGRAR	URB. EL LABRADOR PASAJE 2 CASA 7 Y ENESCO	QUITO
CENTRO PSICOPEDAGOGICO DE DESARROLLO INTEGRAL INDIVIDUALIZADO	PONTEVEDRA 223 ENTRE VALLADOLID Y MADRID	QUITO
FUNDACION DE NIÑOS ESPECIALES DEL CANTON MEJIA	AV. PABLO GUARDERAS	MACHACHI
FUNDACION VALLE INTEROCEANICO	ALONSO JERVES 134 Y ORELLANA	QUITO
FUNDACION ECUATORIANA VISTA PARA CIEGOS	ISABEL LA CATOLICA 2437 Y MADRID	QUITO
FUNDACION DE PSICOPEDAGOGIA ALFAGUARA	ABASCAL Y G. DE VILLARROEL EDIF. INMOVERA	QUITO
FUNDACION SAN JUAN DE JERUSALEM PARA ADOLESCENTES Y JOVENES CON PARALISIS CEREBRAL	AV. OCCIDENTAL Y JORGE PIEDRA DPTO. 601 TORRE 2	QUITO
ESCUELA MIXTA INTEGRACION SIN FRONTERAS	LOS ENCUENTROS OE5-249 Y SERAPIO JAPERABI	QUITO
FUNDACION DE APOYO AL DESARROLLO SOCIAL	URB. 10 DE AGOSTO CALLE CORONEL OVIEDO Y PRIMER PASAJE	SANTO DOMINGO
FUNDACION DE REHABILITACION INTEGRAL Y EDUCACION ESPECIAL "ANTORCHA DE VIDA"	ABETOS 31 Y AV. JUAN DE SALINAS - SECTOR EL CHOCLO	SANGOLQUI
SOCIEDAD DE CIEGOS DE PICHINCHA LUIS BRAILLE	CALLE FLORES N4-132 Y ESPEJO	QUITO
FUNDACION AYUDEMOS A VIVIR	OF. ASCAZUBI 232 Y 9 DE OCTUBRE - CALLE DEL NIÑO INSTALACIONES DEL INNFA CONOCOTO	QUITO
CENTRO AUDITIVO ORAL DEL INNFA	CIUDAD DEL NIÑO - CONOCOTO	QUITO
CENTRO DE FORMACION Y CAPACITACION LABORAL PARA CIEGOS DEL INNFA	AV. TENIENTE HUGO ORTIZ 4480 Y ALONSO DE ANGULO	QUITO
CONSEJO METROPOLITANO DE DISCAPACIDADES	VENEZUELA, ENTRE ESPEJO Y SUCRE EDIFICIO AVALUOS Y CATASTROS DEL MUNICIPIO	QUITO
FUNDACION ECUATORIANA PARA AUTISTAS	AV. DE LAS PALMERAS 395 Y TULIPANES	QUITO
FEDERACION NACIONAL DE CIEGOS DEL ECUADOR - PROYECTO AGORA	AV. 10 DE AGOSTO N37-193 Y BARON DE CARONDELET	QUITO
FUNDACION DE ASISTENCIA SOCIAL Y AYUDA PARA PERSONAS SORDAS	VICENTE CARDENAS E5-75 Y JAPON	QUITO
FUNDACION CAMINO ESPECIAL	CRISTOBAL ACUÑA OE3-271 Y AV. AMERICA	QUITO
FUNDACION FUTURO	EXPOSICION 208, LA RECOLETA	QUITO
FUNDACION CALIDAD DE VIDA INDEPENDIENTE PARA PERSONAS CON DISCAPACIDAD	URB. MASTODONTES CARCELEN BAJO CALLE 2B LOTE 371	QUITO
FUNDACION MIRANDO CON EL ALMA	PICOAZÁ E6-174 Y CALCETA SECTRO LA ARGELIA BARRIO SAN ALFONSO	QUITO
FUNDACION ECUATORIANA DE FIBROSIS QUISTICA CAPITULO QUITO	CARLOS IBARRA OE 1-54 Y AV. 10 DE AGOSTO EDF. ALAMEDA METROPOLINATO PISO 2 OF. 219	QUITO

ALBERGUE "SAN JUAN DE DIOS"	TUMBEZ OE-6-98 Y BAHIA DE CARAQUEZ	QUITO
ASOCIACION DE PADRES DE ALUMNOS DISCAPACITADOS QUITO	BALTAZAR DE OSORIO S/N Y ANGAMARCA JUNTO A LA DIRECCIÓN DE TRÁNSITO SUR (MENA DOS)	QUITO
FUNDACION ECUATORIANA DE INVESTIGACION, LUCHA, APOYO DE ESQUIZOFRENIA	LOTIZACION SANTA MONICA 23	QUITO
FUNDACION CAMINO ESPECIAL	CRISTOBAL ACUÑA 0E3-47 Y AV. AMERICA	QUITO
FUNDACION ECUATORIANA PARA EL DESARROLLO Y BIENESTAR COMUNITARIO	AV. DE LOS ALGARROBOS E-3-16 Y 10 DE AGOSTO (SECTOR LA LUZ)	QUITO
FUNDACIÓN PARA EL DESARROLLO Y BIENESTAR DEL POLICIA	Av. 6 DE DICIEMBRE N° 47-116 Y SAMUEL FRITZ	QUITO
ASOCIACIÓN CANTONAL DE NO VIDENTES LUZ Y SOMBRA	RIO TOACHI Y GALAPAGOS - EMAPA OFICINA 0	SANTO DOMINGO
INSTITUTO NACIONAL DEL NIÑO Y LA FAMILIA	VENEZUELA 131 OE4 Y SUCRE	QUITO
FUNDACION TERNURA Y AMOR	CALLE STA. MARIA Y ANILLO VIAL	SANTO DOMINGO
INSTITUTO EDUCATIVO Y PSICOTERAPEUTICO DEL NIÑO	COCHAPATA E11-116 ABASCAL	QUITO
FUNDACION SONREIR	CALLE CACHA 2320 SAN JOSE DE MORAN/ CARAPUNGO	QUITO
RED IBEROAMERICANA DE ENTIDADES DE PERSONAS CON DISCAPACIDAD FISICA	AV. 10 DE AGOSTO No. 5070 Y NNUU 3ER PISO OFICINA 32	QUITO
INSTITUTO FISCAL DE AUDICION Y LENGUAJE "ENRIQUETA SANTILLAN"	CDLA MENA 2 CALLE BALTAZAR DE OSORIO OE8 # 180 Y RIO CONURIS	QUITO
FEDERACION NACIONAL DE SORDOS DEL ECUADOR	AV. 10 DE AGOSTO N37-193 Y CARONDELET	QUITO

Fuente: CONADIS, Instituciones y Organizaciones en Pichincha,

<http://www.conadis.gov.ec/linstituciones.php?p=PICHINCHA>, 2009.

Como se puede observar existen muchas Instituciones que brindan apoyo, servicio y asesoría a personas con discapacidad. Una de estas Instituciones que extiende su mano a niños con PCI es la **FUNDACIÓN NACIONAL DE PARÁLISIS CEREBRAL (FUNAPACE)**.

FUNAPACE es una organización no gubernamental, sin fines de lucro, que brinda rehabilitación integral y educación especial a niños, niñas y jóvenes con parálisis cerebral y retardo mental asociado, esto es personas con discapacidad moderada, severa y profunda con necesidad de apoyo generalizado. La mayoría de sus alumnos pertenecen a hogares de escasos recursos económicos por lo que su labor tiene el carácter de asistencia social¹³.

Por esta razón el producto audiovisual a realizarse en este proyecto está enfocado en las actividades y necesidades de esta Fundación, ya que a pesar de contar con un marco legal y proyectos bien definidos sobre discapacidades en diferentes áreas, en

¹³ SEGESVOL, Secretariado General de Servicio Voluntario, Organizaciones Afiliadas, <http://www.segesvol.org.ec/afiliadas/funapace.html>, 2009.

especial en la salud y la educación, no son conocidos enteramente por la sociedad y por ende su ejecución muchas veces se obstaculiza. Además, la falta de recursos económicos no permite avanzar eficazmente en el cumplimiento de los derechos de este grupo de personas. Cumpliendo así con el objetivo de informar y sensibilizar a la sociedad mediante la herramienta comunicacional propuesta en este proyecto.

Se debe admitir que se ha avanzado considerablemente pero aún queda mucho por hacer. El hecho de identificar a las personas discapacitadas como un grupo de atención prioritario y no vulnerable es un gran cambio, pero en la realidad es distinto. Debe hacerse cumplir sus derechos, fomentar su educación y motivarlos para lograr se incorporen tanto a la sociedad como a la actividad laboral.

Además es indispensable recordar que “la integración laboral no se alcanzará si previamente no se ha conseguido una integración escolar real de acuerdo con las capacidades limitadas de estos esforzados alumnos”¹⁴.

1.7. IMPACTO

La repercusión en la persona con parálisis cerebral es variable y depende del grado del compromiso psicomotor, la edad y las condiciones socioeconómicas¹⁵.

1.7.1 IMPACTO SOBRE EL NIÑO

- Inestabilidad emocional.
- En el aula y hogar los niños son muchas veces objeto de burla o rechazo.
- En el adolescente se acentúa el aislamiento.

¹⁴ GARCÍA B, Las personas con discapacidad ante el reto de la integración laboral en Andalucía, Instituto Andaluz de Servicios Sociales, Sevilla, 1996.

¹⁵ FEDEVI, Federación Venezolana de Asociaciones y Fundaciones de Personas con Discapacidad Intelectual y sus Familiares, La parálisis cerebral, su impacto en el individuo, la familia y la comunidad, http://www.fevedi.org.ve/media_files/download/8DraOPrado.pdf, 2009.

- Existe dificultad para incorporarse a la escuela, colegio y más aun para la universidad, así como para lograr una preparación laboral que le permita el desempeño de un empleo económicamente productivo.
- Sentimiento de frustración por las limitaciones, en especial para trasladarse.
- Cuando se es adulto existe una excesiva timidez e inseguridad para establecer relaciones sexuales por miedo al rechazo, prefieren parejas sin discapacidad aunque le crean un reto y le aumentan su frustración.

1.7.2 IMPACTO SOBRE LA FAMILIA

- Costo económico elevado para la atención integral de rehabilitación y educación.
- Alteración en la rutina familiar. La familia debe invertir tiempo en el cuidado del niño, joven y adulto discapacitado.
- Se confirma un alto índice de ruptura de relaciones familiares en estos casos.
- Sentimiento de preocupación por el futuro incierto de la persona discapacitada y sobre todo por la actitud de los demás hacia él, la cual frecuentemente es rechazo.
- El impacto sobre la familia llega a ser tan acentuado que algunas de las personas con discapacidad terminarían en lugares de cuidados permanentes.

1.7.3 IMPACTO SOBRE LA COMUNIDAD

- El niño con discapacidad despierta rechazo, burla o lástima.
- Los servicios médicos públicos, ponen muchas trabas para ofrecer atención en calidad de hospitalizados a niños con discapacidad, argumentando gran demanda de población infantil sin discapacidad.
- Los seguros privados tienen cláusulas que excluyen a los niños y jóvenes con discapacidad de su beneficio.
- Las personas con discapacidad tienen pocas oportunidades de incorporarse al trabajo productivo y formal (sector público y privado).
- Existen barreras arquitectónicas que limitan el acceso a la escuela, al trabajo, servicios y sitios de esparcimiento entre ellos los parques.

CAPÍTULO 2. COMUNICACIÓN Y COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2.1. COMUNICACIÓN

2.1.1 DEFINICIÓN

El concepto de la comunicación puede tener diferentes y variados enfoques. Según el enfoque teórico se la puede definir como un ámbito de estudio dentro de las Ciencias Sociales que trata de exponer como se realizan los intercambios comunicativos y como estos afectan a la sociedad y comunicación como tal, es decir investiga el conjunto de principios, conceptos y regularidades que son los cimientos del estudio de la comunicación como proceso social.

Como proceso se la define como la emisión de sonidos, gestos, señas, etc., cuyo propósito es enviar dicho mensaje a un receptor, el cual podrá recibirlo o digerirlo según su capacidad para hacerlo. Este proceso generalmente se convierte en interactivo ya que al lograr una respuesta del receptor, se cambian los roles entre receptores y emisores. La conexión es básica para este proceso, pudiendo desarrollarse a través de distintas formas o ambientes: físico (frente a frente) o a distancia (tecnología).

En concreto una definición sencilla sería que la comunicación no es más que “la transmisión de un mensaje de una persona o entidad a otra, en base a un objetivo prefijado, a través de un determinado medio”¹⁶.

2.1.2 ELEMENTOS

Los elementos que intervienen en el proceso de la comunicación son:

¹⁶ GARCÍA Mariola, Las claves de la publicidad, ESIC Editorial, España, 2002.

- **Emisor:** Sujeto del que parte la información o mensaje.
- **Receptor:** Destinatario al cual llega el mensaje emitido por el emisor.
- **Mensaje:** Información transmitida, se define como conjunto o sistema de signos (palabras, colores sonidos, etc.) que se combinan entre si, mediante reglas, para poder formular el mensaje. Emisor y receptor deben conocer el código para poder interpretarlo.
- **Canal:** Medio físico a través del cual se transmite el mensaje.
- **Contexto situacional:** Circunstancias que rodean al proceso comunicativo y muchas veces lo condicionan.

Adicionalmente se puede definir otro elemento como es el **ruido**, el cual altera el mensaje que llega al receptor produciendo interferencias. Para evitar estas dificultades en la transmisión del mensaje y asegurar la correcta recepción del mismo, en ocasiones, se usan las llamadas **redundancias**, las cuales se especifican como repeticiones innecesarias y que actúan como refuerzos.

2.1.3 OBJETIVOS

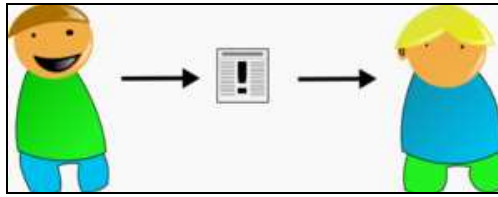
Se puntualizan cuatro objetivos básicos de la comunicación:

- Informar.
- Influir.
- Estimular (la acción).
- Solucionar problemas.

2.1.4 MODELOS

2.1.4.1 Modelo Simple

Gráfico 2.1. Modelo Simple.

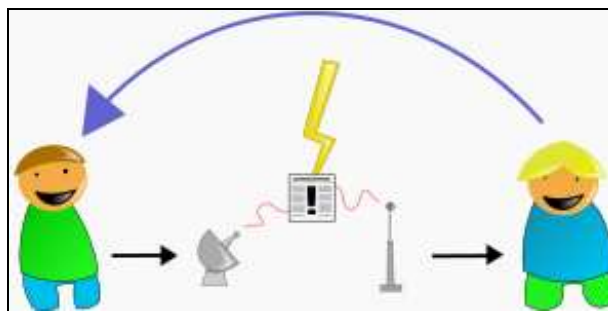


Fuente: Wikipedia, Comunicación, <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>.

En el modelo simple intervienen directamente el emisor, el mensaje enviado y el receptor.

2.1.4.2 Modelo Mixto

Gráfico 2.2. Modelo Shannon-Weaver.

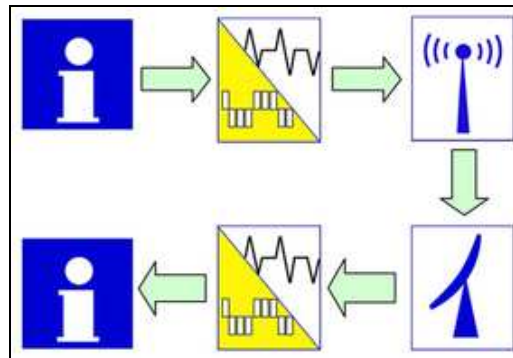


Fuente: Wikipedia, Comunicación, <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>.

En este modelo de comunicación intervienen el emisor o fuente de información, el codificador que envía el mensaje a través del medio de comunicación (canal), el cual podría ser distorsionado por el ruido, y llega a un decodificador y de este al receptor.

2.1.4.3 Modelo Técnico

Gráfico 2.2. Modelo Técnico.



Fuente: Wikipedia, Comunicación, <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>.

Este es otro modelo simple del proceso de comunicación o transmisión de información pero visto desde el área técnica.

2.1.5 TIPOS

Existen varios tipos o categorías de comunicación. A continuación se detallan dichos tipos.

2.1.5.1 Comunicación Masiva

Involucra el proceso en el cual se emite un mensaje a una gran cantidad de receptores que se encuentran en diferentes sitios. “La comunicación de masas se caracterizaría por cierto grado pasividad de uno de los interlocutores, la existencia de un elevado grado de intermediación comunicativa y el escaso margen de reacción del sujeto receptor”¹⁷.

¹⁷ LÓPEZ, G. (ed.), El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet, Servei de Publicacions de la Universitat de València, Valencia, 2005.

2.1.5.2 Comunicación Colectiva

La comunicación colectiva difiere de la masiva en que los receptores se encuentran en el mismo lugar que el emisor.

2.1.5.3 Comunicación Interpersonal

Es cuando el emisor envía un mensaje a un solo receptor.

2.1.5.4 Comunicación Intrapersonal

Este tipo de comunicación se da cuando el proceso es reflexivo, es decir es la comunicación consigo mismo.

2.1.6 BARRERAS

Las barreras u obstáculos que se presentan en el proceso comunicativo se definen como un conjunto de factores que impiden este proceso y que afectan sus objetivos. Existen diferentes tipos de barreras, entre ellas se puede mencionar: Barreras psicológicas, semánticas, fisiológicas, físicas, administrativas¹⁸.

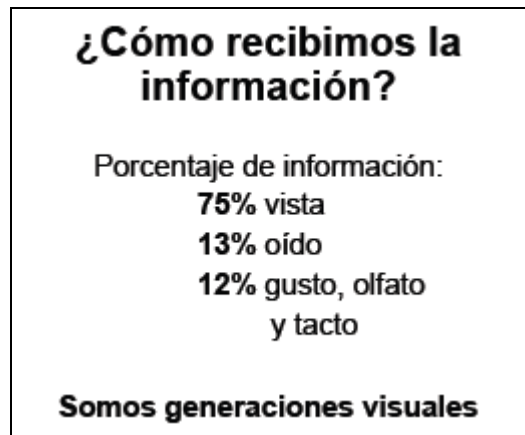
- **Psicológicas:** Factores mentales que no permiten la comprensión de una idea. Ejemplos: las suposiciones, preocupaciones o emociones, etc.
- **Semánticas o verbales:** El no saber expresar un sentido, a través del significado de las palabras, genera diversas interpretaciones entre emisor y receptor.
- **Fisiológicas:** Cuando afectan los sentidos del emisor o el receptor, impidiéndole la comprensión. Ejemplo: Deficiencias fonológicas.
- **Físicas:** No son más que factores ambientales, como el ruido, la distancia, la telecomunicación en sí, etc.

¹⁸ CANGURORICO, Barreras en la comunicación, <http://cangurorico.com/2009/02/barreras-en-la-comunicacion.html>, 2009.

- **Administrativas:** Son las que afectan a las estructuras organizacionales, por ser deficientes a nivel operacional de la empresa, así como inadecuadas o faltas de estrategia.

2.1.7 DATOS IMPORTANTES

Ilustración 2.1. Porcentaje de información recibida.



Fuente: Lic. Jannina López. Introducción a la comunicación audiovisual.

http://audiovisuales.januaci.com/Downloads_files/Sesion1.pdf

Ilustración 2.2. Porcentaje de información recordada.

¿Cómo recordamos la información?

	3 hrs.	3 días
Info. Hablada	72%	10%
Info. Visual	72%	20%
Info. Audiovisual	85%	65%

Fuente: Lic. Jannina López. Introducción a la comunicación audiovisual.

http://audiovisuales.januaci.com/Downloads_files/Sesion1.pdf

2.2. COMUNICACIÓN AUDIOVISUAL

2.2.1 DEFINICIÓN

La comunicación audiovisual es el intercambio de mensajes a través de un sistema tecnológico (sonoro o visual). La intervención tecnológica es un elemento indispensable en este tipo de comunicación. En concreto la comunicación audiovisual se logra gracias al movimiento y el sonido.

El lenguaje audiovisual es el lenguaje propio y común de los medios audiovisuales o sistemas de comunicación audiovisual. Los tradicionales son: la radio, el cine y la televisión. Actualmente se han consolidado nuevos medios audiovisuales, como el Internet o los videojuegos.

En este modo de comunicarse el mensaje se transmite mediante sonidos e imágenes. En ellos se transmiten mensajes verbales, tanto sonoros como visuales, así como mensajes no verbales, tanto sonoros como visuales. La clave del lenguaje audiovisual es que el significado del mensaje viene dado por la interacción sonido-imagen, dentro de un contexto secuencial.

En el Lenguaje Audiovisual, los efectos sonoros, los ruidos y los silencios colaboran en la transmisión del mensaje, no como complemento sino como conjunto conformando así realmente el mensaje.

2.2.2 CARACTERÍSTICAS

Según el Dr. Pere Marqués Graells en su obra titulada “Introducción al lenguaje audiovisual”, el lenguaje audiovisual cumple las siguientes características¹⁹:

¹⁹ MARQUÉS Pere, La alfabetización Audiovisual. Introducción al Lenguaje Audiovisual, Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, Universidad Autónoma de Barcelona, 2000.

- Es un sistema de comunicación multisensorial ya que participan tanto el campo visual como el auditivo, donde los contenidos icónicos prevalecen sobre los verbales.
- Crea un impacto emotivo pues activa la sensibilidad antes que el intelecto.
- Es un lenguaje sintético ya que origina un encadenamiento en mosaico en el que sus elementos sólo tienen sentido si se consideran en conjunto.
- Proporciona al receptor una experiencia unificada promoviendo un procesamiento global de la información.
- Genera el uso intensivo del hemisferio cerebral derecho.

2.2.3 ASPECTOS DEL LENGUAJE AUDIOVISUAL²⁰

2.2.3.1 Aspectos morfológicos

Las funciones de estos aspectos son esencialmente tres:

- Informativa, testimonial y formativa.
- Recreativa y expresiva.
- Sugestiva: publicidad (cosas), propaganda (ideas y los valores de las personas).

En los aspectos morfológicos participan los elementos fundamentales para la comunicación audiovisual:

- **Elementos visuales:** No son más que las imágenes, cuyos elementos básicos son: los puntos, las líneas, las formas y los colores, con los cuales se puede representar cosas que existen y también cosas que no.

Las principales características de las imágenes son las siguientes:

- Iconicidad o abstracción.
- Denotación y connotación.
- Simplicidad o complejidad.

²⁰ Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Taller de Producción de Mensajes, Lenguaje Audiovisual, http://www.perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf, 2009.

- Originalidad o redundancia
- **Elementos sonoros:** Se reconocen dentro de este tipo de elementos a: la música, los efectos de sonido, las palabras y el silencio.

2.2.3.2 Aspectos sintácticos

Para crear un material audiovisual se debe seguir ciertas normas sintácticas. Los principales aspectos sintácticos a tomar en cuenta son:

- **Planos:** Estos hacen referencia a la proximidad de la cámara a la realidad, ya sea en una fotografía o en una toma. Los principales planos que se utilizan (de los más lejanos a los más próximos), son:
 - **Planos descriptivos:** Son los que describen el lugar donde se realiza la acción. Este se divide en dos tipos: Gran Plano General (escenario muy amplio con múltiples personajes) y Plano General (escenario amplio). Estos tipos de planos conviene no utilizarlos en exceso.
 - **Planos narrativos:** Como su nombre lo indica narran la acción que se desarrolla. Se incluye los Planos: Entero (muestra el cuerpo entero), Americano (de la cabeza hasta rodillas), Medio (de la cabeza hasta la cintura). Este último es el plano más utilizado de este tipo.
 - **Planos expresivos:** Muestran la expresión de los protagonistas, suelen ser también de corta duración y se combinan con otros planos que aporten más información. En este tipo se destaca el Primer Plano (destaca las emociones y sentimientos) y el Plano de Detalle (Aporta un valor descriptivo, narrativo o expresivo).
- **Ángulos:** Al hablar de angulación o punto de vista se debe tomar en cuenta el ángulo imaginario que forma una línea, la cual sale perpendicular al objetivo de la cámara y que pasa por la cara del personaje principal. Según la colocación de

la cámara, el ángulo mediante el cual el objetivo capta los personajes se denomina:

- **Ángulo Normal:** La cámara se situada a la altura de la mirada de la persona. Este tipo de ángulo es el que se utiliza habitualmente ya que denota normalidad.
 - **Ángulo picado:** Es cuando la cámara realiza un encuadramiento desde arriba hacia abajo. Denota inferioridad, debilidad y sumisión del personaje.
 - **Ángulo contrapicado:** La cámara realiza un encuadramiento de abajo hacia arriba. Este en cambio denota un personaje grande y poderoso.
 - **Inclinación lateral:** Cuando se sitúa la cámara con una inclinación lateral las imágenes aparecen inclinadas, denotando así inestabilidad e inseguridad.
 - También se pueden considerar los ángulos **frontal y lateral**, la cámara se coloca delante de los personajes o lateralmente (cualquiera de los dos lados).
- **Composición:** Es la distribución de los elementos que intervienen en una imagen, dentro del encuadramiento que se realiza a partir del formato de la imagen y de acuerdo con la intencionalidad semántica o estética que se tenga. Se pueden considerar diversos aspectos:
 - **Líneas verticales:** Producen una sensación de vida y sugieren cierta situación de quietud y de vigilancia.
 - **Líneas horizontales.** Proporcionan una sensación de paz, de quietud, de serenidad y a veces de muerte.
 - **Líneas inclinadas.** Brindan la sensación de dinamismo, de movimiento, de agitación y de peligro.
 - **Líneas curvas:** Causan una sensación de dinamismo, de movimiento, de agitación y de sensualidad.
 - **Aire:** Es el espacio (vacío) que se deja entre los entes principales que aparecen en una imagen y los límites del encuadre.
 - **Regla de los tercios.** Los protagonistas principales deber estar colocados en las intersecciones resultantes de dividir la pantalla en tres partes iguales de manera vertical y también de manera horizontal y así evitar la monotonía que originan los encuadres muy simétricos.
 - **Simetría:** Se forma cuando en un encuadre aparece repetido un elemento de manera que uno de ellos parece el reflejo del otro en un espejo. Las

composiciones muy simétricas resultan agradables, dan la sensación de estabilidad, pero suelen ser monótonas. En cambio las asimétricas son más dinámicas, provocan la sensación de inestabilidad y pueden generar más tensión dramática.

- **Profundidad de campo:** Se define como el área por delante y por detrás del ente principal que se observa con nitidez. La profundidad de campo depende de 3 factores: distancia focal, apertura del diafragma y distancia de los objetos a la cámara. Este aspecto se puede ser utilizado de dos maneras:
 - **Gran profundidad de campo:** Los objetos de la imagen se ven claramente, tanto los que están más próximos al objeto principal como los más lejanos.
 - **Poca profundidad de campo:** Con esta sólo se ven con claridad los objetos situados cerca del objeto principal.
- **Distancia focal:** Es la distancia que hay entre el centro del lente del objetivo enfocado al infinito y la película fotográfica o el mosaico de registro de la cámara de vídeo, donde se formarán las imágenes. Cada objetivo²¹ tiene una distancia focal determinada. Según esto, se pueden clasificar en: gran angular, objetivo normal, teleobjetivo y objetivo macro. Los objetivos “zoom” permiten variar su distancia focal, ajustando así su comportamiento a diversas situaciones, entre las posiciones extremas de teleobjetivo y gran angular.
- **Continuidad:** El raccord o continuidad hace es la dependencia que existe entre las diferentes tomas de una filmación a fin de que no rompan en el receptor, la ilusión de continuidad. Por consiguiente se debe asegurar: la continuidad en el espacio, en el vestuario y en el escenario, en la iluminación, y por último en el tiempo.
- **Ritmo:** Es uno de los elementos que contribuye hacer que las imágenes sean o no atractivas para los espectadores. Es importante no confundir el ritmo con la velocidad que suceden los acontecimientos. Este se obtiene a partir de una buena

²¹ Objetivo: El objetivo de una cámara se define como el lente por donde entran los rayos luminosos reflejados por los objetos exteriores y que forman la imagen. UNLP, Lenguaje Audiovisual, http://www.perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf, 2009.

mezcla de efectos y de una organización variada. El ritmo debe ser el complemento de la narración. Se pueden considerar dos formas básicas de ritmo: ritmo dinámico (transmite una sensación de dinamismo y acción) y ritmo suave (transmite al espectador una sensación de tranquilidad).

- **Iluminación:** Además de la iluminación como tal, esta posee un valor expresivo, ya que puede resaltar o no formas y crear una atmósfera determinada que produzca diferentes sensaciones. Se diferencian dos tipos básicos de iluminación: iluminación suave e iluminación dura.

Para las tomas interiores se debe crear luminosidad y contraste, para esto se deben usar 4 fuentes de luz diferentes: iluminación principal, de relleno, posterior y de fondo. En cambio para las exteriores se debe controlar el contraste usando reflectores que suavicen las sombras.

- **Color:** El color de los objetos se produce por la luz que estos reflejan. Los objetos sin reflejo de luz aparecen de color negro. Se consideran dos sistemas de registro cromático: Aditivo (imagen electrónica: rojo, verde y azul) y Sustractivo (pintura: azul, rojo y amarillo).

Las principales propiedades de los colores son: tonalidad, saturación y luminosidad. Según su tonalidad los colores se pueden clasificar en dos grupos:

- **Cálidos:** Son excitantes y estimulantes (blanco, amarillo, naranja, rojo).
- **Fríos:** Resultan sedantes y tranquilos (verde, azul, violeta, gris y negro).

- **Movimientos de la cámara:** Se clasifican en físicos u ópticos:
 - **Movimientos físicos:** Panorámica (movimiento de rotación de la cámara hacia la derecha y hacia la izquierda) y Traveling (desplazamiento de la cámara).
 - **Movimientos ópticos:** ZOOM (Objetivos variables u objetivos zoom, permitiendo que objetos se acerquen o se alejen sin desplazar la cámara).
- **Otros elementos:**
 - **Signos de puntuación:** Realizan la conexión entre los diferentes planos entendidos como a unidad de toma.

- **Texto y gráficos:** A veces las imágenes van acompañadas de texto, ya sea este verbal o escrito, y gráficos sobreimpresos.
- **Trucos:** Dentro de los trucos se pueden considerar los siguientes: Registro intermitente, Montaje inverso, Montaje múltiple, Maquetas y escenarios proyectados, Cromakey e Infografía.
- **Música y efectos sonoros:** La música juega un papel importante en la creación de los ambientes, por esta razón la música y los efectos sonoros son considerados como elementos importantes del material audiovisual.

2.2.3.3 Aspectos semánticos

Todos elementos de un producto audiovisual tienen una función semántica. El significado de los elementos morfosintácticos de una imagen depende de su coyuntura dentro del mensaje, para esto hay que tomar en cuenta los significados: denotativo (objetivo) y connotativos (subjetivos).

- **Recursos estilísticos:** Estos pueden modificar el significado denotativo de los elementos del mensaje. Entre los recursos estilísticos se presentan:
 - **Recursos visuales y lingüísticos:** Elipsis, Hipérbole, Comparación, Metáfora, Símbolo, Personificación, Contradicción, Hipérbaton, Aliteración, Repetición y Juegos de ideas.
 - **Recursos sólo lingüísticos:** Frases hechas, Identificación Palabra-Marca, Dilogía, Ironía, Onomatopeya, Interjección, Exhortación, Interrogación retórica, Alusiones, Neologismo, Palabras coloquiales, Vulgarismos, Frases poéticas y Rima.

2.2.3.4 Aspectos estéticos

Todos los elementos que forman parte un producto audiovisual tienen una función estética.

2.2.3.5 Aspectos didácticos

Cuando el producto audiovisual tenga un enfoque pedagógico, se debe considerar la inclusión de recursos didácticos que faciliten la comprensión y aprendizaje del contenido.

Los recursos didácticos más utilizados son: los organizadores previos, los resúmenes y la formulación de preguntas, que no solo aseguran el aprendizaje sino que también mantienen la atención.

CAPÍTULO 3. MEDIOS MASIVOS Y COMUNICACIÓN

3.1. MEDIOS MASIVOS

3.1.1 DEFINICIÓN

Los medios de comunicación masivos o también llamados medios de comunicación de masas, son aquellos medios de comunicación que son recibidos paralelamente por una gran audiencia. Es decir se define como la interacción entre un emisor y un receptor masivo (audiencia).

La intención de los medios de comunicación masiva es o más bien debería ser: formar, informar y entretener al espectador que tiene acceso a ellos. Lastimosamente algunos de estos medios solo cumplen con los intereses que representan, ya sea empresas que únicamente les interesa el lucro o se encuentran dominadas por un grupo específico; perdiendo así el objetivo de ser medios de información.

La historia de los medios está relacionada con la evolución de la sociedad, ya que continuamente se están desarrollando formatos alternativos de comunicación acordes al grado de evolución del hombre.

Hoy en día los medios de comunicación masiva son de vital importancia, ya que en esta era tecnológica están presentes en la vida cotidiana de las personas, creando una dependencia e influyendo altamente sobre estas.

3.1.2 TIPOS

Existen distintos medios de comunicación masiva, de los cuales se destacan los siguientes:

- **Televisión:** Es un medio audiovisual masivo, la televisión encuentra con las condiciones sociales favorables que le han proporcionado otros medios y también con las condiciones desfavorables, como competir con otros medios “más baratos”, pero teniendo como ventaja, la posibilidad de acompañar la información o el entretenimiento de imagen en movimiento.

Ilustración 3.1. Canales ecuatorianos.



Elaborado: Autores.

- **Radio:** Es un medio auditivo que en la actualidad está recobrando su popularidad. Los programas radiales pueden basarse en tres tipos de géneros: Monólogo (Charla radiofónica individual), Diálogo (Entrevistas, Reportajes) y Drama (Historia o Anécdota dramática).

Ilustración 3.2. Radios ecuatorianas.



Elaborado: Autores.

- Prensa: Son medios visuales masivos destinados a difundir información, básicamente noticias. Existen diferentes tipos de géneros periodísticos: Informativo (basado en la noticia como tal), De Opinión (Editorial) e Interpretativo (Entrevistas o reportajes interpretativos).

Ilustración 3.2. Periódicos ecuatorianos.



Elaborado: Autores.

- Internet: Es un medio audiovisual interactivo y selectivo. Dependiendo del tipo de producto y la audiencia al que va dirigido, puede llegar a gran parte de los clientes potenciales. “Se ha convertido en menos de diez años en un instrumento muy importante de la vida cotidiana. Incluso gente que no tiene ninguna posibilidad de navegar por la red, o bien porque no tiene un ordenador conectado o un módem o bien porque no tiene el conocimiento necesario para hacerlo, sabe qué es y tiene alguna opinión sobre sus usos y sus efectos”²².

Ilustración 3.3. Logo Internet Explorer



²² ALBERICH J. y ROIG A., Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas, Editorial UOC, Barcelona, 2005.

Fuente: Internet Explorer.

<http://www.microsoft.com/spain/windows/products/winfamily/ie/default.msp>.

3.1.3 INFLUENCIA EN LA SOCIEDAD

Los medios de comunicación masiva inciden más que nunca en las nuevas generaciones, moldeando sus gustos, así como las tendencias en públicos de todas las edades.

Hoy en día resulta inconcebible un mundo sin televisión, Internet, radio, prensa, etc.; mientras que en el pasado se podía vivir con mayor prescindencia de los medios masivos. La comunicación masiva pesaba menos ya que reinaba la comunicación interpersonal.

Definitivamente el peso de los medios masivos es mucho mayor cada día y en lo que respecta al acceso a la información como tal, el creciente ascenso se evidencia gracias a los medios electrónicos. Influyen en la educación de los niños y jóvenes y en la formación de la opinión pública.

Los medios de comunicación masiva han hecho posible el acortamiento de las distancias, permitiendo estar siempre vinculados al resto del mundo. Actualmente los medios son quienes deciden y dictan modas, consumos, y hasta estilos de vida. Muchos de ellos establecen o imponen que es lo correcto y que no y deciden cuales son los hechos importantes y trascendentes del mundo.

Es indispensable trabajar paralelamente con los medios masivos de comunicación ya que si se los utiliza correctamente “tienen la capacidad de crear una atmósfera pública favorable al cambio, la que se considera indispensable para la modernización de sociedades tradicionales por medio del progreso tecnológico y el crecimiento económico”²³.

²³ CONTRERAS Adalid, Imágenes e Imaginarios de la Comunicación = Desarrollo, CIESPAL, Quito, 2000.

3.2. EDUCACIÓN, SALUD Y COMUNICACIÓN

En 1946 la Organización Mundial de la Salud (OMS) definió la salud como “un estado de completo bienestar físico, mental y social, y no solamente la ausencia de afecciones o enfermedades”. En base a este concepto una adecuada salud involucra asegurar la alimentación, la vivienda, la educación y los servicios de salud como tales a la población.

El mejoramiento de la salud pública es producto de la combinación de una serie de factores entre ellos la promoción y la prevención.

En el campo de la salud, la comunicación es fundamental para fomentar el cuidado de la misma. Por esta razón el uso de los medios de comunicación así como otras innovaciones tecnológicas para difundir información sobre salud, aumenta la concienciación de la población en este aspecto ya que la población ve entre dos y cuatro horas de televisión al día, pero además se ha incorporado el Internet como sistema de comunicación, ocio, etc. Por ello se puede ya decir que el espectador de hoy está modelado por los medios audiovisuales de masas en cuanto a sus gustos, hábitos perceptivos e incluso procesos mentales.²⁴

La Organización Panamericana de la Salud (OPS) tiene una participación destacada en la promoción de la salud gracias a sus programas de comunicación. En 1986 la OPS en la Carta de Ottawa para la Promoción de la Salud, la definió como "el proceso de facultar a las personas para que aumenten el control que tienen sobre su salud y para mejorarla"; además estableció a los medios de comunicación como actores claves para la promoción de la salud.

Los elementos claves de un programa de comunicación para la salud son el uso de la persuasión, la investigación y la segmentación de la audiencia. Los programas diseñados hasta la actualidad cuyo fin ha sido el originar cambios en las conductas de salud, incentivar a la detección temprana y el tratamiento pertinente de

²⁴ MARQUÉS Fernando, Métodos y medios de promoción y educación para la salud, Editorial UOC, Cataluña, 2004.

enfermedades, han demostrando que la comunicación pueden ser efectiva en el caso de prevenir el riesgo de muchas enfermedades.

Roper William Director del Centro de Control y prevención de la Health Communication define a la comunicación en salud como "un proceso de formulación e intercambio de mensajes entre dos o más personas cuya interpretación promueve la salud".

Ya sea en una comunicación interpersonal o masiva, antes de iniciar cualquier actividad en el área de la salud se deben considerar los siguientes aspectos:

- El lenguaje de la población.
- Las creencias y costumbres de la población.
- El interés de parte de la población.
- El medio ambiente en que se relaciona la población.
- Las experiencias de la gente.

Igualmente sucede en el área de la educación, la cual necesita de la comunicación, no solamente para romper los esquemas, sino también porque frente a la sociedad o era de la información, la educación convencional ha quedado rezagada.

El modelo tradicional no es capaz de evolucionar con la rapidez que requiere el desarrollo social y tecnológico. La sociedad demanda otro tipo de educación, la enseñanza debe cambiar ya que es indispensable enseñar la manera de acceder a la información, comprenderla y asimilarla, antes que memorizarla.

Por muchas razones la comunicación está, definitivamente, asociada a la educación:

Por una parte, porque las modernas teorías educativas que se elaboran como respuesta a la crisis de la institución escolar ponen de relieve la necesidad del intercambio comunicativo entre el maestro y el alumno, entre la escuela y la realidad. Por otra, porque los medios de comunicación y su soporte tecnológico, junto a las posibilidades de la informática, amplían las posibilidades educativas. También porque el conocimiento de la realidad no proviene exclusivamente del texto escrito y porque los más jóvenes se educan en mayor medida fuera de la

escuela. Sus referentes de conocimiento, sus imágenes, sus valores y sus expectativas guardan relación cercana con la comunicación y sus mensajes.²⁵

Según esta nueva tendencia la definición de Educación sería: proceso bidireccional (emisor-receptor y viceversa), mediante el cual se transfieren conocimientos, valores y comportamientos; no sólo produciéndose a través de la palabra también a través de las acciones y actitudes.

Los medios de comunicación y más aún las bien llamadas TIC o Tecnologías de Información y Comunicación, han modificado la manera de aprender y la forma de conocer.

La educación tradicional se basa en el modelo unidireccional de comunicación ya que el profesor o emisor envía información a sus estudiantes (los receptores) sin respuesta ya no hay interactividad. El nuevo modelo de comunicación para la educación debe ser interactivo, el uso pedagógico de las nuevas tecnologías en la educación puede darse, por ejemplo, a través de Internet o correo electrónico. Los mensajes deben ser bidireccionales para que refuercen la retroalimentación y la libre participación de los educandos.

Cuando el educador habla o elabora un material audiovisual o produce un video, debe preocuparse por los educandos y por las selecciones de mejores opciones para una buena comprensión.

La relación comunicación – educación es primordial para facilitar el acceso global a la información y promover la capacidad de comunicación entre individuos o grupos sociales. La comunicación y la educación son dos ejes muy importantes que confluyen con otras disciplinas en el aporte hacia el crecimiento de la sociedad.

En relación al uso de las TIC como ayuda a las personas discapacitadas, ya sea en el área educativa o en general, en los últimos años se han obtenido grandes avances en este sentido. Las TIC proporcionan a estudiantes con discapacidad las mismas

²⁵ CAFEIRO Mercedes, MARAFIOTI Roberto, Atracción Mediática, Editorial Biblos, UNESCO, Argentina, 1997.

oportunidades de acceso a la educación que el resto de estudiantes. Más niños discapacitados pueden acceder a una mejor educación, proyectando así su inclusión en el mercado laboral.

A continuación se destacan los siguientes avances tecnológicos²⁶:

- Tecnologías del Habla: El reconocimiento de voz y la conversión texto-voz ofrecen infinidad de posibilidades.
- Sintetizador Braille: es un pequeño computador personal con sintetizador de voz o voz digitalizada que le permite a una persona invidente escribir información simulando a una máquina Perkins y verificar luego la misma.
- Ratón virtual: sirve para facilitar el control del mouse a personas con discapacidad motora que no tengan control de la voz. Funciona por escaneo de un teclado virtual y se activa por un sonido detectado por un micrófono conectado a la tarjeta de sonido.
- Pantallas táctiles: Permiten que personas con dificultades motrices puedan acceder a los movimientos del cursor con la presión de un dedo o mano.
- Sistemas de Movilidad: Son aquellos relacionados a la movilidad personal, buscan las posibilidades para que las personas con graves discapacidades físicas puedan interactuar o utilizar una computadora y así controlar su movilidad.
- En cuanto a software, existe un programa llamado DreamKey permite a las personas con discapacidad interactuar con el teclado o mouse reemplazando funciones exclusivas, por ejemplo: subir y bajar el volumen o abrir mensajes de correo electrónico. Mediante un panel el cual que se puede personalizar según las necesidad del usuario.

3.3. REALIDAD EN EL ECUADOR

El Ministerio de Educación y Cultura, a través de la División Nacional de Educación Especial, plantea un conjunto de programas, proyectos y acciones en cada una de las

²⁶ Tecnoneet, Foro de tecnología educativa y atención a la diversidad, Impacto tecnológico en las personas con discapacidad, <http://www.tecnoneet.org/docs/2000/14-2000.pdf>, 2009.

áreas prioritarias de trabajo, siendo la Educación Especial en el país, reorientada en función de las concepciones actuales que sobre el tema se manejan a nivel internacional y nacional; pretende ampliar cobertura de servicios y mejorar la calidad de la educación que se imparte.

En el país existen muchas personas en edad escolar con algún tipo de discapacidades pero la mayoría no asiste a clases porque temor al rechazo. Según la información de “Ecuador en Cifras”, en el país hay 265 825 menores, en edad escolar, con alguna discapacidad. Así también 318 escuelas regulares con aulas de apoyo psicopedagógicos atienden a 9 500 niños y niñas con necesidades educativas especiales, con o sin discapacidad, según datos de la Dirección Nacional de Educación Regular Especial.

Ecuador fue designado recientemente por el Centro de Estudios para América Latina y el Caribe (CEPAL) como país coordinador de desarrollo tecnológico en el área de discapacidades. De ahí que la SENATEL junto con la Vicepresidencia de la Republica del Ecuador presentó un plan en el que promueve el uso de las TIC para este sector de la sociedad a nivel regional.

Acorde con la política de Estado de inclusión de los discapacitados, el regulador de telecomunicaciones pretende que las TIC sean una herramienta clave de integración de este sector en la sociedad, Por esta razón el Fodetel entregará conectividad a alrededor de 60 escuelas para discapacitados visuales en 24 provincias del país. De su parte, la Escuela Politécnica del Ejército entregará 18.500 libros digitales educativos y programas para el funcionamiento de los equipos que serán entregados por la SENATEL. Además se encargará de la capacitación para los estudiantes en el manejo de las herramientas informáticas.²⁷

En cuanto a la inclusión de las personas discapacitadas en los medios de comunicación y a pesar de que la Ley sobre Discapacidades garantiza el acceso a la información a los sordos es “letra muerta”.

²⁷ CONATEL, Senatel ejecutará proyecto pionero de Internet para discapacitados visuales, http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&id=412%3Ase-natel-ejecutara-proyecto-pionero-de-internet-para-discapacitados-visuales&Itemid=184, 2009.

De toda la programación local, sólo los espacios que incluyen lenguaje de señas son: la Misa el día Domingo de TC Televisión y esto dado por iniciativa de la Iglesia Católica y los noticieros del canal del Estado. El informativo de la mañana de Canal Uno posee un generador de caracteres en los que aparecen breves resúmenes de las noticias. Adicionalmente las cadenas presidenciales los días sábados incluyen también lenguaje de señas y un resumen en Quechua.

En el Ecuador, las personas con discapacidades son el eje de los discursos, prácticas, servicios y políticas (según lo analizado en el capítulo 1), lastimosamente muchas de estas disposiciones solo se quedan en la teoría.

El problema se complica muchas veces por pequeños pero grandes detalles para personas discapacitadas. Por ejemplo, los espacios especiales previstos para su uso son ocupados por personas prepotentes o ignorantes o el impedimento del libre tránsito de los discapacitados por medio de rampas o andenes. Los derechos de las personas, especialmente de las personas discapacitadas son intangibles y el Estado y la sociedad deben aportar y exigir su pleno cumplimiento.

En los medios de comunicación, prensa, radio o televisión al hablar de las personas con discapacidades muchas veces se presenta solo casos excepcionales de quienes han logrado éxitos, que si bien son muy meritorios, no muestran las condiciones de vida de la gran mayoría de involucrados en esta realidad.

Capítulo 4. Comunicación Para El Desarrollo

4.1. Teorías De Comunicación

4.1.1 Teoría Crítico-Democrática

La teoría crítico-democrática es de origen marxista. La teoría marxista nació como reacción contra las teorías libertarias y de responsabilidad social. Se halló sobre todo en parte de Europa y en los países subdesarrollados.

Según ella, la concentración de poder social, económico y el control capitalista de los medios masivos son los principales problemas culturales. El mercado libre creó una concentración de poder en favor del empresariado. Este usa los medios para imponer su ideología dominante sobre la gran masa, a quien pretende convencer de que su único deber es trabajar y consumir.

Esta teoría crítico-democrática tiene varias vertientes, a veces contradictorias entre sí: la crítica, la crítico-cultural, la estructuralista, la teoría crítica político-económica, la de codificación – decodificación y la democrático-participativa o democrático-liberadora. La primera enfatiza la dimensión *crítica* siguiendo más la interpretación de las clases populares y de su liderazgo, y las restantes enfatizan la dimensión participativa, activa y democratizadora.

Primera variante: La teoría crítica (Escuela de Frankfurt)

La teoría crítica se origina en la Escuela de Frankfurt (Alemania), cuyos integrantes emigraron a EE.UU. después de 1933 huyendo del nazismo. Sus miembros más representativos son Max Horkheimer (1895), Teodoro Adorno (1903) y Herbert Marcuse (1898). Todos ellos de formación marxista estaban unidos en sus esfuerzos por analizar la naturaleza de los cambios sociales económicos, políticos y culturales, que estaban ocurriendo. También pertenecen a esta escuela Erich Fromm (1900) y Walter Benjamín (1892).

Esta Escuela Marxista se había establecido originalmente para examinar el aparente fracaso de las fuerzas históricas del cambio revolucionario predicho por Marx. Lo atribuyó especialmente a los medios masivos o *industria de la conciencia*, estos con su ideología pertenecen a la superestructura. En el esquema marxista la superestructura incluye la política, la educación y la cultura, pero está condicionada por la estructura (la base o fundamento económico).

Las palabras claves en la tradición crítico-democrática han sido: ideología, hegemonía, alienación y mito. Ideología es una visión distorsionada de la realidad, que viene del poder de un grupo o clase social. Su concepto se ha ido clarificando desde Marx. Williams fue considerado como el que mejor había resumido este concepto marxista. Según él, para Marx ideología es un conjunto de ideas que surgen a su vez de un conjunto de intereses materiales. Según Marx, los que tienen tales intereses materiales saben que, para dominar los recursos materiales, hay que dominar las conciencias: *es una condición necesaria*.

Hegemonía es el tratar de conservar una situación de dominio estructural con el consentimiento de la audiencia, por ejemplo, en las categorías de raza y género.

Se considera a la cultura popular como un campo de batalla en el que los puntos de vista dominantes se aseguran su propia hegemonía: “Es un campo de batalla permanente, cuyos parámetros son definidos sólo parcialmente por las condiciones económicas; [...] para obtener el liderazgo cultural, el grupo dominante debe empeñarse en negociar con los grupos, las clases y los valores en oposición – y estas negociaciones deben dar lugar a mediaciones auténticas” (Turner, 1990)” (Sorice, 2005)

El término marxista mistificación describe el proceso, por el que las prácticas ideológicas se presentan como “naturales” (es decir, sin explicación alternativa), cuando en realidad son específicas a una cultura y por lo tanto son arbitrarias; por ejemplo: la explotación del obrero. Consiste, primero, en suponer que no hay otra forma de entender las cosas; y segundo, en disimular y esconder el hecho de que esa forma de entender las cosas beneficia al patrón, repitiendo en cambio abiertamente que beneficia al obrero.

En base al *Grundrisse* de Marx esta teoría desarrolló el concepto de comodificación cultural (*commodity* es mercancía). Este término significa que los productos culturales se producen y se venden como artículos de consumo, y crean una conciencia falsa o alienación. Esta alineación asume la ideología dominante, pero es inconsciente, pues no se da cuenta de la estructura real de la sociedad.

Según Marx, el trabajo es central para la identidad y el sentido de sí mismo. Pero produce alienación, cuando el trabajador es tratado como objeto y no como sujeto, y se siente controlado no sólo en cuanto a su trabajo, sino en cuanto a su propia alma.

Alienación es la situación de un individuo, que se halla como extranjero en una sociedad, y que no tiene conexiones ni ligazones de ninguna clase con otros; más bien se siente controlado por fuerzas ingobernables ajenas a él. El centro del socialismo marxista es eliminar esta alienación.

Marcuse interpretó los medios, junto con otros elementos de los sistemas de producción de los medios, como comprometidos en “vender” o imponer todo un sistema social, que es al mismo tiempo deseable y represivo. La contribución principal de los medios es estimular y entonces satisfacer las “necesidades falsas”, llevando a grupos que no tienen nada entre sí a una “sociedad uni-dimensional”.

La Escuela de Frankfurt, para explicar el fracaso del cambio revolucionario, acudió a la capacidad de la superestructura (especialmente las ideas y la ideología representada en los medios masivos) para subvertir las fuerzas materiales e históricas del cambio económico.

La ideología de la clase dominante había promovido una “falsa conciencia” en la clase trabajadora, que había quedado asimilada dentro de la sociedad capitalista.

Tanto el arte como la cultura de oposición se convierten en mercancía (*commodity*), que se pueden vender pero perdiendo poder crítico.

Mito, por su parte, es la representación de lo que quiere ser un grupo o nación, y que puede ser usado con propósitos ideológicos.

Segunda Variante: Teoría Estructuralista

Para responder a esto se acudió a la antropología estructural, a la semiótica, a la lingüística y al psicoanálisis de Lacan. Así aparece la vertiente estructuralista de la corriente crítica, que también tomó Louis Althusser.

Según el estructuralismo, el control de las élites se ejerce a través de ideologías falsas escondidas en la estructura del lenguaje, del mito y de los medios audiovisuales. El estructuralismo dice que las palabras y la estructura gramatical no son simples reproducciones del mundo real, sino que son construcciones seleccionadas y arbitrarias. Asimismo, la teoría crítico-cultural representa una reflexión sobre los movimientos sociales.

Hall parte de que la ideología está a la vista, es sentido común; es tan espontánea, transparente, natural e inconsciente, que se niega a que se examinen sus presupuestos, y se resiste al cambio y a la corrección. Pero dice que sus fundamentos y presupuestos están escondidos. Esta ideología dominante esconde las relaciones de dependencia, y niega la participación y la libertad.

Hall aplica el concepto de ideología a los medios. Según él, los medios son el lugar de la pelea. Para explicar cómo la audiencia se relaciona con la ideología, planteó su teoría *Codificadora /Decodificadora* y la triple reacción de la audiencia ante el texto (complicidad, negociación y oposición). Indica también la importancia de los movimientos sociales y clasistas para la recodificación, pues ellos se prestan especialmente para aumentar la criticidad entre sus participantes. Los movimientos cuestionan el lenguaje de los medios, así como van creando sus propios medios alternativos. La Escuela de Birmingham realizó también estudios acerca de la juventud y la subcultura.

Hall consideraba que los códigos connotativos son los medios a través de los cuales la ideología y el poder se transmitían. Asimismo, coincidiendo con Poulantzas, dice que la ideología logra esconder las verdaderas relaciones de dependencia, logra negar la libertad, logra explotar y deshumanizar a través de estos tres mecanismos: *el enmascarar las relaciones de dependencia, el separar al individuo de su propia*

identidad personal y de su comunidad natural (alienación), y el lograr identificar al individuo con la colectividad nacional y mítica aliándose con la clase dirigente de la sociedad.

Hall explica cómo trabaja la ideología tanto en el productor codificador como en la audiencia decodificadora. Hall recorre los enfoques lingüísticos referencial y convencional, y opta por su teoría de recepción crítica. Esta se basa en la acción de la 'codificación/decodificación'. Su teoría le da más poder aún a la audiencia para la interpretación del mensaje.

¿Cómo logra lo ideológico, que es distorsionado, convertirse en sentido común y en algo natural? Para responder a esto hay que echar mano de los conceptos de hegemonía y mito. Barthes plantea que lo ideológico se hace natural al convertirse en mito. Los medios participan en este proceso: al re-presentar la realidad, la cambian distorsionándola según sus intereses. Este es el proceso: el mito hace que en el objeto (propuesto como mito, pero que ya está distorsionado y problematizado) lo histórico se evapore (o no se tome en cuenta). Al desaparecer lo histórico, desaparece también lo político y lo problemático, y así el mito aparece despolitizado y sin problema. Al irse lo histórico junto con lo politizado y lo problemático, el objeto (distorsionado) aparece por fin natural, inmutable e incambiable. El mito, en el sentido semiótico de Barthes, es la representación del proyecto de un grupo o nación, partiendo de su pasado, su presente y mirando al futuro. El mito, como proyecto para el desarrollo de una sociedad, se convierte en ideología cuando llega igualmente a justificar las relaciones de poder, de dependencia y de no participación, llamando inclusive a sacrificarse por el mito. Ejemplo de ideologías son la clase social, el género y la raza.

Barthes identifica dos órdenes de significación: el denotativo y el connotativo. Él consideraba que los significados connotativos eran como fragmentos de ideología. Fiske y Hartley sugieren que las connotaciones y mitos de una cultura son los signos manifiestos de su ideología. Barthes dice que los lenguajes son siempre lenguajes de clase, de grupo o estrato social.

El estructuralista francés Althusser, antes mencionado, habla de los aparatos represivos del Estado (tales como el ejército y la policía), que capacitan al estado

capitalista a sobrevivir sin recurrir a la violencia directa. Pero además están los aparatos ideológicos del Estado (todos los medios de comunicación y de socialización) definen nuestra identidad como sujetos (es decir, quién soy) en la cultura, indicándonos si somos explotados o explotadores, y nos fijan en esa posición. Están hechos para reproducir la ideología necesaria para mantener las condiciones económico-políticas de dominación.

La función de la ideología es interpelar a los individuos como sujetos, de forma que se sientan aludidos. Él dice que Althusser ayudó a explicar la internalización subjetiva de la realidad. Según él la ideología define nuestra identidad subjetiva. Inclusive para él nosotros somos sujetos dentro de la ideología, aun antes de nacer, pues el niño verá la luz dentro de una estructura familiar y social, que ya ha definido su identidad.

El paradigma crítico de los medios consiste en que los medios están estratégicamente colocados en el nexo de las estructuras sociales. La libertad de expresión se considera como el poder represivo y hegemónico (del Estado y de los negocios). En la otra parte están las masas oprimidas.

El objetivo indirecto de los medios capitalistas es vender audiencia a los publicistas. Aquí la audiencia es el conjunto de espectadores. Son meros participantes o receptores de información.

El paradigma social crítico está perdiendo fuerza. Pero quizá esto sea una pérdida temporal y superficial. El viejo problema de la lucha de clases está en declino (en el Primer Mundo). En cambio han aparecido nuevas luchas: levantamientos, migración, guerras, problemas de género, identidad cultural, desigualdades, racismo, ecología, hambre mundial, caos social, etc.

Versiones revisadas de la teoría marxista de los medios se concentran más en las ideas que en las estructuras materiales. Pero el dominio ideológico y su penetración siguen en los medios.

En este marco de la relación ideología-subjetividad la función de los medios, según Althusser, no es producir simplemente entretenimiento o noticias. Más bien es producirnos a nosotros mismos, es decir, diversas formas de conciencia. Los medios nos dan diferentes posiciones, desde donde podamos entender el texto y donde nosotros mismos nos podamos ubicar y así poder decir a los demás qué somos. Althusser dice que el discurso es el corazón de la ideología. Ésta teoría del discurso se complementa con los aportes de los siguientes autores:

Saussure (Suiza - 1857) advierte que las palabras no representan conceptos preexistentes, sino que ellas ya existen antes de nosotros mismos. Belsey especifica que ya existen antes de nuestra experiencia en el mundo y de nuestra propia conciencia, de forma que los discursos pre-estructuran nuestra conciencia. Belsey, nota, sin embargo, que las palabras no son signos arbitrarios, sino que tienen un significado construido socialmente. Esto significa que el lenguaje está muy relacionado con el poder. Las definiciones de los que tienen el poder son las que cuentan. Los grupos oprimidos están sujetos a usar las definiciones de sus opresores. Eagleton resume lo anterior diciendo que el lenguaje no refleja la realidad, sino que la produce.

Para ver el papel ideológico de los medios, es asimismo importante acudir a la figura ideológica paradigmática de Poulantzas (1936-1979). Él dice que en primer lugar la ideología dominante burguesa jamás utiliza palabras que hablen de la explotación del proletariado. Sus discursos hegemónicos enmascaran y esconden las relaciones sociales de producción. En segundo lugar, el enmascaramiento va acompañado de un ‘traslado’ de énfasis desde la esfera de producción a la de consumo. Por ejemplo, se habla de ‘libertad de prensa’ cuando en realidad se debería hablar de ‘libertad del capital para inculcar al trabajo’. En tercer lugar los discursos dominantes nos fragmentan, pues no hablan de nosotros como clase social, sino como ciudadanos individuales autónomos. A veces nos dan una *coherencia imaginaria*, al llamarnos ‘consumidores’, ‘consenso’, ‘opinión pública’ y ‘nación’. Los movimientos políticos contestatarios, inclusive del rock, han sido importantes para canalizar la protesta juvenil.

4.2. La Comunicación Popular

La comunicación popular trata de estimular que el pueblo haga oír su voz defendiendo sus derechos aun a través de medios alternativos, sobre todo cuando los medios de masa están en manos de élites o de personas y grupos, que sólo buscan su interés. América Latina ha sido pionera en esto.

Hay un énfasis en dar poder comunicacional a la base de la sociedad. Esta preocupación hizo surgir en 1975 el concepto de comunicación de base en Caracas con los “Cuadernos de Comunicación de Base”.

Posteriormente se generalizaron los términos comunicación popular, alternativa y grupal, con las producciones de teatro popular, disco-foro, periódico popular, murales y otros micro-medios. También enfatiza la comunicación participativa, dialógica, horizontal y creativa.

La comunicación grupal liberadora (Martínez Terrero en 1986) es un método comunicacional que permite crear medios horizontales, democráticos, participativos, alternativos y populares. En él se crea un lenguaje nuevo que se refiere a la identidad del grupo. Esta experiencia comunicacional anima a buscar una democratización de la comunicación a escala mayor, inclusive a nivel nacional y mundial. La Educación para la Comunicación es una Educación para la Comunicación (EDUCOM). El camino de EDUCOM es el camino del educador democrático, en que se pasa de ser mero espectador a interlocutor. Las cuatro siglas (ECOD) representan cuatro pasos: Educación, Comunicación, Organización y Desarrollo (ECOD), pero relacionados entre sí: Educación para la Comunicación, Comunicación para la Organización y Organización para el Desarrollo (ECOD).

Lo importante es que las producciones sirvan a las necesidades, intereses y aspiraciones del receptor pobre o excluido. Deben favorecer la multiplicidad, la escala pequeña, el localismo y el intercambio entre emisor y receptor.

Dicha teoría propone grados progresivos de democratización a favor de los sectores marginalizados (indígenas, pobres, negros, discapacitados, etc.) Al principio se comenzó con personas, que no eran de los sectores marginados, pero que se identificaban con ellos. Eran “voz de los sin voz”, y apoyaban sus movimientos sociales. Pero esto tiene peligro de paternalismo. Lo ideal es que los marginados tengan sus propias producciones producidas por ellos mismos. Aún más, deberían tener también la propiedad, y la administración de sus mismos medios. Esta es la bella utopía de las llamadas *radios comunitarias*. Pero ellas corren el peligro de estar en manos de pequeñas élites locales, que no representan a toda la comunidad, aunque vivan en ella.

La comunicación popular surge cuando los individuos se reúnen en grupos dialogando con una interacción respetuosa y de aceptación mutua. En América Latina usan los métodos de 'educación liberadora' y la 'concientización' de Freire. Allí descubren sus valores y su identidad, y hacen ver también cómo son despreciados por el contexto cultural dominante.

4.2.1. Teoría de la comunicación comunitaria (o Teoría comunitaria de la comunicación pública)

La teoría normativa comunitaria presenta una ética moral comunitaria, que parte de lo que el público espera de los medios, y lo que les pide para mantener su credibilidad (verdad y objetividad). Las normas éticas comunitarias se basan más en los valores del público que en los códigos de ética tradicionales, como la propia conciencia individual.

Además pide que la comunicación se comprometa a formar ‘comunidades culturales’. Se preocupa por hacer presentes en los medios todos los grupos sociales, incluyendo los periféricos y marginales, las mujeres, etc., sea como protagonistas de noticias o como comentaristas del acontecer nacional y local.

La nueva comunicación es más comunitaria, más organizada alrededor de las subculturas del tiempo libre y de la búsqueda de identidad. El tiempo libre es el tiempo lejos del trabajo, un tiempo que puedo llamar 'mío'. Durante él lo más

importante es no 'obedecer órdenes' para aumentar la productividad, sino disfrutar de mi propia identidad y dedicarme a actividades, que revelen y desarrollen mi identidad.

Esta teoría toma de los estudios críticos culturales la necesidad de lograr consensos morales y negociaciones en sociedades cada vez más y más conscientemente pluralistas.

Pide que se reconozca el derecho de existencia a las diferentes identidades culturales para llegar a un paquete común de significados y a una filosofía pública, donde cada uno puede reconocer algo de su identidad.

Reacción comunitaria contra modelos anteriores. Surge como reacción contra el proyecto 'modernizante' (liberal), que se centraba principalmente en unir a todos para formar una sola nación-Estado. Al Estado se le consideraba como el instrumento más importante del desarrollo nacional. Los medios públicos eran para informar a la ciudadanía sobre lo que hacía el Estado. Pero esto llevó a identificar lo público con el Estado.

En cambio, la ética de la comunicación comunitaria plantea que la ciudadanía tiene un derecho humano independiente del Estado. Dice que el fundamento de la nación no es el Estado, sino la infraestructura densa de organizaciones voluntarias construidas a través de la participación directa de la gente a nivel local. Es la sociedad civil. Y establece que los medios de comunicación ciertamente deben informar sobre el Estado, pero asimismo sobre la sociedad civil y sus integrantes, y sobre lo que ellos opinan del actuar del Estado. Está mucho más atenta a las corrientes de insatisfacción e injusticia de los grupos periféricos antes mencionados.

El criterio de verdad pública no es la objetividad en abstracto, que ya de suyo es imposible, aunque se la debe buscar siempre, sino que es la justicia. Así se crea el nuevo mito de la sociedad pluralista, en la que el continuo re-nacimiento de la nación viene de abajo, del pueblo y de sus diferentes grupos lingüísticos y étnicos.

En la ética comunicacional del “libre mercado de las ideas” no hay valores en el foro público, pues todos los valores son privados e individuales. En cambio, en la ética comunitaria el criterio es tener valores comunes en el foro público, pero respetando la diversidad de interpretaciones dentro de cada subcultura (campesina, urbana, indígena, regional, entre otras).

4.2.2. Objetivos De La Ética Comunitaria

Uno de los objetivos principales debe ser un mayor sentido de solidaridad social. Pero tampoco basta con que se oiga la voz de los grupos periféricos. El punto inicial de una ética comunitaria es entrar en las identidades de los diferentes grupos de la sociedad. La ética comunitaria de la comunicación busca potenciar a los grupos a través de la afirmación y reconocimiento de su identidad, pero sin buscar el controlar y dominar. La afirmación de identidad lleva a la claridad del tratamiento justo o injusto de su grupo. En el momento más impredecible, este sentido de identidad puede llevar a una acción política decisiva. La experiencia indica que los procesos de democratización de la comunicación se han logrado a través de movimientos sociales.

Hoy para la mayoría lo ideal es tener una comunicación más participativa, dialógica, horizontal y creativa. La teoría comunitaria se manifiesta en las experiencias comunicativas, donde uno puede involucrarse más, donde hay más lealtad, más identificación, más comunicación real. Éstas son, por ejemplo, las radios comunitarias (populares, campesinas, mineras, indígenas y educativas). También se manifiesta en los medios más masivos a través de géneros, como la telenovela, la música popular y los deportes. Algunos objetarán que éstos no son foros centrales donde se traten temas serios, sino que tratan temas triviales y marginales. En cambio otros arguyen (Martín-Barbero, 1987; Livingstone, 1990), que tienen una gran importancia cultural y política, pues se centran alrededor de la identidad y de las subjetividades, que es lo que interesa más a cada persona.

Las normas profesionales de ética comunitaria son el resultado de una negociación entre muchos actores: los líderes morales de la profesión, los ejecutivos de los

medios, los educadores universitarios de los futuros profesionales, los líderes políticos, pero sobre todo el gran público.

4.2.3. Momentos En La Ética Comunitaria De Los Medios Públicos

White desarrolló cuatro momentos en la ética comunitaria de los medios públicos:

- El primer momento consiste en poner en marcha un diálogo, especialmente un diálogo moral, sobre la identidad propia: ¿quién soy? ¿qué somos?).
- El segundo momento es presentar textos, que revelen las identidades culturales de otros grupos, tal como ellos se perciben a sí mismos, no simplemente como otros las ven.
- El tercer momento es presentar a grupos subculturales ya en diálogo, pero haciendo que su cultura aparezca intrigante, atractiva y digna de ser escuchada.
- Por fin, el cuarto momento es presentar a los grupos subculturales descubriendo y reconociendo el capital cultural de los otros grupos dentro de su misma tradición. Seguramente ahí comenzarán a surgir símbolos comunes que sean la base para identidades comunes y para una colaboración y participación mutuas. El periodista comunitario, por lo tanto, debe ser como el etnógrafo, que entra en la percepción subjetiva de los grupos subculturales y experimenta el mundo como ellos.

4.3. Comunicación Institucional

4.3.1. Definición

La comunicación Institucional puede definirse como el tipo de comunicación realizada de modo organizado por una institución o sus representantes, y dirigida a las personas y grupos del entorno social en el que desarrolla su actividad. Tiene

como objetivo establecer relaciones de calidad entre la institución y los públicos con quienes se relaciona, adquiriendo una notoriedad social e imagen pública adecuada a sus fines y actividades.

4.3.2. Comunicación Institucional En La Historia

La comunicación institucional ha existido desde que existen instituciones, desde que el hombre se organizó con sus semejantes para alcanzar un objetivo común. Ciertamente la comunicación ha evolucionado con la historia y es diversa la que realizaban las tribus nómadas que unían esfuerzos para la caza de la que tenía lugar en sociedades más desarrolladas como la del Antiguo Egipto o Grecia. Conforme las sociedades evolucionaron, en su seno se crearon instituciones que respondían a funciones muy diversas: de defensa, comerciales, religiosas, políticas, culturales. Esas instituciones tenían un puesto en la sociedad y proponían ideas, modos de gobernar y valores.

La difusión de ideas en la sociedad siempre ha estado presente. Lo que ha variado es el modo de realizarse a lo largo de la historia. Julio César ofrece en La guerra de las Galias y en otros escritos una visión particular de su Imperio que podría compararse a tipos de comunicación política e institucional de nuestros días, como la justificación de una intervención armada en un determinado país. En efecto, las representaciones de batallas militares, los bustos, los relieves, los relatos, han sido durante siglos símbolos con gran poder comunicativo entre griegos, egipcios, aztecas y tantos otros pueblos. Esos símbolos, fomentados por los gobernantes, transmitían unos valores, desarrollados también por relatos y canciones populares.

La propagación institucional de las ideas, presente en la sociedad desde sus orígenes, adquirió con la creación de la imprenta un impulso decisivo, pues era un medio con una enorme capacidad de difusión. Las protagonistas de las luchas religiosas y políticas que tuvieron lugar en Europa aprovecharían la imprenta para difundir de modo masivo sus ideas y opiniones frente a los adversarios. De hecho, el término propaganda, en su sentido de difusión o propagación, fue institucionalizado en 1622 con la creación de la Sacra Congregatio Christiano Nomini Propaganda

(comúnmente llamado Congregación para la Doctrina de la Fe²⁸), que tenía la finalidad de propagar la fe católica en la recién descubierta América y contrarrestar el efecto del Protestantismo en Europa.

Más adelante, con el crecimiento de la burguesía y el desarrollo mercantil, la imprenta fue mejorando sus posibilidades y nacieron los primeros periódicos y hojas volanderas, que estaban ligados a la información comercial y a la política: el primer periódico sería *La Gazette*, nacido en 1631, en Francia, con el apoyo de Richelieu y Luis XIII. La prensa se desarrollaría progresivamente provocando que la difusión organizada de ideas adquiriera un papel cada vez mayor, primero en las guerras europeas, y más tarde en la Revolución Francesa (1789), en el nacimiento de los Estados Unidos, en el desarrollo de los nacionalismos del siglo XIX y en la unificación de países como Italia (1870).

En los siglos XIX-XX, el enorme desarrollo económico-industrial y los adelantos científicos provocaron el descubrimiento de nuevos medios de comunicación con un potencial de difusión extraordinario: primero la radio, después la televisión y más adelante la tecnología digital o Internet. Estos medios configuraron una nueva sociedad, la sociedad de la información, dando vida a una cultura global y situando a los medios de comunicación en el centro del debate político, religioso, comercial e ideológico de todo el siglo XX. El carácter masivo de los medios de comunicación provocó que en algunos países se utilizaran como medios de manipulación a gran escala durante las Guerras Mundiales.

La comunicación institucional tiene por tanto muchos y variados antecedentes históricos, pero en cuanto disciplina se ha desarrollado especialmente desde mediados del siglo XX, muy unida a la comunicación de empresas comerciales: éstas comenzaron a vender sus productos a gran escala -especialmente en Estados Unidos- y vieron la oportunidad de comunicar con sus clientes de un modo masivo a través de las múltiples fórmulas comunicativas que ofrecían los nuevos medios.

²⁸ Wikipedia, *Congregación para la Doctrina de la Fe*, http://es.wikipedia.org/wiki/Congregación_para_la_Doctrina_de_la_Fe

4.3.3. Conceptos Relacionados Con La Comunicación Institucional

Conviene distinguir la comunicación institucional de las relaciones públicas, el marketing y la publicidad. El marketing estudia los mercados para crear productos y servicios que satisfagan las necesidades de los clientes, y desarrolla programas de distribución y comunicación que permiten incrementar las ventas y satisfacer a los consumidores. La publicidad es una actividad por la cual una institución claramente identificada, paga un importe económico por el emplazamiento de un mensaje en alguno de los medios de comunicación con el fin de persuadir a una audiencia determinada. Las relaciones públicas, por su parte, se han entendido como la gestión de la comunicación entre una organización y los públicos sobre los que depende su desarrollo, particularmente los medios de comunicación, con la finalidad de conseguir una aceptación pública.

De estas definiciones se desprende que tanto el marketing, como la publicidad y las relaciones públicas forman parte de la comunicación de una institución, al igual que otro tipo de relaciones que tiene la institución en el entorno social donde actúa. Desde la década de los ochenta los tres se han empleado de modo conjunto para transmitir mensajes unitariamente a públicos determinados. Por ello, aunque se discute sobre cuál de los tres debe guiar a los otros dos y qué papel deben ocupar en el organigrama de la empresa todos los autores coinciden en la necesidad de que exista una cohesión entre ellos.

Es interesante destacar que el carácter persuasivo está presente en todos ellos, al igual que está presente en muchas otras actividades dentro de la sociedad. Donde hay dos o más personas que interactúan y se comunican, hay mutua influencia y mutua persuasión, que puede ser positiva o no. El término persuasión se entiende como proceso comunicativo por el que se busca un cambio voluntario en los destinatarios, convencidos sobre ideas o aspectos específicos. El hecho de influir en otros no es en sí mismo negativo, ya que no se puede no influir en quienes tenemos a nuestro alrededor: *depende de las ideas que se trata de transmitir, del medio, de la finalidad con que se realiza*. Las relaciones sociales, en el fondo son una constante influencia mutua entre personas, una mutua y beneficiosa persuasión sobre temas muchas veces intrascendentes, sin finalidades o intenciones manifiestas. La persuasión es, por

tanto, fruto de la interacción y comunicación entre las personas y va unida necesariamente, de modo natural, al fenómeno comunicativo.

En este contexto cabe situar a la comunicación institucional, ya que las instituciones, por el hecho de actuar y desenvolverse en una sociedad no pueden no comunicar. Al estar formadas por personas, tienen una vertiente comunicativa de la que no pueden prescindir. Se encuentran presentes en el diálogo social, influyendo y siendo influidas, persuadiendo y siendo persuadidas. Muchas veces no hay una intencionalidad específica detrás de cada proceso comunicativo, sino un mero diálogo. Por ello, puede existir persuasión sin que haya habido previamente un deseo explícito de influir con una finalidad precisa.

El matiz negativo con que a veces se tilda a la persuasión viene del uso masivo y organizado que se ha hecho de las técnicas persuasivas a lo largo de la historia, especialmente el realizado por la ideología nazista en la II Guerra Mundial con propósitos muy nocivos. También hubo excesos en las técnicas persuasivas empleadas por el marketing y la publicidad en los años 60 y 70. Por ello, algo que en un principio se entendía como mera difusión organizada de ideas, en confluencia con otras muchas, fue adquiriendo un sentido negativo.

Un fenómeno similar sucedió con el término propaganda, que durante siglos se entendió como simple difusión de ideas, algo natural en cualquier sociedad. En el siglo XX, diversas ideologías hicieron un trágico empleo de los medios de comunicación en el campo de la opinión pública, fundamentando la comunicación en presupuestos profundamente contrarios al hombre. Puesto que a eso se llamaba propaganda, la propaganda pasó a entenderse como un intento deliberado y sistemático de modelar percepciones, manipular inteligencias y dirigir comportamientos humanos para obtener una respuesta o actitud previamente determinada.

Por tanto, independientemente de los matices negativos que tienen la propaganda y la persuasión, la comunicación y la difusión de ideas es algo connatural a la sociedad desde sus orígenes. La interacción de instituciones y personas en la sociedad, la mutua influencia, será positiva o negativa dependiendo de quienes interactúen entre

sí. Lo que hace positiva o negativa una comunicación institucional es la identidad de la institución y los valores que defiende, el mensaje que transmite, el modo en que lo hace, la finalidad. Si el gobierno de un país promueve medidas higiénicas para salvar vidas humanas, a través de informaciones en la prensa y de carteles publicitarios, esa comunicación institucional tendrá un valor muy diferente a otra que promueva ese mismo gobierno con las mismas técnicas y con una finalidad racista.

4.3.4. Características De La Comunicación Institucional

Entre otras características de la comunicación institucional pueden destacarse las siguientes:

1. La comunicación institucional está relacionada con el marketing, la publicidad y las relaciones públicas, pero va más allá de las funciones realizadas por ellas, pues busca transmitir la personalidad de la institución y los valores que la fundamentan.
2. La comunicación institucional tiene un carácter dialógico porque busca relacionarse con los miembros de la sociedad en la que está presente, tanto individuos como instituciones, contribuyendo al bien común a través de sus fines específicos.
3. No puede separarse la identidad de una institución, sus valores, del modo de comunicar. Su identidad debe estar en armonía con el contenido, con el modo y con la finalidad de su comunicación.
4. Las instituciones son responsables de sus acciones ante la sociedad y su comunicación debe tener muy en cuenta esa responsabilidad.
5. Existen tres posibles imágenes -que no siempre coinciden- en la comunicación de una institución: la imagen que se desea dar, la imagen real de la institución y la imagen percibida. Una buena comunicación institucional busca la armonía entre las tres imágenes procurando que se identifiquen, y evitando que la imagen que se comunica no corresponda con la realidad o que la institución sea percibida de un modo equívoco y que la percepción no coincida con la realidad.

6. La comunicación institucional no se identifica solamente con la información ofrecida por quienes coordinan las actividades comunicativas dentro de ella. Hay un tipo de comunicación institucional formal que es la que realizan quienes han sido oficialmente designados para ello. Hay otro tipo de comunicación que es informal: la que transmiten quienes forman la institución con su modo de actuar y proceder, ya que aunque no estén investidos de autoridad son percibidos como parte representativa de la organización. Todo acto realizado por la institución tiene, por tanto, una repercusión social que muchas veces es interpretada por la sociedad como comunicación institucional.

7. La comunicación institucional tiende a gestionar todos los contactos comunicativos de la institución y sus miembros con los diversos públicos, sean públicos externos o internos.

4.3.5. Tipos De Comunicación Institucional Y Planes De Comunicación

La identidad de la institución determina los principios de comunicación con los que actúa. Por ello, el fin con el que fue creada y los valores que la sustentan orientan de modo decisivo su actividad comunicativa. Puesto que el concepto de comunicación institucional se ha desarrollado muy unido al de comunicación empresarial, las principales estrategias de comunicación se han llevado a cabo en el terreno comercial. Es en ese terreno donde cada vez se ha dado mayor importancia a la comunicación en el gobierno de la empresa y no solamente como un medio de difusión. En las dos últimas décadas del siglo XX han proliferado los gabinetes y oficinas de comunicación con una presencia dentro de la empresa que varía según los casos. En muchos casos gestionan las relaciones con los medios de comunicación; coordinan las actividades de marketing, las relaciones públicas y la publicidad; gestionan la comunicación dentro de la institución y velan por los contactos con los clientes actuales y potenciales.

A pesar de que el campo comercial es en el que más se ha desarrollado, la comunicación institucional se ha aplicado a otras áreas con igual eficacia, y respondiendo a la identidad propia de cada institución, una identidad que determina

el tipo de mensaje, las audiencias, los medios y fines más apropiados. Por ello, la comunicación de una institución comercial se distingue de la realizada por una institución religiosa, ya que sus específicas identidades conllevan modos propios de obrar *-de comunicar-* distintos entre sí. Una institución pública también posee características específicas que la diferencia de instituciones recreativas sin ánimo de lucro, o de partidos políticos. Sin embargo, también hay semejanzas comunicativas entre los múltiples tipos de instituciones existentes.

La comunicación institucional se realiza a través de un programa que requiere normalmente cuatro fases:

1. Investigación: es el estudio en profundidad de la institución y de los públicos con los que se relaciona, para detectar las carencias, las capacidades competitivas, los desafíos futuros y las posibles oportunidades
2. Programación: creación de una estrategia comunicativa desarrollada en un periodo, tomando como base la información recogida en la fase anterior.
3. Realización: es la puesta en marcha efectiva de la estrategia programada, de acuerdo con los objetivos trazados.
4. Evaluación: es la valoración de los resultados obtenidos, confrontándolos con los iniciales objetivos del programa, en función de unos criterios establecidos previamente.

Capítulo 5. Producto Audiovisual

Este producto audiovisual siguió la corriente de la comunicación para el desarrollo que se trató en el capítulo anterior, en especial los talleres hechos en FUNAPACE siguieron la línea de la comunicación grupal liberadora cuya meta es “construir entre todos y en la práctica real de la vida, *un nuevo tipo de relación humana*: la relación de diálogo fraterno y de cooperación solidaria...que oriente la lucha por una vida mejor”²⁹ Por consiguiente, la intención fundamental es presentar un video desde el sentir de los padres de familia y personas involucradas en la parálisis cerebral. Conseguimos que ellos (padres y madres de familia; terapeutas; profesores y administradores de FUNAPACE) nos digan desde su experiencia qué es convivir con niños y niñas con esta deficiencia, cómo es su día a día y cuáles son las dificultades que afrontan en la vida. Para lograr esta meta fue necesario que todos entablemos un diálogo. Pero, no un diálogo entendido como un intercambio conversacional, sino uno en el que todos participen en “la construcción de un mensaje común, de un conocimiento nuevo, mediante el análisis de la realidad, el compartir experiencias y el raciocinio conjunto”³⁰. Además, los talleres sirvieron para que los padres y madres de familia creen nexos de empatía con el resto de padres y así tengan la confianza suficiente para contarnos cuáles son sus problemas, preocupaciones, necesidades, e inclusive, cuáles son las alegrías de tener un hijo que con esta discapacidad.

5.1. Talleres

5.1.1. Descripción Del Taller 1: Compartiendo Entre Padres

Como primera actividad realizada ya cumpliendo las actividades planeadas, la primera técnica del taller fue la de la presentación la cual consistía en repartir una parte o mitad de una figura geométrica a todos los participantes del salón, para que busquen la otra parte o mitad entre los participantes y formen una figura geométrica integra tales como cuadrado, rectángulo, triángulo, etc., formada la figura geométrica entre las dos personas, el paso siguiente consistía en dialogar y hacerse preguntas

²⁹ Martínez Terrero, José. *Comunicación Grupal Liberadora*. Ediciones Paulinas. Buenos Aires. 1986. p. 19

³⁰ Idem.

entre las dos personas durante 5 minutos, para posteriormente presentar al compañero/ra y viceversa a todos los participantes y todos incluyéndonos nosotros presentamos a nuestro compañero/ra participante.

Lo primordial de esta técnica era de que se conozcan y sociabilicen entre padres y madres de familia; esta primera técnica lúdico y experimental fue totalmente satisfactorio.

Continuando con las actividades planificadas la siguiente técnica para seguir con el taller fue la de enumerarse del 1 al número 5 con el fin de unirse y formar grupos de 5 personas, esta técnica fue la adecuada ya que los participantes están sentados en sillas de una manera circular. Formado los grupos se les explicó que la actividad que realizarían era la de 2 papeles grafos, en el un papel grafo tenían que escribir ideas, necesidades, cualidades, con el tema propuesto en cambio en otro papel grafo con el mismo tema tenían que realizar un collage y representar el tema por medio únicamente de dibujos y recortes de revistas, periódicos, libros, etc. Todos los materiales fueron entregados a cada grupo para que realicen la actividad antes mencionada, el tiempo para realizar el papelógrafo fue de 30 minutos, para luego de un receso de 10 minutos tenían cada uno de los grupos tenían que exponer los 2 papeles grafos que realizaron, la consigna era que todos/as las personas que conformaban el grupo tenían que elucidar el porqué de las distintas ideas y collage plasmados. La idea de que todos participen era con el propósito de expandir y equilibrar el acceso y la participación en el proceso comunicacional. Concluido con la exposición participativa de todos los grupos continuamos con el taller.

En el siguiente paso del taller, para ya casi concluir, se realizó la técnica de *el rugir de los animales*, previamente se les entregó a todos los participantes del salón una tarjeta con el icono simbólico de un animalito tales como león, gallo, gato, vaca, etc. La técnica consistía en formar grupos de personas representando a cada uno de los animalitos antes mencionados. Para formar los grupos los participantes tenían que realizar el sonido característico de cada animal. Luego, ya formado los grupos, cada uno de ellos escribió un derecho que quisieran esté escrito en una ley y que favorezca a su hijo o hija.

5.1.2. Descripción Del Taller 2: Yo Me Comprometo

Como primera actividad para el taller efectuamos el lúdico *rompecabezas de letras* el cual consistía en formar la palabra FUNAPACE, el propósito del rompecabezas era conformar grupos para que trabajen en el transcurso del taller cabe indicar que previamente a los padres de familia y docentes participantes se les entrego una letra para que formaran la palabra FUNAPACE. Conformado los 4 grupos seguidamente entregamos materiales tales como cartulinas, papel periódico y marcador a cada uno de los grupos, para que en un consenso definieran y escribieran las virtudes y las necesidades que FUNAPACE para realizar la actividad mencionada se les dio un tiempo 25 minutos, terminado el trabajo tenían que exponer cada uno de los grupos las ideas suscritas.

Resultados Y Experiencias Obtenidas De La Dinámica:

Virtudes de FUNAPACE	Necesidades de FUNAPACE
* Tiene excelentes terapeutas	* No tener un bus propio para el recorrido de los niños/as
* El área o infraestructura de FUNAPACE es grande	* No tiene suficientes equipos para los diferentes tratamientos
* El personal de FUNAPACE está constantemente capacitándose	* No tienen suficientes terapeutas y/o profesores
* Es una institución sólida	* No hay suficiente presupuesto mejorar las instalaciones

Continuando con el taller la actividad efectuada fue la denominada *El Refugio Atómico* para lo cual primeramente se les explicó a cada uno de los grupos acerca de la dinámica. La misma consistía en que había una guerra nuclear en el mundo entero y cada uno de los grupos conformados por 8 personas tenía un escondite (búnker), pero este escondite (búnker) únicamente tiene la capacidad para acoger a 7 personas, entonces los grupos obligatoriamente tenían que sacar a una persona la cual “moría” fuera del búnker. Se explicó a cada uno de los grupos que para sacar a la persona previamente tenían que discutir el por qué sacrificarían a su compañero de grupo. Para esta dinámica se les dio un tiempo de 15 minutos y seguidamente cada uno de los grupos tenía que explicar y mencionar los motivos por el cual fue excluida la persona del grupo.

Resultados Y Experiencias Obtenidas De La Dinámica

1.- Los grupos y cada una de las personas que lo conformaban discutían por momentos con alegría y por momentos con melancolía que eran expresados en gestos, especialmente en sus rostros. Los padres y madres de familia que conformaban los grupos mencionaban que no querían salir de los grupos porque querían cuidar a sus hijos/as que tienen alguna discapacidad, en cambio los docentes participantes mencionaban que querían seguir sirviendo y ayudando en el tratamiento a los niños/as de FUNAPACE.

2.- Ya en las explicaciones o exposiciones del por qué habían tomado la decisión de sacar a una persona uno de los grupos expreso: que para sacar a la persona se basaron específicamente en la edad ya que en aquel grupo había una persona de avanzada edad y por lo tanto eligieron a esta persona porque estaba muy viejo y además aquel señor voluntariamente el se excluía del grupo porque ya había vivido lo suficiente. Otro de los grupos mencionó que la persona que sacaron del grupo, en este caso fue una mujer, se alegó que habían muchas mujeres en su grupo y tan solo dos hombres y necesitaban de ellos para la subsistencia de la humanidad.

3.- Como conclusión de la dinámica se les explicó a los padres de familia y docentes el fondo de la dinámica, cuyo objetivo primordial era de que sientan, analicen y perciban *la exclusión*, ya que los niños/as con Parálisis Cerebral son excluidos y marginados por la sociedad.

Para finalizar este taller, se les entregó a cada uno de los padres de familia una tarjeta para que escriban un compromiso para con sus hijos el cual fue leído para todos.

Compromisos De Los Padres Y Madres

- “Concientizar a los más cercanos con el ejemplo personal”. Margarita Bedón (Madre de Familia)

- “Me comprometo a seguir fomentando la inclusión de nuestros niños a la sociedad a través de la comunicación y seguir luchando por darle a mi hija la mejor vida y el bienestar”. Juan Carlos Herrera
- “A no juzgar a las personas. El juzgar implica ver las cosas negativas no solo físicas, sino también emocionales, sociales, etc. Aceptar a las personas como son.” Saúl Samaniego (Profesor)
- “Me comprometo a amar unos a los otros como dios nos amo” Luís Lincango (Padre de Familia)
- “Me comprometo a corregir mis defectos y ser más humana con las personas que me rodean.” Rosario Rosero (Madre de Familia)
- “Yo me comprometo primero a aceptarme como madre especial. Incluir a mi hija en la vida social para que puedan aceptarle a mi hija como es”. Zoila Columba (Madre de Familia)

5.2. Esquema De Guión

VIDEO	AUDIO
<u>Escena 1</u>	
Logo de FUNAPACE	
	Música instrumental
<u>Escena 2</u>	
Toma panorámica de FUNAPACE	
<u>Secuencia 1 Int. Día</u>	

Tomas de los estudiantes de FUNAPACE	
	<p>Música instrumental</p> <p>Voz en off: FUNAPACE es una gran familia que acoge...</p>
<p><u>Escena 3</u></p> <p>Entrevista a la Directora de FUNAPACE Elena Buitrón</p> <p><u>Secuencia 1 Int. Día</u></p> <p>Tomas de los niños, niñas, padres de familia y docentes del centro</p> <p><u>Intercorte 1</u></p> <p>Directora de FUNAPACE explicando las necesidades de la institución</p>	
	<p>Directora de FUNAPACE, Elena Buitrón: Bueno Funapace es una organización no gubernamental, ahora se les conoce mejor como organizaciones de la sociedad civil...</p>
	<p>Música instrumental</p> <p>Voz en off: También los profesores y terapeutas</p>
<u>Escena 4</u>	

Entrevista con el docente y terapeuta Saúl Manzano acerca de los programas de apadrinamiento	
	Terapeuta Saúl Manzano: Por ejemplo aquí tenemos un sistema en el que pueden apadrinar al niño...
	Música instrumental Voz en off: Nuestros padres y madres participan de distintas actividades
<u>Escena 5</u> Tomas varias de los talleres con dos exposiciones realizadas por una madre y un padre de familia	
	Padre de familia: todos partimos de un problema que no tenemos rumbo...
	Música instrumental Voz en off: Y los participantes más importantes de nuestra familia son los niños y niñas con parálisis cerebral de nuestra institución...
<u>Escena 6</u> Padres, madres, docentes y terapeutas del centro respondiendo a la pregunta ¿qué es FUNAPACE para ellos?	
	Saúl Manzano: Para mi Funapace realmente es solidaridad...
<u>Escena 7</u>	

Compromiso escrito de un padre de familia para con su hija	
	Música Instrumental
<u>Escena 8</u> Logo de Funapace	
	Música Instrumental
<u>Escena 9</u> Dirección y teléfonos de la fundación	
	Música Instrumental

Capítulo 6. Conclusiones y Recomendaciones

6.1. Conclusiones

- Las leyes en el Ecuador no legislan a la parálisis cerebral específicamente sino que lo hacen de manera general con el resto de discapacidades.
- Las universidades e instituciones de educación superior no ofrecen carreras para sacar profesionales integrales y especializados en la parálisis cerebral.
- Los recursos económicos que consigna el Estado a FUNAPACE y al resto de instituciones similares no son suficientes para solventar los diferentes gastos que tienen.
- Las empresas e instituciones privadas ayudan poco a este tipo de fundaciones.
- FUNAPACE, así como muchas otras fundaciones, no tienen la capacidad para acoger a todas las personas que sufren de esta discapacidad por falta de recursos.
- El Estado se limita a colaborar con dinero y no tiene programas ni proyectos ejecutándose en la actualidad para ayudar a personas con parálisis cerebral.
- El Estado y las fundaciones no tienen en la actualidad ejecutándose ningún plan de comunicación en la actualidad y tampoco tiene pensado implementar en un futuro.
- La comunicación dentro de las instituciones no es dialógica sino que más bien es una comunicación impuesta.
- FUNAPACE al igual que la mayoría de fundaciones e instituciones no tienen departamento de comunicación ni personas encargadas para tratar planes o asuntos relacionados con la comunicación.

- FUNAPACE al igual que varias instituciones oficiales y privadas que trabajan con personas discapacitadas no tiene conocimiento de la comunicación desarrollo.
- Hay muy pocas instituciones de educación superior que formen profesionales integrales en comunicación desarrollo.
- Existen pocos estudios e investigaciones tratadas desde la comunicación desarrollo con la finalidad de ayudar o apoyar las distintas discapacidades.

6.2. Recomendaciones

- El Estado tiene que tener leyes, proyectos y planes para beneficiar en salud, tratamientos y educación a los niños, niñas y personas en general que tienen parálisis cerebral.
- El Estado debe de canalizar de mejor manera los aportes económicos a los centros o fundaciones para que solventen las necesidades básicas de su funcionamiento.
- Exigir por medio de leyes que las empresas e instituciones que más beneficio económico tienen durante el año donen parte de ese dinero a FUNAPACE y fundaciones similares.
- Los padres y madres de familia deben de estar organizados para saber y exigir a la fundaciones cuánto dinero se recibe del estado y el detalle de en qué se gasta esos aportes.
- Las instituciones de educación superior deben de implementar carreras que ayuden a formar profesionales completos y especializados en tratar a personas con parálisis cerebral.

- El Estado y las instituciones competentes deben de realizar campañas de concientización hacia la sociedad para que la sociedad en general conozcan acerca de la parálisis cerebral y en general de todas las discapacidades. Ya que el conocimiento contribuye a perder el miedo hacia estos temas.
- Los medios de comunicación masivos públicos y privados deben incluir en su programación regularmente reportajes, noticias e historias de personas que esta discapacidad siempre cuidando que la información sea positiva y no degradante.
- Los actores involucrados en la problemática de la parálisis cerebral deberían de organizarse y pedir espacios en los medios de comunicación para realizar programas que informen a la población de esta temática (parálisis cerebral) desde su experiencia.
- Los padres y madres de familia deberían formar una asociación a nivel nacional para poder tener mayor capacidad logística, de ayuda y movilización para exigir derechos, hacer proyectos, etc.

7. ANEXOS

7.1. Fotos de los Talleres









BIBLIOGRAFÍA

- ALBERICH J. y ROIG A., *Comunicación audiovisual digital: nuevos medios, nuevos usos, nuevas formas*, Editorial UOC, Barcelona, 2005.
- CANGURORICO, *Barreras en la comunicación*, <http://cangurorico.com/2009/02/barreras-en-la-comunicacion.html>, 2009.
- CAFEIRO M. y MARAFIOTI R., *Atracción Mediática*, Editorial Biblos, UNESCO, Argentina, 1997.
- CONADIS, Consejo Nacional de Discapacidades, <http://www.conadis.gov.ec/>, 2009.
- CONADIS, *Instituciones y Organizaciones en Pichincha*, <http://www.conadis.gov.ec/linstituciones.php?p=PICHINCHA>, 2009.
- CONADIS, *Distribución de las personas con discapacidad por tipo de deficiencia*, <http://www.conadis.gov.ec/estadisticas.htm>, 2009.
- CONATEL, *Senatel ejecutará proyecto pionero de Internet para discapacitados visuales*, http://www.conatel.gov.ec/site_conatel/index.php?option=com_content&view=article&id=412%3Asenatel-ejecutara-proyecto-pionero-de-internet-para-discapacitados-visuales&Itemid=184, 2009.
- CONTRERAS A., *Imágenes e Imaginarios de la Comunicación - Desarrollo*, CIESPAL, Quito, 2000.
- Federaciones Nacionales de y para la Discapacidad del Ecuador, <http://www.discapacidadesecuador.org/portal/index.php>, 2009.

- FEDEVI, Federación Venezolana de Asociaciones y Fundaciones de Personas con Discapacidad Intelectual y sus Familiares, *La parálisis cerebral, su impacto en el individuo, la familia y la comunidad*, http://www.fevedi.org.ve/media_files/download/8DraOPrado.pdf, 2009.
- GARCÍA B., *Las personas con discapacidad ante el reto de la integración laboral en Andalucía*, Instituto Andaluz de Servicios Sociales, Sevilla, 1996.
- GARCÍA M., *Las claves de la publicidad*, ESIC Editorial, España, 2002.
- LÓPEZ, G. (ed.), *El ecosistema digital: Modelos de comunicación, nuevos medios y público en Internet*, Servei de Publicacions de la Universitat de València, Valencia, 2005.
- LÓPEZ G. y ORTÚN V., *Economía y Salud. Fundamentos y Políticas*, Editorial Encuentro, Madrid, 1998.
- LÓPEZ J., *Introducción a la comunicación audiovisual*. http://audiovisuales.januaci.com/Downloads_files/Sesion1.pdf, 2009.
- MACÍAS F., *Fisioterapia en Pediatría*, Editorial McGraw-Hill/Interamericana de España, Madrid, 2002.
- MARQUÉS F., *Métodos y medios de promoción y educación para la salud*, Editorial UOC, Cataluña, 2004.
- MARQUÉS P., *La alfabetización Audiovisual. Introducción al Lenguaje Audiovisual*, Departamento de Pedagogía Aplicada, Facultad de Educación, Universidad Autónoma de Barcelona, Barcelona, 2000.
- MIES, Ministerio de Inclusión Social y Económica, <http://www.mies.gov.ec/>, 2009.

- PANTANO L., *La Discapacidad como problema social*, Editorial Universitaria de Buenos Aires, Buenos Aires, 1987.
- SEGESVOL, Secretariado General de Servicio Voluntario, *Organizaciones Afiliadas*, <http://www.segesvol.org.ec/afiliadas/funapace.html>, 2009.
- SIGOV, *Decretos Ejecutivos Periodo 2007-2009, Presidente Rafael Correa*, <http://www.sigob.gov.ec/decretos/Decretos20072009.aspx>, 2009.
- TECNONEET, Foro de tecnología educativa y atención a la diversidad, *Impacto tecnológico en las personas con discapacidad*, <http://www.tecnoneet.org/docs/2000/14-2000.pdf>, 2009.
- Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Taller de Producción de Mensajes, *Lenguaje Audiovisual*, http://www.perio.unlp.edu.ar/tpm/textos/tpm-lenguaje_audiovisual.pdf, 2009.
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, *Parálisis Cerebral*, http://es.wikipedia.org/wiki/Paralisis_cerebral, 2009.
- WIKIPEDIA, La Enciclopedia Libre, *Comunicación*, <http://es.wikipedia.org/wiki/Comunicaci%C3%B3n>, 2009.
- Kunczik, Michael. *Desarrollo y Comunicación*. Edición Reinhard Keune. Alemania. 1992.
- Martínez Terrero, José. *Comunicación Grupal Liberadora*. Ediciones Paulinas. Buenos Aires. 1986.