

# Comunicación *y* nuevas tecnologías en educación

**LORENA EILIANA DIAZ CASTRO**

**Red Tercer Milenio**

## COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EDUCACIÓN

# COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN EDUCACIÓN

LORENA EILIANA DIAZ CASTRO

RED TERCER MILENIO



## AVISO LEGAL

---

**Derechos Reservados © 2012, por RED TERCER MILENIO S.C.**

Viveros de Asís 96, Col. Viveros de la Loma, Tlalnepantla, C.P. 54080, Estado de México.

Prohibida la reproducción parcial o total por cualquier medio, sin la autorización por escrito del titular de los derechos.

Datos para catalogación bibliográfica

Lorena Eiliana Díaz Castro

*Comunicación y nuevas tecnologías en educación*

ISBN 978-607-733-040-0

**Primera edición: 2012**

## DIRECTORIO

---

**José Luis García Luna Martínez**  
*Director General*

**Jesús Andrés Carranza Castellanos**  
*Director Corporativo de Administración*

**Rafael Campos Hernández**  
*Director Académico Corporativo*

**Héctor Raúl Gutiérrez Zamora Ferreira**  
*Director Corporativo de Finanzas*

**Bárbara Jean Mair Rowberry**  
*Directora Corporativa de Operaciones*

**Alejandro Pérez Ruiz**  
*Director Corporativo de Expansión y Proyectos*

# ÍNDICE

INTRODUCCIÓN	4
MAPA CONCEPTUAL	5
UNIDAD 1.MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	6
MAPA CONCEPTUAL	7
INTRODUCCIÓN	8
1.1 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?	9
1.2 ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS QUE UTILIZA?	13
1.3 ¿QUÉ SON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS?	20
1.4 ¿QUÉ TIPO DE CONTENIDOS MANEJAN?	24
AUTOEVALUACIÓN	27
UNIDAD 2 .CONSECUENCIAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS	30
MAPA CONCEPTUAL	31
INTRODUCCIÓN	32
2.1 ¿INFORMADO O DESINFORMADO?	33
2.2 IMPACTO Y ALCANCES DE PERSUASIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS AUDIENCIAS COMO CONSUMIDORES	35
2.3 EFECTOS EN LOS CONSUMIDORES DE INFORMACIÓN	41
2.4 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO DIOS DEL CONOCIMIENTO	44
AUTOEVALUACIÓN	46
UNIDAD 3.EDUCADORES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACION Y NUEVAS TECNOLOGIAS	48
MAPA CONCEPTUAL	49
INTRODUCCIÓN	50
3.1 LA FAMILIA	51
3.2 EL ENTORNO	52
3.3 LA ESCUELA	54
3.4 CREACIÓN DE MENTES CRÍTICAS	55
AUTOEVALUACIÓN	59

UNIDAD 4. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGIAS	
COMO EDUCADORES	61
MAPA CONCEPTUAL	62
INTRODUCCIÓN	63
4.1 LA ESCUELA, UN FACILITADOR DE LA INFORMACIÓN: FIN DE LA ESCUELA	
AUTORITARIA	64
4.2 ¿QUÉ NOS EDUCA?	67
4.3 SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN POR MENTES CRÍTICAS	68
AUTOEVALUACIÓN	70
UNIDAD 5. CREACIÓN DE PROGRAMAS EDUCATIVOS A TRAVES DE LOS MEDIOS DE	
COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGIAS	71
MAPA CONCEPTUAL	72
INTRODUCCIÓN	73
5.1 SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN	74
5.2 AUDIENCIA A LA QUE VA DIRIGIDA	75
5.3 CREACIÓN DEL MENSAJE	78
5.4 EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN	79
AUTOEVALUACIÓN	81
BIBLIOGRAFÍA	82
GLOSARIO	84

## INTRODUCCIÓN

En este libro se pretende hablar de cómo se origina la comunicación y porqué ésta es tan importante en nuestro tiempo.

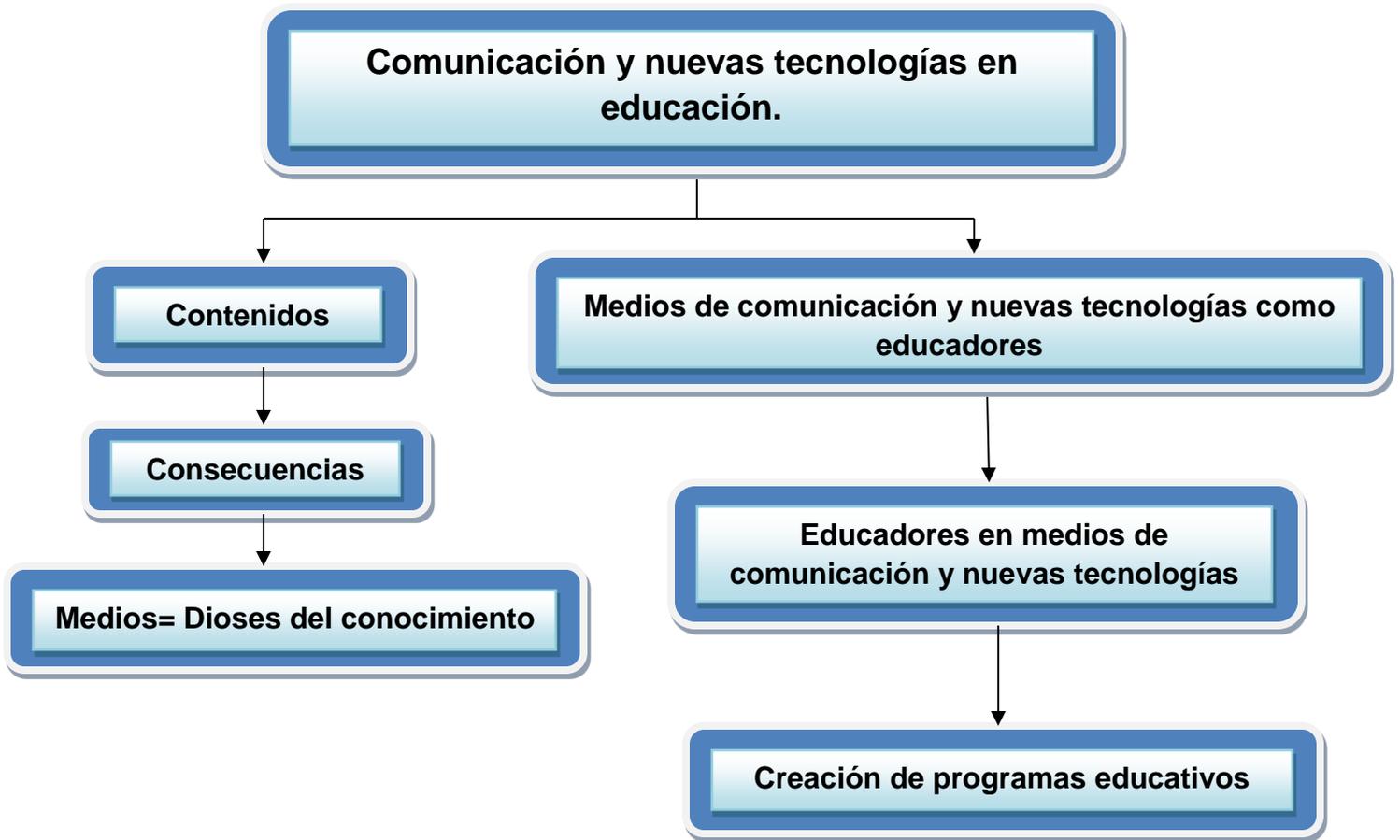
Es indispensable hablar de cómo ha ido evolucionando el proceso comunicativo, pues así como el ser humano ha sufrido cambios, los medios en los que se basa para su pleno desarrollo, deben contar con ciertas modificaciones también. Es tan simple como decir, que los medios y el ser humano evolucionan de forma paralela, ya que los unos, le resultarían poco funcionales a hombres y mujeres si no evolucionaran a la par.

La vida tal cual la conocemos tendría otro contexto muy distinto. No habría avances tecnológicos, seguiríamos probablemente con una comunicación que no cuenta con la tecnología de ahora. Es decir, muchas de las cosas a las que tenemos alcance nos estarían privadas.

Sin embargo, la situación es distinta y hoy en día lo que necesitamos es saber cómo manejar estos medios, darles el uso adecuado para que realmente nos sirvan como facilitadores de la información y de ellos podamos aprehender y aprender distintos datos.

Ésta es la máxima pretensión que tiene el escrito, llegar con la nueva noción y perspectiva a las aulas y que sea a través de la educación que los seres humanos se puedan adaptar al nuevo mundo.

# MAPA CONCEPTUAL



# UNIDAD 1

## MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

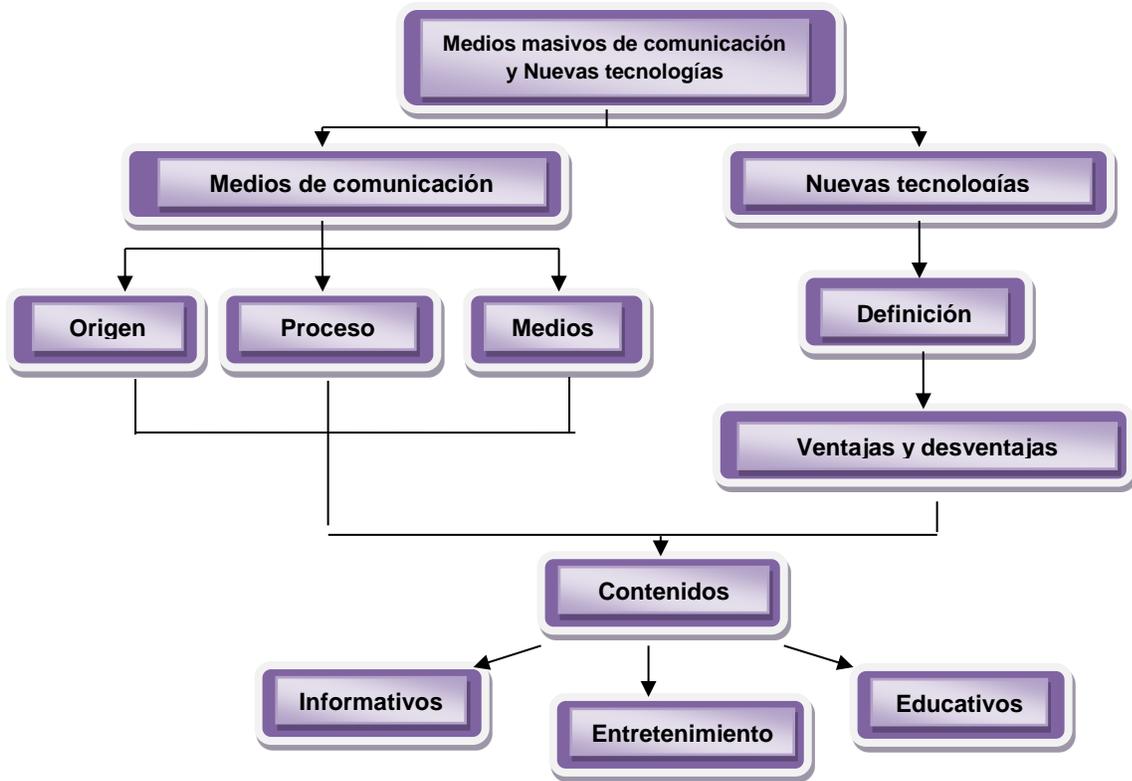
### OBJETIVO

El estudiante definirá los conceptos de comunicación y nuevas tecnologías, y conocerá su evolución, usos y función.

### TEMARIO

- 1.2 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?
  - 1.2.1 *Definición*
  - 1.2.2 *Origen de la comunicación*
  - 1.2.3 *Proceso de comunicación*
- 1.2 ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS QUE UTILIZA?
  - 1.2.1 *Orales*
  - 1.2.2 *Escritos*
  - 1.2.3 *Electrónicos*
- 1.3 ¿QUÉ SON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS?
  - 1.3.1 *Definición*
  - 1.3.2 *Ventajas y Desventajas*
- 1.4 ¿QUÉ TIPO DE CONTENIDOS MANEJAN?
  - 1.4.1 *Informativos*
  - 1.4.2 *Entretenimiento*
  - 1.4.3 *Educativos*

# MAPA CONCEPTUAL



## INTRODUCCIÓN

En esta unidad se hablará de qué es la comunicación, cuáles han sido sus orígenes, cómo es que ésta se lleva a cabo, pues hay que tener en cuenta que el ser humano es un ser social, así lo llegó a mencionar Aristóteles en alguno de sus textos. Si encontramos tal argumento certero, entonces podremos entender porqué es que nos comunicamos.

Además, hay que tener en cuenta que la vida va evolucionando, y si físicamente, el ser humano lo hace; es decir nace, crece, madura, se reproduce, envejece y muere; lo mismo ocurre con el proceso que le permite su entera socialización, la comunicación.

Por lo anterior, hay que saber qué ha sucedido con dicho proceso desde su origen hasta nuestros días, así como los elementos con los cuales lo manejamos, ya sea para informarnos, educarnos y/o entretenernos.

## 1.1 ¿QUÉ ES LA COMUNICACIÓN?

### 1.1.1 Definición

En alguna ocasión habrá venido a tu mente la pregunta ¿por qué hablamos? Y sin razón alguna la explicación lleva un fondo realmente particular, que para entenderlo hay que empezar por definir el término que asimismo llamamos comunicación.

Desde tiempos memoriales el ser humano ha tratado de dar distintas definiciones a este término, de hecho su primera disyuntiva era si definirlo como una ciencia o simplemente como un proceso. Moragas por su parte lo determina como “(...) un proceso que aparece tanto en los niveles cognoscitivos del individuo como en su acción social.”<sup>1</sup>

Al definir a la comunicación como un proceso, nos referimos a que forma parte de muchas disciplinas; es decir, la comunicación puede resultar desde diversos puntos de vista en los que cada uno dará su significado.

Lo anterior se debe a que es “un acto inherente al hombre, que lo ayuda a expresarse y a conocer más de sí mismo, de los demás y del medio que le rodea”.<sup>2</sup>

Si no fuera pues, que el ser humano es un ser racional, no se cuestionaría sobre lo que lo determina y lo que a su vez determina, y por tanto, no tendría la necesidad de comunicarse, simplemente viviría por instinto, con una carencia de expresión y de explicación, que le impedirían dejar reminiscencias más allá del tiempo, la cultura.

De esta manera, podemos definir a la comunicación como un proceso que sólo el ser humano realiza para buscar la explicación de su mundo y de sí mismo.

---

<sup>1</sup> Lozano, José Carlos, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, p.21.

<sup>2</sup> González, Alonso, Carlos. *Principios básicos de la comunicación*, p.12.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

A través de un extracto audiovisual analizar cómo es que se lleva a cabo la comunicación y llegar a una definición particular en clase a través de la diversidad de puntos de vista de los alumnos.

Escribir un ensayo, sobre el significado que tiene para cada alumno comunicarse. ¿Qué sucedería si se vieran privados del acto de dicho acto de expresión?

### *1.1.2 Origen de la comunicación*

Una vez que hemos comprendido que la comunicación es propia del ser humano, debemos encontrar cómo y cuándo es que ésta surge. Tal vez nos sea imposible determinar a ciencia exacta, el día y la hora, pero si nos es inherente, podemos decir que aparece con nosotros. Sin embargo, hay quienes mencionan que “el acto comunicativo empieza con la vida misma y asume formas diversas y complejas: comunicación celular y vegetal, pasando por la comunicación animal, hasta los sofisticados medios de comunicación humana”.<sup>3</sup>

Lo anterior, le quitaría a la comunicación su calidad propia del ser humano y hablaríamos de un proceso que también se lleva a cabo entre plantas, animales y microorganismos. Sobre la veracidad de este hecho habrá que cuestionarnos y llegar a una conclusión, que por el momento no determinaremos. Lo que si haremos será hablar de la aparición de la comunicación desde épocas lejanas. Justamente “el hombre eolítico encontró determinadas formas para exteriorizar sus reacciones, utilizando elementos como colorantes y las expresiones guturales”.<sup>4</sup>

Se puede decir entonces que el ser humano conoce y se comunica desde que da cuenta de su razón y busca explicación de todo lo que él o ella es y le rodea.

---

<sup>3</sup> González Alonso, Carlos. *op.cit.*, p.11.

<sup>4</sup> *Ídem.*

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

A través de un debate responder la siguiente interrogante: ¿Los animales se comunican?

Por medio de la observación participante analizar en casa cómo es que se desarrolla el acto comunicativo.

### 1.1.3 *Proceso de comunicación*

Ahora que sabemos que nos comunicamos desde siempre, debemos encontrar cómo es que este proceso ocurre.

Muchos teóricos de la comunicación se han encargado de hablar y esquematizar cómo se da el proceso. Por su parte, Laswell nos plantea un primer modelo: “Quién dice qué en qué canal, a quien con qué efecto”<sup>5</sup>. Lo que en términos generales podemos comprender como la existencia de un emisor (aquel que comunica a través de un código, que no es más que el lenguaje), un mensaje (lo que se quiere comunicar o expresar), un medio (la voz, la escritura, los gestos, los medios electrónicos: televisión, teléfono, computadoras, radio, cine, etc.) y un receptor (aquel que descifra el código y emite una respuesta).

Es de esta manera, a pesar de los distintos modelos, como de forma sencilla, realizamos el proceso comunicativo, lo hacemos, claro está, sin percatarnos de ello.

Hoy en día hemos alcanzado rubros mucho más elevados en nuestra comunicación por los avances tecnológicos. Al principio con los medios masivos de comunicación, y ahora con lo que conocemos como nuevas tecnologías.

En cuanto a los medios de comunicación, la persuasión se da no sólo por ellos mismos, sino por los líderes de opinión que se generan dentro ellos y quienes se

---

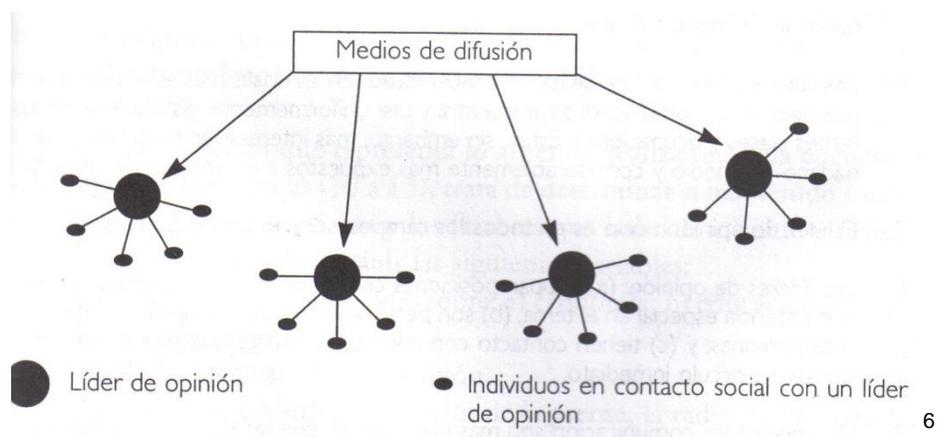
<sup>5</sup> Lozano, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, p.31.

encargan de persuadir de realizar algo, al que conocemos como masa, que dicho de otra manera es la audiencia.

Basta con encender un día el televisor para entender quiénes son los líderes de opinión. ¿Cómo definir el término en general? Lo haríamos diciendo que es la persona o personaje al que todo creemos. Un ejemplo actual puede ser Carlos Loret Mola, en su revista informativa matutina, Andrea Legarreta en el programa “Hoy”, hasta nuestro político, cantante o actor favorito.

Estos líderes se encargan de emitir un mensaje a través de un medio, el que llega a una gran población, en la que se genera una influencia.

Kratz y Lazarfield lo esquematizan de la siguiente manera:



6

La comunicación, como podemos dar cuenta, hace uso de distintos canales y códigos para tener efecto. De estos hablaremos en el siguiente apartado.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Realizar un ensayo sobre la veracidad de los medios de comunicación.

Investigar cómo es que la información llega a nuestras manos, ¿será que en su camino ya ha sido modificada?

<sup>6</sup> Lozano, José Carlos. *op.cit*, p.49.

## 1.2 ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS QUE UTILIZA?

### 1.2.1 Orales

Como ya lo mencionamos en apartados anteriores, el ser humano busca expresarse y comunicarse desde el momento mismo en el que razona. Inicia como nos menciona Carlos Alonso González en su libro “Principios básicos de comunicación” utilizando colores y ruidos producidos por la garganta.

Lo que inicia como un ruido gutural, va evolucionando hasta llegar a producir palabras, que posteriormente y a través de un consenso social se transforma en lo que hoy conocemos como alfabeto y claro está, de éste se desarrolla un vocabulario para así llegar a constituir lo que hoy conocemos como lenguaje. Éste, en términos comunicativos es lo que llamamos código.

Los códigos son diversos hoy en día y desde tiempos anteriores, y dependen del lugar y de las condiciones de vida a las que se haya enfrentado al hombre para construir lo que Humberto Eco llamaría como significante y significado.

Para nosotros el significante es el nombre que se le da a las cosas que nos rodean, ya sean explícitas (lo que percibimos por medio de los sentidos) o tácitas (las que entendemos por emociones). Mientras tanto el significado es la imagen de la cosa a la que se hace referencia o la definición de la misma. Siendo más claros, precisaremos la información con un ejemplo muy simple que nos enseñan desde pequeños:

**Significante:**

Casa

**Significado:**

Lugar donde vivo.

Para entender el porqué de los distintos lenguajes, habrá que explicarse con el ejemplo anterior.

En algunos casos las personas que tienen recursos harán referencia a la siguiente imagen:



Quienes han carecido de recursos económicos su casa puede ser ésta:



Y quienes viven cómo nómadas, en la aventura lo entenderán así:



Con esto podemos entender que los lenguajes se dan por las condiciones de vida de cada sociedad, y por tanto de cada individuo. Sin embargo, aun cuando el significante puede cambiar de forma, el significado será siempre el mismo (Lugar donde vivo), aunque la referencia a éste sea diversa.

Así ocurre también con la escritura. El ser humano en su calidad de creativo busca otras formas de dejar reminiscencias de su existencia y no lo hace sólo a través de los que escribe.

---

<sup>7</sup> Los Simpson ([www.lossimpsononline.com.ar](http://www.lossimpsononline.com.ar)), Argentina.

<sup>8</sup> Flores, Fernando. El país ([www.lacomunidad.elpaís.com](http://www.lacomunidad.elpaís.com)), Windsor, 2008.

<sup>9</sup> Casa de campaña con tres recámaras ([www.olx.com.mx](http://www.olx.com.mx)), Jalisco, México, 2009.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

A través de una mesa redonda argumenten ¿qué sucedería si el ser humano no pudiera hacer uso del habla?

¿Existe alguna solución al problema de analfabetismo en México?, por medio de un ensayo, justifica tu respuesta. ¿A qué crees que se deba?

### 1.2.2 Escritos

Una vez que logramos comunicarnos había que sustentar las bases de ello, razón por la que aparecen las letras con el alfabeto, para así dar pie a las palabras y poder entonces dejar rastros de nuestra existencia.

Los datos más remotos de la escritura, se dan a partir de que el ser humano se vuelve sedentario y funda las diferentes civilizaciones, pues ahí es donde busca dejar plasmado vestigios de lo que hace y que estos trasciendan en el tiempo. Generalmente utilizaron signos para expresarse, de hecho “se sabe que el lenguaje escrito más remoto del que se tenga conocimiento es el sumerio, originado en Mesopotamia alrededor del año 3500 a.C., el cual consistía en signos cuneiformes que a su vez representaban los signos de las sílabas”.<sup>10</sup>

Si embargo, el alfabeto, tal cual lo conocemos hoy en día aparece tiempo después “en Fenicia, aunque fue difundido y perfeccionado por la civilización griega”.<sup>11</sup>

Después de este hecho y como todo en la vida, hubo una evolución emanada de los avances tecnológicos, el caso representativo es la aparición de la imprenta de Gutenberg con la que se logró transferir varios manuscritos para así constituir lo que hoy conocemos como libros. La imprenta permitió que la información pudiera llegar a

---

<sup>10</sup> González Alonso, Carlos, *Principios básicos de la comunicación*, p.13.

<sup>11</sup> *Ídem.*

un gran número de personas. En sus inicios, en los pueblos europeos existía un vocero de noticias; es decir alguien que se encargaba de dar la información de viva voz, con la imprenta, la información llegaba por escrito a un gran número de personas, por lo que se puede constituir a este medio, como uno de los primeros medios masivos de comunicación.

Los medios en sus inicios no siempre están alcance de todos, pero en determinado momento se llegan a masificar. Así sucedió con la escritura y así ha pasado con los medios electrónicos que conocemos hoy en día

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

¿Es posible que aprendas a escribir algo si no sabes hablarlo? Justifica tu respuesta.

Investiga cómo se inicia la imprenta de Gutemberg, cuáles son sus características, y cuándo y cómo es que ésta llega a México.

### 1.2.3 *Electrónicos*

Hasta este momento hemos planteado tan sólo la definición de comunicación, pero creo resulta importante establecer qué son los medios masivos de comunicación.

Es probable que con la cantidad de información que tenemos hoy en día al alcance de nuestras manos, nos resulte mucho más sencillo dar un significado. Generalmente, si nos dicen medios masivos de comunicación, nuestra referencia será: prensa escrita, radio, televisión, y cine.

Lo cuatro elementos anteriores son clave y ejemplifican nuestra siguiente conceptualización establecida por Janowitz: “Los medios masivos de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas mediante los cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos, para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso”.<sup>12</sup>

---

<sup>12</sup> González Alonso, Carlos. *op.cit.*, p.33.

Tal como mencionamos en el apartado anterior uno de los primeros medios masivos aparece con la imprenta que trae consigo la aparición del periodismo escrito. Se le llamó así, porque tenía una periodicidad, es decir, un tiempo en el que aparecía. Al inicio duraban alrededor de seis meses, en la actualidad los periódicos se editan día a día, pasando a constituirse como diarios y semanarios aquellos que llevan en su realización siete días de por medio.

Sin embargo, el periodismo no se queda relegado únicamente al papel, sino que éste se brinca las barreras y hace uso de la tecnología en mano para llegar a un mayor número de personas a través de la radio, la televisión y el cine.

Existen diferentes tipos de periodismo tal nos lo plantea Carlos Alonso en “Principios básicos de la comunicación”, aquel que busca informar con la verdad y sin juicios de valor, esto lo hace a través de las noticias (entrevista, nota y crónica); el que busca interpretar, es decir, emite juicios de valor por aquel que da a conocer la información (entrevista, perfil, artículo, ensayo, editorial, comentario y crítica); el sensacionalista que busca la nota roja con sucesos trágicos y el especializado que nos plantea una temática dirigida a cierto tipo de público.

Para lograr que estos tipos de periodismo se lleven a cabo hay que contar con tres elementos básicos, que es aquel que informa, lo que se informa y cómo es que esto se está informando.

Mas estos elementos no son propios sólo del periodismo como tal, sino que los podemos transbordar a todo tipo de programación e información que llega a nuestras manos.

Posterior a la aparición de la prensa escrita viene la Radio que aparece a partir de 1920 a 1930 con el investigador e inventor de la misma: Marconi.

La radio tuvo alcances de difusión informativa inigualables y así como se habla de una época de oro de cine mexicano, también podemos hablar de una época de oro de la radio, en donde un gran número de personas se informaba y entretenía a través de este medio, el que estuvo de hecho presente durante las Segunda Guerra Mundial. Este medio es utilizado con gran frecuencia hoy en día y ha logrado su permanencia, como todos los medios masivos, a través de la venta de publicidad.

En México aparece la radio en “(...) 1919, cuando el ingeniero Constantino Tárnava instaló una estación experimental (...) la autorización oficial para transmitir no fue sino hasta 1923, con el presidente Álvaro Obregón”.<sup>13</sup>

Los avances tecnológicos no terminan aquí, aparece después la televisión, fenómeno que conocemos por una de sus características principales y que rebaza las de la radio, dejando por un lado la imaginación: el lenguaje audiovisual (se basa en señales audibles e imágenes visibles) que nos transporta al momento y al lugar en el que ocurren los hechos.

Es “en 1923, (cuando) la RCA lanza el primer modelo de televisión para uso privado. Seis años después, el escocés J.L. Blair descubrió la televisión prototipo comercial o doméstica”<sup>14</sup>

A México la televisión entra en el año 1950. “El primer canal en transmitir programas fue XEW-TV Canal, cuando Televisión empezó a constituirse”. De aquí fue avanzando hasta tener todos los canales que conocemos hoy en día. Cabe resaltar que es en México donde se da la televisión a color con Guillermo González Camarena en el 48.

---

<sup>13</sup> *Ibid.*, p. 47.

<sup>14</sup> *Ibid.*, p. 50.

Por otro lado habrá que hablar del cine que es aún un medio masivo más antiguo que la televisión. De hecho hay datos que nos dicen que la primera película con fines comerciales aparece alrededor de 1895 gracias a los hermanos Lumiere en Francia. Una de las primeras películas que se proyectaron fue donde avanzaba un tren, el que conmocionó a gran parte de los espectadores, pues sentían que éste los iba a alcanzar propiciando su muerte.

Hoy en día contamos con filmaciones que rebasan los alcances de aquellas épocas y que han hecho que nuestra capacidad de asombro se reduzca hasta lo mínimo indispensable; es decir son pocas cosas las que nos llegan a sorprender. Uno de los elementos que ha propiciado tal condición son los efectos especiales que se han desarrollado gracias a la aparición de la computadora como herramienta para la creación de ilusiones, con la que se han dado desarrollos inigualables, que van en ocasiones más allá de la realidad, ilustrando muchas veces nuestra imaginación.

En México lo tenemos muy presente con la época de oro en la que se exhibían películas de actores como Jorge Negrete, María Félix, el Indio Fernández, Pedro Infante, Cantinflas, Tin-tan, entre otros. Hoy en día, nuestra producción cinematográfica ha disminuido, sin embargo, contamos con un sinnúmero de películas norteamericanas (la gran industria Hollywoodense), unas pocas extranjeras y otras en menor cantidad nacionales, que nos sirven de entretenimiento, ya que el cine, a pesar de contar con un carácter informativo, en general lo que busca es firmemente entretener.

Pero al igual que todo, la tecnología sigue su curso y hoy tenemos medios mucho más desarrollados, los que conocemos como Nuevas tecnologías, de las que hablaremos en el siguiente subtema.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Investigar cómo fueron utilizados los medios de comunicación durante la Segunda Guerra Mundial

Realizar un debate sobre las ventajas y desventajas de los medios de comunicación electrónicos.

### 1.3 ¿QUÉ SON LAS NUEVAS TECNOLOGÍAS?

#### 1.3.1 Definición

Posterior a la aparición de los medios electrónicos y prácticamente como una secuencia de los mismos, aparece lo que se conoce hoy como Nuevas tecnologías, que no son sino nuevos modelos de medios que nos brindan la información desde una nueva perspectiva. Tal como nos mencionan los autores Prieto, Zarnozza y Peiró, “los contenidos se están generando en un escenario caracterizado por la integración de los sistemas informáticos y las redes”.<sup>15</sup>

La situación que han generado estos medios informáticos y redes es que no existe un límite de contenidos. Podemos encontrar desde las versiones con mayores argumentos y perfectamente bien fundamentadas, hasta aquellas que no cuentan con ninguna de estas características; es decir, lo que menos falta nos hace son datos, el hecho está en que tenemos que saber cómo manejarlos. “En el futuro no serán ya los datos lo importante, sino las ideas”.<sup>16</sup>

Todo esto permite transformaciones radicales en todos los rubros. Por su parte el acceso a un gran número de contenidos hace que la educación deje su forma autoritaria en la que el maestro y la memoria de los estudiantes reinaba, y se convierta a una educación en donde los profesores son simplemente facilitadores y las computadoras hacen la parte de la memoria.

---

<sup>15</sup> Prieto, Zarnozza y Peiró, *Nuevas tecnologías de la información en la empresa*, p. 14.

<sup>16</sup> Sevillano García, María Luisa, *Nuevas tecnologías en educación social*, p. 3.

Es por lo anterior, que el formar mentes críticas desde pequeños, que permitan seleccionar la información, es lo más importante que se debe encarar en la enseñanza.

Esto es dentro de las instituciones educativas, tema en el que nos enfocaremos más adelante. Pero si hablamos respectivamente de las empresas nos daremos cuenta de que sucede algo muy parecido.

La tecnología lo ha facilitado todo, hay muchas competencias que antes eran desarrolladas por humanos y ahora han sido sustituidas por máquinas que realizan el mismo proceso, de formas mucho más rápidas y con menores costos. “La transmisión de datos (...) se ha mejorado (...) mediante servicios tales como: teletexto, telefax, sistema de telefonía móvil, videoconferencia, correo electrónico, servicios telemétricos, etc.”,<sup>17</sup> que las empresas han adecuado a través de sistemas locales que permiten su comunicación y una mayor eficiencia y eficacia en el desarrollo laboral.

En cuanto a la comunicación misma el escenario se ha modificado, ya que no resulta ser cara a cara, sino que cada vez está tomando una vuelta para adentrarse a un panorama virtual en donde aparecen “(...) tipos bastante netos de sociedades, modos de cultura y vida”, distintos a los que conocemos aún hoy y que probablemente cambiaran mañana.

El correo electrónico está ayudando a que las llamadas telefónicas desde lugares terrenales se den a menudo. Solo basta con encender la computadora y se puede tener una plática prácticamente situacional, aunque la distancia terrenal sea muy grande. A lo que me refiero es que las largas distancias se han acortado. Pero de esto hablaremos más adelante.

---

<sup>17</sup> Prieto, Zarnoz y Peiró. *Nuevas tecnologías de la información en la empresa*, p. 15.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Investiga el uso que las redes bancarias dan a través de internet y desarrolla cuáles son los beneficios de las mismas

Las Nuevas tecnologías han traído consigo las tiendas virtuales. Muchas de las compras las podemos hacer por internet. Sin embargo, ¿qué tan útil resulta?, ¿qué sucede o puede suceder con la ropa, o las verduras que compras en este medio? ¿Concuerdan con la imagen?

### *1.3.2 Ventajas y desventajas*

Como ya lo empezamos a plantear en el inciso anterior, todo nuevo proceso trae consigo ventajas y desventajas. En cuestión de Nuevas tecnologías contamos con las dos.

Dentro de las ventajas podemos distinguir, un acceso a una amplia gama de información. Ahora podemos saber sobre cualquier tema sólo es cuestión de entrar al ordenador buscar el término y la información aparecerá.

Otra de las ventajas es la disminución de las largas distancias. Podemos saber e informarnos de situaciones o lugares que antes nos parecían remotos en un minuto.

Las actividades laborales o de estudio se realizan de una forma más sencilla y en menores tiempos, lo que reduce a la vez costos. Un ejemplo muy claro son los trámites bancarios, que se pueden realizar desde internet.

Lo importante ahora es estar comunicado, ya no existen, prácticamente personas que carezcan de celulares, en cualquier momento podemos localizar a la persona.

La necesidad de ir a algún lugar físico ha ido disminuyendo. Ya se hacen compras a través de internet, que por no contar con un espacio físico que les implique renta, disminuye los costos de venta.

Sin embargo la vida no puede ser sólo color de rosa. Existen ante tales logros, la parte triste de todo.

En efecto contamos con mucha información, pero es un hecho que si no existe la formación de mentes críticas que se enfrenten a esta nueva forma de vida, ésta no nos servirá de mucho. “Es necesario desarrollar análisis crítico y de formación que permita utilizar la información de manera adecuada”.<sup>18</sup>

Ante la confrontación en disminución de distancias se tiene aun la disyuntiva “entre dos escenarios, el físico y el virtual”<sup>19</sup>, pues hay que adecuarnos a esta nueva forma de comunicación.

En cuanto al ámbito laboral y educativo, claramente los tiempos se disminuyen, pero se necesitan expertos en las nuevas tecnologías que sepan lo que estas situaciones implican social y culturalmente, para que puedan utilizarlas de la manera más adecuada, logrando así la efectividad y eficacia deseada, tanto en el trabajo como en la educación, tal nos menciona María Luisa Sevillano en su libro “Nuevas tecnologías en educación social”.

Hasta el momento hemos hablado de que son los medios de comunicación y las nuevas tecnologías y cómo es que estas funcionan, mas es indispensable saber qué tipo de información es la que nos brindan.

---

<sup>18</sup> Sevillano García, María Luisa. *Nuevas tecnologías en educación social*, p. 9.

<sup>19</sup> *Ídem*.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Desarrolla un análisis de que tan fidedigna y argumentada resulta la información que obtienes al navegar por internet. ¿Qué sitios consideras seguros para informarte?

Observa y analiza qué sucede con la información que un video de Youtube genera sobre una persona famosa siéndole infiel a su pareja. ¿Qué sucede si se carece de una mente crítica?

### 1.4 ¿QUÉ TIPO DE CONTENIDOS MANEJAN?

#### 1.4.1 *Informativos*

Una de las pretensiones más importantes de los medios de comunicación masiva y nuevas tecnologías de la información, es informar.

Los contenidos que se tienen al respecto son múltiples, en la actualidad hay que estar al tanto de todo lo que acontece a nuestro alrededor. Habrá que empezar por nuestra casa, debemos saber qué acontece en nuestro ámbito familiar, y a la vez saber qué ocurre en nuestra comunidad, estado, país, y en materia internacional. Si te preguntas ¿por qué? La respuesta es simple, el mundo se ha reducido y lo que pasa afuera influye de forma directa en nuestras vidas, de la misma manera ocurre con alguna acción que nosotros tengamos. Todo tiene repercusiones.

Básicamente dentro de las cuestiones informativas encontramos todo tipo de información, por un lado están las cuestiones de política, que en un ámbito social son determinantes, ya que “incrementan y motivan la participación social”<sup>20</sup> y determinan la forma de vida del individuo al ser parte de ella. Sin embargo temas en cuestión de economía, salud, deporte, educación y entretenimiento forman parte esencial de este rubro.

#### 1.4.2 *Entretenimiento*

Como ya lo dijimos un área importante del estar bien informados es saber cuestiones de entretenimiento. El mundo de la farándula se ha vuelto una de las cuestiones

---

<sup>20</sup> González Alonso, Carlos, *Principios básicos de comunicación.*, p. 21.

mediáticas de mayor trascendencia. Es muy probable que esto se haya desarrollado así, porque son cuestiones que venden más. El consumo es una de las funciones de mayor importancia en los medios, así nos aclara González Alonso en su libro “Principios básicos de comunicación” y en las nuevas tecnologías. Los estereotipos son los que venden más. Y los actores y líderes de opinión son los que generan una ola prácticamente imperceptible, si se carece de una mente crítica, de manipulación a las audiencias. La forma de hacerlo es prácticamente sutil.

Más allá de estar informados lo que busca el contenido de entretenimiento es fomentar el ocio, el descanso, de lo que conocemos como cuestiones laborales.

En las grandes urbes las personas viven mucho más tiempo en sus trabajos que en su casa. La vida se torna cada día más difícil y la competencia es cada vez mayor, por lo que la única salida es dejar de pensar en cuestiones de trabajo, lo que se entiende como no hacer gran actividad. Qué mejor que llegar a casa ver un programa, escuchar un poco de música, ir al cine a ver la última película de acción o romántica o simplemente chatear con los amigos.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Ve un noticiero televisivo y un programa de revista matutino y obtén el tipo de información que se te presenta.

Analizar: ¿qué sucede con las amas de casa o personas en general que ven la televisión o escuchan la radio y carecen de una mente crítica?, ¿podemos confiar en la información que está en los medios? Concluye dentro de una mesa redonda.

### 1.4.3 *Educativos*

En cuestiones educativas los medios y nuevas tecnologías forman un rubro importante, porque a la vez que generan estereotipos, también son transmisores de valores.

Por una parte nos manejan pautas de conducta de acción, y llenan claramente de información. Lo importante en el nivel enseñanza es que sepamos ser críticos para poder leer entre líneas y adquirir de lo vemos y escuchamos, lo mejor.

En material educativo contamos no sólo con programas que aparecen en la televisión, y que aparte de entretenernos nos educan, un ejemplo claro es para los niños “Plaza Sésamo”. En cine por ejemplo se manejan lo que hoy en día conocemos como documentales. Sin embargo al ser cuestiones educativas no tienen una amplia difusión como el rubro de información y entretenimiento, siendo que este es el que debería permear a los anteriores. De esto hablaremos más adelante.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

¿Por qué programas como Plaza sésamo son considerados como educativos? Analiza que puede suceder con un niño que es expuesto a este tipo de contenidos.

Según lo que has visto en los medios de comunicación ¿qué tipo de valores se presentan? Para la sociedad, que tan benéficos resultan. Discute en clase.

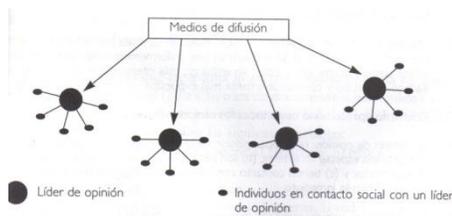
# AUTOEVALUACIÓN

## RESPONDE:

1. ¿Qué es la comunicación?
2. ¿Cuándo se origina?
3. ¿Cómo se lleva a cabo el proceso de comunicación según Laswell?
4. Esquematiza el modelo de Kratz y Lazarfield
5. ¿Qué son las Nuevas Tecnologías?
6. Escribe 2 ventajas y 2 desventajas de las Nuevas tecnologías.
7. Menciona los medios que utiliza la comunicación
8. Da un ejemplo de significado y significante
9. Según Janowitz, ¿qué son los Medios masivos de comunicación?
10. Menciona los tipos de periodismo
11. ¿Quién implementa la radio en México?
12. ¿Quién inventa la televisión a color?
13. ¿Quiénes presentan la primera película de cine?
14. Con la aparición de las Nuevas tecnologías ¿qué es lo que se debe fomentar para estar bien informados?
15. Menciona los tres tipos de contenidos

## RESPUESTAS:

1. Es un proceso que sólo el ser humano realiza para buscar la explicación de su mundo y de sí mismo.
2. Desde que da cuenta de su razón y busca explicación de todo lo que él o ella es y le rodea.
3. Quién dice qué en qué canal, a quien con qué efecto.



- 4.
5. Son medios que nos muestran contenidos en un escenario caracterizado por la integración de los sistemas informáticos y las redes.
6. Ventajas: una amplia gama de información. Acorte de distancias.  
  
Desventajas: que requiere de la generación de mentes críticas para el uso adecuado de tanta información.  
  
A pesar de que las distancias son cortas aún nos tenemos que adecuar a los nuevos escenarios y a la carencia de una comunicación cara a cara.
7. Orales, escritos y electrónicos.
8. Cualquier palabra
9. Los medios masivos de comunicación comprenden las instituciones y las técnicas mediante los cuales grupos especializados utilizan determinados recursos tecnológicos, para difundir contenidos simbólicos en el seno de un público numeroso, heterogéneo y disperso.
10. Los que informan, los que interpretan, los sensacionalistas y los especializados.

11. Tárnava

12. Camarena

13. Los hermanos Lumiere

14. Una mente crítica

15. Informativos, entretenimiento y educativos

## UNIDAD 2

# CONSECUENCIAS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

### OBJETIVO

El estudiante entenderá cuáles son los alcances que tienen los medios de la comunicación en la audiencia, pues de esta manera podrá hacer uso de los mismos y llegará a estar mejor informado.

### TEMARIO

#### 2.1 ¿INFORMADO O DESINFORMADO?

##### 2.1.1 *¿Qué es la desinformación?*

##### 2.1.2 *Importancia de la forma y el fondo en los contenidos*

#### 2.2 IMPACTO Y ALCANCES DE PERSUASIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS

##### TECNOLOGÍAS EN LAS AUDIENCIAS COMO CONSUMIDORES

##### 2.2.1 *Teoría de la aguja hipodérmica*

##### 2.2.2 *Teoría de los dos pasos*

##### 2.2.3 *Knowledge gap*

##### 2.2.4 *Agenda Setting*

##### 2.2.5 *Espiral del silencio*

##### 2.2.6 *Usos y gratificaciones*

#### 2.3 EFECTOS EN LOS CONSUMIDORES DE INFORMACIÓN

##### 2.3.1 *Cognoscitivos*

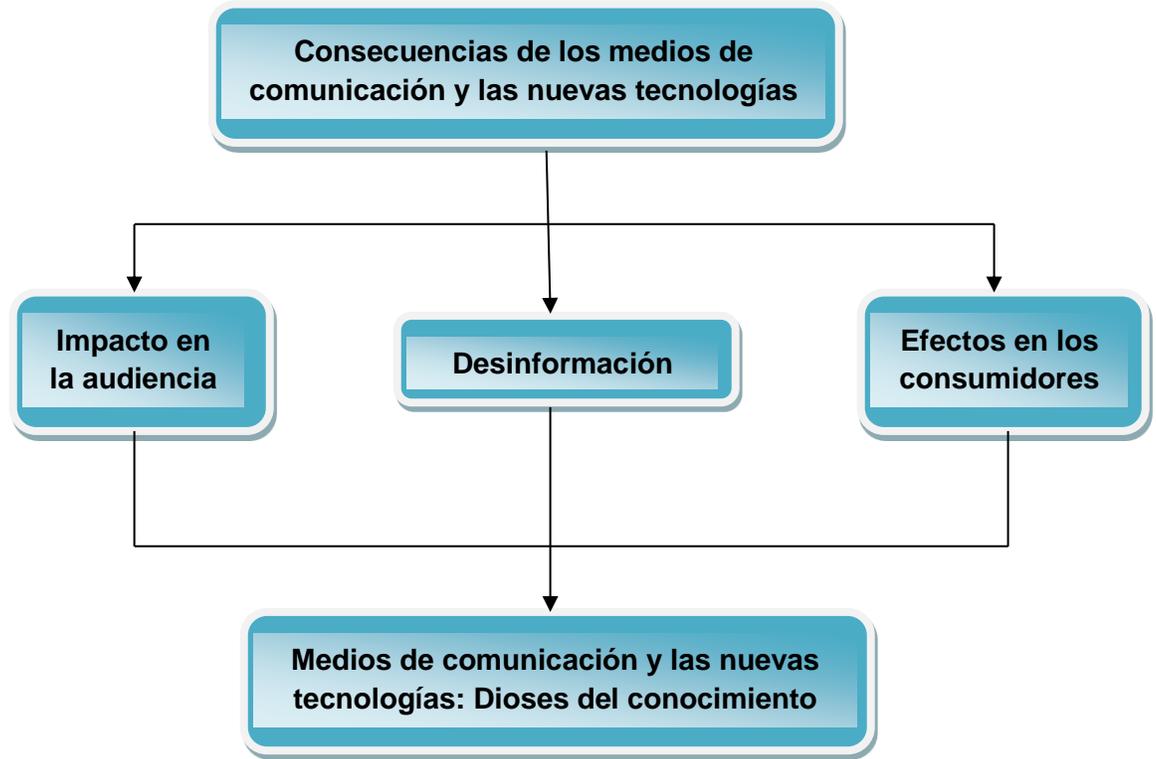
##### 2.3.2 *Conductuales*

##### 2.3.3 *Emocionales*

#### 2.4 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO DIOS DEL

##### CONOCIMIENTO

# MAPA CONCEPTUAL



## INTRODUCCIÓN

En esta unidad se entenderá cómo es que los medios de comunicación masiva funcionan desde sus diversas perspectivas.

Los seres humanos debemos tener en cuenta la importancia de lo anterior, ya que en ello radica el estar o no informado. Habrá que comprender que un gran cúmulo de datos no significa nada si no sabemos hacer uso de esto.

Es obvio que para utilizar la información que los medios nos brindan, hay que entender qué se pretende al momento de enviar y recibir un mensaje. Habrá que hacer un estudio de cómo responde la audiencia; es decir, cuáles son los efectos que tienen en cada una de ellas, y a la vez qué efectos tiene ésta en los medios.

## 2.1 ¿INFORMADO O DESINFORMADO?

### 2.1.1 ¿Qué es la desinformación?

Este término es uno de los que pocas veces escuchamos hablar, pero de los que más practicamos.

La gran cantidad de información a la que nos vemos expuestos es a la vez un impedimento para estar bien informados.

“En sentido positivo, considero la desinformación a la situación en la que, por incumplimiento de las normas lingüísticas y/o profesionales, el destinatario de la información recibe un producto informativo incorrecto a consecuencia del silencio, la intencionalidad o el error de la fuente, del periodista o del emisor, o de su interrelación.”<sup>21</sup>

Para entender un poco más a este respecto, hay que explicar lo anterior y agregar, que la desinformación no es sólo la omisión de datos, sino también el exceso de estos.

Lo que acontece en la actualidad, es que con tanta información, los seres humanos como audiencia, no sabemos qué hacer con ella. La tenemos, pero nos es imposible manejarla. Y aquí aplicaría el famoso dicho de Sócrates “Yo sólo sé, que no sé nada”.

Los medios de comunicación masiva nos presentan información, de la que no podemos tener certeza en cuanto la palabra absoluto significa; claro si para nosotros absoluto es igual a totalidad.

La omisión de algo, ya nos habla de manipulación. Los seres humanos por perfectibles que seamos, no podemos evadir un juicio. Aún cuando los medios y en particular los noticiarios predicen objetividad (lo que significa no emitir juicios), la realidad es que la información que nos presentan ya ha sido seleccionada, y en dicha selección ya existe un juicio.

El otro cúmulo de información que no nos es presentada, forma parte de la desinformación. Esto es lo que respecta a los medios de comunicación masiva y en lo que profundizaremos más adelante.

---

<sup>21</sup> Rivas Troitiño, José Manuel. *Desinformación: revisión de su significado. Del engaño a la falta de rigor* (<http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP9595110075A.PDF>).

Por su parte, lo que hoy conocemos como Nuevas tecnologías nos plantean un exceso de información, mucha de ella puede resultar no confiable, y otra tanta resulta lo contrario. Sin embargo, cómo ya lo mencioné anteriormente, esto no nos desinhibe de estar desinformados. Lo importante con las Nuevas tecnologías es saber leer entre líneas, y con esto me refiero a que nosotros mismos, los miembros de la audiencia, debemos tener una capacidad crítica que nos permita elegir la mejor información, para poder darle un uso. De otra forma el exceso en cantidad no quiere decir nada, seguiremos siendo personas desinformadas.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar críticamente la información de una nota y dar las conclusiones sobre la información que en ella se presenta. Generar lluvia de ideas, para así concluir.

Investiga un caso y obtén, a partir de éste, la información que pienses el medio está omitiendo.

### *2.1.2 Importancia de la forma y el fondo en los contenidos*

Una vez que hemos entendido la importancia y trascendencia del término desinformación, por ende el paso que viene será aprender a hacer uso de la información. ¿Cómo lograr esto? Para llegar a la respuesta hay que entender qué es forma y qué es fondo.

Para comprenderlo mejor habrá que definir a la forma como el qué y al fondo como el cómo, es decir la intención. Un ejemplo claro puede ser este: “Para Seitier, (...) la semiótica estudia la forma en que dichos signos comunican algo y las reglas que gobiernan su uso’. Ésta disciplina más que preguntarse acerca de cuál es el significado, se pregunta cómo se crea”.<sup>22</sup>

Lo importante en la información, ahora, es el fondo, el cómo se dicen las cosas, cuál es la intención que se tiene cuando se dice algo.

---

<sup>22</sup> Lozano, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. p.160.

Si en la televisión, por citar otro ejemplo, nos hablan de la infidelidad, lo trascendente será, cómo es que nos plantean esta información, para después, con una mente crítica cuestionar el porqué se plantea de tal forma (leer entre líneas) y entender lo que se pretende con la información.

Así podremos subsistir en un mundo de ideas, porque podremos descifrar los datos y obtener un conocimiento, que no está basado en la memoria, sino en el entendimiento, pero de ello hablaremos más tarde.

Con esto llegamos a una de las conclusiones que plantea Lozano en su texto *Teoría e investigación de la comunicación de masas*: lo importante no es que los medios nos digan de qué se hable, sino cómo se hable de esto que se plantea, pues es cierto que lo que se expone en los medios a la audiencia lleva consigo una finalidad. Cuestión que trataremos en el siguiente apartado.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

A través de un ejemplo audiovisual elige tres casos de forma y fondo. Explica y discute en clase cuál es uno y otro. Argumenta tu respuesta.

Sobre el caso de la niña Pollet, refiere cuál es el fondo y la forma. Argumenta tu respuesta dentro de un ensayo.

### 2.2 IMPACTO Y ALCANCES DE PERSUASIÓN DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS EN LAS AUDIENCIAS COMO CONSUMIDORES

#### 2.2.1 *Teoría de la aguja hipodérmica*

Al inicio, la aparición de los medios de comunicación, trajo consigo muchas interrogantes acerca de cómo es que funcionaban. Sabemos que la comunicación tiene que ver directamente con el ser humano, ya que sin él, ésta no se podría llevar a cabo, razón por la que se analiza muchas veces desde una perspectiva psicológica, ya que esta rama es la encargada de analizar las conductas humanas.

Una de las primeras teorías que aparecen en psicología es la conductista, que plantea que el ser humano responde siempre a un estímulo. La aguja hipodérmica se basa en esta teoría “dando por sentado que ciertos estímulos, llegaban a través de

los medios a cada uno de los miembros individuales de la sociedad de masas, y que cada uno de ellos los percibía del mismo modo provocando en todos una respuesta más o menos uniforme”.<sup>23</sup>

Con lo anterior se concluía que el efecto que producían los medios en la sociedad de masas era directo; es decir, la radio, y la televisión inducían a la audiencia a hacer algo. Era tanto como presentar un comercial de refresco, en la televisión, de una marca y que en él apareciera el cantante del momento, en un escenario de una playa donde hay mucho calor y bebiera el producto, para que quienes vieran el anuncio salieran a comprarlo.

Es a través de la Teoría de la aguja hipodérmica que se “consideraba a la comunicación masiva sumamente poderosa (...) se creía que era capaz de moldear directamente la opinión pública y lograr que las masas adoptaran casi cualquier punto de vista.

Sin embargo, la comunicación sigue evolucionando, y lo hace al lado de la psicología. La nueva teoría: el funcionalismo.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

A través de un audiovisual, analizar cómo se presenta la teoría de la aguja hipodérmica.

Consigue una noticia en particular y analiza cómo se presentó la teoría de la aguja hipodérmica. Realiza un ensayo.

### 2.2.2 Teoría de los dos pasos

Con el funcionalismo los estudiosos de los medios de comunicación masiva, lo que buscan es saber qué funciones eran las que realizaban los medios que permitían establecer un eje estable, un orden social.

Con esta teoría que se basa en el equilibrio, aparece una nueva llamada de los dos pasos, en la que Lazarfield nos plantea que se logra llegar a esta hegemonía, no porque las audiencias actúen por instinto, como lo marcaba la teoría

---

<sup>23</sup> Lozano, José Carlos. *op. cit.*, p.41.

conductista, ya que en estos nuevos estudios se comprueba que los espectadores refuerzan sus opiniones y esto lo hacen a través de un líder de opinión en quien creen ciegamente, pues presenta su misma ideología acerca de un tema.

Por lo tanto, los individuos “eran persuadidos (no por los medios), sino por miembros de sus grupos primarios de referencia a los que consideraban líderes de opinión”.<sup>24</sup>

Como ya lo ejemplificamos en el capítulo anterior, un líder de opinión, es Joaquín López Dóriga, Andrea Legarreta, Yahir, entre otros.

En el caso de López Dóriga, las personas que ven su noticiario creen en la objetividad de la información que él presenta en el mismo y siguen dicha perspectiva; es decir, lo más probable es que concuerden, incluso con las argumentaciones y justificaciones que Dóriga dé sobre cualquier tema.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Observa en casa cómo se da el proceso de comunicación. Analiza quién es el líder de opinión.

Analiza un caso y de éste menciona quién es el líder de opinión y plantea qué es lo que da a saber a su audiencia.

### 2.2.3 *Knowledge gap*

Por su parte la teoría del *knowledge gap* o brecha de conocimiento, sustenta que la población no es hegemónica, y por tanto los efectos y las funciones de los medios no pueden ser generalizadas, ya que existen audiencias para cada tipo de información.

Esto lo podemos explicar un poco más con la referencia que hace María Teresa Baquerín de Ricitelli en un artículo para la Universidad de Navarra, en el 2007, en el que nos habla de la denuncia que hacen Tichenor, Donohue y Olien, en la que plantean existe una desigualdad del conocimiento, debido a los distintos niveles que presenta la sociedad.

---

<sup>24</sup> Lozano, José Carlos. *op.cit.* p.48.

Con lo anterior, dichos teóricos lo que querían mostrar es que la sociedad está constituida en su interior por muchos otros grupos diferentes, que presentan ideologías propias referentes a su forma de vida.

Es por esta gran variedad en concepciones ideológicas que existe “(...) abundancia de información sobre temas específicos (...) acercando sólo a aquellos con intereses bien definidos para que tengan acceso a estos temas”.<sup>25</sup>

Así el individuo sólo verá o escuchará el programa que a él o ella más le interese y que, por supuesto, vaya acorde a su ideología.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Da dos ejemplos de Knowledge gap y haz un análisis de porqué estos concuerdan con dicha teoría.

Investiga, en equipo, los programas mediáticos de un canal televisiva y/o estación de radio. Refiere a qué tipo de audiencia va dirigido cada uno.

### 2.2.4 *Agenda Setting*

Con esta amplia diversidad de información, teóricos como Bernard Cohen se lanzan a investigar y concluyen que los medios en sí no son autoritarios ni determinantes, al menos eso es lo que presumen, sino que más bien nos plantean una diversidad temática, que no es ya en su origen objetiva. “(...) la prensa (...) es posible que en muchas ocasiones no alcance el fin de decirle a la gente qué pensar, pero su éxito es asombroso en cuanto a decirle a sus lectores acerca de qué pensar”.<sup>26</sup>

Lo que hacen los medios de comunicación es muy simple y nos podemos percatar de ello todos los días. Un ejemplo muy claro es lo que sucede en los noticiarios. Generalmente se nos presentan diversas notas, de política, salud, deportes, espectáculos, etc., si la nota les es trascendente al medio, lo que hace es repetirla varias veces, en distintos horarios, en diferentes programas e incluso en

---

<sup>25</sup> Baquerín de Ricitelli, María Teresa, *El impacto de la comunidad en las brechas del conocimiento* ([http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art\\_id=48](http://www.unav.es/fcom/comunicacionysociedad/es/articulo.php?art_id=48)), Argentina, 2007.

<sup>26</sup> Lozano, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. p.148.

varios canales, durante un largo periodo, así dicha información se convierte en el tema a hablar por la audiencia, porque es lo que más llega a sus sentidos. Como lo sucedido con el caso de la muerte de la niña Pollet en el Estado de México. La nota estuvo tan presente en todos los medios, que la gente no hacía sino hablar, opinar y especular sobre dicho caso.

De esta manera, los medios no nos dicen exactamente con esas palabras de qué hablemos, ya que ellos presentan una amplia variedad de temas, simplemente “(...) el énfasis constante en ciertos temas, por parte de los medios informativos (...) tiende a propiciar preocupación pública sobre ellos”.<sup>27</sup>

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Investiga la agenda setting que presenta un canal televisivo.

Analizar cuál es la nota más divulgada de la semana y qué es lo que nos quieren decir los distintos medios al respecto.

### 2.2.5 *Espiral del silencio*

Pareciera que esta teoría está basada en el famoso dicho “el que calla, otorga”, pues es propiamente su fundamento.

Se cree que los medios de comunicación lanzan a la audiencia ciertas ideas que se generalizan de manera inconsciente y se vuelven propias de cada grupo de individuos. Dentro de estos, si existe alguno de los miembros que no concuerde con la idea general, simplemente se calla y adopta dicho pensamiento.

Los medios entonces “proveían las cogniciones, en las cuales, a la larga, se basaban las actitudes, que a su vez sustentaban las conductas”.<sup>28</sup> De esta forma existe un control dentro de la sociedad, que ocurre a largo plazo, es decir, debe pasar un tiempo para que aquel individuo que vaya contra corriente se adapte al otro pensamiento.

---

<sup>27</sup> Lozano, José Carlos, *op.cit.*, p.150.

<sup>28</sup> *Ibid.*, pp.187-188.

Así es como a través de los medios se logra un estatus de equilibrio social. Un claro ejemplo, es cuando en un partido político uno de los miembros no coincide con las acciones a tomar del resto, sin embargo, se doblega con el tiempo a este hecho, porque así le es conveniente y al final acaba por convencerse.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar y discutir en clase cómo se lleva a cabo el espiral del silencio en materia política del país. Toma como ejemplo lo que ocurre con las cámaras en la toma de decisiones.

Analiza un caso donde el espiral del silencio haya tenido terribles consecuencias. Puedes hacer uso de alguna nota, ya sea de prensa escrita, televisiva, radiofónica o algún material cinematográfico.

### 2.2.6 Usos y gratificaciones

Aquí los teóricos sustentan que los medios no son una especie de manipuladores de la sociedad de masas, sino que son las mismas audiencias las que hacen uso de los medios para satisfacer ciertas necesidades.

Es como cuando nos dicen “Tú sólo escuchas lo que quieres que te digan”. De la misma forma funciona esta teoría: “La situación social en la que viven las personas produce tensiones y conflictos, que pretenden aliviar usando los medios de comunicación”.<sup>29</sup>

Con esto los individuos van a seleccionar, como miembros activos, la información que para ellos o ellas, resulte más pertinente.

Un ejemplo, es lo que sucede dentro de la familia. Si el padre quiere saber qué acontece en su sociedad, verá las noticias, mientras que los hijos, tal vez decidan ver una película, o escuchar el canal de videos musicales, mientras la madre ve las novelas.

---

<sup>29</sup> *Ibid.*, p. 185.

Hasta aquí, nos hemos encargado de mostrar las distintas formas en que actúan los medios de comunicación masiva, pero un tema que resulta aun de mayor trascendencia, es el de los efectos que estos tienen sobre la audiencia.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Elige y determina algún segmento de la audiencia (niños, niñas, adultos, jóvenes) e investiga qué tipo de programas ven y da una breve conclusión de porqué lo hacen.

Analiza a través de un audiovisual cómo se lleva a cabo la teoría de usos y gratificaciones.

### 2.3 EFECTOS EN LOS CONSUMIDORES DE INFORMACIÓN

#### 2.3.1 *Cognoscitivos*

En este punto nos referimos directamente a lo que el individuo conoce de su mundo. La información que se nos presenta día a día en los distintos medios, nos muestra una realidad o múltiples realidades (si hablamos en cuanto a perspectivas o puntos de vista), sobre lo que sucede en nuestro entorno.

Así, con una amplia variedad temática, “el individuo va incorporando normas, valores y pautas de comportamiento social”.<sup>30</sup>

Lo anterior se puede explicar claramente con lo que sucedió con el Síndrome de Inmunodeficiencia Adquirida (SIDA). Al inicio cuando se expone la información en los medios de comunicación, y obviamente no se contaba con estudios tan avanzados como los que tenemos en la actualidad, la gente sabía que era una enfermedad que se estaba propagando, y que lo mejor era no acercarse a las personas que estuvieran contaminadas para evitar contagio. Sin embargo, los estudios han seguido su curso y ahora sabemos que el SIDA no se propaga por estar cerca de las personas que lo padecen, sino que podemos contagiarnos únicamente por tener relaciones sexuales con la persona o por transfusión sanguínea.

---

<sup>30</sup> González Alonso, Carlos, *Principios básicos de la comunicación*, p.30.

Uno de los efectos de los medios es que nos mantienen informados, mas al tenernos así, muchas veces lo que propicia es que no se tomen decisiones sobre cuestiones importantes. La variedad en cuanto ideas es inmensa y lo que podemos aprender resulta casi infinito, desde valores, creencias, actitudes, etc. Lo importante es que contemos con una firme educación para que todo esto resulte un material de uso positivo en nuestras vidas. Hay que tener en cuenta que no toda la información que se nos maneja resulta útil. Muchos estudios sobre incidencia de patrones de conducta violentos en niños se han y se sustentan en el tipo de programas a los que ellos tienen acceso.

Entonces, las cogniciones pueden ser positivas o negativas, en tanto se sepa leer entre líneas y se cuente siempre con una firme educación, ya que así, sabremos distinguir entre lo bueno y lo malo para cada uno de nosotros.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Analiza una nota periodística y discute en clase qué cogniciones de infieren de ella, cuáles son negativas y positivas y cuáles otras hay que leer entre líneas.

Investiga tres tipo de efectos cognitivos y analiza porqué responden a ello.

### 2.3.2 Conductuales

Los medios de comunicación masiva nos dan pautas de comportamiento, nos llevan a actuar de alguna u otra manera de acuerdo a lo que nos presentan en ellos.

La persuasión y manipulación está presente y se da a base de ciertos estereotipos, que como miembros de una sociedad de masas simplemente adoptamos. Además, adquirimos aquellas pautas de comportamiento con las que más afines somos. Un ejemplo es “la publicidad (ya que) es un elemento (...) para conseguir una cierta o total identificación del consumidor”.<sup>31</sup> Si te identificas con quien está desarrollando una acción en determinado comercial o con la acción misma, lo más probable es que compres el producto.

---

<sup>31</sup> *Ibid.*, p. 31.

Lo mismo sucede con los niños y las películas o caricaturas. Ellos se quieren identificar con su personaje favorito, si éste se supone bueno, y logra acabar con la maldad a través de la violencia, el niño querrá hacer lo mismo. Buscará la forma de dar patadas o luchar como lo hace dicho personaje.

Y es aquí donde retomamos lo que ya dijimos en el inciso anterior, lo importante en cuanto a este tipo de efectos en la conducta, es contar con educación, para que la influencia sea siempre positiva.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Realizar un debate sobre la violencia en los niños generada a través de los medios de comunicación masiva. ¿Los medios producen una sociedad con niños violentos?

Haz un análisis de cómo se ha modificado la temática informativa con respecto a los programas juveniles ¿Qué se muestra hoy que antes era incluso imposible de nombrar? Menciona los efectos que tienen en este tipo de audiencia.

### 2.3.3 Emocionales

En este sentido, los programas en los medios harán uso de la parte emotiva para llevarnos a actuar de determinada manera.

Si la información nos llega al corazón, lo más probable es que nos identifiquemos con ella. Los programas de entretenimiento hacen uso de esto. Por ejemplo, cuando ocurre la muerte de un pequeño, la información nos la presentan de cierta manera que nos llega y nos sentimos parte de la historia. Esto sucede mucho con las telenovelas, o programas que presentan situaciones de la vida real.

De la misma manera ocurre en los noticiarios, cuando nos narran algún hecho natural que acabo con millones de vidas. Incluso los comerciales manejan este tipo de información haciendo que actuemos de cierta manera. Es como menciona Alonso en su libro *Principios básicos de comunicación*: “los medios son elementos de cambio (...) en las creencias, en aspectos consumistas y políticos”.<sup>32</sup> Esto lo logran generalmente llegando a la parte emotiva del ser humano.

---

<sup>32</sup> *Ibid.*, p. 29.

Hasta aquí hablamos acerca de los efectos que tienen los medios de comunicación y esto nos servirá para comprender por qué se han vuelto una especie de dioses.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Investiga algún tipo de publicidad que creas llegue al corazón de las personas y lo haga consumir su producto. Realiza un ensayo donde fundamentes tu respuesta.

Analiza a través de un audiovisual un mensaje publicitario y discute porqué éste ha sido uno de los más exitosos, en cuanto a consumo refiere.

### 2.4 LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO DIOSES DEL CONOCIMIENTO

La sociedad en la que vivimos actualmente, es una sociedad donde todo tiene velocidad, y lo que menos tenemos es tiempo.

La tecnología ha hecho que esta situación despunte y se profile en varios aspectos, sin embargo, trata de encontrar la forma en que la sociedad esté en equilibrio, y pueda entonces saber y estar informado de muchas cosas.

Por su parte, los medios de comunicación, y las nuevas tecnologías han venido a ser una especie de solución a la rapidez y a la vez contribuyen a que esta misma se genere. Lo que se busca es el mercado y por supuesto las grandes producciones, que generen el consumo de productos y servicios, porque así es como se mantiene el sistema en hegemonía.

Como bien lo mencionábamos en un inciso anterior, si bien los medios no nos dicen qué pensar, si nos dan de qué hablar. La sociedad actúa bajo estas normas, ya sea porque la audiencia seleccione la información, tal cual algunos críticos lo plantean o porque esta misma llega a ser influenciada por los medios.

Los medios nos muestran la escala jerárquica a la que pertenecemos. “En sociedades democráticas (...) el consumo es el área fundamental para construir y comunicar las diferencias sociales”.<sup>33</sup>

Nos brindan a los líderes de opinión, que son quienes nos mantienen informados de lo que acontece en nuestro medio. A la vez nos brindan las pautas de comportamiento, y nos generan el ocio, a través de un nuevo concepto que se denomina entretenimiento, así “el espectador recurre a la televisión, cine o a la radio para olvidarse de sus problemas cotidianos”.<sup>34</sup>

La falta de una mente crítica se convierte en una amplia barrera que nos impide cuestionar acerca de la información que nos es presentada, contamos con tanta y creemos tanto en nuestros líderes, que simplemente buscamos la salida más sencilla: el conformismo, que no es sino “el sometimiento (del individuo) a pautas de un grupo social.”<sup>35</sup>. De esta manera, el sistema se mantiene en balance, pues es la misma audiencia, debido al ritmo tan acelerado de vida, la que le da a los medios y las nuevas tecnologías ese carácter de dioses de la información.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Realiza un debate sobre si son o no los medios de comunicación dioses de la información.

Analiza, por medio de un ensayo porqué la sociedad de masas ha establecido a la televisión como el creador de la verdad.

---

<sup>33</sup> Lozano, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*. p.201.

<sup>34</sup> González Alonso, Carlos. *Principios básicos de la comunicación*, p.28.

<sup>35</sup> *Ibid.* p.31.

## AUTOEVALUACIÓN

### RESPONDE:

1. ¿Qué es desinformación?
2. Recurso más importante para no estar desinformado
3. ¿Qué es fondo?
4. ¿Qué es forma?
5. Da un ejemplo de aguja hipodérmica
6. Explica la teoría de los dos pasos
7. Explica cómo funciona el espiral del silencio.
8. Define y da un ejemplo del Knowledge gap
9. ¿A qué se refiere el término usos y gratificaciones?
10. Da el ejemplo de agenda setting de algún noticiario o canal televisivo
11. ¿Cuáles son los tres tipos de efectos? Da un ejemplo de cada uno
12. Explica por qué los medios y las nuevas tecnologías se han convertido en dioses del conocimiento

### RESPUESTAS:

1. Es cuando el destinatario de la información recibe un producto informativo incorrecto a consecuencia del silencio, la intencionalidad o el error de la fuente, del periodista o del emisor, o de su interrelación. Además de que el receptor de dicha información carezca de una mente crítica para hacer un buen uso de ella.
2. Mente crítica

3. Es la intención que tiene un mensaje
4. Es el mensaje mismo
5. Cualquiera que corresponda a un estímulo-respuesta
6. Es cuando la información llega a la audiencia a través de un líder de opinión en quien creen ciegamente.
7. Es el proceso mediante el cual se logra un control social, pues aquellas partes disfuncionales del sistema permaneces calladas por conveniencias propias, adoptándose al final a la idea generalizada.
8. Knowledge gap responde a la abundancia de información en los medios sobre temas específicos, que son recibidos sólo por aquellos que concuerdan con dichos intereses. El ejemplo puede ser cualquiera que corresponda a esta definición.
9. Los medios no son una especie de manipuladores de la sociedad de masas, sino que son las mismas audiencias las que hacen uso de los medios para satisfacer ciertas necesidades.
10. Cualquiera que concuerde con la definición
11. Cognitivos, emocionales y conductuales. El ejemplo puede ser cualquiera que concuerde con su definición.
12. Porque los medios y nuevas tecnologías hacen uso de la situación en la que se vive (tiempo es lo menos que se tiene) y varios elementos, como los líderes de opinión y la carencia de una mente crítica, para que la audiencia los tome como sus fieles generadores de la verdad.

# UNIDAD 3

## EDUCADORES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

### OBJETIVO

El estudiante sabrá cuál es la importancia que tiene la sociedad en general en la adaptación a una nueva era tecnológica, basada en los medios masivos de comunicación y en las nuevas tecnologías, pues a través de ésta que se pueden lograr nuevas competencias que den pie al desarrollo de una mente crítica.

### TEMARIO

1.5 LA FAMILIA

1.6 EL ENTORNO

1.7 LA ESCUELA

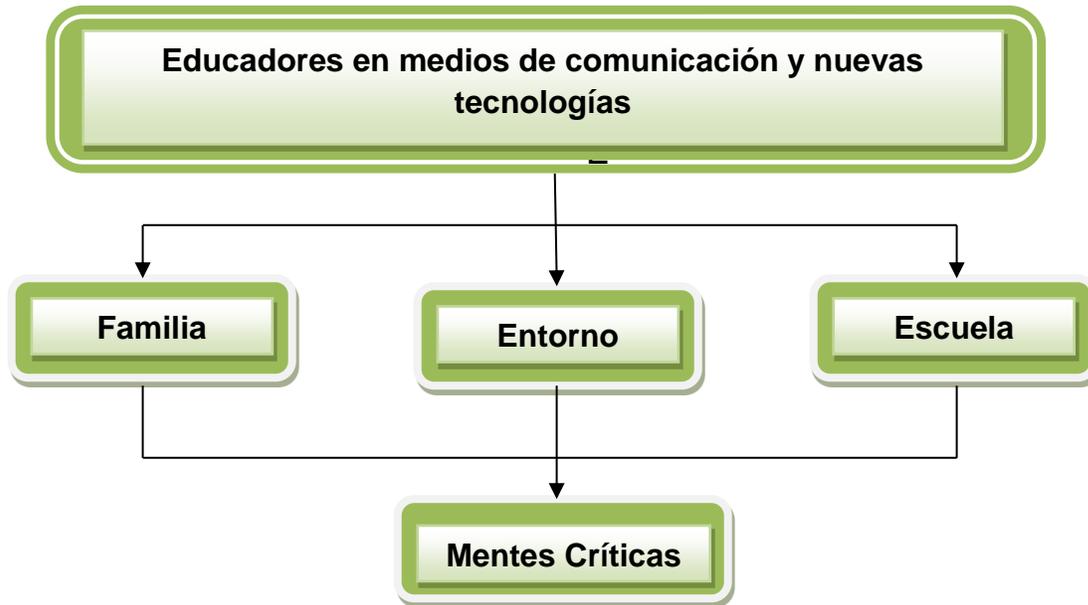
1.8 CREACIÓN DE MENTES CRÍTICAS

*1.8.1 Dudar*

*1.8.2 Leer detrás de líneas*

*1.8.3 Retroalimentación con los otros*

## MAPA CONCEPTUAL



## INTRODUCCIÓN

En este capítulo trataremos acerca de los tres puntos clave en la sociedad: la familia, el entorno y la educación. Lo que nos permitirá conocer los alcances que tienen en las nuevas generaciones para un buen uso de los medios electrónicos y más que esto, para darle la utilidad a la información que en ellos aparece.

Es imposible que el ser humano se entienda y conciba como un individuo, ya que una de las principales características que lo identifican, es su carácter social. Los hombres y mujeres no vivimos aislados, necesitamos los unos de los otros para poder desarrollarnos.

Es por ello, que la trascendencia que tiene la sociedad en cada uno de nosotros es radical para la generación de mentes críticas, que permitan la realización de la persona, de su ámbito en el que se desenvuelve y del mundo en general. Hay que estar conscientes que en un mundo global, lo que afecta a uno, afecta a todos.

Saber manejar la información es cuestión de educación, la que empieza en los hogares, se permea con el entorno y se afianza en la escuela.

### 3.1 LA FAMILIA

Debemos reconocer que el primer lazo social que tiene cualquier individuo es la familia, la que es considerada como el núcleo de la sociedad. De ella emana el primer eslabón en cuanto a materia de educación se refiere.

Se nos enseña a nombrar las cosas a través de las palabras, que son básicas para poder comunicar nuestras necesidades. De hecho, el ser humano, nace e inmediatamente busca ejercer el patrón comunicativo, que le permita satisfacer lo que conocemos como necesidades básicas: comer, dormir, principalmente. No empieza con palabras, pero se manifiesta por medio del llanto o balbuceos.

Posteriormente, la madre es la encargada de mostrar el camino que le permitirá enfrentarse a la sociedad, que como lo mencionamos en el párrafo anterior, es la palabra.

Por esta razón, es imperante que en una era en donde la comunicación está dada por la tecnología, los valores y principios, se refuercen en la familia, si no sucederá lo que podemos visualizar día a día, en donde en vez de contar con un gran número de gente informada, tenemos un gran número de personas desinformadas.

Sobre ello habla Ignacio Aguaded en su libro “Convivir con la televisión” en el que nos menciona, que el conocimiento que se obtiene de los medios, es influido por la familia, convirtiéndose ella misma en el eslabón que refuerza o evita algún tipo de saber.

Es en el núcleo de la sociedad donde se nos habla de los valores, que pueden ser concebidos como buenos o malos, dependiendo de donde nos toque vivir. Sin embargo, las normas que se han establecido socialmente nos marcan claramente cuáles deben ser nuestros patrones de comportamiento, aun cuando en los medios y nuevas tecnologías encontremos estereotipos que caen en versiones contrarias. Sólo las personas que no tienen una buena estructura que parte de la familia, se perderán en el amplio contenido mediático, serán sólo seres desinformados. Por esto, es radical entender que “la cotidianidad familiar (...) es uno de los espacios clave de

interpretación y decodificación”<sup>36</sup> de información; es decir, es en donde se establecen los fundamentos y bases de las mentes críticas.

La familia es la encargada de la formación del individuo para su participación en el ámbito social. Ella “(...) ejerce (...) una influencia en los hábitos y preferencias televisivas del joven”.<sup>37</sup> Es en este medio donde, acorde a nuestras experiencias de vida obtendremos nuestros gustos, al menos, de forma inicial. Aquí desarrollaremos nuestra capacidad de elección. Sabremos qué programas ver, cuáles no, que información es sustancial y cuál no.

Hasta ahorita hemos mencionado, el caso particular de uno de los medios, la televisión, por ser con el qué más contacto se tiene. Sin embargo, el medio no es la cuestión, puede ser cualquiera de ellos. Mas las estructuras de valores se deben dar en la familia y funcionar para los datos que se obtienen a través de todos ellos. Los efectos son los mismos, la solución es la misma: *Mente crítica*.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Observar si en casa la familia funciona como un educador, o simplemente es un pasivo de la información, en donde no se platica lo observado. Realizar un ensayo sobre las necesidades que tiene la familia para que ésta sea un buen educador de los medios de comunicación y nuevas tecnologías.

Realizar una mesa redonda acerca de si la familia debe o no ser un educador. Si esto último nos beneficia, cómo y en qué puede perjudicarnos.

### 3.2 EL ENTORNO

Hay que tener en cuenta, que aunque es en la familia donde se establecen las bases, el entorno que se genera a través de esta institución, puede modificar o reforzar los valores. “Las organizaciones de todo tipo (...) también intervienen al construir para el

---

<sup>36</sup> Lozano, José Carlos, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, p. 208.

<sup>37</sup> *Ibid.*, p. 206.

individuo fuentes de información y de elaboración de significaciones socioculturales”.<sup>38</sup>

Lo anterior, significa, que el ser humano no sólo vive en familia, sino que ésta extiende sus lazos más allá y es el entorno el que le brindará, a hombres y mujeres, unos nuevos patrones de vida, que acorde a sus principios pueden reforzar los de la familia, pueden agregarse otros que concuerden con sus bases o simplemente si la estructura inicial es débil, tirarla y modificarla. Es pues el “entorno cultural general, (...) determinante para educar (...) ‘con’ y ‘en’ los medios, (a los individuos) para la creación de actitudes que tengan hacia ellos”.<sup>39</sup>

El lugar jerárquico que tenemos dentro de la sociedad, también influirá de forma determinante en nuestra concepción del mundo que nos rodea y por tanto en la manera de estar informados. Los medios de comunicación no tienen el mismo significado para todos los estándares sociales. Habrá que recordar lo que Humberto Eco nos manifiesta sobre la significación, de la que ya hablamos en el capítulo 1. Para los que tienen muchos recursos económicos la televisión, la radio, el cine, el internet, no serán los medios informativos, sino las herramientas que a la vez que les proporcionan datos importantes, les permiten entretenerse. Por su parte, los que menos recursos económicos tienen, será su único eslabón con el entorno.

Así, Fuenzalida “destaca la importancia del contexto sociocultural en la mediación televisiva”<sup>40</sup> y como ya lo expliqué en ocasiones anteriores, esto ocurre con cualquiera de los medios.

Sin embargo, la familia y el entorno no son los únicos educadores de los individuos. Hay que hacer mención, sin lugar a dudas, de uno de los lugares en el que se desarrolla gran parte de la vida, la escuela. De la que hablaremos en el siguiente apartado.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

---

<sup>38</sup> *Idem.*

<sup>39</sup> Cabero Almenara, Julio, *Nuevas tecnologías, comunicación y educación*, (<http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/3.pdf>).

<sup>40</sup> Lozano, José Carlos. *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, p.208.

Desarrollar un caso en donde se ejemplifique al entorno como educador en los medios de comunicación.

Realizar un ensayo sobre cómo ha influido el entorno en cada uno de los estudiantes para su percepción, entendimiento y buen uso de la información.

### 3.3 LA ESCUELA

En cuestiones generales, se supone que los niños y las niñas hasta etapas superiores educativas, deben acudir a la escuela, ya que es dentro de ella donde se dará el refuerzo a lo ya aprehendido y aprendido en el núcleo social y en el entorno.

Los medios, sin lugar a dudas influyen en el sistema educativo, ya que las escuelas son las encargadas principales de mantener una hegemonía de conocimiento, específica en cada uno de los niveles educativos.

En dicha institución se nos deberá enseñar a partir de la tecnología, y por tanto, se nos mostrará cómo es que tiene que utilizarse para la obtención de la información. Mas su tarea, no termina aquí, sino que ésta se extiende al uso de la misma. Hay que formar al estudiante en “capacidades cognitivas, adquisición de conocimiento, (en) modos de funcionamiento de programas (...) y contenidos de los medios”.<sup>41</sup>

Estos patrones no son los únicos que van a tener influencia en la creación de mentes críticas por parte de la escuela, sino que el modelo sociocultural que se desarrolle en la institución educativa a la que pertenecen cada uno de los estudiantes también repercutirá en dicho proceso.

“La forma en que la escuela socializa a los estudiantes y los métodos y estrategias docentes que utiliza en su formación, parecen también determinar el tipo de interacción que posteriormente establecerán con los medios”.<sup>42</sup>

La escuela es por tanto, la encargada de establecer los patrones de contacto de los medios y los estudiantes. Si la formación que de ellas emana a los alumnos,

---

<sup>41</sup> Sevillano García, María Luisa, *Nuevas tecnologías en educación social*, p. 19.

<sup>42</sup> Cabero Almenara, Julio, *Nuevas tecnologías, comunicación y educación*, (<http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/3.pdf>).

es la que les dará como resultado una mente crítica, el trabajo se podrá dar por sentado.

Por esta razón, es que la institución educativa a la que los niños y niñas deben asistir no debe ser de carácter autoritario, sino aquella que les lleve a procesar la información y les eduque para poder leer entre líneas, lo que dará por resultado, hombres y mujeres que pueden enfrentarse a una nueva era tecnológica, obteniendo de ella el mejor uso de la información. Es pues, de sustancial importancia, saber cómo se deben generar dichas mentes.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Analizar qué ocurre en la universidad a la que asisten, en cuanto a la educación en los medios de comunicación y nuevas tecnologías. Establecer qué le hace falta y cómo es que se pueden solucionar dichas carencias.

¿Qué le hace falta a nuestro país en el nivel educativo para tener una amplia gama de gente informada? Realiza un ensayo.

### 3.4 CREACIÓN DE MENTES CRÍTICAS

#### 3.4.1 *Dudar*

Las nuevas generaciones no pueden darse el lujo de permanecer estáticos ante la información que reciben diariamente. Es imperante que se les abra la mente y no sean un elemento encargado de guardar datos ya establecidos, además de confiar en que estos sean certeros.

Bien dice un buen dicho: "Hay que dudar de todo, hasta de la duda misma". Habrá que retomar nuestra faceta de niños para cuestionarnos todo, tal y como ellos lo hacen.

Los educadores en este sentido, deben buscar en los jóvenes como dice Sevillana García en su texto "Nuevas tecnologías en educación social", mentes analíticas, que permitan analizar contenidos, mentes reflexivas, que nos lleven a hacer conciencia de su uso y mentes orientadas a la acción.

“No está más informado el individuo que lee cinco periódicos, observa varias cadenas de televisión y oye diferentes emisoras de radio, sino aquel que es capaz de determinar (...) los elementos básicos para interpretar la misma”.<sup>43</sup>

Lo importante es entonces preguntarnos qué es lo que los medios nos quieren dar a entender, no quedarnos con una supuesta información ya digerida. Para esto, habrá que saber leer entre líneas.

### 3.4.2 *Leer detrás de líneas*

Una vez que retomamos nuestro camino y cuestionamos el mundo, y por lo tanto, dudamos de la información que nos es presentada a través de los medios, podremos llegar a entender “¿qué es lo que se toma por sentado de un programa?”.<sup>44</sup>

Con lo anterior me refiero a que no nos podemos quedar sentados y como mencionamos en el inciso anterior, dejar simplemente que la información llegue a nuestras manos. Habrá que descubrir, qué es lo que nos dicen, que no nos muestran en los datos presentados.

El problema radical no está “en lo que se comunica y transfiere (...), sino precisamente en lo que deja de comunicarse, y que puede impedir el desarrollo de futuras habilidades y estrategias”.<sup>45</sup>

Toda información lleva consigo un detrás, datos que nos son relevantes y que si no sabemos leerlos, jamás nos enteraremos de ello, y continuaremos en nuestro estatus llano de desinformación. Es simple, la lectura de este tipo de información está dada a través de la duda, la cual al relacionarla con los conocimientos, valores, principios y otra información nos brindará o acercará a una respuesta que pasará a otro proceso: ser reflexionada con las ideas de los otros. Y para esto habrá que iniciar con lo que se denomina retroalimentación.

### 3.4.3 *Retroalimentación con los otros*

---

<sup>43</sup> Cabero Almenara, Julio, *Nuevas tecnologías, comunicación y educación* (<http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/3.pdf>).

<sup>44</sup> Lozano, José Carlos, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, p. 167.

<sup>45</sup> Cabero Almenara, Julio, *Nuevas tecnologías, comunicación y educación* (<http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/3.pdf>).

Tal vez tú primera interrogante en este momento es ¿qué es la retroalimentación? La explicación más sencilla: es la comunicación con otras personas.

Después de que tuvimos una exposición a los medios y obtuvimos de ellos cierta información que fue procesada interiormente y llevada a una conclusión, habremos de saber qué piensan de la misma los otros.

“Como es bien sabido, el simple hecho de propiciar en clase una discusión sobre lo observado en televisión, escuchado en la radio, visto en una pantalla de ordenador o leído en el periódico, ayuda a formar receptores más críticos”.<sup>46</sup>

Lo cierto es que una vez que nos retroalimentemos, sabremos y entenderemos qué curso es el que más probablemente sigue la información. De esta manera no nos perderemos en un cúmulo de datos, que no podemos o no somos capaces de procesar, porque no sabemos qué es lo que se nos está informando.

En esta era si la información no recibe un buen uso, entonces no es más que deshecho, es como nos menciona Sevillana García, las mentes no sólo deben quedarse en cuestiones críticas y analíticas, sino que deben poder llegar a actuar de la forma más certera, con base en dichos datos.

Como puedes ver el mundo global nos lleva a contar con educadores globales, que permeen al mundo de manera global. ¿A qué me refiero? A que el triunfo de esta nueva concepción, está dada por una nueva enseñanza que parte del individuo hasta que se extiende al mundo.

Finalmente, creo es importante concluir ejemplificando qué es una mente crítica y cuál no lo es. Pongamos el caso de dos pequeños, ambos observan el mismo programa de televisión, en este caso elegimos “Ranma y medio”. Ésta es una caricatura en la que un joven adolescente se transforma en mujer cuando toca el agua, y vuelve a su etapa masculina cuando el agua lo vuelve a tocar.

Uno de los pequeños observa el programa con sus padres. El otro lo hace sólo. El niño que lo hace de la mano de sus progenitores, sabrá que algo extraño ocurre en la caricatura, puede incluso llegar a tener miedo de tocar el agua por

---

<sup>46</sup> *Idem.*

convertirse en mujer. Los padres le explican que esa es una situación anormal y que no es real. Un niño no se transforma en mujer por tocar el agua. El niño lo entiende y sabe hasta el momento que eso va más allá de lo natural.

Por el otro lado, el pequeño que observó la misma caricatura no cuenta con una persona que le explique lo sucedido, se irá con la información que obtiene directamente del programa y seguirá su curso.

El primero, gracias a la información analizada junto a los padres, sabrá que no toda la información que le presentan los medios, es real, cuestionará y dudará de lo que ve. El segundo niño simplemente se va a conformar con lo que ve, y si cuenta con suerte, alguien lo sacará del enredo, de lo contrario no desarrollará una mente crítica, simplemente creará en los medios como si estos fueran unos dioses de la información.

Por lo tanto, la mente crítica es la que siempre cuestiona todo lo que le rodea, en este caso la información que surge a partir de los medios masivos de comunicación y de las nuevas tecnologías. Hay que partir del núcleo familiar y permitir que se extienda en el resto del entorno.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

A través de un audiovisual informativo, pon a prueba tu mente crítica y desarrolla qué es lo que plantean los medios de la información que percibiste. Desarrolla una lluvia de ideas. Posteriormente, discútela en clase y concluye.

Observa y analiza un noticiario, y en un ensayo plantea qué te dice la información presentada.

## AUTOEVALUACIÓN

### RESPONDE:

1. ¿Qué son las mentes críticas?
2. ¿Quiénes son los encargados de educar a las nuevas generaciones en el buen uso de la información?
3. ¿Cuál es el proceso que se debe seguir para generar mentes críticas?
4. Menciona dos características que debe desarrollar la familia para poder educar a sus hijos en una concepción crítica de la información?
5. ¿Cómo deben funcionar las instituciones educativas en la creación de mentes críticas?
6. Da un ejemplo de cómo funciona el entorno en la generación de mentes críticas.

### RESPUESTAS:

1. Personas capaces de juzgar la información que les llega a través de los medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías.
2. La familia, el entorno y la escuela.
3. Dudar, leer entre líneas y retroalimentar.
4. Establecer una buena base fundamentada en los valores, principios y que exista una retroalimentación de la información observada y/o escuchada.
5. La escuela no debe ser de carácter autoritario, sino aquella que les lleve a procesar la información y les eduque para poder leer entre líneas, ya que sólo de esta manera se hará un buen uso de los datos presentados por parte de la audiencia.

6. Cualquiera que esté acorde con la información presentada en el inciso de entorno.

## UNIDAD 4

# MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS COMO EDUCADORES

### OBJETIVO:

El estudiante conocerá el paso que se tiene que dar en la educación para que ésta sirva a las nuevas generaciones. Hoy en día, es prácticamente imposible enseñar sin los medios de comunicación y nuevas tecnologías, ya que la sociedad se comunica, existe y subsiste por ellos. Un joven bien educado en esta nueva era es aquel que sepa manejar la información que le llega.

### TEMARIO:

4.1 LA ESCUELA, UN FACILITADOR DE LA INFORMACIÓN: FIN DE LA ESCUELA AUTORITARIA.

4.1.1 *Transformación de la escuela tradicional por la tecnología.*

4.1.1.1 *La imagen audiovisual: espectro del conocimiento*

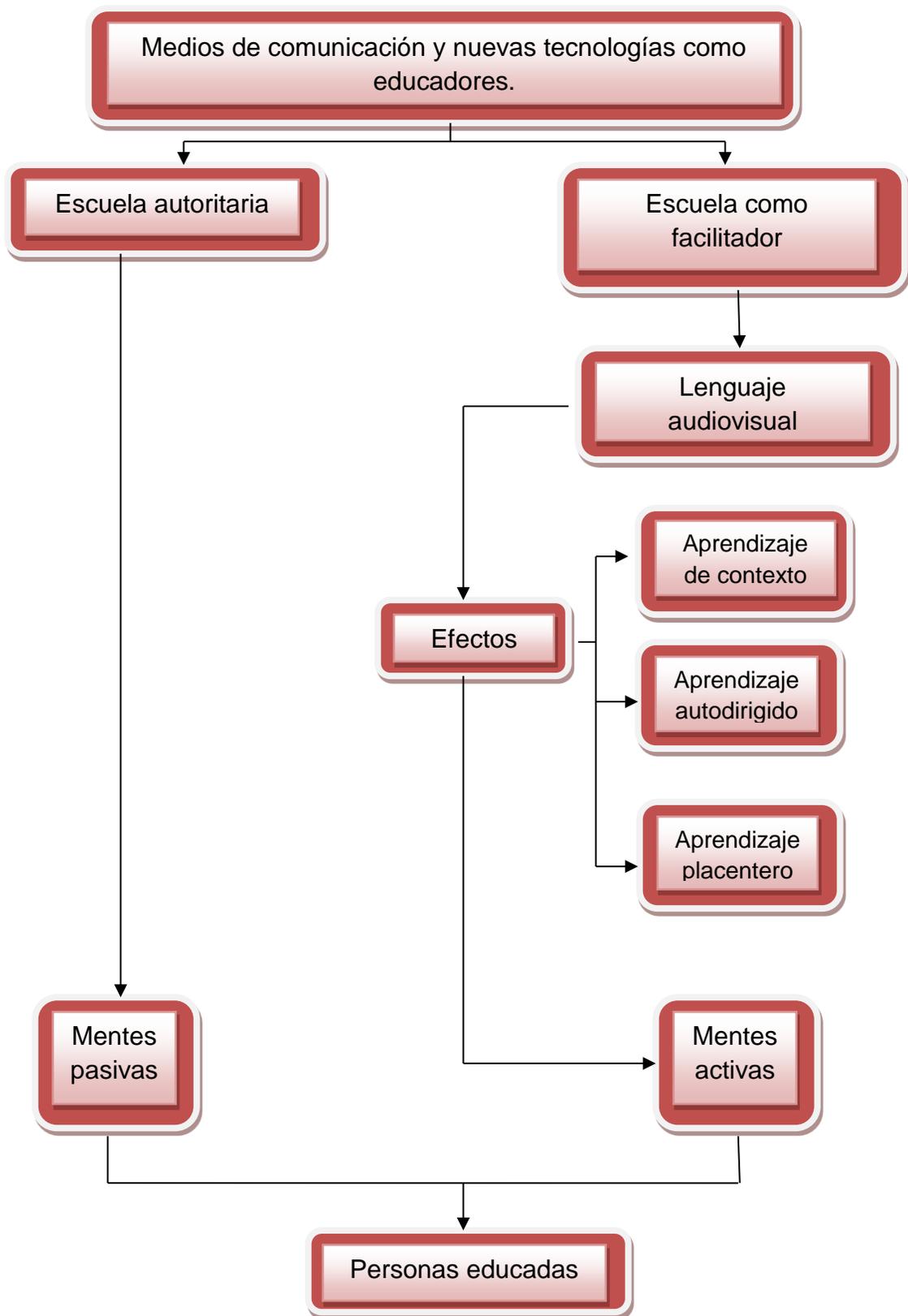
4.1.2 *Efectos del uso de los medios de comunicación y nuevas tecnologías en materia educativa*

4.2 ¿QUÉ NOS EDUCA?

4.3 SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN POR MENTES CRÍTICAS

4.3.1 *Mentes activas y pasivas: ¿quiénes adquieren conocimiento?*

# MAPA CONCEPTUAL



## INTRODUCCIÓN

La era global formada por los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías impiden que la educación siga en un lugar estático, en donde el maestro es la fuente principal de conocimiento, ya que la fuente ahora es de tipo audiovisual.

La cuestión no es que lo educadores dejen de prepararse, sino que lo hagan en cuestiones tecnológicas para que a los alumnos les lleguen este tipo de saberes y puedan desenvolverse.

La vida misma va evolucionando, todos cambiamos, no envejecemos siendo los mismos. La tecnología lo hace prácticamente segundo a segundo, y lo que hoy es un boom, mañana resulta obsoleto. De la misma manera, debe ocurrir con todas las actividades de hombres y mujeres, y la educación no tiene porqué estar sesgada de ese privilegio.

Debe existir una modificación en los maestros, ya que estos tienen que dejar atrás ese título y transformarse en lo que hoy conocemos como facilitadores y guías de la información. El conocimiento nos lo da la tecnología, el guía o facilitador nos debe mostrar el camino para su buen uso. La memoria, principio básico de la escuela autoritaria, pasa a un segundo término para dar primordial relevancia a las mentes críticas.

## 4.1 LA ESCUELA, UN FACILITADOR DE LA INFORMACIÓN: FIN DE LA ESCUELA AUTORITARIA

### 4.1.1 *Transformación de la escuela tradicional por la tecnología*

Como bien lo mencionamos en el apartado anterior, la educación tal y como la conocemos actualmente debe cambiar. Las “(...) nuevas tecnologías están posibilitando la aparición de nuevos entornos de enseñanza/aprendizaje. Las instituciones educativas tradicionales deberán afrontar el desafío (...) de verse relegadas”.<sup>47</sup>

Aún contamos con escuelas en donde los maestros son la herramienta esencial del conocimiento; es decir, el profesor es la fuente que lo sabe todo y a ésta no se le puede contradecir.

Sin embargo, el cúmulo informativo al que nos han llevado los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías, apremia la aparición, si no es que la evolución de las escuelas, que llamaremos autoritarias (tal y como las conocemos hasta hoy), a un tipo de escuelas en donde el conocimiento no recae directamente en el maestro, pues la tecnología es la que se encargará de este rubro, mientras que los profesores no serán sino guías y facilitadores del saber.

“El nuevo profesor precisa de una sensibilidad especial para relacionarse, servirse, utilizar estos nuevos medios de y para la comunicación”.<sup>48</sup> Ésta será la forma más sabia de involucrar a los estudiantes en el nuevo ámbito educacional. Hay que recordar un dicho:”Para poder decir cómo hacer las cosas, hay que saber hacerlas”. Por ello, los maestros, en este caso, los facilitadores del conocimiento, deben estar permeados del manejo y funciones de las nuevas tecnologías y medios de comunicación, ya que es la única manera de mostrar el camino a los alumnos.

Una vez que los profesores cuentan ya con un amplio bagaje en cuestiones tecnológicas, hay que encontrar una manera de llevar este saber a los estudiantes. Así como para memorizar, que era la destreza usual de la escuela autoritaria, tuvimos que aprender a hablar, leer y finalmente escribir, ahora habrá que alfabetizar a las nuevas generaciones en el nuevo espectro de educación mediática. “(...) Nos

---

<sup>47</sup> Sevillano García, María Luisa, *Nuevas tecnologías en educación social*, p. 9.

<sup>48</sup> *Idem*.

encontramos ante una auténtica ‘segunda alfabetización’ imprescindible para la vida cultural y social”.<sup>49</sup>

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Saca las características que tiene tu escuela, y haz un ensayo sobre por qué es una escuela autoritaria o de la nueva era.

Haz un proyecto en el que desarrolles cómo es que se deben dar las clases en la actualidad.

### *4.1.1.1 La imagen audiovisual: espectro del conocimiento*

El cambio que ha tenido el ser humano con el avance tecnológico ha traído consigo una nueva inteligencia: la audiovisual. Los niños, niñas y jóvenes en general, entienden mucho mejor a través de un lenguaje basado en el sonido e imagen, que sin él. La pregunta entonces es: ¿por qué ocurre esto? Simple, la experiencia cotidiana los ha llevado a contar con un nuevo patrón, en el que la mente procesa la información que ve y escucha. Si la interrogante persiste, la explicación más precisa, es porque se enfrentan a este tipo de lenguaje minuto a minuto, desde el momento en que nacen, e incluso desde antes de ver por primera vez la luz del día.

Los infantes y los jóvenes viven en un mundo mediático. Desde pequeños, ven y oyen noticias, ya sea en la televisión o en la radio. Se entretienen con películas en el cine e incluso se divierten a través de la computadora. El mundo de la segunda y tercera dimensión, es ya nuestro y su mundo.

“Con la digitalización (y los medios de comunicación) [...] se originan dos nuevos sistemas [...] el ‘modelo visual’ y ‘mundos de imágenes visuales’”<sup>50</sup>

Todo lo que nos rodea, está mediado por el sonido y la imagen. Tal como nos dice Bettetini en su libro “Las nuevas tecnologías de la comunicación”, nuestra interacción comunicativa se ha deslizado ya, del ámbito cara a cara, para transformarse a una comunicación por medio de un intermediario: la tecnología.

---

<sup>49</sup> *Ibid.*, p. 10.

<sup>50</sup> *Ibid.*, p. 41.

Si la realidad es entonces concebida a través del lenguaje audiovisual, habrá que enseñar con éste. El saber debe partir de formas que los intermediarios procesen y éste se haga llegar a la audiencia, a los estudiantes. La clave está en una educación mediática a través de la radio, la televisión, el cine y las redes.

La principal característica en materia educativa tiene y precisa ser hoy por hoy: la imagen audiovisual.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Crea en tu computadora un collage de imágenes de distintas cosas. Pásalas lo más rápido que puedas. Pon a un adulto a que observe y te diga qué fue lo que alcanzó a ver. Hazlo de la misma forma con un joven o adolescente.

Discute cuáles son los beneficios y las desventajas de pertenecer a una era audiovisual.

### *4.1.2 Efectos del uso de los medios de comunicación y nuevas tecnologías en materia educativa*

Ahora que estamos conscientes de los porqués del uso de los medios de comunicación y nuevas tecnologías en materia educativa, tenemos que tomar conciencia sobre los efectos que estos producirán.

María Luisa Sevillano en su texto “Nuevas tecnologías en educación social” nos plantea tres efectos importantes que son el aprendizaje de contexto, el autodirigido y el placentero. En el primer efecto, aquel que aprende va a hacer una relación del nuevo conocimiento con las experiencias que ya haya adquirido de sus exposiciones cotidianas con los medios, lo que le permitirá reforzar dichos saberes, o cuestionarlos y establecer un nuevo concepto.

En cuanto al aprendizaje autodirigido, dependerá de cada persona, de que él o ella quieran saber de su mundo. Ésta corresponde directamente a los intereses y necesidades que cada individuo quiera saber.

Finalmente, al aprendizaje divertido. Lo es porque no existe un límite, cada quien puede aprender lo que quiera, como quiera, con quien quiera y cuando quiera.

Cómo entender lo anterior de forma clara. Creo que la siguiente ejemplificación hará el honor:

Una persona se enfrenta a la televisión, en ella le informan que el brócoli produce cáncer. Obtiene esta primera información, sin embargo, habrá que constatar que el mensaje resulte verdadero. Dicho individuo, se permea de otros programas, de otros medios, en fin de otras experiencias con los medios en donde esta idea es clasificada como errónea. Al conocimiento que llega es que el brócoli no produce cáncer, sino todo lo contrario. Sin embargo, el primer medio al que se enfrentó y en particular el programa que vio no es un programa de fiar. Hasta aquí contamos un aprendizaje cognoscitivo.

La misma persona se enferma de gripa, le recetan un medicamento, y sus síntomas en cuanto a gripa mejoran, sin embargo, empieza con otros malestares. Se mete a internet investiga qué contiene el medicamento y ve qué posibilidades hay de que el efecto no se dé o que el medicamento se pueda cambiar por otro que ayude con la gripa y tenga los mismos efectos. El aprendizaje en este rubro es autodirigido, se aprende el contenido del medicamento, pero porque la persona cuenta con una necesidad imperante, no sentirse mal.

Finalmente, el placentero es el que tiene que ver con los gustos de la persona. Habrá mujeres que gusten de programas de cambio de imagen, y verán estos y aprenderán cómo hacerlos, o que tipo de sombras son los de temporada. Habrá quienes gusten de películas y así aprenderán y aprehenderán su mundo.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Elige una situación y aclara en dónde se localizan los tres efectos.

A través de un audiovisual, sitúa los tres tipos de aprendizaje.

### 4.2 ¿QUÉ NOS EDUCA?

Todo lo que nos rodea nos presenta un tipo de conocimiento que proviene de datos. Lo que nos educa es la información que seamos capaces de interpretar. Para esta capacidad de análisis tenemos que contar, como nos menciona Julio Cabrero en su

artículo “Nuevas tecnologías, comunicación y educación”, con una formación en las nuevas herramientas mediáticas, para que éstas nos lleven a solucionar problemas, procesar y analizar datos.

Si aprendemos estas destrezas, entonces estaremos iniciando nuestro proceso de educación.

Lo importante, es nuevamente mencionar nuestra estructura clave, las “mentes críticas”, ya que son ellas las que nos llevarán al éxito educacional. “El hombre debe construir y establecer una distancia crítica hacia los medios y las nuevas tecnologías y forjarse una actitud responsable hacia ellas”.<sup>51</sup>

Con lo anterior me refiero a que lo que nos educa es la capacidad de selección informativa que tenga cada hombre y mujer. De esto hablaremos con mayor claridad en el siguiente apartado.

#### 4.3 SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN POR MENTES CRÍTICAS

##### 4.3.1 *Mentes activas y pasivas: ¿quiénes adquieren conocimiento?*

Hasta ahora podemos concebir dos tipos de personas, unas que cuentan con una mente activa y las otras que reconoceremos como mentes pasivas. Pero, ¿qué es cada una de éstas?

Una mente pasiva es aquella que es incapaz de cuestionar lo que observa o escucha a través de cualquier medio. Por el otro lado, una mente activa es aquella que cuestiona todo lo que le rodea.

En esta era sabemos que lo importante para sobrevivir en nuestro nuevo medio es contar con una mente ágil, capaz de percibir algo que va más allá de la simple información que nos dan a conocer los medios y nuevas tecnologías. Una activa, en este sentido, sería la que es capaz de obtener conocimiento, ya que una mente pasiva, tal cual nos señala Carlos Lozano en su libro “Teorías e investigación de la comunicación de masas”, es aquella que resulta perfectamente manipulable por los medios. Por lo tanto, estamos hablando de lo que él mismo denomina como una sociedad de masas, que resulta conformista y poco provechosa de los datos que

---

<sup>51</sup> *Ibid.*, p. 43.

obtiene. ¿Por qué? Porque no podrán hacer un buen uso de la información, simplemente, son personas o individuos, que viven en la comodidad de lo que un sistema les establece, no buscan mejorarlo en ninguna forma, no buscan cambiarlo, sólo se mantienen en su estado de confort.

Un ejemplo que me resulta bastante tangible, son dos niños en un aula, uno de ellos es tímido, escucha lo que el profesor le dice y acata como verdadero. El otro es el típico niño preguntón, que todo quiere saber, de todo duda. Por supuesto, para el profesor el primer niño le es materia sencilla de trabajar y moldear, sobre todo si hablamos de una escuela autoritaria, sin embargo, el niño preguntón se vuelve un completo problema. Mas la interrogante es ¿quién aprende más? Es claro que el niño que más quiere saber es el que mayor información tiene y obtendrá, por tanto, el que mejor sabrá relacionarla con las experiencias vividas a través de su entorno, y de su familia. Éste, el niño preguntón, es el alumno por excelencia del nuevo modelo de educación, él es la mente activa.

El niño de esta era es pues sin lugar a dudas, el que según Orozco, “después de recibir el mensaje (...) lo discute con miembros de la familia, escuela, amigos o compañeros (...) rediseñando sus significados.”<sup>52</sup>

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Elige un programa televisivo, y por medio de un ensayo, analiza, qué hay detrás de éste y cómo es que puedes darle un uso práctico a la información que obtienes de éste.

Observa un pedazo de una película y discute en clase cuál es el mensaje que de ésta se deslinda.

---

<sup>52</sup> Lozano, José Carlos, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, p. 210.

## AUTOEVALUACIÓN

### RESPONDE:

1. ¿Cómo debe ser la escuela de hoy?
2. ¿Qué es la escuela autoritaria?
3. ¿Cuál es la importancia de la imagen audiovisual hoy en día?
4. Menciona los tres efectos del uso de los medios de comunicación y nuevas tecnologías.
5. ¿Qué nos educa?
6. Da un ejemplo de mente activa y uno de mente pasiva.

### RESPUESTAS:

1. Debe ser una escuela en donde los maestros dejan de ser la fuente del conocimiento autoritario y pasan a ser simples guías o facilitadores de la información.
2. Es la escuela donde la fuente del conocimiento es el profesor y a este no se le puede contradecir.
3. Que es a través de esta que nos comunicamos.
4. Aprendizaje de contexto, el autodirigido y el placentero
5. Todo aquello sobre lo que nos cuestionamos y que nos sirve como una base para utilizarlo con un fin determinado.
6. Cualquiera que vaya acorde al concepto de cada uno.

## UNIDAD 5

# CREACIÓN DE PROGRAMAS EDUCATIVOS A TRAVÉS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y NUEVAS TECNOLOGÍAS

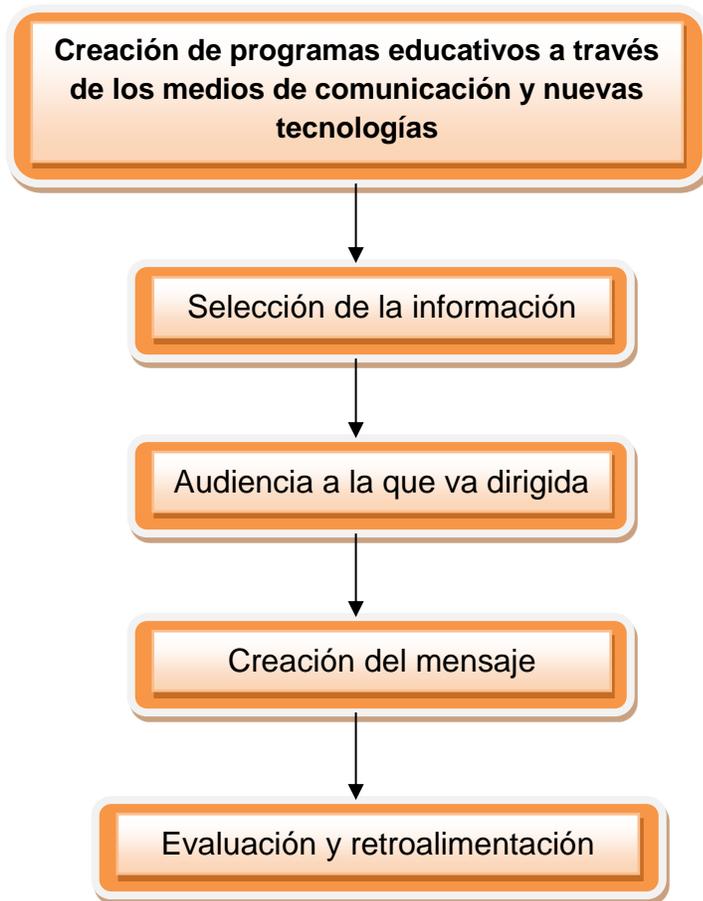
### OBJETIVO

El estudiante sabrá cómo desarrollar un programa que sirva para educar a los alumnos de la nueva, por supuesto a través de los diferentes medios de comunicación y nuevas tecnologías.

### TEMARIO

- 5.1 SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN
- 5.2 AUDIENCIA A LA QUE VA DIRIGIDA
  - 5.2.1 *¿Cómo clasificar a la audiencia?*
- 5.3 CREACIÓN DEL MENSAJE
  - 5.3.1 *Forma del mensaje*
  - 5.3.2 *Fondo del mensaje*
- 5.4 EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

## MAPA CONCEPTUAL



## INTRODUCCIÓN

En éste capítulo hablaremos de cómo les debe llegar la información a los niños y estudiantes en general, a través de los medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías.

Sabrán determinar el mensaje que se va a dar, en qué canal lo van a dar, a qué audiencia dirigirlo y verificar si realmente el proceso se cumplió; es decir, si los alumnos se quedaron con algún conocimiento.

## 5.1 SELECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Lo primero que hay que pensar, es en el tema a desarrollar a través de los medios de comunicación y/o nuevas tecnologías.

El emisor, en este caso, el profesor, debe elegir de toda la gama informática, cuál es la que se va a seleccionar para el contenido del mensaje.

En la comunicación no se puede deslindar a un elemento de los otros. Con esto me refiero a que el profesor, a través de una lógica y del propio uso de la mente crítica, tiene que seleccionar lo que le va a decir, por distintos canales, a sus estudiantes. Tiene que ser una persona con “una sensibilidad especial para relacionarse, servirse y utilizar los nuevos medios de y para la comunicación”.<sup>53</sup> ¿Cómo se puede enseñar a ser crítico si desde la base se carece de esta característica?

Es muy claro si lo ejemplificamos con el simple hecho de decir que los hijos hacen lo que ven en sus padres. De la misma manera ocurre en el aula, los alumnos harán lo que el maestro les enseñe a hacer. Por ello, si queremos estudiantes con mente crítica, el profesor debe contar con una mente crítica en el uso de los medios de comunicación y nuevas tecnologías, y esto lo hará por medio de la selección, de mayor pertinencia, de la información.

Una vez que ya se cuenta con la información y por supuesto, con el tema, entonces habrá que pasar a un segundo rubro: la selección de la audiencia.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Realización de proyecto final. Genera un tema y realiza el proceso de investigación de la información en casa.

Revisar la información con el profesor en el aula.

---

<sup>53</sup> Sevillano García, María Luisa. *Nuevas tecnologías en educación social*. p. 9.

## 5.2 AUDIENCIA A LA QUE VA DIRIGIDA

En el caso de las escuelas, el maestro tiene que ser lógico con la información que seleccionó, puesto que en su aula cuenta con alumnos que tienen ciertas características distintas a las de otros salones aún cuando pertenezcan al mismo grado escolar.

Sus alumnos serán por tanto, la audiencia a la que tiene que dirigir el mensaje.

### 5.2.1 ¿Cómo clasificar a la audiencia?

El proceso para clasificar a la audiencia es de carácter sociodemográfico. Éste toma como patrones de referencia: el sexo, la edad, la clase social, los valores y creencias.

En el primer aspecto, el sexo, se refiere directamente a determinar el número de individuos que pertenecen al lado femenino y los que pertenecen al masculino. “Dadas las importantes diferencias en la socialización de hombres y mujeres (...), es lógico encontrar contrastes en los énfasis, ángulos y percepciones de los mensajes (...).<sup>54</sup>

Por esto, es que resulta de suma importancia saber cuántos niños y niñas hay en un aula, en caso de que el grupo sea mixto, de lo contrario si la información del mensaje debe ir dirigida a puros hombres o puras mujeres. ¿Por qué? La respuesta es fácil y lo explicaremos a través de la cita textual dada en el segundo párrafo.

Los hombres y mujeres somos distintos, físicamente, pero también lo somos mentalmente. No pensamos de la misma forma ni reaccionamos de la misma manera. Esto, por el perfil que nos es otorgado por valores y costumbres dentro de los hogares. A las niñas se les enseña a ser y comportarse de una forma, a los niños de otra.

Esta característica tendrá diferentes evoluciones en el manejo de la información para la creación del mensaje.

En el caso, de que el grupo sea mixto, se debe mostrar un contenido que niños y niñas sean capaces de entender e inferir (leer detrás de líneas), de la misma manera.

---

<sup>54</sup> Lozano, José Carlos, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, p. 62.

Resulta un poco más simple, si el mensaje va dirigido a un aula de puras mujeres o a una de puros hombres, ya que éste se determinará con mayor facilidad.

El otro aspecto relevante, es la edad. En las instituciones educativas determinar este factor resulta muy simple, ya que cada grado escolar está dado, de acuerdo a un rango de edades.

“La perspectiva de los acontecimientos que tenga un joven, será muy distinta de la de un adulto o un anciano”.<sup>55</sup> Con esto quiero decir, que los intereses van respecto a la etapa de vida. No vamos a informar convencer de la misma forma a un niño, que un adolescente, que a un adulto o que a una o persona de la tercera edad. Sus alcances en cuanto visión refieren, son diferentes y no se les puede llegar a través de un mismo planteamiento.

Si queremos informar a un joven sobre algún tema habrá que hacerlo con personas o personajes con los que más se identifique, es decir deberán de ser jóvenes, que manejen el mismo lenguaje que ellos para que el mensaje sea entendido, aprendido y aprehendido. Lo mismo debemos hacer con otras edades. Tal vez una caricatura resulte más novedosa para un niño.

Por otro lado, tenemos a la clase social La forma en cómo vemos y vivimos la vida unos y otros depende también de los recursos económicos con lo que contemos.

Es obvio que un joven que cuenta con todo, no se desenvuelve en los mismos ámbitos que un muchacho que no cuenta con muchos recursos. No ven ni perciben la vida desde las mismas fronteras.

“Numerosos estudios sociológicos han mostrado la decisiva influencia de la extracción de clase tanto en las visiones del mundo y de la vida, como en las oportunidades educativas y profesionales de las personas”.<sup>56</sup>

Los marcos de referencia son distintos. Tal vez lo que resulte importante y atractivo para unos, no lo resulte para otros.

Lo ejemplificaremos de la siguiente manera, que tal vez suene disparatada, pero resulta como muestra para este caso. Las personas que cuentan con un vehículo particular, van a escuchar cierto tipo de música, probablemente, pop.

---

<sup>55</sup> *Ibid.*, p. 63.

<sup>56</sup> *Ibid.*, p. 64.

Quienes hacen uso del transporte público, lo más seguro, es que escuchen música de banda.

Entonces, resulta que debido a la clase social a la que pertenecemos es también un marco importante de referencia de nuestro comportamiento, actitudes y claramente nos clasifica dentro de cierto grupo.

Mientras a un joven de Santa Fe se le puede llegar a través de Miley Cyrus, a un joven de otro lugar le va a resultar mucho mejor Víctor o el Tri.

Los valores y creencias también resultan ser un nivel de estratificación de la audiencia.

En la visita realizada por el Papa Juan Pablo II a Denver (...) muchos periodistas norteamericanos entrevistaron a sacerdotes disidentes y a fuentes críticas de las posiciones papales sobre el aborto (...), criticaron aspectos relativos a la organización y condiciones de los feligreses (...). Unos días después, en su visita a México, la prensa trataba de muy distinta manera al pontífice (...) con un gran respeto y una notoria escasez de críticas (...).<sup>57</sup>

Hay que aclarar entonces, los valores generales que se manejan dentro del aula, para que así se maneje la información. El cómo se va decir un mensaje, dependerá mucho de los valores y creencias. Además, la temática que se vaya a presentar en el aula dependerá también de este factor.

Una vez que ya hemos establecido la audiencia a la que nos vamos a dirigir, entonces tenemos que determinar cómo es que les vamos a hacer llegar el conocimiento a nuestros estudiantes.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Haz la selección de la audiencia a la que quieres transmitir el tema sobre el que ya te has informado.

Revísalo en el aula con tu maestro.

---

<sup>57</sup> *Ibid.* p. 67.

## 5.3 CREACIÓN DEL MENSAJE

### 5.3.1 *Forma del mensaje*

Con forma, como ya lo explicamos en capítulos anteriores nos referimos al qué.

La pregunta es pues, ¿qué les vamos a enseñar? Julio Cabrero en su artículo nos dice que “uno de los problemas de la educación no radica en lo que se le comunica y transfiere al alumno, sino precisamente en lo que deja de comunicársele, y que puede impedir el desarrollo de futuras habilidades y estrategias”.<sup>58</sup>

Los temas los tenemos que adecuar de acuerdo a la competitividad de cada uno de los estudiantes. No vamos a hacer un video de matemáticas avanzadas que a los niños no les va a interesar, además, de que ni siquiera lo entienden.

Esta información debe ser precisa para la audiencia y algo que sea propio de su interés. Que sea una información completa y que lleve a los estudiantes a generar un raciocinio para la creación de mentes críticas. Un mensaje en el que puedan aprender a la vez de un conocimiento a leer entre líneas.

Sin embargo, en la época en la que vivimos, la mayor trascendencia de los mensajes radica en el cómo.

### 5.3.2 *Fondo del mensaje*

Cuando hablamos del fondo, hablamos directamente de cómo es que vamos a decir la información, en qué instrumentos o de qué herramientas vamos a hacer uso para que el mensaje llegue y cumpla su destino.

Lozano ya nos lo mencionaba en su texto “Teoría e investigación de la comunicación de masas”, en donde destaca la importancia de este aspecto en el proceso de comunicación. Por lo tanto, el mensaje debe estar bien especificado a la audiencia a la que va dirigida, y cómo es que esta audiencia va ser atraída por la información y la manera en que la misma la va a descifrar.

---

<sup>58</sup> Cabero Almenara, Julio. *Nuevas tecnologías, comunicación y educación* (<http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/3.pdf>).

Los niños, jóvenes, adultos y personas de la tercera edad entienden los mensajes desde distintas perspectivas y no se les puede hacer un planteamiento en la misma dirección. A la información hay que tratarla y adecuarla para cumpla con el efecto. Un mensaje que no resulta atractivo no es visto y no cumple su función. Lo más que puede tener es una crítica por parte de la audiencia, pero no habrá dejado conocimiento alguno. En la enseñanza esto es básico, porque el material no servirá sino más que para el desecho.

La clave del fondo no es “decirle a gente qué pensar, (...) [sino] decirle (...) acerca de qué pensar”.<sup>59</sup>

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Genera el mensaje basándote en la forma y el fondo.

Verifica dudas con el profesor.

Expón el material audiovisual a la audiencia para la que ha sido desarrollado.

### 5.4 EVALUACIÓN Y RETROALIMENTACIÓN

Al final, una vez que el material audiovisual haya sido expuesto ante los estudiantes, habrá que realizarse una evaluación que confirme que el mensaje cubrió las expectativas, e incluso lo interesante sería saber si las rebasó.

La evaluación debe estar basada de forma radical en el proceso de retroalimentación, ya que ésta será la manera en la que el profesor pueda constatar qué es lo que comprendió el estudiante, y hacer una especie de punto de comparación en el aula, para contrastar los distintos puntos de vista de cada uno de los alumnos, para que al final puedan crear una conclusión.

De lo que se trata es algo muy sencillo y que es el pilar sustancial del proceso comunicativo y es que exista un emisor que a través de un canal comunique un mensaje, evitando el ruido, el que pasará a través de otro canal a un receptor que se encargará de decodificarlo, y éste a su vez producirá una respuesta, lo que es

---

<sup>59</sup> Lozano, José Carlos, *Teoría e investigación de la comunicación de masas*, p.148.

considerada como la retroalimentación. De esta manera lo señala Carlos Alonso en su libro “Principios básicos de la comunicación”.

Por lo tanto, “el simple hecho de propiciar en clase una discusión sobre lo observado en televisión, escuchado en la radio, visto en una pantalla de ordenador o leído en el periódico, ayuda a formar receptores más críticos”.<sup>60</sup> Con esto, como guías o facilitadores, podremos constatar que el mensaje cumplió su finalidad; es decir, el contenido no sólo fue comprendido, sino que la interpretación simple del mensaje fue rebasada, lo que implica el desarrollo de una de las características de mayor importancia para el ser humano en esta época: MENTES CRÍTICAS.

## ACTIVIDAD DE APRENDIZAJE

Realiza el proceso de evaluación y retroalimentación.

Checa resultados en el aula.

---

<sup>60</sup> Cabero Almenara, Julio, *Nuevas tecnologías, comunicación y educación* (<http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/3.pdf>).

## AUTOEVALUACIÓN

### CONTESTA:

1. A qué nos referimos con selección de la información.
2. ¿Cómo seleccionas a una audiencia?
3. ¿Cuáles son las dos características trascendentales del mensaje?
4. ¿Qué es lo más importante al momento de haber evaluado, razón con la que te percataras del desarrollo de mentes críticas?

### RESPUESTAS:

1. A elegir un tema en particular que se quiera enseñar en el aula y hacerlo adecuado a quienes lo van a observar y escuchar, pensando siempre que la información pueda ser rebasada en su forma objetiva; es decir, que permita al alumno leer entre líneas.
2. Caracterizándola por su sexo, edad, clase social, valores y creencias.
3. La forma y el fondo, el qué y el cómo.
4. Que exista el proceso de retroalimentación.

## BIBLIOGRAFÍA

	<b>TIPO</b>	<b>TÍTULO</b>	<b>AUTOR</b>	<b>EDITORIAL</b>	<b>AÑO</b>
1	LIBRO	<i>Teoría e investigación de la comunicación de masas</i>	Lozano, José Carlos	PEARSON	2007
2	LIBRO	<i>Nuevas tecnologías en educación social</i>	Sevillano García, María Luisa	MCGRAW HILL	2008
3	LIBRO	<i>La televisión es mala maestra</i>	Karl R. Popper, John Condry ; introducción de Giancarlo Bosetti	FCE	1998
4	LIBRO	<i>Principios básicos de comunicación</i>	Carlos González Alonso	TRILLAS	2008
5	ELECTRÓNICA	<i>Desinformación: revisión de su significado.</i>  <i>Del engaño a la falta de rigor</i>	José Manuel Rivas Troitiño	<a href="http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP9595110075A.PDF">http://revistas.ucm.es/inf/11341629/articulos/ESMP9595110075A.PDF</a>	1995
6	LIBRO	<i>Información y comunicación de los medios y su aplicación didáctica</i>	F.J Roda Salinas y R. Beltrán de Tena	GAILI	1992
7	LIBRO	<i>Convivir con la televisión</i>	José Ignacio Aguaded	PAIDOS	1999
8	LIBRO	<i>Las nuevas tecnologías de la</i>	Gianfranco Bettetini y Fausto Colombo	PAIDOS	1995

		<i>comunicación</i>				
9	ELECTRÓNICA	<i>Nuevas tecnologías, comunicación y educación</i>	Julio Almenara	Cabero	<a href="http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/3.pdf">http://tecnologiaedu.us.es/bibliovir/pdf/3.pdf</a>	S/A

## GLOSARIO

- Afines: en común, similar a.
- Canal: medio a través del cual se envía un mensaje. Un claro ejemplo es una hoja de papel, el teléfono, la televisión, etc.
- Código: se refiere directamente al lenguaje en común entre un emisor y un receptor, que les permite comunicarse.
- Cuneiformes: conjunto de símbolos que utilizaron los sumerios para poder comunicarse. Se basan en pictogramas.
- Cogniciones: capacidad del ser humano que le permite razonar la información que llega a sus manos.
- Confort: comodidad
- Consumidor: persona que compra algún producto o servicio.
- Deslindar: dejarlo en otras manos.
- Disidentes: individuos que se separan de un grupo al que pertenecen.
- Difusión: comunicar algo.
- Eslabón: parte que conforma a un conjunto que lleva una secuencia.
- Estereotipo: modelo a seguir.
- Facilitadores: educadores que se encargan de guiar el conocimiento.
- Feligreses: creyente de una religión.
- Gutural: sonido o ruido proveniente directamente de la garganta.
- Hegemonía: igualdad.
- Heterogéneo: diversidad.
- Infantes: niños y niñas.
- Lenguaje: símbolos que por convención social, comunican algo.
- Mediático: que se da a través de los medios de comunicación.
- Nuevas tecnologías: es lo que se refiere directamente a las redes digitales.
- Ordenador: computadora.
- Sedentario: que se queda estático en un solo lugar.
- Vestigios: reminiscencias del pasado.

- Persuadidos: convencidos de.