



UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS
SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

TEMA:

**LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA COMO HERRAMIENTA DE
APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL**

Trabajo de Graduación previa a la obtención del Título de Licenciada en
Comunicación Social

AUTORA

Guerrero Sarzosa Mayra Alejandra

TUTOR

Dr. Alex Tamayo

Ambato- Ecuador

2012

TEMA:

**“La comunicación alternativa como herramienta de aprendizaje de los
estudiantes de Comunicación Social”**

CERTIFICACIÓN DEL TUTOR

En mi calidad de tutor del trabajo de investigación sobre el tema: **“LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL”**, de la estudiante: Mayra Alejandra Guerrero Sarzosa, egresada de la Carrera de Comunicación Social, considero que dicho informe investigativo reúne los requisitos y méritos suficientes para ser sometido a la evaluación del tribunal de Grado, que el H. Consejo Directivo de la Facultad designe, para su correspondiente estudio y calificación.

Dr. Alex Tamayo
EL TUTOR

APROBACIÓN DEL TRIBUNAL DE GRADO

Los miembros del Tribunal de Grado aprueban el trabajo de Investigación sobre el tema: **“LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL”**, presentado por la estudiante Mayra Alejandra Guerrero Sarzosa, de conformidad con el reglamento de Graduación para obtener el Título Terminal de Tercer Nivel de la Universidad Técnica de Ambato.

Ambato, Junio de 2012.

Por constancia firma:

Presidente

Miembro

Miembro

AUTORÍA

Los criterios emitidos en el trabajo de investigación **“LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL”**, como también los contenidos, ideas, análisis, conclusiones y propuestas son de responsabilidad del autor.

Ambato, Junio de 2012.

Mayra Alejandra Guerrero Sarzosa

050342706-4

DERECHOS DE LA AUTORA

Autorizo a la Universidad Técnica de Ambato, para que haga de esta tesis o parte de ella un documento disponible para su lectura, consulta y procesos de investigación, según las normas de la institución.

Cedo los derechos en línea primordiales de mi tesis, con fines de difusión pública, además apruebo la reproducción de esta tesis, dentro de las regulaciones de la Universidad, siempre y cuando esta reproducción no suponga una ganancia económica y se realice respetando mis derechos de autora.

Ambato, Junio de 2012.

Mayra Alejandra Guerrero Sarzosa

050342706-4

AGRADECIMIENTO

Agradezco, a Dios por la vida y la sabiduría y a todos quienes de corazón me ayudaron en este trabajo, que fue de mucho tiempo y dedicación.

Mayra Alejandra

DEDICATORIA

A mi papi, por el ejemplo de lucha y perseverancia y ese amor incondicional, a mi madre por su ternura y fe en mí, a mi hijo por la alegría de todos los días, y mi esposo, por la paciencia y apoyo. Mil gracias a quienes creyeron en esta persona, y fueron entes importantes en la culminación de mi carrera profesional.

Mayra Alejandra

ÍNDICE GENERAL DE CONTENIDOS

PÁGINAS PRELIMINARES

| | | |
|------|--|--|
| ii | Portada | |
| iii | Certificación del Tutor | |
| iv | Página de aprobación del tribunal de grado | |
| v | Autoría | |
| vi | Derechos de la Autora | |
| vii | Agradecimiento | |
| viii | Dedicatoria | |
| ix | Índice General | |
| xii | Índice de Gráficos | |
| xiv | Resumen Ejecutivo | |

| | |
|-------------------|---|
| Introducción..... | 1 |
|-------------------|---|

CAPÍTULO I. - EL PROBLEMA

| | |
|--|----|
| Tema..... | 3 |
| Planteamiento del Problema..... | 3 |
| Contextualización..... | 3 |
| Análisis crítico..... | 9 |
| Prognosis..... | 10 |
| Formulación del problema..... | 10 |
| Interrogantes..... | 10 |
| Delimitación del objeto de la investigación..... | 10 |
| Justificación..... | 11 |
| Objetivos | |
| General..... | 12 |
| Específicos..... | 12 |

CAPÍTULO II.- MARCO TEÓRICO

| | |
|---|----|
| Antecedentes Investigativos..... | 13 |
| Fundamentación Filosófica..... | 14 |
| Fundamentación Legal..... | 14 |
| Fundamentación Axiológica..... | 15 |
| Comunicación Alternativa..... | 20 |
| Teoría de la comunicación..... | 21 |
| Modelos de comunicación..... | 22 |
| Modelo de Shannon y Weaver..... | 22 |
| Modelo Laswell..... | 24 |
| Teoría funcionalista..... | 26 |
| Teoría crítica..... | 28 |
| Comunicación comunitaria..... | 29 |
| Acceso y participación..... | 30 |
| Metodología de los medios..... | 32 |
| Modelo de participación..... | 34 |
| Metodología de la comunicación..... | 35 |
| Comunicación para el cambio social..... | 36 |
| Actores sociales..... | 37 |
| Estrategia..... | 39 |
| Cultura..... | 40 |
| Cambio social..... | 41 |
| Comunicación para el desarrollo..... | 42 |
| Movilización social..... | 43 |
| Redes sociales..... | 44 |
| Comunicación participativa..... | 45 |
| Herramientas de aprendizaje..... | 46 |
| Técnicas de enseñanza..... | 47 |
| Pedagogía..... | 48 |
| Método pedagógico..... | 49 |
| Educación..... | 49 |
| Técnicas de enseñanza..... | 50 |
| Estrategia didáctica..... | 51 |

| | |
|--|----|
| Actividades de enseñanza..... | 52 |
| Método deductivo..... | 53 |
| Método inductivo..... | 53 |
| Modelo pedagógico..... | 54 |
| Modelo tradicional..... | 54 |
| Modelo conductista..... | 55 |
| Modelo cognoscitivista..... | 57 |
| Modelo crítico..... | 59 |
| Didáctica..... | 60 |
| Pedagogía normativa..... | 61 |
| Pedagogía descriptiva..... | 61 |
| Educación Informal..... | 61 |
| Educación no Formal..... | 62 |
| Hipótesis..... | 63 |
| Señalamiento de variables..... | 63 |
| CAPÍTULO III.- METODOLOGÍA | |
| Enfoque investigativo..... | 64 |
| Modalidades de la investigación..... | 64 |
| Tipo de investigación..... | 65 |
| Población y muestra..... | 65 |
| Operacionalización de variables..... | 66 |
| CAPÍTULO IV.- ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS | |
| Análisis e interpretación de resultados..... | 68 |
| CAPÍTULO V.- CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES. | |
| Conclusiones..... | 78 |
| Recomendaciones..... | 79 |
| CAPÍTULO VI.- PROPUESTA | |
| Datos informativos..... | 80 |

| | |
|-----------------------------------|----|
| Antecedentes de la propuesta..... | 81 |
| Justificación..... | 82 |
| Objetivos..... | 83 |
| Análisis de Factibilidad..... | 83 |
| Fundamentación..... | 84 |
| Misión y Visión..... | 86 |
| Organigrama..... | 87 |
| Modelo Operativo..... | 90 |

ÍNDICE DE CUADROS GRÁFICOS

CAPÍTULO I: EL PROBLEMA

| | |
|------------------------|---|
| Árbol de problema..... | 8 |
|------------------------|---|

CAPÍTULO II: MARCO TEÓRICO

| | |
|--|----|
| Categorías fundamentales..... | 17 |
| Red Conceptual de la Variable Independiente..... | 18 |
| Red Conceptual de la Variable Dependiente..... | 19 |

CAPÍTULO III: METODOLOGÍA

| | |
|--|----|
| Operacionalización de la Variable Independiente..... | 66 |
| Operacionalización de la Variable Dependiente..... | 67 |

CAPÍTULO IV: ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

| | |
|------------------|----|
| Gráfico# 5..... | 68 |
| Gráfico #6..... | 69 |
| Gráfico #7..... | 70 |
| Gráfico #8..... | 71 |
| Gráfico #9..... | 72 |
| Gráfico #10..... | 73 |
| Gráfico #11..... | 74 |
| Gráfico #12..... | 75 |
| Gráfico #13..... | 76 |

CAPITULO: VI PROPUESTA

| | |
|-----------------------------|----|
| Modelo Operativo..... | 90 |
| Grilla de Programación..... | 92 |

| | |
|--------------------------|-----------|
| Presupuesto..... | 93 |
| BIBLIOGRAFÍA..... | 94 |
| ANEXOS..... | 96 |

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO

FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES

CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Tema: LA COMUNICACIÓN ALTERNATIVA COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE DE LOS ESTUDIANTES DE COMUNICACIÓN SOCIAL

Autora: Mayra Alejandra Guerrero Sarzosa.

Tutor: Dr. Alex Tamayo

RESUMEN

Los medios de información han pasado la barrera de meros informadores para ejercer un poder muy importante sobre los ciudadanos: crean opinión, marcan estilos de vida, movilizan personas. Quizás es importante profundizar en esta realidad para intentar entender esa función social y el papel educador que tiene la radio.

Es por ello que el proyecto ejecutado, pretende indicar que los medios y en este caso la radio, por naturaleza, es un medio que tiene una amplia cobertura y es una extensión que utiliza el hombre para comunicarse con los demás.

En el periodo comprendido Septiembre 2011 Abril 2012 se investigo a 246 individuos que conforman la Carrera de Comunicación Social de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, quienes mencionaron en la encuesta realizada, que la institución necesitaba mejorar su comunicación interna con los públicos, y también la aplicación de conocimientos teóricos con los prácticos.

En términos generales, la existencia de un medio interno de información universitaria, responde hacer la creadora de conocimientos y cultura, buscando los medios adecuados para que ese saber y esa expresión trasciendan al espacio universitario y colaboren en la transformación de la realidad.

INTRODUCCIÓN

Los medios alternativos se han convertido en una herramienta eficaz que no sólo permite a los estudiantes y a los profesores una mejor alternativa de comunicación entre ellos, si no potenciar los procesos de aprendizaje y el desarrollo de algunas de las competencias comunicativas.

IncurSIONAR en la radio como medio educativo permite a los jóvenes aprender desde su propio contexto, el cual está lleno, ya no de tantas letras, si no de la construcción de tejidos comunicativos que faciliten la comunicación entre una generación y otra.

Es importante comprender que la radio al igual que los otros medios de comunicación son en sí mismos valiosos y que la clave está en saber orientar su enorme influencia para el provecho de la comunidad.

Para la facilitación de la presente investigación, está estructurado por capítulos.

El primer capítulo denominado el Problema se desarrolla las: contextualizaciones, macro, meso, y micro, que hace una revisión general tanto en el ámbito nacional, provincial y local. Además, incluye el árbol de problema, análisis crítico, prognosis, formulación del problema, interrogantes, delimitación y justificación de la investigación.

El Capítulo II, Marco Teórico de la investigación menciona los antecedentes investigativos: además de la Fundamentación Filosófica enmarcada en el paradigma critico propositivo , también consta de la Fundamentación Legal basada en la Constitución Política del Ecuador, en base artículos relacionados con la comunicación. Seguido de la Red conceptual, hipótesis y señalamiento de variables de la investigación.

El Capítulo III presenta la metodología, además se muestra las técnicas e instrumentos, población y muestra con la que se trabajara la investigación de campo, y la correspondiente operacionalización de variables.

En el Capítulo IV señalado como Análisis e Interpretación de Resultados contiene el análisis cuantitativo de los resultados, mediante tabulaciones, gráficos y cuadros estadísticos.

En el Capítulo V se presenta las conclusiones y recomendaciones del proceso investigativo y de las herramientas utilizadas en las cuales se basaran para el planteamiento de la propuesta.

En el Capítulo VI la Propuesta, se concluye con el proceso investigativo, donde se encuentran datos importantes sobre la estructura e implementación de un medio alternativo.

Finalmente se anexa la bibliografía, y la encuesta que se aplicaron en la investigación de campo.

|CAPÍTULO I

EL PROBLEMA

Tema

“La comunicación alternativa como herramienta de aprendizaje de los estudiantes de Comunicación social”

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Contextualización

Macro

La guerra principal es hoy la guerra mediática. Surge ahí, entonces, la necesidad de otro tipo de medios comunicativos: son los llamados medios alternativos. Es decir: medios de comunicación no centrados en la dinámica empresarial, no centrados en el espectáculo de la vida sino en la vida misma, en la lucha de la vida. El objetivo primordial de los medios alternativos de comunicación: es ser instrumentos que sirvan para darle voz a los sin voz.

Los Medios de comunicación alternativos hay muchísimos, con una amplísima variedad en formatos, estilos, recursos y grados de incidencia. El trabajar por una transformación social desde un espíritu solidario y no estar movidos por el afán de lucro empresarial, el hacer jugar a la población no el papel de consumidor pasivo sino el de sujeto activo en el proceso de comunicación.

Esta enorme gama de medios que se reconocen como alternativos tiene como objetivo primordial ser un instrumento popular, una herramienta en manos de los pueblos para servir a sus intereses.

La radio es y continuará siendo durante algún tiempo más, el principal medio de información colectiva con posibilidades reales de convertirse en medio de comunicación alternativa.

La radio pensamos desde luego en la radio no comercial, constituye un valioso instrumento en torno al cual pueden articularse otros medios impulsores de los procesos de comunicación participativa.

Se están dando experiencias en América Latina donde la radio acompaña y vive los desafíos de los pueblos que demandan mayor participación en las decisiones que afectan su vida.

Hugo Carrión menciona que: "Existen emisoras cuya programación se basa en la palabra directa del campesino, del obrero no como reacción a un estímulo, sino como una iniciativa, de la comunidad, de la persona, o del grupo que use la radio para dar a conocer su opinión, se generan procesos permanentes de comunicación horizontal entre grupos, comunidades y regiones".

Este tipo de radioemisoras no tiene como objetivo esencial difundir información, inculcar ideas o transmitir mensajes, sino que buscan ante todo generar procesos de educación popular. A través de canales de retroalimentación permanente y de una acción simultánea por otros medios, acciones directas en terreno, asesoramiento a programas, apoyo a cooperativas generan procesos de auténtica comunicación.

Se podría afirmar que, hoy por hoy, en América Latina la radio es el medio electrónico con mayores posibilidades de generar procesos de comunicación alternativa.

En este contexto está siendo utilizado por diferentes grupos que tienen como objetivo apoyar los procesos de construcción de una sociedad cualitativamente distinta.

El desarrollo integral de los pueblos exige la participación democrática de las comunidades en los procesos de transformación.

Las comunidades, lo mismo que las personas, para involucrarse comprometidamente en ese proceso democrático tienen que llegar a ser protagonistas y no meros ejecutores.

Meso

No cabe duda que los medios de comunicación han pasado la barrera de meros informadores para ejercer un poder muy importante sobre los ciudadanos: crean opinión, marcan estilos de vida, movilizan personas. Quizás es importante profundizar en esta realidad para intentar entender esa función social y el papel educador que tiene la radio.

No obstante la importancia fundamental que han alcanzado la radio y la televisión en Ecuador, en términos legales su operación ha quedado abandonada a un funcionamiento espontáneo e incluso caprichoso de los grandes propietarios en detrimento de los auditorios, sin una profunda legislación que regule dicho funcionamiento.

El interés de la ciudadanía por impulsar espacios de radiodifusión comunitaria habla de un real avance democrático en nuestro país, de un entendimiento acerca de la importancia del desarrollo social integral, equitativo y justo, y de la promoción de una cultura política de respeto, tolerancia, donde la sociedad participa, opina y genera propuestas corresponsables.

En nuestro país, la radio comunitaria tiene más de tres décadas, pero con pocas posibilidades de permanencia sino se aborda estructuralmente su situación jurídica y económica: desde el modelo utilizado para la alfabetización en zonas rurales, mejor conocida como escuela radiofónica, pasando por emisoras que reivindicaban posturas políticas para la democracia en nuestro país, hasta las experiencias más recientes tanto en el campo como en las ciudades.

En el Ecuador, formalmente se conforma en 1988 la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE) que trabaja por el fortalecimiento de las radios educativas, populares y comunitarias del Ecuador, y es la única organización que agrupa a emisoras y centros de producción directamente vinculados a procesos de desarrollo social a nivel nacional. Son 35 emisoras afiliadas y distribuidas en cuatro redes regionales: Amazónica, Quichua, Binacional y del Sur.

Antes de 1995 la ley ecuatoriana no reconocía a las radios comunitarias, estas fueron reconocidas en 1995 cuando el Congreso reforma la Ley de Radiodifusión y Televisión aprobada 20 años antes.

Con la reforma se estipulaba provisiones especiales para las emisoras comunitarias, aun cuando se refiere a emisoras de servicio comunal.

En opinión de la Coordinadora de Radios Populares del Ecuador, CORAPE, esta situación no solo que atentaba contra el derecho a trabajar y mantenerse sino que atentaba contra los derechos fundamentales los mismos que hablan sobre el derecho a la libertad de pensar y de expresarse y difundir sus ideas a través de cualquier medio de comunicación social y además a ser llamadas por su nombre propio: Radios Comunitarias.

Dado este panorama en 1996, es cuando desde la CORAPE, se propone una reforma a la Ley de Radio y Televisión, por considerar que no respondía a la dinámica de las radios populares y educativas, cuya misión estaba claramente definida en pro de los derechos de la comunidad, pueblos y nacionalidades del país.

En el año 2002, la Coordinadora de Radios Populares y Educativas del Ecuador (CORAPE), presentó una demanda constitucional para modificar la ley, con lo cual lograron una nueva reforma de la Ley de Radio y Televisión.

Con el objeto de entender la situación de las radios comunitarias presentamos a continuación un análisis estadístico de su distribución regional, provincial, cobertura, entre otros aspectos.

Radios comunitarias y populares

La información que se presenta fue entregada por la CORAPE.

Datos generales:

Radios comunitarias AM 9 estaciones

Radios comunitarias FM 9 estaciones

Micro

En la provincia de Tungurahua, se puede evidenciar la presencia de radios online que han sido un medio alternativo importante de información y entretenimiento, pero si de una u otra manera, visitamos instituciones tanto públicas y privadas no encontramos medios alternativos como radios internas que ayuden a la comunicación institucional, así pues, la comunicación alternativa, debe luchar contra los mass media para que nadie ni nada se quede fuera de la estructura comunicacional. Todos y todas tenemos derecho a informar sobre nuestra realidad y que nos informen otros de la suya, sin que nadie manipule dicha realidad a su antojo y beneficio.

Árbol del Problema

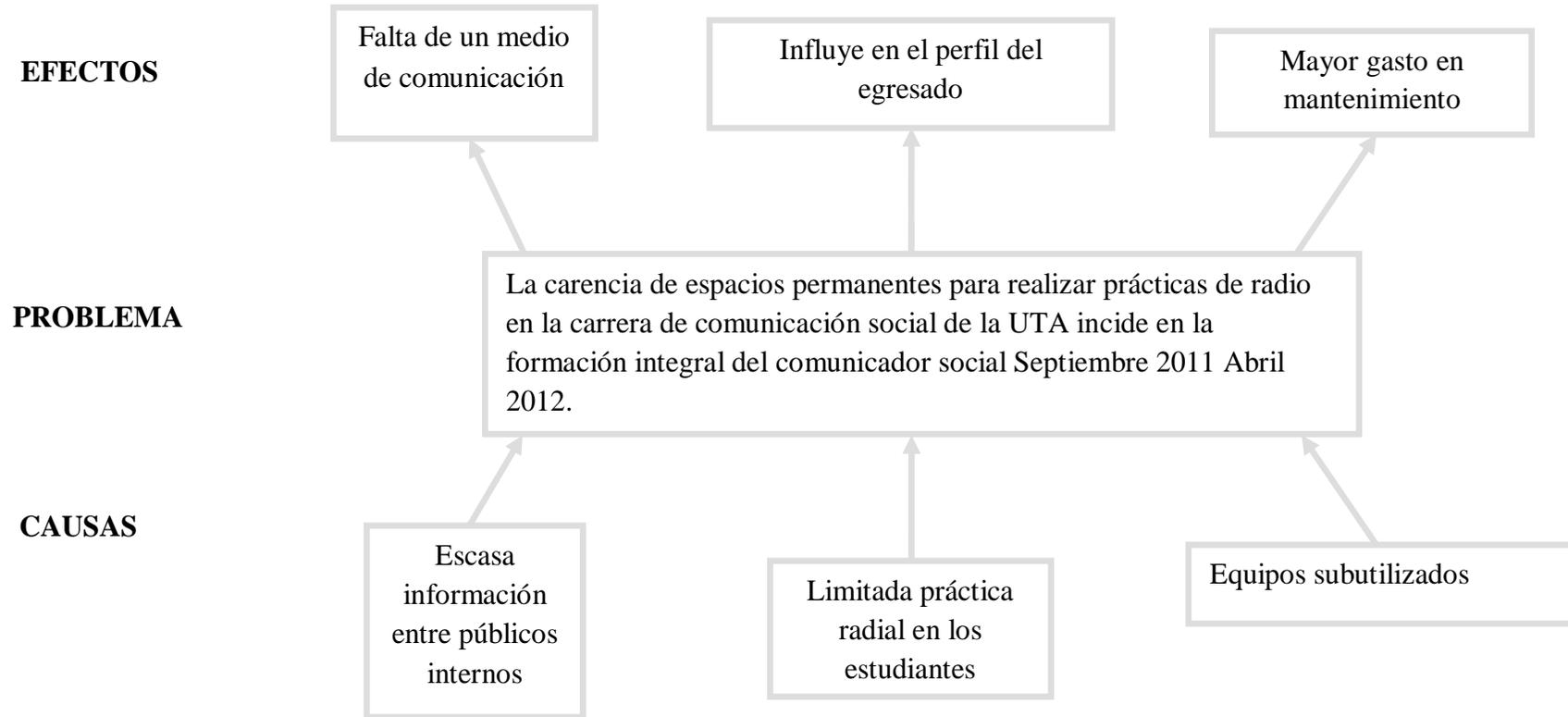


Gráfico 1: Relación Causa –Efecto

Fuente: Mayra Guerrero S.

Análisis Crítico

La limitada práctica de radio disminuye definitivamente la formación integral del comunicador social, en su concepción más amplia se ha detectado que puede afectar a los futuros profesionales, ya que es fundamental adquirir habilidades en búsquedas eficientes y manejar los recursos tecnológicos con pericia, más que una curiosidad, debe ser una materia obligada de estudio, comprensión y práctica en el campo del periodismo.

Toda institución necesita organizarse y comunicarse es la idea que comparten muchos teóricos. Pero quienes están al frente de numerosas instituciones educativas creen que estas acciones se dan de modo natural sin tener en cuenta que conforman una problemática completa y global en la gestión de las organizaciones.

Esta investigación indaga la problemática de la Comunicación Interna en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales y la falta de implementación de un medio de comunicación desde una perspectiva organizacional y comunicacional.

Se debe priorizar el establecer un vínculo con todo público, tanto interno como externo, y brindar así un espacio de comunicación que permita en primera instancia difundir y dar a conocer a la sociedad lo que la institución y el estudiantado hace, después establecer un espacio de retroalimentación o respuesta a la información.

El desarrollo de estrategias tendrá como único objetivo mejorar la comunicación interna, beneficiando de manera directa a quienes se transformaran en los actores del proyecto, los estudiantes, aplicando los conocimientos teóricos en la práctica.

Prognosis

La comunicación interna es inseparable de los procesos integrales de gestión y es una dimensión transversal a todos los procesos organizacionales. En este sentido, al no implementar la radio interna de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales no se lograra consolidar, apoyar y crear las condiciones grupales en la institución.

Al no implementar el medio de comunicación alternativo estudiantil incidirá en la comunidad académica en su formación profesional y en la sociedad en general en la que se inserta; que informe, eduque, entretenga y difunda la información local, nacional y universal de forma objetiva, clara e imparcial.

Formulación del problema

¿La carencia de espacios permanentes para realizar prácticas de radio incide en la formación integral del comunicador social Septiembre 2011 Febrero 2012?

Preguntas directrices de la investigación:

¿Cómo incentivar a los estudiantes a la integración y participación en los espacios radiales?

¿Dispone la institución de los recursos necesarios para la implementación de espacios radiales?

¿Los docentes disponen de tiempo para utilizar este medio como instrumento de enseñanza para los estudiantes?

Delimitación

- **CAMPO** : Educativo
- **AREA** : Comunicacional
- **ASPECTO**: Medio de comunicación
- **DELIMITACIÓN ESPACIAL**: Públicos internos de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato.

- **DELIMITACIÓN TEMPORAL:** Septiembre 2011 Abril 2012

Justificación

La importancia de este proyecto a ejecutarse es la intervención permanente de los estudiantes en la práctica radial, y de esta forma mejorar y ampliar la difusión de la cultura, del conocimiento científico, tecnológico, humanístico y artístico que se genera dentro de ellas, contribuyendo a la formación integral de los alumnos y constituyéndose en una oferta de calidad para la población en general.

Hacer radio no solo es una profesión, es un instrumento de educación y cultura popular y una promotora de autentico desarrollo, que puede aportar ante las urgentes necesidades de las masas populares.

Actualmente, los medios de comunicación constituyen una herramienta importante en la vida cotidiana de las personas, ya que ellos permiten mantener a la población en contacto con lo que ocurre en su entorno; tratándose de temas sociales, políticos y económicos, tanto a escala nacional como internacional. La radio, como miembro activo de los medios de comunicación, centrada en sus comentarios políticos se ha convertido en un arma persuasiva, ya que se ha ido incorporando con rapidez a la realidad social.

Cuando se habla de radio se piensa en la creación de imágenes mentales que sean la proyección de las palabras; que cada idea, cada frase, cada situación, tenga un contenido tan claro, expresivo y sencillo; que quienes lo escuchen lo puedan captar sin esfuerzo, aún sin proponérselo y, en ocasiones, hasta sin darse cuenta.

El reto es crear ese vinculo importante entre la comunidad educativa y las autoridades realizar proyectos radiales que siendo educativos, como su objetivo, sea capaz de atraer la atención e interés de grandes audiencias populares, a la vez que responda a sus necesidades.

Los beneficiarios directos son los públicos internos, por que serán actores esenciales, y este será un medio propio de difusión y creación de materiales, teniendo la mayor penetración en nuestro campus universitario, es el medio idóneo para impulsar la educación y la cultura, además de revalorizar la cultural oral y los valores no escritos.

OBJETIVOS

General

Evidenciar de qué manera la carencia de espacios permanentes para realizar prácticas de radio en la carrera de comunicación social de la UTA incide en la formación integral del comunicador social.

Específicos

- Investigar si la institución cuenta con los recursos necesarios para la implementación de medios de comunicación alternativos.
- Incentivar a los estudiantes a la integración y participación en los medios de comunicación alternativos de la Facultad.
- Diseñar una propuesta para la implementación de una radio interna en la Facultad que contribuya a la práctica radial de los estudiantes.

CAPÍTULO II

MARCO TEÓRICO

Antecedentes investigativos

La creación de la radio interna que apoye la apropiación social del conocimiento, especialmente del hecho científico y tecnológico, contribuirá en el ámbito del conocimiento con orientación a su uso en la vida cotidiana para la comprensión y solución de situaciones que se presentan en el entorno.

Es por ello que Luis David Pérez Rosas, en la revista mexicana de ciencias políticas y sociales, en el año 2004 analiza el concepto de radiodifusión universitaria haciendo alusión a los circuitos cerrados de radio en las instituciones de educación superior, una propuesta para la expresión de los estudiantes.

Para la realización de la presente investigación se hace propicia la revisión de tesis ejecutadas dentro de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias sociales, específicamente de la carrera de Comunicación Social tomando como referencia las propuestas de creación de un medio de difusión, como es el tema “Los Mass media y la relación comunicacional de la Universidad Técnica de Ambato” autoría del Lic. Guillermo García en el año 2007, donde enfatiza la creación de la radio On line como herramienta de comunicación institucional.

También se cuenta como antecedente la tesis ejecutada por los Doctores Julio Obando, Martha Vela y Holger Raza en el año 2000, siendo la temática “La creación

de una radio FM, que atienda los espacios de comunicación y preservación ecológica en la provincia de Pichincha”

Fundamentación

Filosófica

Para la elaboración de la investigación se enfocara bajo el paradigma crítico propositivo; el cual manifiesta que la investigación no se detiene en la contemplación pasiva de los fenómenos, si no que plantea alternativas de solución construidas en un clima de sinergia y pro actividad, este admite valorar los diferentes aspectos que debe abarcar una investigación.

Legal

Según la constitución de la República del Ecuador

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus símbolos.
2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.

2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las 26 personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.

3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 18.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Buscar, recibir, intercambiar, producir y difundir información veraz, verificada, oportuna, contextualizada, plural, sin censura previa acerca de los hechos, acontecimientos y procesos de interés general, y con responsabilidad ulterior.

2. Acceder libremente a la información generada en entidades públicas, o en las privadas que manejen fondos del Estado o realicen funciones públicas. No existirá reserva de información excepto en los casos expresamente establecidos en la ley. En caso de violación a los derechos humanos, ninguna entidad pública negará la información.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente. Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Axiológica

La investigación se centrará en valores éticos, morales, políticos y culturales.

Puntualidad.- La puntualidad se construye por el esfuerzo de estar a tiempo en el lugar adecuado. Esta es la disciplina de estar a tiempo para cumplir nuestras obligaciones.

Respeto.- Es una de las bases sobre la cual se sustenta la ética y la moral en cualquier campo y en cualquier época. Tratar de explicar que es respeto, es por demás difícil, pero podemos ver donde se encuentra.

Honestidad.- No consiste sólo en franqueza (capacidad de decir la verdad) sino en asumir que la verdad es sólo una y que no depende de personas o consensos sino de lo que el mundo real nos presenta como innegable e imprescindible de reconocer.

CATEGORÍAS FUNDAMENTALES
RED DE INCLUSIONES FUNDAMENTALES

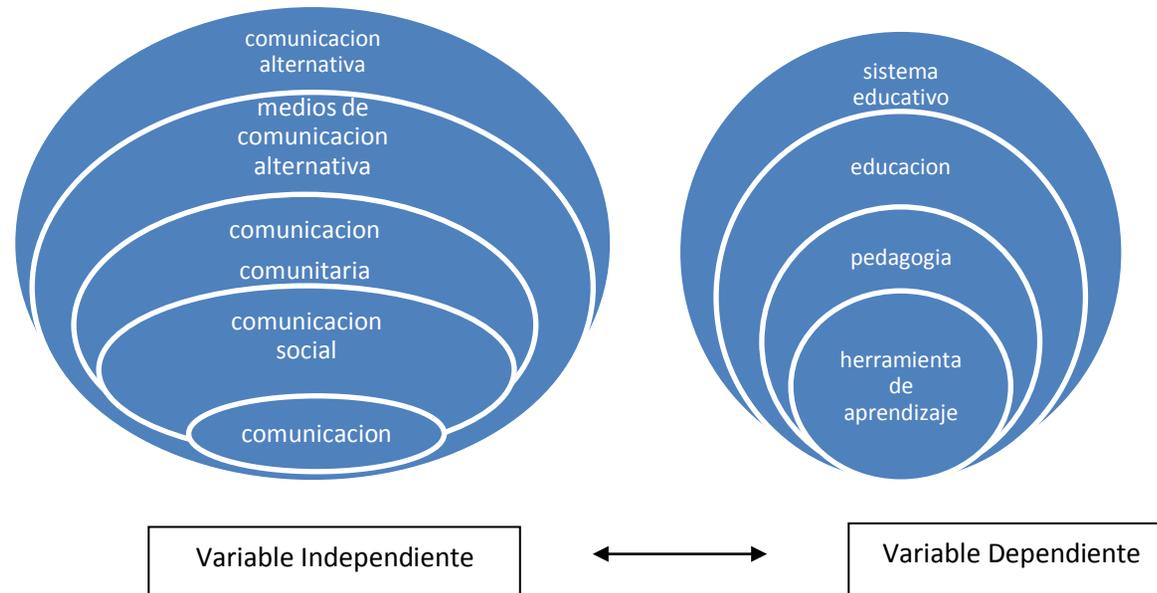


Gráfico 2: Categorías fundamentales

Elaborado por: Mayra Guerrero S.

RED CONCEPTUAL DE LA VARIABLE INDEPENDIENTE

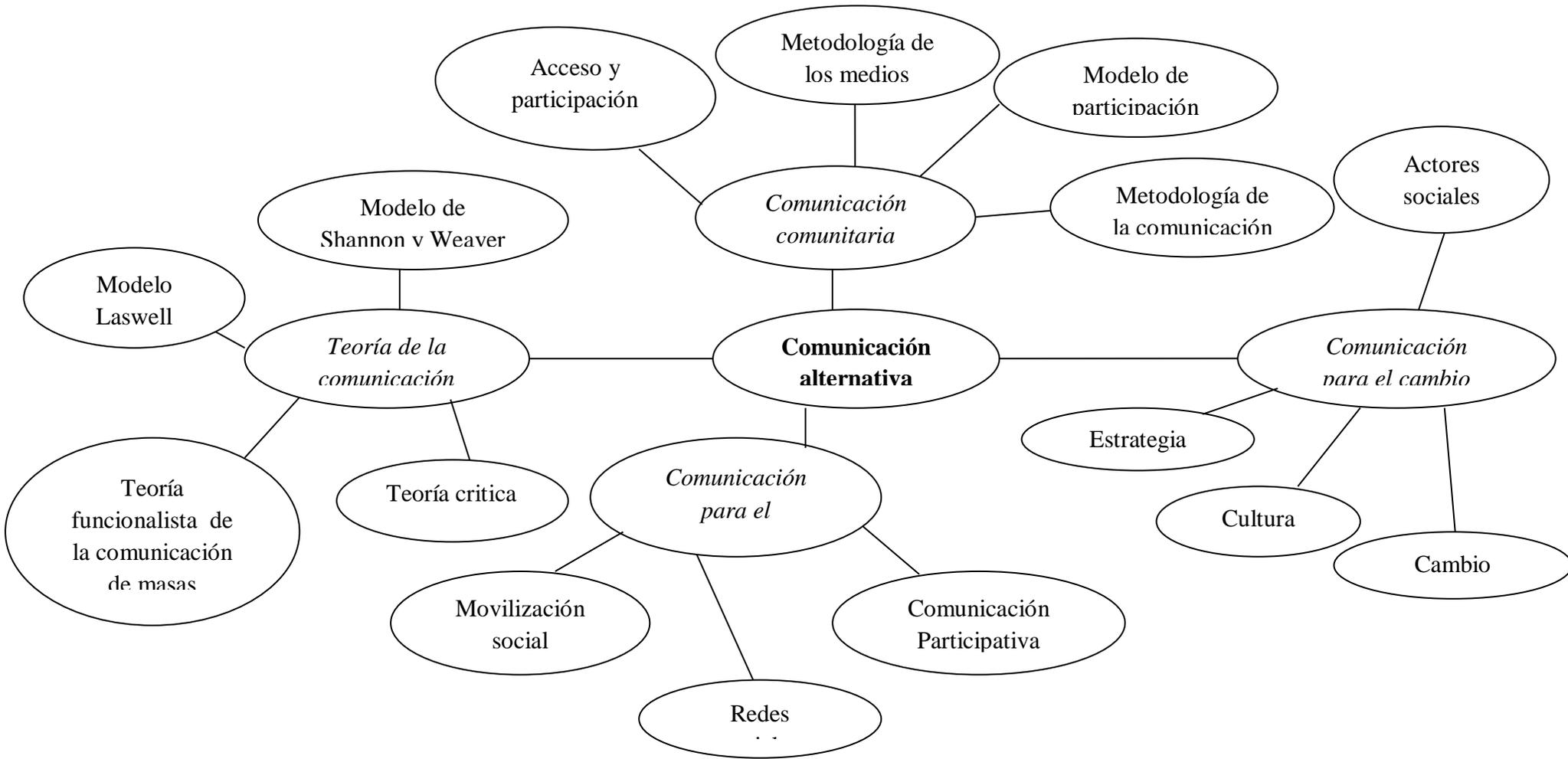


Gráfico 3: Red conceptual
Elaborado por: Mayra Guerrero S.

RED CONCEPTUAL DE LA VARIABLE DEPENDIENTE



Gráfico 4: Red Conceptual

Elaborado por: Mayra Guerrero S.

Comunicación Alternativa

Fernanda Corrales García e Hilda Gabriela Hernández Flores registra, la definición de comunicación alternativa “es una respuesta no autoritaria a la voluntad del cambio social, gracias a ella se conoce la voz de los actores sociales: hombres y mujeres que viven, piensan y sienten, y que buscan ser escuchados.

Propone un acercamiento a este tipo de comunicación, y para ello, en sus líneas pretende dibujar una línea del tiempo para esclarecer el concepto desde la perspectiva de diversos autores en el tema, los medios que la producen y su función de voceros de los movimientos sociales” (Primera Revista Electrónica en América Latina Especializada en Comunicación RAZÓN Y PALABRA)

La comunicación alternativa y la comunicación para el cambio social conforman dos tradiciones teóricas y prácticas complementarias que, desafortunadamente, permanecen invisibilizadas en la mayoría de los programas curriculares de las carreras universitarias de la comunicación. Aunque la trayectoria de los enfoques ha tenido encuentros y bifurcaciones relacionados con las distintas tradiciones epistémicas y contextos espacio temporales se caracterizan por poner en entredicho el modelo de comunicación tradicional que se enseña en la academia, que acentúa, entre otros, el sentido unilineal de la información, la profesionalización de la emisión, y la pasividad del receptor.

La comunicación alternativa es una realidad, por mas que ciertos sistemas han querido eliminarla o ignorarla. Los medios alternativos de comunicación indudablemente siempre han existido y se encuentran profundamente vinculados con el desarrollo de las sociedades.

En la actualidad, gracias a las nuevas tecnologías y a su inminente desarrollo, nos reconocemos inmersos en una nueva era de comunicación alternativa, personificada en los nuevos medios de la alternancia y la participación: sitios web, blogs, podcast,

foros y chats que entre otros, han abierto un universo de posibilidades que nos invitan a establecer redes sociales e interconectarnos, con el fin de fortalecer y propagar esa conciencia social tan necesaria en el mundo global al que pertenecemos.

De esta forma, los hombres han encontrado en los medios alternos el camino a la participación social, que tiene como fin último la construcción de un nuevo orden en el que todos tengamos cabida.

Teoría de la Comunicación

José Martínez Terrero (2006) define a la teoría de la comunicación como un campo de estudio dentro de las ciencias sociales que trata de explicar cómo se realizan los intercambios comunicativos y cómo estos intercambios afectan a sociedad y comunicación. Es decir, investiga el conjunto de principios, conceptos y regularidades que sirven de base al estudio de la comunicación como proceso social. Está en estrecha relación con otras ciencias, de las cuales toma parte de sus contenidos o los integra entre sí.

La teoría de la comunicación es un campo relativamente joven (se comenzó a trabajar en serio a partir de la segunda guerra mundial) pero de gran interés por las posibilidades de control social que representa el conocimiento de los mecanismos comunicativos. Es por ello que a lo largo de los pasados 70 años han surgido multitud de modelos fruto de las distintas escuelas sociológicas que se han aproximado al estudio de esta disciplina.

En sus teorías se establecen perfectamente delimitados tres niveles en los que operaba la comunicación. Esos tres niveles son:

- a) Un nivel meramente físico del proceso, dado por el sistema telefónico que los interconecta. Este nivel interesa al ingeniero en comunicaciones
- b) Un segundo nivel que es el semántico, dado por la lengua que usan para dialogar, y todas las otras formas del lenguaje

c) Un tercer nivel, que podríamos llamar sociocultural y en el que se pueden englobar los distintos aspectos de la comunicación

Modelos de Comunicación

En una aproximación muy básica, los elementos que deben darse para que se considere el acto de la comunicación son:

Emisor: Es quien emite el mensaje, puede ser o no una persona.

Receptor: Es quien recibe la información.

Canal: Es el medio físico por el que se transmite el mensaje, en este caso Internet hace posible que llegue a usted (receptor) el mensaje.

Código: Es la forma que toma la información que se intercambia entre la Fuente (el emisor) y el Destino (el receptor) de un lazo informático. Implica la comprensión o decodificación del paquete de información que se transfiere.

Mensaje: Es lo que se quiere transmitir.

Situación o contexto: Es la situación extralingüística en la que se desarrolla el acto comunicativo.

La comunicación es un campo muy amplio, no se puede cerrar en una postura y se debe ir cogiendo algo de cada una dependiendo de la situación en la que se encuentre. Se debe estar informado de asuntos que interesan a todos, teniendo en cuenta todos los actores y saber lo que ocurre en otros lugares, y no tardar mucho en conocerlo. La importancia y la influencia de la comunicación esta a la vista.

Modelo de Shannon y Weaver

Se puede decir que toda comunicación humana tiene alguna fuente, es decir, alguna persona o grupo de personas con un objetivo y una razón para ponerse en comunicación. Una vez dada la fuente, con sus ideas, necesidades, intenciones información y un propósito por el cual comunicarse, se hace necesario un segundo componente. El propósito de la fuente tiene que ser expresado en forma de mensaje. En la comunicación humana un mensaje puede ser considerado como

conducta física: traducción de ideas, propósito e intenciones en un código, en un conjunto sistemático de símbolos.

Ernesto Cesar Galeano en su texto modelos de comunicación menciona que “El modelo de Shannon y Weaver lanzaron una teoría matemática de la comunicación, casi al mismo tiempo que Laswell, elaboran su fórmula de cinco elementos. Se trata de un modelo de comunicación o, más exactamente, de una teoría de la información pensada en función de la cibernética, la cual es el estudio del funcionamiento de las máquinas, especialmente las máquinas electrónicas.

Cuando Shannon habla de información, se trata de un término con un sentido completamente diferente del que nosotros le atribuimos generalmente (noticias que nos traen diariamente la prensa, la radio y la TV). Se trata para él de una unidad cuantificable que no tiene en cuenta el contenido del mensaje”.

El modelo de Shannon se aplica entonces a cualquier mensaje, independientemente de su significación. Esta teoría permite sobre todo estudiar la cantidad de información de un mensaje en función de la capacidad del medio.

El modelo de Shannon se representa por un esquema compuesto por cinco elementos: una fuente, un transmisor, un canal, un receptor, un destino. Dentro de este modelo incluimos el ruido, que aporta una cierta perturbación.

Los elementos del modelo de Shannon y Weaver

a) La fuente: es el elemento emisor inicial del proceso de comunicación; produce un cierto número de palabras o signos que forman el mensaje a transmitir. Por ejemplo, puede ser la persona que, habiendo descolgado el teléfono y marcado el número, comienza a hablar. Puede ser, del mismo modo, el parlante de la radio o de la TV.

b) El transmisor: es el emisor técnico, esto es el que transforma el mensaje emitido en un conjunto de señales o códigos que serán adecuados al canal encargado de

transmitirlos. Así, en nuestro ejemplo, el transmisor transformará la voz en impulsos eléctricos que podrán ser transmitidos por el canal.

c) El canal: es el medio técnico que debe transportar las señales codificadas por el transmisor. Este medio será, en el caso del teléfono, los cables, o la red de microondas utilizada por la empresa telefónica en comunicaciones internacionales.

d) El receptor: también aquí se trata del receptor técnico, cuya actividad es la inversa de la del transmisor. Su función consiste entonces en decodificar el mensaje transmitido y vehiculado por el canal, para transcribirlo en un lenguaje comprensible por el verdadero receptor, que es llamado destinatario. Es entonces el aparato telefónico, el receptor de radio o el televisor.

e) El destinatario: constituye el verdadero receptor a quien está destinado el mensaje. Será entonces la persona a quien se dirige el llamado telefónico o el conjunto de personas audiencia de radio o de TV.

f) El ruido: es un perturbador, que parasita en diverso grado la señal durante su transmisión: “nieve” en la pantalla de TV, fritura o lloro en un disco, ruidos de interferencia en la radio, también la voz demasiado baja o cubierta por la música.

Modelo Laswell

La comunicación puede tener una importancia decisiva promoviendo el desarrollo humano en el nuevo clima de cambio social de nuestros días. A medida que el mundo avanza hacia la descentralización, la economía de mercado y una mayor democracia, mejoran las condiciones para que la población empiece a fijar su propio rumbo al cambio.

Publicado en Moragas Spá, Miquel, Sociología de la comunicación de masas, tomo II, Gustavo Gilli, Barcelona, 1985. Analiza que “El estudio científico del proceso de comunicación tiende a concentrarse en una u otra de tales preguntas. Los eruditos que estudian el quién, el comunicador, contemplan los factores que inician y guían el acto de la comunicación. Llamamos a esta subdivisión del campo de investigación análisis de control. Los especialistas que enfocan el «dice qué» hacen análisis de contenido.

Aquellos que contemplan principalmente la radio, la prensa, las películas y otros canales de comunicación, están haciendo análisis de medios. Cuando la preocupación primordial se encuentra en las personas a las que llegan los medios, hablamos de análisis de audiencia. Y si lo que interesa es el impacto sobre las audiencias, el problema es el del análisis de los efectos. Laswell es uno de los autores considerados padres de la comunicación; pionero de la Ciencia política y de las teorías de la comunicación.

Está considerado como uno de los fundadores de la psicología política. Laswell centra su estudio en el trayecto que recorre un mensaje desde el emisor hasta el receptor y en la respuesta de éste al mensaje por el estímulo.”

Para Laswell (1948) la acción de comunicación se resume en cinco preguntas:

¿Quién? → Emisor

¿Qué dice? → Mensaje

¿A quién? → Receptor

¿Por qué canal? → Medio de Comunicación

¿Con qué efecto? → Efecto

El modelo de Laswell recoge todos los componentes, que, desde el enfoque behaviorista (conductismo) son pertinentes para el estudio de la comunicación:

- a) Un sujeto estimulador (quién) que genera los estímulos buscando una clase de respuestas en el sujeto experimental.
- b) Unos estímulos comunicativos (qué) que originan una conducta comunicativa.
- c) Unos instrumentos (por qué canal) que hacen posible la aplicación de los estímulos comunicativos.
- d) Un sujeto experimental (a quién) que recibe estos estímulos y que va a reaccionar respecto a ellos.
- e) A estos estímulos comunicativos corresponden siempre unas respuestas (con qué efectos).

Según que el estudio de este proceso se centre en uno u otro de estos componentes se puede hablar de:

- a) Análisis de control
- b) Análisis de contenido
- c) Análisis de medios
- d) Análisis de audiencias
- e) Análisis de efectos

La realidad fue que tanto Lasswell como la mayoría de sus colegas continuaron haciendo estudios focales (básicamente de contenidos, audiencias y efectos).

El modelo, en lugar de ampliar la investigación, terminó legitimando varios de los presupuestos de la teoría hipodérmica.

- a) Los procesos son exclusivamente asimétricos, con un emisor activo que produce el estímulo y una masa pasiva de destinatarios que, por el estímulo, reacciona.
- b) La comunicación es intencional y tiende a un fin, a obtener un cierto efecto, observable y medible en cuanto da lugar a un comportamiento de alguna forma relacionable con dicha finalidad.
- c) Los papeles de comunicador y destinatario aparecen aislados, independientes de las relaciones sociales, situacionales, culturales en las que se producen los procesos comunicativos.

Teoría funcionalista

La teoría funcionalista se enfoca al estudio de los efectos de los medios masivos de comunicación, tomando como base a sus principales autores y destacando de sus teorías los elementos que ayuden a comprender los medios masivos con relación a la sociedad tanto desde su punto de vista individual como global.

La sociología, Aventura Dialéctica" Editorial Trillas; México 2009. Pone a consideración la definición de la teoría funcionalista que "Se enfoca al estudio de los efectos de los medios masivos de comunicación, tomando como base a sus principales autores y destacando de sus teorías los elementos que ayuden a

comprender los medios masivos con relación a la sociedad tanto desde su punto de vista individual como global.

Lo que caracteriza al funcionalismo es que para encontrar constantes en todas las sociedades y elaborar un conjunto de leyes generales que le den una teoría científica o un conjunto interrelacionado de leyes, elabora una serie de problemas funcionales comunes a toda sociedad con el supuesto que bajo la apariencia de una gran diversidad de conductas se ocultan los mismos problemas humanos. Ahora bien, el sistema social no puede ser analizado desde un punto de vista estático, sino que también debe encontrarse su función, para su estudio dinámico”. Llegando así a un análisis estructural-funcional.

Con esto, el funcionalismo queda como la corriente que nos servirá como base para el estudio de los medios masivos y su relación con la sociedad. Para poder comprender sus efectos, pero también ayudará en el estudio de los medios como institución de una manera detallada para comprender el porqué de dichos efectos con base en sus estructuras. Así, es necesario rescatar las características de los medios masivos:

Las masas requieren organizaciones formales complejas.

Los medios masivos se dirigen a públicos muy amplios.

Las comunicaciones masivas son públicas; es decir, su contenido esta abierto a todos.

Público heterogéneo.

La relación Emisor - Público es impersonal.

Ahora bien, conociendo la importancia social que tienen los medios es necesario conocer su productividad aprovechando que llegan a un mayor número de personas y para esto se le asignan tres grandes funciones:

Educar, Informar, Entretener.

La efectividad de los medios masivos es una expresión que alude a la eficacia de los medios para alcanzar un objetivo dado y se puede aplicar al pasado, al presente o al futuro, pero siempre indica intencionalidad, con lo que se puede hablar de efectos, y

al hablar de éstos nos referimos a lo que ya ha sucedido como consecuencia directa de la comunicación de masas, fuese o no pretendido.

Con esto aseguramos que los efectos de los medios de comunicación siempre con lleva al intento de establecer una relación entre el contenido del mensaje y los datos que son ajenos a los medios, y tenemos que el contenido de eso se presenta en formas que parecen tener mucha mayor constancia en el tiempo que otros fenómenos culturales.

Teoría crítica

Sergio Néstor Osorio (2007) menciona “La Teoría Crítica de la sociedad se propuso interpretar y actualizar la teoría marxista originaria según su propio espíritu. Por ello, entiende que el conocimiento no es una simple reproducción conceptual de los datos objetivos de la realidad, sino su auténtica formación y constitución. La Teoría Crítica se opone radicalmente a la idea de teoría pura que supone una separación entre el sujeto que contempla y la verdad contemplada, e insiste en un conocimiento que está mediado tanto por la experiencia, por las praxis concretas de una época, como por los intereses teóricos y extra teóricos que se mueven dentro de ellas.”

En términos generales, caracteriza a la “Teoría crítica” el rechazo por la justificación de la realidad socio histórica presente por considerarla injusta y opresora (“irracional”), postulando en su lugar, la búsqueda de una nueva realidad más racional y humana.

Horkheimer, Adorno y Marcuse definieron a la “Teoría crítica” como el opuesto a la “Teoría tradicional”. Para comprender este enfoque es necesario retroceder en el tiempo hasta Platón.

Estas formas fueron rechazadas por la Escuela de Frankfurt, e incluso rechazaron también a Hegel respecto a su identificación del sujeto-objeto, racional-real, concepto-realidad (teoría de la identidad). En parte aceptaban cierto irracionalismo en

la historia, pero no al punto de Kierkegaard, o de Nietzsche o Bergson: en síntesis, nunca se alejaron de los procedimientos racionales de acceso a la realidad. La racionalidad crítica, se eleva pues, en un punto intermedio entre el idealismo de la razón hegeliano y el irracionalismo. Se trata de una teoría que aspira a denunciar la irracionalidad en la historia y en la sociedad.

El positivismo, también estará en la mira de los teóricos críticos: no compartirán la idea de identificar conocimiento con la ciencia, ni considerar a ésta como todo conocimiento objetivo. Porque simplemente, esto supone atenerse a los hechos desechando cualquier forma de valoración, ya sea positiva o negativa.

Para enfocar la realidad desde una perspectiva crítica es necesario dejar de lado tanto la posición hegeliana que pretende identificar lo racional con lo real, como el positivismo, que considera a los hechos como el único aspecto de la realidad. En cualquiera de éstos casos, se produce una absolutización de los hechos, que promueve su aceptación, descartando de plano, la mirada crítica.

Comunicación comunitaria

Según Frances J. Berrigan, en su libro *La comunicación comunitaria*. Señala que “Las grandes instituciones de radiodifusión, en el sentido de facilitar una mayor participación de los ciudadanos. Paralelamente a estos cambios, se han realizado diversos proyectos, basados en el principio del acceso y la participación, en los países en desarrollo. Pero el acceso y la participación tienen amplias implicaciones, que rebasan los límites de las organizaciones de comunicación social y de sus técnicas de producción. Se trata de unos conceptos que tienen sus raíces en la teoría socio-política. La reivindicación del acceso y la participación se aplica primordialmente a la esfera política y es una reivindicación de acceso y participación en el ciclo político”.

El papel de la Comunicación Comunitaria y de la Comunicación para el Desarrollo en América Latina ha dejado de ser una simple forma de expresión para convertirse en

un verdadero modo de participación y acción. Sin embargo, no se ha tomado en cuenta a los medios de comunicación comunitaria, de las propuestas de Comunicación para el Desarrollo y de los aportes sociales. A pesar de la gran propagación de estos medios, no tienen una presencia consolidada en el ámbito comunicativo; ni tampoco un organismo comunitario que defienda sus derechos, que garantice su funcionamiento y expansión en los diversos países y que la vincule con el desarrollo social.

“Se empleaban los medios de comunicación social para respaldar unas iniciativas de desarrollo, difundiendo directrices o mensajes que incitaban a la población a prestar su apoyo a esos proyectos de desarrollo. Esto ha cambiado ya, pero se suele utilizar un sistema consistente en que los medios impresos o de radiodifusión expliquen al pueblo que se está llevando a cabo proyectos de desarrollo, para destacar los beneficios probables que se derivarán de ellos y para instarle a aprovecharlos. Un ejemplo típico es la planificación de la familia, con arreglo a la cual diversos medios de comunicación carteles, folletos o emisiones de radio y televisión- informan a la población sobre la disponibilidad de métodos de planificación de la familia y sobre el modo de conseguirlos, explican las ventajas de la familia pequeña, o los inconvenientes de una prole numerosa, e intentan convencer a su público para que practique algún método de control de la natalidad. Se han utilizado estrategias de comunicación similares en apoyo de planes de sanidad, nutrición, agricultura y educación.”

Acceso y participación

El acceso al proceso de comunicación puede ser definido como el derecho a recibir mensajes a través de todos los medios adecuados y de la manera más eficiente, según las condiciones en las que los medios de comunicación ejercen su acción. La participación activa en el proceso de comunicación, implica el derecho a participar en la elaboración de los contenidos y de los mensajes, a la vez que el derecho a influir en

los niveles de decisión de la política general de comunicaciones que una comunidad se dé, tanto para sí misma.

Williams, Raymond. "Los Medios de Comunicación Social", ed. Península, Barcelona, 2a. edición. "Acceso y participación en los procesos de la comunicación es abrir paso a una forma de acceso y participación en el desarrollo, en la medida en que éste reconoce como parte de su estrategia a los fenómenos comunicativos. Los medios de comunicación, de una u otra forma, postulan modelos de desarrollo que se convierten en una variable cada vez más significativa en el proceso de "socialización".

Como se señala en las recomendaciones aprobadas en Nairobi, "los medios de comunicación de masas pueden desempeñar el papel de instrumentos de enriquecimiento cultural, tanto abriendo posibilidades sin precedentes al desarrollo cultural, contribuyendo a la liberación del potencial cultural de las personas, a la salvaguardia y popularización de las formas tradicionales de la cultura y a la creación y difusión de nuevas formas, como transformándose en medios de comunicación de grupo y facilitando la intervención directa de las poblaciones".

En ese contexto "el objetivo último del acceso y la participación es elevar el nivel espiritual y cultural de toda la sociedad sobre la base de los valores humanos , y dar a la cultura un contenido democrático humanitario, lo que a su vez presupone adoptar medidas para combatir la influencia perniciosa de la "cultura comercial de masas" que amenaza a las culturas nacionales y al desarrollo cultural de la humanidad, conduce al envilecimiento de la personalidad y sobre todo influye de manera nefasta en la juventud".

Metodología de los medios

La metodología comunicativa crítica es una aproximación que ofrece una posible respuesta a esta situación de cambio social. Incorpora las voces de todas las personas

involucradas en la investigación desde el inicio hasta el final de la misma. Crea conocimiento científico a través de validar tanto el discurso de los expertos, como el discurso de las personas no expertas.

“La metodología comunicativa crítica es una perspectiva metodológica que toma como uno de sus pilares más importantes el hecho de que el conocimiento no es en ningún caso patrimonio de las personas “expertas”. La veracidad y validez de los resultados obtenidos a través de la investigación en las ciencias sociales dependen, en buena medida, de la capacidad de la perspectiva metodológica utilizada para integrar la intersubjetividad” (Gómez, Latorre, Sánchez y Flecha, 2006).

El concepto que subyace a esta afirmación es la idea de racionalidad comunicativa. Siguiendo las aportaciones que ha realizado Habermas (2001) al desarrollo de las ciencias sociales y educativas, la racionalidad de las acciones y de los procesos sociales no se mide únicamente bajo criterios instrumentales, tal y como habían destacado distintos autores. También existen otros elementos, como es el caso de la racionalidad comunicativa, basada en los acuerdos a los que se llega mediante el diálogo que se establece entre dos o más personas, con la idea de alcanzar un consenso.

Desde el punto de vista epistemológico, esta perspectiva implica asumir que los enunciados científicos son resultado del diálogo. El conocimiento, como tal, no es ajeno a las personas que lo hemos creado. Pero más allá de la visión constructivista de creación de saber, la metodología comunicativa crítica se centra en el aspecto intersubjetivo de la creación de conocimiento: todo lo que forma parte de nuestro saber es producto de la labor y el trabajo de generaciones y generaciones de personas que en el pasado hicieron aportaciones que han acabado formando parte del conocimiento que hoy día tenemos del mundo que nos rodea.

Estas aportaciones nunca, en ningún caso, son producto de una sola persona. Al contrario: son resultado de muchas personas que mediante el diálogo, la discusión, la reflexión, el intercambio de ideas, en base a argumentos y evidencias han justificado y demostrado sus afirmaciones y han pasado a formar parte de nuestra visión del mundo. Tal y como dijo Kuhn en la estructura de las revoluciones científicas, los paradigmas son producto de acuerdos históricos, que van cambiando a lo largo del tiempo, cuando aparecen suficientes evidencias que justifican el cambio de paradigma (Kuhn, 1971).

La idea de “diálogo en base a argumentos que se rigen por pretensiones de validez y no pretensiones de poder” es un aspecto clave que se destaca desde la metodología comunicativa crítica, porque los enunciados no se asumen por la posición de poder de quien los emite, sino por la corrección (y ajuste a la realidad) de los argumentos que se presentan para justificarlos. Partiendo de esta idea, esta aproximación metodológica es profundamente crítica con perspectivas basadas en el escepticismo, el relativismo epistemológico y moral o el nihilismo intelectual.

Lejos de afirmar que la ciencia no es posible, y que todo consiste en la capacidad que tenga el investigador para imponer su punto de vista en base a la posición de poder que ocupa, desde la perspectiva comunicativa crítica se afirma que sí es posible hacer ciencia, construir enunciados que son verdaderos o falsos (que, por tanto, están sujetos a la posibilidad de falsación), y que lo que importa son las evidencias que se aportan para justificarlos (o rechazarlos).

Modelo de participación

A través de la participación se aprende la cooperación, la negociación en torno a los conflictos y el respeto por la diversidad y la tolerancia, elementos vitales para construir la paz.

“Enfrentados al fantasma y a la realidad del terrorismo, con unos niveles de pobreza extremos y degradantes en gran parte del mundo y un sentimiento cada vez más

extendido de privación de derechos, los dirigentes mundiales han reconocido la necesidad de profundizar la democracia, y esa tarea empieza por los niños” (Estado Mundial de la Infancia).

Formar ciudadanía para la democracia implica: contar con espacios y oportunidades que promuevan y permitan aprender habilidades y concepciones ciudadanas, asumir los deberes y derechos que socialmente se han acumulado como legado cultural, lo que conlleva a la participación activa en los procesos públicos. Esto no existe, no es un estado natural.

Hay que aprender lo que significa, desde temprana edad. La noción de ciudadanía implica: el ejercicio efectivo de los derechos humanos en su globalidad; la realización de una democracia de personas que participan, no de meros espectadores; y el reconocimiento de las personas como sujetos de derecho, fundamento y finalidad de la democracia y de la sociedad civil.

Menciona Fernando Savater “el ciudadano demócrata, capaz de participar, de criticar y de respetar, no es un producto natural, es una cosa artificial, nueva. Lo natural no es ser un buen ciudadano, eso tiene que ser fabricado. Hay que educar un individuo capaz de poder decidir por sí mismo lo que le viene bien y lo que no, un tipo de ser autónomo y responsable que a la vez sea capaz de cooperar con otro. Que tenga forma de comunicar las cosas que desea a los otros y de escuchar las cosas que otros desean de él. Un ser autónomo, responsable y cooperativo sería el ideal, en la educación para la ciudadanía”.

Se aprende a ser ciudadano desde niño, en la medida en que se aprenda a participar en los proyectos, responsabilidades y niveles de la vida cotidiana. Este aprendizaje debe darse en la familia, en la escuela, en la pequeña comunidad urbana o rural y en la gran comunidad mundial de los medios.

Metodología de la comunicación

Para que una organización pueda “diseñar y poner en práctica programas efectivos de comunicación para la salud, que den lugar a un cambio de conductas positivo, es necesario disponer de una metodología que sirva de orientación en la creación y ejecución de dichos programas. Ello facilita el trabajo en equipo cuando todos los miembros utilizan el mismo marco de referencia y la misma metodología para aplicarla a nuevas personas y nuevas situaciones”

En tal sentido, para la práctica de la comunicación se propone un ordenamiento lógico de una secuencia de pasos “Diagnóstico, MENDEZ, JUAN M, (2001) “Aprendamos a consumir mensajes”. España, Grupo Comunicar Ediciones.

Para implementar eficientemente las acciones de comunicación, se tiene pleno conocimiento de que los “programas de comunicación en salud pueden informar, convencer, fortalecer y educar”.

“La metodología que se utilice para la comunicación debe ser sistemática, estableciendo claramente los pasos a seguir para crear un enfoque comunicativo que funcione; multidisciplinaria, basándose en los medios de comunicación y los campos de mercadeo social, educación informal, análisis de conductas y antropología médica, entre otras áreas; destinada a lograr cambios de comportamiento, logrando no sólo una toma de conciencia o compartir información y flexible, permitiendo su aplicación a una variedad de problemas de salud”

Comunicación para el cambio social

El paradigma de la Comunicación para el Cambio Social es sin lugar a dudas uno de los fenómenos que ha logrado acaparar la atención de estudiosos de la comunicación en los últimos años, dado a la importancia que le brinda a la participación comunitaria en todos los asuntos que rodean el desarrollo e implementación de un esfuerzo que promueve mejores estilos de vida en la población. Este modelo establece una relación directa entre el proceso de comunicación y el desarrollo de los pueblos. Además,

trastoca la pasividad que se le atribuía al receptor en un proceso de comunicación tradicional o unilineal (Fuente- Mensaje- Canal- Receptor).

Organizaciones como la UNESCO y UNICEF entre otras se han dado a la tarea de promover grandes movilizaciones sociales a través de la Comunicación para el Cambio Social. Estas acciones han propiciado la utilización de estrategias múltiples participativas para beneficio de los pueblos marginados.

En la Comunicación para el Cambio Social son las personas de la comunidad las que tienen la posibilidad de formular sus propias agendas para el cambio. Agendas que pueden dirigirse a propiciar cambios sociales en comunidades pequeñas, ciudades y a nivel internacional. Este proceso aunque se fundamenta mayormente en el diálogo emplea distintos medios de comunicación, ya sean tradicionales o modernos. Cuando son utilizados por la comunidad, los medios masivos de comunicación tienen la posibilidad de actuar como instrumentos efectivos en la transmisión de conocimiento que promueva cambios sociales y conlleve a la sostenibilidad de las iniciativas.

Una de las características a destacar del paradigma de la Comunicación para el Cambio Social es la atención que le da a la influencia de la interculturalidad como parte de sus postulados. El modelo destaca la importancia que tienen las características socio culturales inmersas en una comunidad y propone que su desconocimiento podría determinar el éxito o fracaso de un esfuerzo que pretende cambios de conductas o hábitos en la población.

La Comunicación para el Cambio Social sin lugar a dudas representa un reto para los expertos de comunicación, pues demanda dominio absoluto de los temas principales que afectan a una comunidad, y que podrían incidir en sus acciones de desarrollo. Constituye una importante metodología para la investigación en comunicación, ya que apunta a una perspectiva insertada que se caracteriza por ser un proceso metodológico sistémico y que involucra a los beneficiarios de la estrategia en

la producción colectiva de conocimientos necesarios para transformar una determinada realidad social.

Denise Gray-Felder menciona que la “comunicación para el cambio social” entendiéndolo por tal en principio “un proceso de diálogo, privado y público, a través del cual los participantes deciden quiénes son, qué quieren y cómo pueden obtenerlo.” De este concepto surge el planteamiento de que las comunidades deben ser actrices protagónicas de su propio desarrollo, de que la comunicación no debe ser necesariamente sinónimo de persuasión sino primordialmente mecanismo de diálogo horizontal e intercambio participativo y que, en vez de centrarse en forjar conductas individuales debe hacerlo en los comportamientos sociales con los valores y las normas de las comunidades.

Actores sociales

Alain Touraine (1984), menciona que un actor social “es un sujeto colectivo estructurado a partir de una conciencia de identidad propia, portador de valores, poseedor de un cierto número de recursos que le permiten actuar en el seno de una sociedad con vistas a defender los intereses de los miembros que lo componen y/o de los individuos que representa, para dar respuesta a las necesidades identificadas como prioritarias.”

“También puede ser entendido como un grupo de intervención, tal que percibe a sus miembros como productores de su historia, para la transformación de su situación. O sea que el actor social actúa sobre el exterior, pero también sobre sí mismo.”

En ambos casos, el actor se ubica como sujeto colectivo, entre el individuo y el Estado. En dicho sentido es generador de estrategias de acción (acciones sociales), que contribuyen a la gestión y transformación de la sociedad.

El reconocimiento de los actores sociales introduce una concepción de la sociedad humana fundada en el historicismo, en la cual el conflicto social es un mecanismo de cambio.

A partir de esta concepción, la sociedad puede ser entendida como un sistema (sistema social), que nunca está totalmente reglamentado ni controlado, y en el cual los actores sociales disponen de un margen de libertad más o menos grande, que utilizan en forma estratégica en sus interacciones con los demás.

Toda relación social involucra una relación de poder, que es también una relación de intercambio y de negociación de carácter recíproco y desequilibrado. Los actores sociales actúan en consecuencia en el marco de relaciones sociales desiguales y conflictivas, basadas en la influencia, la autoridad, el poder y la dominación.

Una sociedad en transformación tiene por conclusión la constitución y el desarrollo de nuevos actores sociales, productores de nuevos conflictos ligados a las características de la evolución de la sociedad.

En dichos casos, el sistema político es más o menos permeable a la influencia de los actores sociales, según las características que lo fundamentan: desde un tipo centralizador y autoritario, hasta un tipo descentralizador y democrático.

En todos los casos, la intervención de los actores sociales debe ser juzgada a partir de su representatividad en el seno de la sociedad y de su poder, el que se manifiesta por su capacidad de transformar los conflictos sociales en nuevas reglas institucionales.

Estrategia

“La estrategia es un pilar que se nutre de múltiples factores internos y externos a cada organización; que toma en cuenta la misión y visión organizacionales, los objetivos de la misma, así como la cultura organizacional, sus valores y modos de operar.

A su vez, la estrategia es el elemento que da origen a toda una serie de definiciones operativas en cada una de las áreas de la organización, constituyendo una guía a partir de la cual la empresa toma definiciones clave en cada una de sus áreas y en sus distintos niveles organizacionales”. Michael E. Porter.

Una estrategia se caracteriza, no sólo por la representación detallada de una secuencia de acciones, sino también por una particular cualidad de dichas acciones. Lo que estamos planteando es una investigación, latente en la bibliografía especializada, entre una consideración “sustantiva” de la estrategia como un conjunto de operaciones ordenadas, aunque con un carácter más o menos flexible, frente a una consideración, que podríamos denominar “adjetiva”, inherente a determinadas formas de actuar.

Dicho de un modo más simple, entre el término de “estrategia” y el de “comportamiento estratégico”. K. J. Halten: (1987) " Es el proceso a través del cual una organización formula objetivos, y está dirigido a la obtención de los mismos. Estrategia es el medio, la vía, es el cómo para la obtención de los objetivos de la organización. Es el arte de entremezclar el análisis interno y la sabiduría utilizada por los dirigentes para crear valores de los recursos y habilidades que ellos controlan. Para diseñar una estrategia exitosa hay dos claves; hacer lo que hago bien y escoger los competidores que puedo derrotar. Análisis y acción están integrados en la dirección estratégica".

Según George Morrissey el término estrategia suele utilizarse para describir cómo lograr algo. Dice que nunca ha entendido muy bien ese uso del término, ya que es contrario a su percepción de una estrategia como aquello donde se dirige una empresa en el futuro en vez de cómo llegar ahí.

Cultura

“La cultura es una abstracción, es una construcción teórica a partir del comportamiento de los individuos de un grupo. Por tanto nuestro conocimiento de la cultura de un grupo va a provenir de la observación de los miembros de ese grupo que vamos a poder concretar en patrones específicos de comportamiento.” José Herrero (2002).

Cada individuo tiene su mapa mental, su guía de comportamiento, lo que llamamos su cultura personal. Mucha de esa cultura personal está formada por los patrones de comportamiento que comparte con su grupo social, es decir, parte de esa cultura consiste en el concepto que tiene de los mapas mentales de los otros miembros de la sociedad. Por tanto la cultura de una sociedad se basa en la relación mutua que existe entre los mapas mentales individuales.

El antropólogo, como no puede conocer directamente el contenido mental de una persona, determina las características de estos mapas mentales a través de la observación del comportamiento.

En general, la cultura es una especie de tejido social que abarca las distintas formas y expresiones de una sociedad determinada. Por lo tanto, las costumbres, las prácticas, las maneras de ser, los rituales, los tipos de vestimenta y las normas de comportamiento son aspectos incluidos en la cultura.

Otra definición establece que la cultura es el conjunto de informaciones y habilidades que posee un individuo. Para la UNESCO, la cultura permite al ser humano la capacidad de reflexión sobre sí mismo: a través de ella, el hombre discierne valores y busca nuevas significaciones.

Cambio social

Sztompka, Piotr menciona que el estudio del cambio social “comprende la determinación de las causas o factores que producen el cambio social. El término es

relevante en estudios dedicados a historia, economía y política, y puede abarcar desde conceptos como revolución y cambio de paradigmas hasta cambios superficiales en una pequeña comunidad. La idea de progreso y la idea de innovación son conceptos que deben incluirse en el análisis.”

El cambio social incluye aspectos como el éxito o fracaso de diversos sistemas políticos y fenómenos como la globalización, la democratización, el desarrollo y el crecimiento económico. Es decir: el cambio social consiste en la evolución de las sociedades, desde cambios a gran escala hasta pequeñas alteraciones. El estudio del cambio social suele considerarse una rama de la sociología, pero también atañe a las ciencias políticas, económicas, a la antropología y a muchas otras ciencias sociales.

El cambio social puede aplicarse a numerosos aspectos de una sociedad. Aunque normalmente se lo relaciona con cuestiones económico-políticas, también puede y debe aplicarse a cuestiones culturales, éticas e identitarias de una comunidad.

Se puede decir que la idea de cambio social posee en la mayoría de los casos una connotación positiva ya que implica la evolución y adaptación de una sociedad a las necesidades particulares de cada momento histórico. En este sentido, los grupos sociales progresistas y modernistas siempre verán con buenos ojos el cambio social hacia nuevas estructuras. Sin embargo, para muchos sectores de la población, aquellos que se denominan conservadores o reaccionarios, el cambio social puede ser visto como algo negativo ya que significa dejar atrás ciertos valores, reglas de conducta y formas de entender el mundo tradicionalmente aceptados como los más correctos sin importar el desenvolvimiento del conjunto social.

Comunicación para el desarrollo

La comunicación para el desarrollo en Latinoamérica. Luis Ramiro Beltrán Salmón.
Documento presentado al III Congreso Panamericano de la comunicación. Señala:

“La comunicación es el proceso de interacción social democrática que se basa sobre el intercambio de símbolos por los cuales los seres humanos comparten voluntariamente sus experiencias bajo condiciones de acceso libre e igualitario, diálogo y participación”.

“La comunicación alternativa para el desarrollo democrático es la expansión y el equilibrio en el acceso de la gente al proceso de comunicación y en su participación en el mismo empleando los medios –masivos, interpersonales y mixtos para asegurar, además del avance tecnológico y del bienestar material, la justicia social, la libertad para todos y el gobierno de la mayoría”.

El concepto Comunicación para el desarrollo aparece en el siglo XX y se refiere a toda una serie de estrategias comunicativas que se aplican a los llamados países del Tercer Mundo con el objetivo de mejorar sus condiciones de vida. Se basaba en la idea de que los medios de comunicación tenían importantes efectos que podían conducir al crecimiento económico de los países y, como consecuencia, provocar cambio social. Para ello, se emitían mensajes con fines educativos que iban dirigidos en principio a áreas como la agricultura, sanidad, nutrición, planificación familiar y desarrollo de las áreas rurales, etc. Más tarde se incorporaron otras como la ideología, la cultura y la identidad nacional.

Es a partir de los años 50, cuando se comienzan a utilizar de manera sistemática los medios de comunicación para fomentar el desarrollo. Tras la Segunda Guerra Mundial aparecen nuevas naciones independientes que se convierten en blanco de las políticas expansionistas de las potencias mundiales en el terreno económico. Los países del Tercer Mundo, serán los objetivos fundamentales de los planes de desarrollo que se comienzan a elaborar desde las organizaciones internacionales como la ONU, el Banco Mundial, UNICEF, UNESCO, PNUD, FAO etc. Donde la herramienta clave eran los medios de comunicación.

Mobilización social

Se habla de movilización social para mencionar los complejos procesos interconectados con que una sociedad procura enfrentar las necesidades que le plantean los procesos de cambio (especialmente los de crecimiento) a que está sometida: crecimiento demográfico, presión migratoria, cambio tecnológico, cambios ocupacionales, intensificación de las comunicaciones. Se considera que son indicadores de la movilización social: la exposición al efecto-demostración, la alfabetización, el acceso a los medios de comunicación social, las migraciones, la urbanización, el empleo no agrícola (industrial o de servicios). La movilización social es una respuesta al cambio y al mismo tiempo aumenta la predisposición de la gente al cambio.

La movilización social se entiende como un proceso de organización social, que se realiza a través de variados mecanismos y persiguiendo plurales objetivos, que busca una resignificación social de las instituciones y de los sujetos. Para el quehacer institucional, la movilización además es una estrategia de participación efectiva, que le permite a los diversos sectores sociales, en este caso la población con limitación y sus colectivos, intervenir en aquellos asuntos de los cuales venían siendo excluidos.

En este sentido, propiciar o provocar condiciones para la movilización social y política de las personas con limitación visual, es una ruta institucional que ayudará a conformar mayores niveles de autonomía, organización y participación de la población con limitación visual, para que sus necesidades partan en gran medida de sus expectativas y sus intereses.

Carlos Arturo Caro para finalizar añade que: la Movilización Social, “es un soporte para el cambio de las condiciones de vida, basado en las debilidades identificadas en varios ejercicios de planeación técnicamente soportados.

Redes sociales

Las redes sociales son estructuras sociales compuestas de grupos de personas, las cuales están conectadas por uno o varios tipos de relaciones, tales como amistad, parentesco, intereses comunes o que comparten conocimientos.

El análisis de redes sociales estudia esta estructura social aplicando la Teoría de Grafos e identificando las entidades como "nodos" o "vértices" y las relaciones como "enlaces" o "aristas". La estructura del grafo resultante es a menudo muy compleja. Como se ha dicho, puede haber muchos tipos de lazos entre los nodos. La investigación multidisciplinar ha mostrado que las redes sociales operan en muchos niveles, desde las relaciones de parentesco hasta las relaciones de organizaciones a nivel estatal (se habla en este caso de Redes políticas), desempeñando un papel crítico en la determinación de la agenda política y el grado en el cual los individuos o las organizaciones alcanzan sus objetivos o reciben influencias.

En su forma más simple, una red social es un mapa de todos los lazos relevantes entre todos los nodos estudiados. Se habla en este caso de redes "sociocéntricas" o "completas". Otra opción es identificar la red que envuelve a una persona (en los diferentes contextos sociales en los que interactúa); en este caso se habla de "red personal".

La red social también puede ser utilizada para medir el capital social (es decir, el valor que un individuo obtiene de los recursos accesibles a través de su red social). Estos conceptos se muestran, a menudo, en un diagrama donde los nodos son puntos y los lazos, líneas.

Juan Julián Merelo Guervos, añade que “las redes no son solo eso que se echa al mar para coger acedias, ni siquiera eso que se usa para chatear con los colegas. Una red es una forma abstracta de visualizar una serie de sistemas, y, en general, casi todos los sistemas complejos. Las redes, al fin y al cabo, están compuestas de nudos, que se

llaman habitualmente nodos, y de enlaces entre ellos; que se llaman aristas, si es que son flechas que van de un nodo al otro, con un sentido definido, o bien arcos, si es que la relación es recíproca, o por decirlo de otro modo, las flechas tienen puntas en los dos extremos.

Comunicación participativa

La comunicación participativa es un modelo y una forma de “hacer comunicación” que facilita la recuperación de la vida cotidiana, las necesidades e intereses de los grupos socioculturales, así como a sus protagonistas, mediante la planificación de propuestas que contribuyan a mejorar su presencia e incidencia tanto en los procesos de desarrollo, y de toma de decisión, como en los medios de comunicación. Este “modelo de comunicación” posibilita espacios y relaciones de poder más equitativos en donde las personas comparten experiencias, información, sentimientos y propuestas para crecer individual y colectivamente.

Jan Servaes en su texto comunicación participativa, el nuevo paradigma menciona que la comunicación participativa requiere, antes que todo, cambios en la manera de pensar de los “comunicadores”. Los estímulos, los objetivos y las audiencias de los modelos de comunicación y desarrollo.

Participación significa una repartición más equitativa de tanto el poder político como económico, lo cual a menudo lleva a reducir los privilegios de ciertos grupos. Un cambio estructural significa redistribución del poder. En las áreas de la comunicación masiva, muchos expertos de la comunicación están de acuerdo que el cambio estructural debe ocurrir primero para poder establecer luego políticas de comunicación participativa. Mowlana y Wilson, por ejemplo, plantean: “Las políticas de comunicación son básicamente derivadas de las condiciones e instituciones políticas, culturales y económicas dentro de las cuales operan. Tienden a legitimar las relaciones de poder existentes en la sociedad y, por esta razón, no se les puede

cambiar de manera sustancial sin que haya cambios estructurales fundamentales en la sociedad que permitan alterar estas relaciones de poder mismas”

Herramientas de aprendizaje

“El aprendizaje es el proceso a través del cual se adquieren o modifican habilidades, destrezas, conocimientos, conductas o valores como resultado del estudio, la experiencia, la instrucción, el razonamiento y la observación. Este proceso puede ser analizado desde distintas perspectivas, por lo que existen distintas teorías del aprendizaje. El aprendizaje es una de las funciones mentales más importantes en humanos, animales y sistemas artificiales.” Dr. Gilbert Toro (2006).

El aprendizaje humano está relacionado con la educación y el desarrollo personal. Debe estar orientado adecuadamente y es favorecido cuando el individuo está motivado. El estudio acerca de cómo aprender interesa a la neuropsicología, la psicología educacional y la pedagogía.

El aprendizaje como establecimiento de nuevas relaciones temporales entre un ser y su medio ambiental ha sido objeto de diversos estudios empíricos, realizados tanto en animales como en el hombre. Midiendo los progresos conseguidos en cierto tiempo se obtienen las curvas de aprendizaje, que muestran la importancia de la repetición de algunas predisposiciones fisiológicas, de los ensayos y errores, de los períodos de reposo tras los cuales se aceleran los progresos, etc. Muestran también la última relación del aprendizaje con los reflejos condicionados.

Técnicas de enseñanza

Una técnica de enseñanza es un tipo de acción concreta, planificada por el docente y llevada a cabo por el propio docente o sus estudiantes con la finalidad de alcanzar objetivos de aprendizaje concretos.

Instituto Tecnológico y de estudios Superiores de Monterrey, Mexico.2010 considera que las técnicas de enseñanza “es un procedimiento didáctico que se presta a ayudar a

realizar una parte del aprendizaje que se persigue con la estrategia. Mientras que la estrategia abarca aspectos más generales del curso o de un proceso de formación completo, la técnica se enfoca a la orientación del aprendizaje en áreas delimitadas del curso.

Dicho de otra manera, la técnica didáctica es el recurso particular de que se vale el docente para llevar a efecto los propósitos planeados desde la estrategia.”

Las técnicas son, en general, procedimientos que buscan obtener eficazmente, a través de una secuencia determinada de pasos o comportamientos, uno o varios productos precisos. Las técnicas determinan de manera ordenada la forma de llevar a cabo un proceso, sus pasos definen claramente cómo ha de ser guiado el curso de las acciones para conseguir los objetivos propuestos. Aplicando ese enfoque al ámbito educativo, diremos que una técnica didáctica es el procedimiento lógico y con fundamento psicológico destinado a orientar el aprendizaje del alumno.

Como ya se ha mencionado, a diferencia de la estrategia lo puntual de la técnica es que ésta incide en un sector específico o en una fase del curso o tema que se imparte, como la presentación al inicio del curso, el análisis de contenidos, la síntesis o la crítica del mismo.

Dentro del proceso de una técnica, puede haber diferentes actividades necesarias para la consecución de los resultados pretendidos por la técnica. Estas actividades son aún más parciales y específicas que la técnica y pueden variar según el tipo de técnica o el tipo de grupo con el que se trabaja. Las actividades pueden ser aisladas y estar definidas por las necesidades de aprendizaje del grupo.

Pedagogía

La palabra pedagogía tiene su origen en el griego antiguo paidagogós. Este término estaba compuesto por paidos (“niño”) y gogía (“llevar” o “conducir”). Por lo tanto, el concepto hacía referencia al esclavo que llevaba a los niños a la escuela.

En la actualidad, la pedagogía es el conjunto de saberes que se encarga de la educación como fenómeno típicamente social y específicamente humano. Se trata de una ciencia aplicada de carácter psicosocial, cuyo objeto de estudio es la educación. La pedagogía recibe influencias de diversas ciencias, como la psicología, la sociología, la antropología, la filosofía, la historia y la medicina, entre otras.

De todas formas, cabe destacar que hay autores que consideran que la pedagogía no es una ciencia, sino que es un saber o un arte.

La pedagogía puede ser categorizada según distintos criterios. Suele hablarse de la pedagogía general (que se refiere a las cuestiones universales y globales de la investigación y de la acción sobre la educación) o de las pedagogías específicas (que han sistematizado un diferente cuerpo del conocimiento en función de diversas realidades históricas experimentadas). También puede distinguirse entre la pedagogía tradicional y la pedagogía contemporánea.

Es importante distinguir entre la pedagogía como la ciencia que estudia la educación y la didáctica como la disciplina o el conjunto de técnicas que facilitan el aprendizaje. Así puede decirse que la didáctica es sólo una disciplina dentro de la pedagogía.

La pedagogía también ha sido relacionada con la andragogía, la disciplina educativa que se encarga de instruir y educar permanentemente al hombre en cualquier período de su desarrollo en función de su vida cultural y social.

Métodos pedagógicos

La pedagogía, aquí, es fundamentalmente socrática apoyándose en la percepción inmediata que el usuario tiene de las imágenes, del escenario que éstas proporcionan, y del proceso que lo lleva de lo concreto a lo abstracto, de las cosas a los conceptos, y de lo particular a lo general. Con la abstracción se aprende a construir descripciones del objeto menos detalladas; con la generalización se extiende el objeto a otros objetos. Se trata de ir dirigiendo al usuario flexiblemente hacia el conocimiento que

envuelve las imágenes a través del análisis preestablecido y su recomposición: seguir el proceso de análisis y luego explotarla para comprobar la síntesis.

La evaluación del conocimiento adquirido se basa en la capacidad de síntesis, de recomponer las imágenes por medio de lo aprendido. Los conceptos necesitan la comprensión de las características y de las funciones que cumplen las partes de las imágenes cuando se van agrupando para componer el todo, por tanto se trata de entender el por qué de las relaciones.

El aprendizaje analítico es fundamentalmente deductivo y trata de dirigir de un modo eficaz el conocimiento del usuario hacia un objetivo. El aprendizaje sintético, que es el que verdaderamente acrecienta el conocimiento del usuario, es más bien inductivo y analógico (Michalski). Se trata aquí principalmente de un aprendizaje sintético por ejemplos.

Educación

La educación puede definirse como el proceso de socialización de los individuos. Al educarse, una persona asimila y aprende conocimientos. La educación también implica una concienciación cultural y conductual, donde las nuevas generaciones adquieren los modos de ser de generaciones anteriores.

El proceso educativo se materializa en una serie de habilidades y valores, que producen cambios intelectuales, emocionales y sociales en el individuo. De acuerdo al grado de concienciación alcanzado, estos valores pueden durar toda la vida o sólo un cierto periodo de tiempo.

En el caso de los niños, la educación busca fomentar el proceso de estructuración del pensamiento y de las formas de expresión. Ayuda en el proceso madurativo sensorio-motor y estimula la integración y la convivencia grupal.

La educación formal o escolar, por su parte, consiste en la presentación sistemática de ideas, hechos y técnicas a los estudiantes. Una persona ejerce una influencia ordenada

y voluntaria sobre otra, con la intención de formarle. Así, el sistema escolar es la forma en que una sociedad transmite y conserva su existencia colectiva entre las nuevas generaciones.

Por otra parte, cabe destacar que la sociedad moderna otorga particular importancia al concepto de educación permanente o continua, que establece que el proceso educativo no se limita a la niñez y juventud, sino que el ser humano debe adquirir conocimientos a lo largo de toda su vida.

Dentro del campo de la educación, otro aspecto clave es la evaluación, que presenta los resultados del proceso de enseñanza y aprendizaje. La evaluación contribuye a mejorar la educación y, en cierta forma, nunca se termina, ya que cada actividad que realiza un individuo es sometida a análisis para determinar si consiguió lo buscado.

Técnicas de enseñanza

Salvador Pérez Osorio La técnica aplicada en la didáctica posee la herramienta necesaria para implementar el conocimiento-aprendizaje englobado en métodos.

La técnica es el eslabón que permite a la didáctica enlazar con el alumno, el dominio de ella y su mejoría garantizan el logro de objetivos y metas.

Métodos y técnicas de enseñanza: constituyen recursos necesarios de la enseñanza; son los vehículos de realización ordenada, metódica y adecuada de la misma. Los métodos y técnicas tienen por objeto hacer más eficiente la dirección del aprendizaje.

Método es el planeamiento general de la acción de acuerdo con un criterio determinado y teniendo en vista determinadas metas.

Técnica de enseñanza tiene un significado que se refiere a la manera de utilizar los recursos didácticos para un efectivo aprendizaje en el educando. Conviene al modo de actuar, objetivamente, para alcanzar una meta.

Método de enseñanza es el conjunto de momentos y técnicas lógicamente coordinados para dirigir el aprendizaje del alumno.

Método didáctico es el conjunto lógico y unitario de los procedimientos didácticos que tienden a dirigir el aprendizaje, incluyendo en él desde la presentación y elaboración de la materia hasta la verificación y competente rectificación del aprendizaje.

En definitiva las técnicas de estudio pueden ser un complemento positivo en la realización de los deberes escolares en casa. Y por supuesto, si estas también se enseñan de forma sistemática en los colegios. Como en otros aspectos de la educación, es importante usar métodos que ayuden pedagógicamente.

Estrategia didáctica

Las estrategias didácticas según Cammaroto (1999) suponen un proceso de enseñanza aprendizaje con ausencia o sin ausencia del docente porque la instrucción se lleva a cabo con el uso de los medios instruccionales o las relaciones interpersonales, logrando que el alumno alcance ciertas competencias previamente definidas a partir de conductas iniciales.

De igual forma, Díaz y otros (2002) definen las estrategias instruccionales como un conjunto de procedimientos que un alumno adquiere y emplea de forma intencional con el objetivo de aprender significativamente a solucionar problemas atendiendo a las demandas académicas.

Este tipo de estrategias en el ejercicio de la docencia, actualmente debe enfocarse en el rompimiento de la enseñanza tradicional, dando lugar al proceso de enseñanza aprendizaje que logre la conformación de un alumnado autónomo, crítico ,capaz de transformar su realidad es decir la gestación a través de la educación de un ser dinámico.

Actividades de enseñanza

Dicho en términos más sencillos, una actividad de enseñanza/aprendizaje es un procedimiento que se realiza en un aula de clase para facilitar el conocimiento en los estudiantes (Cooper, 1999; Richards y Rodgers, 1992). Estas actividades se eligen con el propósito de motivar la participación de los estudiantes en el proceso de enseñanza/aprendizaje.

Es lógico, entonces, que el aprendizaje de los estudiantes sea la clave para la selección y uso de un extenso abanico de estrategias de enseñanza. Las actividades de enseñanza/aprendizaje son los medios por las cuales los estudiantes se comprometen a aprender en esferas tanto cognitivas, afectivas, como de conducta o comportamiento (Cooper, 1999).

Algunas actividades son más efectivas para estimular el aprendizaje cognitivo mientras que otras parecen alcanzar el nivel efectivo con mayor éxito. Existen otras actividades que afectan la esfera de la conducta con más fuerza.

Los docentes querían conformar las actividades apropiadas al campo de aprendizaje que buscan afectar. Con esto en mente, se puede decir que una actividad de enseñanza aprendizaje estimula o compromete a los estudiantes en un campo particular de aprendizaje.

Método deductivo

El método deductivo es un método científico que considera que la conclusión está implícita en las premisas. Por lo tanto, supone que las conclusiones siguen necesariamente a las premisas: si el razonamiento deductivo es válido y las premisas son verdaderas, la conclusión sólo puede ser verdadera.

El método deductivo infiere los hechos observados basándose en la ley general (a diferencia del inductivo, en el cual se formulan leyes a partir de hechos observados).

Hay quienes creen, como el filósofo Francis Bacon, que la inducción es mejor que la deducción, ya que se pasa de una particularidad a una generalidad.

El método deductivo puede dividirse en método deductivo directo de conclusión inmediata (cuando se obtiene el juicio de una sola premisa, sin intermediarios) y método deductivo indirecto o de conclusión mediata (cuando la premisa mayor contiene la proposición universal y la premisa menor contiene la proposición particular, la conclusión resulta de su comparación).

Método inductivo

El método inductivo o inductivismo es un método científico que obtiene conclusiones generales a partir de premisas particulares. Se trata del método científico más usual, que se caracteriza por cuatro etapas básicas: la observación y el registro de todos los hechos; el análisis y la clasificación de los hechos; la derivación inductiva de una generalización a partir de los hechos; y la contrastación.

Esto supone que, tras una primera etapa de observación, análisis y clasificación de los hechos, se deriva una hipótesis que soluciona el problema planteado. Una forma de llevar a cabo el método inductivo es proponer, a partir de la observación repetida de objetos o acontecimientos de la misma naturaleza, una conclusión para todos los objetos o eventos de dicha naturaleza.

El razonamiento inductivo puede ser completo (se acerca a un deductivo ya que la conclusión no aporta más información que la dada por las premisas) o incompleto (la conclusión va más allá de los datos que aportan las premisas; a mayor cantidad de datos, mayor probabilidad. Sin embargo, la verdad de las premisas no garantiza la verdad de la conclusión).

Modelos pedagógicos

El Modelo Pedagógico Humanista por Competencias, parte de la persona humana como centro de la actividad pedagógica (Polo, 1991), sea estudiante, profesor o personal de apoyo para la labor docente. En este enfoque, se advierte que no se enseña exclusivamente para el trabajo, o para una mera interrelación de la universidad con el sistema productivo de la sociedad. Se enseña para la vida, para el crecimiento personal de todos los actores del proceso de enseñanza aprendizaje (Polo, 1993).

No se trata exclusivamente del cómo formar el conocimiento. De hecho no son pocos los enfoques teóricos que se han desarrollado para este fin. Entre los primeros enfoques se destacan las formas griegas de enseñanza utilizadas por Sócrates, Platón y Aristóteles: el Gimnasio centrado en la formación del pensamiento idealista y la razón pura, a través del debate de las ideas; el Liceo, estimulaba la crítica y la originalidad de pensamiento, mediante el estudio de las ciencias; y la Academia, practicaba la discusión.

Modelo pedagógico tradicional

Mg. Eva Rodríguez Domínguez Profesora Auxiliar de la Universidad Pedagógica de la Habana, Cuba menciona que el modelo pedagógico tradicional en su forma más clásica, enfatiza en la formación de carácter de los estudiantes para moldear, a través de la voluntad, la virtud y el rigor de la disciplina, el ideal humanístico y ético que recoge la tradición metafísica, religiosa medieval. En este modelo el método y el contenido de la enseñanza en cierta forma se confunden con la imitación del buen ejemplo del ideal propuesto como patrón, cuya encarnación más próxima se manifiesta en el maestro.

Se preconiza el cultivo de las facultades del alma: entendimiento, memoria y voluntad y una indiferenciada e ingenua de la transferencia del dominio logrado en disciplinas clásicas como el latín o las matemáticas. En la enseñanza tradicional la evaluación es reproductora de conocimientos, clasificaciones explicaciones y argumentaciones

previamente estudiadas por alumnos en notas de clases o textos prefijados, sin que ello signifique repetición memorística, pues también se evalúan en esta perspectiva tradicional niveles y habilidades de comprensión, análisis, síntesis y valoración de lo estudiado, ya sea en pruebas orales en Pruebas escritas de preguntas escritas.

Las preguntas escritas pueden ser también cerradas o de una respuesta precisa, tipo tesis llamadas también preguntas objetivas y pueden redactarse de diferentes formas según requieran del estudiante información o comprensión y reflexión sobre el tema objeto del examen. Pueden ser de la forma de respuesta corta, de ordenación, de selección múltiple, de escogencia de la mejor respuesta, de interpretación de un texto o situación, o de solución de problemas siguiendo cierta pauta o algoritmo. Pero estas pruebas objetivas, aplicadas al final de una enseñanza tradicional, tienen la dificultad de que no encajen en ni corresponden a una enseñanza verbalista, ambigua y espontánea que caracteriza a la pedagogía tradicional

Modelo conductista

Uno de los aspectos más relevantes a destacar de los modelos conductistas aplicados a la educación es, sin duda, la relevancia que se le brinda al estudio del aprendizaje y la aplicación de las metodologías conductistas a este ámbito. La idea principal del Modelo Conductista es que el ser humano está determinado por su entorno y que la única manera de entender su comportamiento es a través del estudio de sus conductas observables.

Este último elemento es de vital importancia, pues los teóricos conductistas le dan un peso considerable al empleo del método científico, es decir, para ellos la posibilidad de medir lo que se estudia les permite trabajar de forma experimental y comprobar sus teorías de manera objetiva. Visto de este modo, todos aquellos elementos relacionados con los procesos mentales, emocionales y sentimentales, que se solían analizarse con métodos introspectivos, no son válidos para ellos; en otras palabras, lo que pensamos y sentimos no determinan la manera en la que actuamos, solamente

respondemos a estímulos y condicionamientos provenientes del exterior, los cuales pueden ser más fácilmente medibles, por lo que la única realidad en la que podemos ser estudiados es dentro del mundo material. Ya que la conducta humana es algo que puede observarse, medirse y condicionarse, es posible predecirla, controlarla y manipularla; por esta razón la mayor parte de los estudios de la Psicología Conductista están dirigidos a este objetivo, saber de qué manera se puede obtener un cambio de conducta, a través de modificaciones en los estímulos.

Para profundizar Rafael Flores Ochoa menciona que “En el enfoque conductista, educación equivale a instrucción y aprendizaje de ciertos conocimientos y conductas previamente seleccionados y organizados. La educación se orienta, sobre todo, a alcanzar mayor rentabilidad y eficacia en el trabajo pedagógico. Pero esto no quiere decir que tanto la rentabilidad como la eficacia tengan un carácter totalmente positivo en la marcha del aprendizaje.

Según la concepción conductista, el hombre puede controlar su propio destino, porque conoce lo que debe hacer y cómo hacerlo. Parece, sin embargo, que es esta solución demasiado simplista de cara a la realidad, ya que cómo hacer las cosas no depende solamente del hombre considerado individualmente, pues a la hora de la acción se siente bloqueado por barreras de distintos tipos: social, cultural, económico, político, familiar, etc. Así que, aun en el supuesto de que sepa lo que debe hacer, el cómo hacerlo sorteando todas las barreras, no está la mayoría de las veces a su alcance. De aquí que no le sea tan fácil controlar su destino al hombre.

Modelo cognoscitivista

El enfoque cognoscitivista que algunos teóricos, entre ellos Flórez denominan también desarrollista, tiene como meta educativa que cada individuo acceda, progresiva y secuencialmente, a la etapa de desarrollo intelectual, de acuerdo con las necesidades y condiciones de cada uno. Los fundamentos teóricos del modelo cognoscitivista se originaron en las ideas de la Psicología Genética de Jean Piaget.

Sin embargo, existe la posición teórica expuesta por Mones, quien considera que esta corriente pedagógica es una variante de la Escuela Nueva y del progresismo pedagógico.

Desde otra perspectiva se ha pensado que la tendencia cognoscitivista es más una propuesta epistemológica que pedagógica. A pesar de que su postura cabría dentro de lo que se podría llamar propiamente una teoría del conocimiento y no del aprendizaje ni de la enseñanza, su divulgación entre la comunidad educativa alcanzó una gran dimensión, en especial desde los años setenta. Teniendo como referencia el anterior concepto, se estima que los seres humanos utilizan procesos cognitivos que son diferentes en los niños y en los adultos. De igual manera, se explica el aprendizaje como una manifestación de los procesos cognoscitivos ocurridos durante el aprendizaje.

En el modelo cognoscitivista el rol del maestro está dirigido a tener en cuenta el nivel de desarrollo y el proceso cognitivo de los alumnos. El maestro debe orientar a los estudiantes a desarrollar aprendizajes por recepción significativa y a participar en actividades exploratorias, que puedan ser usadas posteriormente en formas de pensar independiente.

Según Corral, el enfoque cognoscitivista considera el aprendizaje como modificaciones sucesivas de las estructuras cognitivas que son causa de la conducta del hombre, a diferencia del conductismo que se orienta al cambio directo de la conducta. Un campo interesante e innovador del anterior concepto es el énfasis que se le ha concedido al análisis de los procesos de desarrollo cognitivo. Según este autor la re conceptualización del aprendizaje ha establecido algunas definiciones de considerable validez para la investigación; por ejemplo, el énfasis se desplaza del estudio de los estadios de desarrollo, como momentos estables de conocimiento, al estudio de los procesos que le dan lugar y son causa a su vez de su futura modificación.

En el modelo cognoscitivista lo importante no es el resultado del proceso de aprendizaje en términos de comportamientos logrados y demostrados, sino los indicadores cualitativos que permiten inferir acerca de las estructuras de conocimientos y los procesos mentales que las generan.

De una manera similar a la Escuela Nueva, la propuesta cognoscitiva enfatiza la importancia de la experiencia en el desarrollo de los procesos cognitivos. En este aspecto un aporte que se destaca es el carácter activo del sujeto en sus procesos de conocimiento y de desarrollo cognitivo.

Desde el punto de vista de Flavell, las aplicaciones de Piaget a la educación pueden expresarse desde tres puntos de vista, a saber:

Como un elemento teórico que ofrece instrumentos muy definidos para evaluar y establecer los niveles de desarrollo cognitivo y moral de los individuos.

Como una herramienta útil en el planeamiento de programas educativos que permite la organización del contenido curricular de acuerdo con los niveles de desarrollo alcanzados por los niños.

En la clarificación de algunos métodos de enseñanza tales como el aprendizaje por descubrimiento.

Otro aporte significativo de las ideas de Piaget ha sido su teoría de desarrollo moral. La aplicación pedagógica de los dilemas morales ha sido relevante en el desarrollo de programas tendientes a desarrollar el juicio moral y los razonamientos que orientan las decisiones morales de los individuos. Una de las limitaciones del modelo cognoscitivista ha sido analizada por Sanz y Corral al establecer que su limitación fundamental reside, en no comprender suficientemente el carácter desarrollador y no sólo facilitador del proceso de enseñanza, lo que reduce su rol de vía esencial para el desarrollo de sus procesos intelectuales.

Modelo crítico

La Pedagogía Crítica emerge como un resultado de los trabajos de la Teoría Crítica en las décadas de los ochenta y los noventa. Algunos de los fundamentos teóricos contemporáneos de la pedagogía crítica tienen su origen en la teoría crítica propuesta por los filósofos y teóricos sociales de la escuela de Frankfurt.

La Pedagogía Crítica se interesa en primer lugar, en una crítica a las estructuras sociales que afectan la vida de la escuela, particularmente situaciones relacionadas con la cotidianidad escolar y la estructura del poder. En segundo lugar, se interesa por el desarrollo de habilidades de pensamiento crítico-reflexivo con el fin de transformar la sociedad. Según Peter McLaren, La pedagogía crítica examina a las escuelas tanto en su medio histórico como en su medio social por ser parte de la hechura social y política que caracteriza a la sociedad dominante.

En este sentido, la Pedagogía Crítico-radical presenta no solamente un lenguaje de crítica, sino también un lenguaje de posibilidades. Los profesores que aplican los enfoques de la Pedagogía Crítica coparticipan con sus estudiantes en la reflexión crítica de sus propias creencias y juicios. De igual manera cuestionan críticamente los "textos" que se utilizan en los procesos de enseñanza. Por el término "texto" se entiende no sólo los libros de texto sino también las fuentes originales, la cultura popular, los diversos discursos que explican un hecho, y el lenguaje entre otros.

En el enfoque de la pedagogía crítica el maestro es una persona crítico-reflexiva que cumple un rol político en y con su comunidad. Giroux considera, en su mayoría, los críticos radicales están de acuerdo en que los educadores tradicionalistas se han negado generalmente a interrogarse sobre la naturaleza política de la enseñanza pública. Así mismo señala que tradicionalmente la escuela se ha negado a analizar las relaciones que existen entre poder, conocimiento y dominación. Giroux sostiene que los análisis de la Pedagogía Crítica han ofrecido un nuevo lenguaje teórico y una actitud crítica que sostienen que las escuelas, dentro de la amplia tradición

humanística occidental, no ofrecen oportunidades para la potenciación personal y social en la sociedad.

Didáctica

La Didáctica es el campo disciplinar de la pedagogía que se ocupa de la sistematización e integración de los aspectos teóricos metodológicos del proceso de comunicación que tiene como propósito el enriquecimiento en la evolución del sujeto implicado en este proceso. (Dra. Nivia Alvarez Aguilar)

Es el proceso de interacción comunicativa entre sujetos y actores educativos implicados en el quehacer pedagógico, que posibilita a través de la investigación, el desarrollo de acciones transformadoras para la construcción de un saber pedagógico como aporte al conocimiento. (Hermes de Jesús Henríquez Algarín)

José Bernal García, define a la Didáctica como la disciplina científico-pedagógica que tiene como objeto de estudio el proceso de enseñanza y aprendizaje. Es, por tanto, la parte de la pedagogía que se ocupa de los sistemas y métodos prácticos de enseñanza destinados a plasmar en la realidad las directrices de las teorías pedagógicas.

Muy vinculada con otras ciencias pedagógicas como, por ejemplo, la organización escolar y la orientación educativa, la didáctica pretende fundamentar y regular los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Los componentes que actúan en el acto didáctico son:

El docente o profesor

El discente o alumno

El contenido o materia

El contexto del aprendizaje

Las estrategias metodológicas

La didáctica se puede entender como pura técnica o ciencia aplicada y como teoría o ciencia básica de la instrucción, educación o formación. Los diferentes modelos didácticos pueden ser modelos teóricos (descriptivos, explicativos, predictivos) o modelos tecnológicos (prescriptivos, normativos).

Pedagogía normativa

Josefina del Carmen Contreras Moreno menciona que la pedagogía normativa establece normas, reflexiona, teoriza y orienta el hecho educativo ya que es eminentemente empírica y se apoya en la historia y es eminentemente teórica porque se apoya en la filosofía.

1. El objeto de la educación.
2. Los ideales y valores que constituye la axiología pedagógica.
3. Los fines educativos.

Pedagogía descriptiva

Estudia el hecho educativo tal como ocurre en la realidad, narración de acontecimientos culturales o a la indicación de elementos y factores que pueden intervenir en la realización de la práctica educativa. Es empírica y se apoya en la historia. Estudia factores educativos: históricos, biológicos, psicológicos sociales.

Educación informal

La educación informal se observa como una acción difusa porque no tiene objetivos definidos y se encuentra diseminada aleatoriamente, en completo desorden, a lo largo de la vida.

Se trata entonces de un proceso educativo que acontece sin plan previo, sin un orden, como una lluvia de conceptos desordenados, lluvia caótica pero constante.

Se le atribuye, a este tipo de educación informal, un contenido constituido predominantemente por elementos traspassados a través de los medios de comunicación masiva.

Se trata de una educación que forma al individuo desde un colectivo de saberes populares urbanos. Lo hace, ciertamente, de manera desordenada, sin un objetivo educativo pero desde una perspectiva abierta ya que es personal e interactiva, involucrando al aprendiz en el relax y en el aprendizaje no consiente.

Educación no formal

Shigeru Aoyagi Jefe de la sección de Alfabetización y Educación no formal de la UNESCO define de la siguiente manera: La educación no formal se da en aquellos contextos en los que, existiendo una intencionalidad educativa y una planificación de las experiencias de enseñanza-aprendizaje, éstas ocurren fuera del ámbito de la escolaridad obligatoria. Cursos de formación de adultos, la enseñanza de actividades de ocio o deporte, son ejemplos de educación no formal. La diferenciación entre educación formal y no formal es, sin lugar a dudas, compleja.

Es la acción que no se encuentra totalmente institucionalizada pero sí organizada de alguna forma. Representan actividades educativas de carácter opcional, complementario, flexibles y variadas, raramente obligatorias. Son organizadas por la escuela o bien por organismos o movimientos juveniles, asociaciones culturales o deportivas, etc. así, aunque no se encuentra totalmente institucionalizada, sí está organizada de alguna forma pues comprende un proceso dirigido a la obtención de algún nivel de aprendizaje, aunque no de un título académico.

De hecho la educación no-formal tiene un sentido muy amplio. Llamamos educación no-formal a todas aquellas intervenciones educativas y de aprendizaje que se llevan a cabo en un contexto extraescolar. Con ello incluimos la educación de adultos, la educación vocacional, la educación de las habilidades para la juventud, la educación básica para los niños que no asisten a la escuela y la educación para los mayores dentro del contexto de la educación para toda la vida. Una de las características de la educación no-formal es que su enfoque está centrado en el discente. La educación no-formal no se limita a lugares o tiempos de programación específicos, como en la

educación formal. La educación no formal puede proveerse de una forma muy flexible que debe ser promocionado en el futuro.

Hipótesis

¿La carencia de espacios permanentes para realizar prácticas de radio en la carrera de comunicación social de la UTA incide en la formación integral del comunicador social?

Señalamiento de variables

Variable Independiente.-Comunicación Alternativa

Variable Dependiente.- Herramienta de Aprendizaje

CAPÍTULO III

METODOLOGÍA

Enfoque de la investigación

Esta investigación se enfocara bajo el paradigma crítico propositivo; porque analizará la realidad educativa y propositiva porque busca plantear alguna solución al problema investigado. El presente trabajo quiere llegar al fondo responsable y comprometedora de los estudiantes para de esta manera se forme con conciencias libres, vínculos efectivos, con solidaridad y se sientan dueños de sí mismos, frente al ambiente escolar, con un innovador tipo de aprendizaje humano y social.

El paradigma posee el enfoque cualitativo ya que posee un fundamento humanista porque percibe la vida social como la creatividad compartida de los individuos y cuantitativo por que utilizara una serie de técnicas de recogida de datos como la encuesta, procedimientos de tipos experimental, al mismo tiempo que mecanismos lógicos formales de carácter estadístico.

Modalidad básica de la investigación

De campo

Se basa en la modalidad de investigación de campo, ya que se realizara un estudio constante en el lugar en que se producen los acontecimientos, es decir se observara la situación al interior de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencia Sociales, así se tomara contacto de forma directa con la realidad de la institución.

Bibliográfica – Documental

La investigación documental como parte esencial de un proceso de investigación científica, constituye en una estrategia donde se observa y reflexiona sistemáticamente sobre realidades teóricas usando para ello diferentes tipos de documentos. Indaga, interpreta, presenta datos e informaciones sobre la comunicación.

Nivel o tipo de investigación

Exploratorio

La investigación se basa en el nivel exploratorio porque realizara una indagación de la situación actual, así como la relación con su entorno. Para dar una respuesta y propuesta factible con una metodología adecuada.

Descriptivo

Es descriptivo pues analiza los datos y el impacto del problema, sus causas, situaciones y actitudes predominantes no solo limitándose a la recolección de datos.

Población y muestra

| | |
|---|------------|
| Estudiantes carrera de comunicación social. | 207 |
| Docentes | 24 |
| Autoridades | 3 |
| Personal administrativo y de servicio | 12 |
| TOTAL | 246 |

La población a investigarse está conformado por 246 individuos.

VARIABLE DEPENDIENTE: Herramienta de aprendizaje

| CONCEPTUALIZACIÓN | DIMENSIONES | INDICADORES | ÍTEMS | TÉCNICAS |
|---|---|--|--|---|
| <p>Son métodos lógicos aquellos que permiten la obtención o producción del conocimiento: inductivo, deductivo, analítico y sintético. Estos procesos del conocimiento se complementan dentro del método didáctico y las técnicas metodológicas.</p> | <p>-Aprendizaje en las organizaciones</p> <p>-Recursos tecnológicos</p> | <p>-Facilita y dinamiza el conocimiento</p> <p>-Niveles de aprendizaje</p> <p>-Mejorar la calidad de los productos comunicacionales.</p> <p>-Generar un buen proceso de enseñanza-aprendizaje.</p> | <p>-¿Piensa que los medios alternativos deben ser utilizados de manera pedagógica?</p> <p>-¿Considera usted que la radio es un medio de aprendizaje?</p> <p>-¿Piensa que los medios tecnológicos e informáticos generan ventajas didácticas?</p> <p>-¿Piensa que es importante la practica radial continua en los estudiantes?</p> | <p>-Cuestionario</p> <p>-Entrevista</p> |

Cuadro N.-2 Operacionalización Variable Independiente

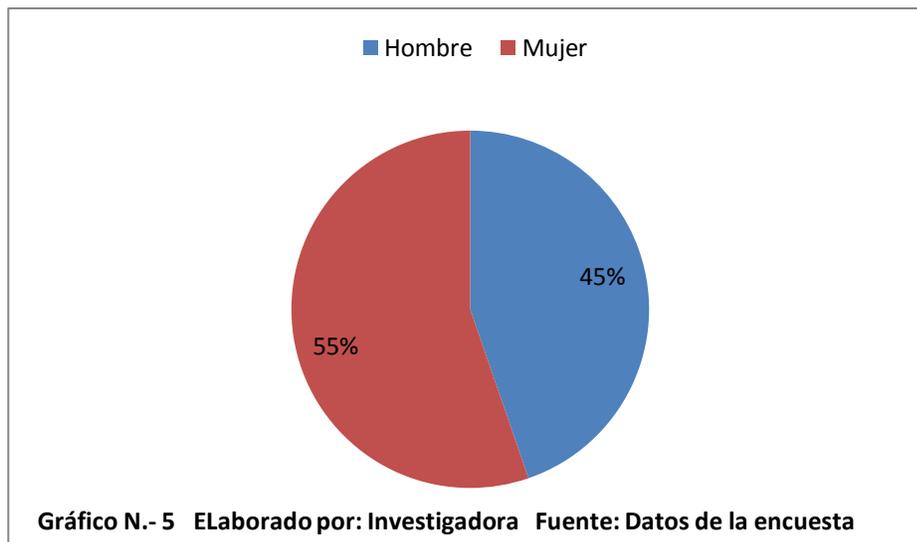
Elaborado por: Investigadora

CAPÍTULO IV
ANÁLISIS E INTERPRETACIÓN DE RESULTADOS

Pregunta N ° 1

Sexo del encuestado

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|------------------------------|-------------------|
| Hombre | 110 | 45% |
| Mujer | 136 | 55% |
| TOTAL | 246 | 100% |



Análisis:

Después de haber procesado los datos de la encuesta, siendo la muestra de 246 personas, dentro de los encuestados el 55% son mujeres, en total 136. Mientras que los hombres que respondieron a esta encuesta es el 45% que representa 110 personas.

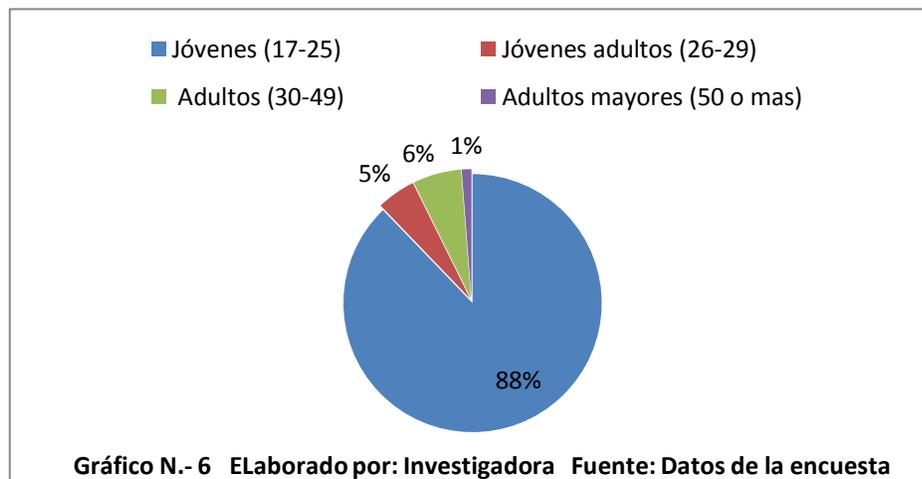
Interpretación:

Después de haber revisado los resultados obtenidos a través de las encuestas realizadas a los públicos internos de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, se determina que para la mayoría de este sector poblacional de la institución investigada, con un 55% son mujeres y un 45% son hombres.

Pregunta N° 2

Edad

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de la muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|----------------------------|---------------------------------|-------------------|
| Jóvenes (17-25) | 216 | 88% |
| Jóvenes adultos (26-29) | 12 | 5% |
| Adultos (30-49) | 15 | 6% |
| Adultos mayores (50 o más) | 3 | 1% |
| TOTAL | 246 | 100% |



Análisis:

Los adolescentes encuestados son 216 y representan el 88% de la muestra total, los jóvenes adultos encuestados son 12 y representan el 5%, los adultos encuestados son 15 y representan el 6%, los adultos mayores 3 y representan el 1%.

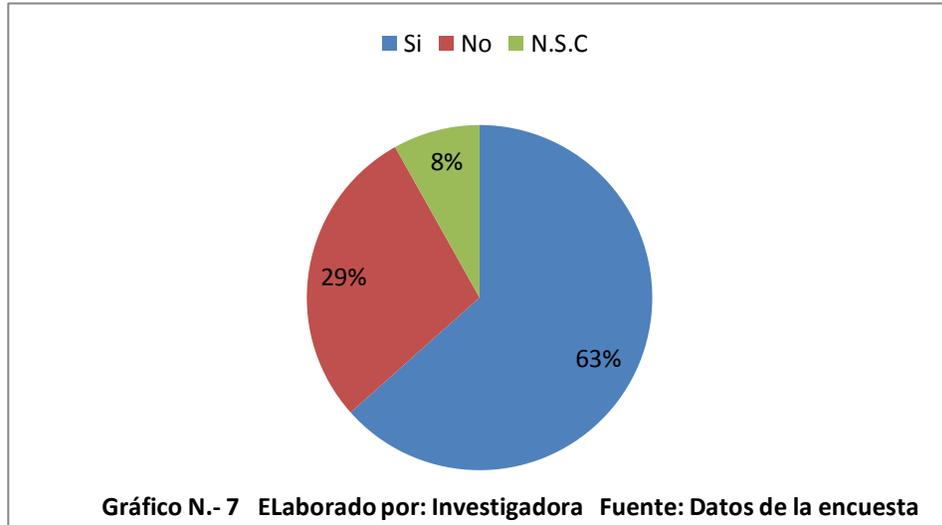
Interpretación:

La participación mayoritaria en la encuesta realizada es de jóvenes entre 17 y 25 años, ya que son estudiantes de la carrera de comunicación, y en menores porcentajes se muestra los jóvenes adultos que el 5%, adultos el 6% y adultos mayores con el 1%.

Pregunta N° 3

¿Conoce que son medios alternativos de comunicación?

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de la muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| Si | 156 | 63% |
| No | 70 | 29% |
| N.S.C | 20 | 8% |
| TOTAL | 246 | 100% |



Análisis:

Para 156 personas, el 63% si conoce que son los medios alternativos y para 70 personas, el 29% no conoce que son los medios informativos y 20 personas, el 8% desconoce por completo que son los medios alternativos.

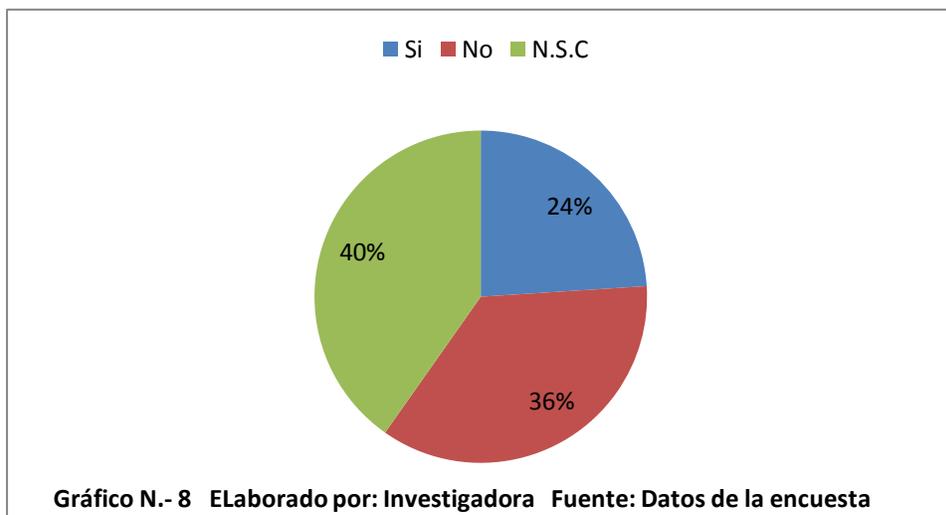
Interpretación:

La mayoría de los encuestados manifiestan que si conocen que son los medios alternativos, es decir el 63%, las personas que no conocen que son los medios alternativos son el 29%, y un 8% no saben que son los medios alternativos.

Pregunta N° 4

¿Existen medios alternativos de comunicación en su Facultad?

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de la muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| Si | 59 | 24% |
| No | 88 | 36% |
| N.S.C | 99 | 40% |
| TOTAL | 246 | 100% |



Análisis:

Para 59 personas, el 24% mencionan que existen medios alternativos en la facultad, 88 personas, el 36% responden que no existen medios alternativos y 99 personas, el 40% desconoce sobre la existencia de medios alternativos.

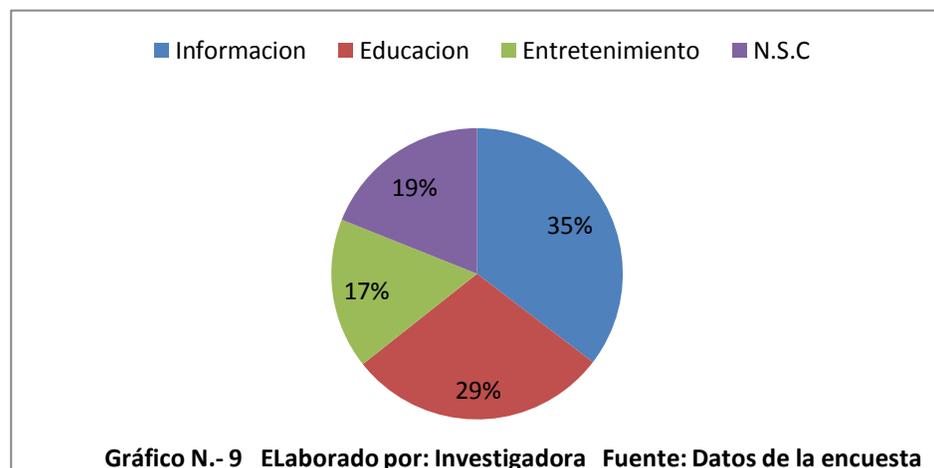
Interpretación:

La mayoría de personas encuestadas 40% desconoce o prefiere no contestar sobre la existencia de medios alternativos de comunicación en la facultad, mientras el 36% no conoce medios alternativos dentro de la facultad, y con un 24% algunos de los encuestados responden que si existen medios alternativos.

Pregunta N° 5

¿Para qué aspectos deben ser utilizados los medios de comunicación alternativa?

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de la muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| Información | 127 | 35% |
| Educación | 104 | 29% |
| Entretenimiento | 60 | 17% |
| N.S.C | 68 | 19% |
| TOTAL | 359 | 100% |



Análisis:

Al aplicar las encuestas y saber para qué aspectos deben ser utilizados los medios de comunicación alternativa, podemos evidenciar que el 35% responde que debe ser utilizado para la información, el 29% para la educación, el 17% entretenimiento y el 19% no sabe o prefiere no contestar, hay que tener en cuenta que en esta pregunta podían escoger una o más opciones.

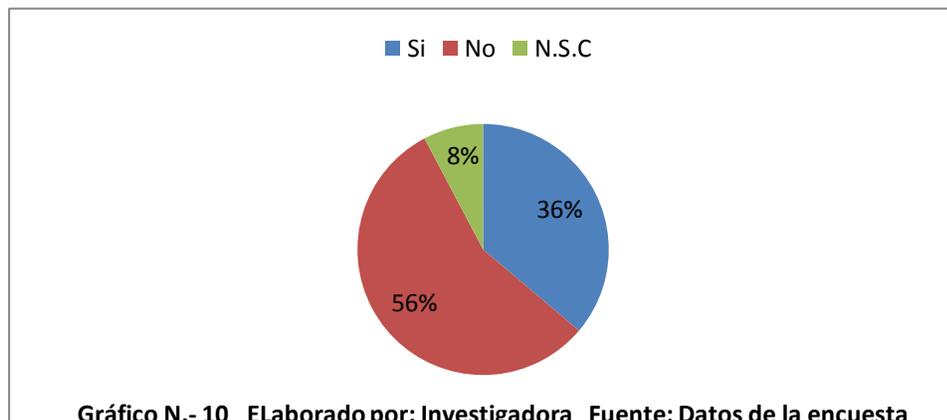
Interpretación:

Podemos demostrar que con el 35% los medios de comunicación alternativa se debe priorizar la información, con el 29% para la educación y un 17% entretenimiento dando también a conocer que el resto de encuestados prefiere no contestar o desconoce del mismo.

Pregunta N° 6

¿Se encuentra satisfecho con la comunicación interna de su facultad?

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de la muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| Si | 89 | 36% |
| No | 138 | 56% |
| N.S.C | 19 | 8% |
| TOTAL | 246 | 100% |



Análisis:

Para 89 personas, el 36% si se encuentra satisfecho con la comunicación interna de su facultad, y 138 personas, el 56% no se encuentra satisfecho con la comunicación interna y 19 personas, el 8% desconoce.

Interpretación:

La mayoría de personas encuestadas 56% consideran que no se encuentran totalmente satisfechas con la comunicación interna de su facultad, dando a entender que no existen la información suficiente sobre actividades de la facultad, y el 36% señala que no les satisface la comunicación interna de su facultad, y el 8% desconoce o prefiere no contestar.

Pregunta N° 7

¿Considera necesario un medio interno de comunicación?

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de la muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| Si | 230 | 93% |
| No | 9 | 4% |
| N.S.C | 7 | 3% |
| TOTAL | 246 | 100% |



Análisis:

El 93% de las personas es decir 230, considera necesario un medio interno de comunicación, y 9 personas, el 4 % no considera necesario un medio de comunicación, y 7 personas, el 3% no sabe no contesta.

Interpretación:

Al solicitar a los encuestados si consideran necesario un medio interno de comunicación, el 93% responde que es necesario un medio interno, el 4% considera que no, mientras que el 3% de la población no sabe o prefiere no contestar.

Pregunta N° 8

¿Qué medios alternativos se deben implementar para mejorar la comunicación interna de la facultad?

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de la muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| Periódico | 48 | 12% |
| Revista | 45 | 12% |
| Carteleras | 31 | 8% |
| Radio | 150 | 38% |
| televisión | 117 | 30% |
| TOTAL | 391 | 100% |



Análisis:

Al aplicar las encuestas, hay que tener en cuenta que en esta pregunta podían escoger una o más opciones de que medios alternativos se deben implementar, mencionan con un 38% la necesidad de tener una radio, 30% un canal de televisión, con un 12% periódico y revistas, y un 8% carteleras.

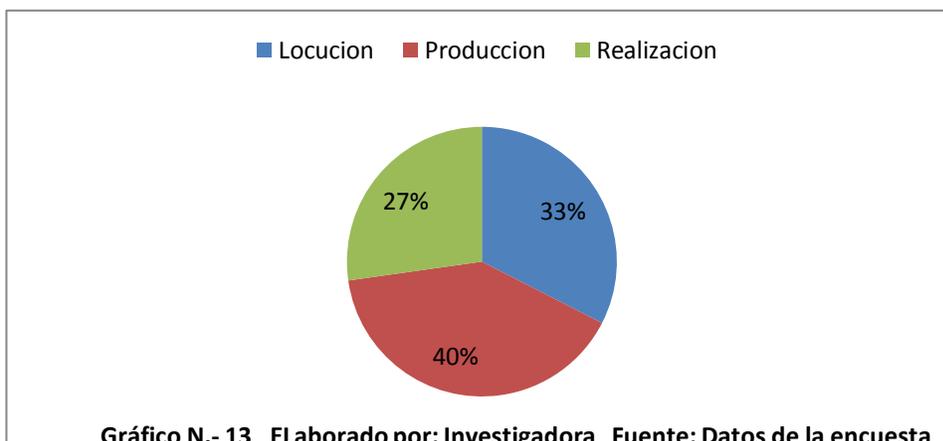
Interpretación:

Al solicitar a los encuestados que medios alternativos se deben implementar para mejorar la comunicación interna de la facultad nos da a conocer con un porcentaje de 38% que se debe ejecutar una radio, con 30% un canal de televisión, con un 12% periódico y revistas, y un 8% carteleras. Lo que evidencia la necesidad de potenciar un medio alternativo, para difundir el trabajo serio, que realizan estudiantes y personal de la Facultad.

Pregunta N° 9

¿Cuál sería su participación al implementar un medio de comunicación alternativa?

| <i>Respuesta</i> | <i>Frecuencia de la muestra</i> | <i>Porcentaje</i> |
|------------------|---------------------------------|-------------------|
| Locución | 80 | 33% |
| Producción | 99 | 40% |
| Realización | 67 | 27% |
| TOTAL | 246 | 100% |



Análisis:

El 33% es decir 80 personas desean participar en el medio de comunicación alternativa en la locución, el 40 %, es decir las 99 personas anhelarían participar en la producción, y el 27% es decir 67 personas quisieran colaborar en la realización.

Interpretación:

Al preguntar a los encuestados cual sería su participación al implementar un medio de comunicación alternativa, el 33% anhelan participar en la locución, el 40% en la producción y el 27 % en la realización, logrando indicar que de una u otra manera quienes conforman la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales están dispuestos a participar, en el medio de información alternativa.

CAPÍTULO V

CONCLUSIONES Y RECOMENDACIONES

Conclusiones

- ✓ Es indudable la importancia de la Comunicación al momento de alcanzar niveles de excelencia, el éxito en una institución educativa cohabita, en que está conformada por estudiantes, maestros y autoridades por lo tanto no puede ser aislado de la realidad, de esta forma de los medios alternativos de comunicación, ya que es importante el mantenerse entre sí informados de las funciones y eventos que realizan. Para el efecto será importante mantenerse permanentemente en contacto con los públicos internos que son los receptores directos.
- ✓ Los medios de comunicación alternativos, son de servicio público, sin fines de lucro, orientados, a difundir información de interés para la comunidad, por lo que deben destinar espacios que aseguren la participación de quienes conforman la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, a través de programación que propicie su desarrollo cultural y educativo, el sano esparcimiento y los valores.
- ✓ Llevar adelante un proyecto de implementación de un medio de información interno en una institución, requerirá una labor conjunta de un equipo de trabajo y la colaboración de quienes conforman la institución.
- ✓ Solo a partir de un adecuado manejo en la comunicación interna en la Facultad, los mayores beneficiarios será los públicos internos ya que a través

de estos se transmitirá conocimientos e información y permitirá fortalecer el perfil de los futuros comunicadores sociales.

Recomendaciones

- ✓ Para llevar adelante de forma efectiva la implementación de un medio de información interno, se recomienda organizar, y no ejecutar como un proceso en una sola dirección, sino que debe verse como un camino de ida y vuelta a fin de conocer y satisfacer las necesidades y objetivos de ambas partes.

- ✓ La implementación de este medio de información, dependerá de su correcto funcionamiento, y se sugiere que todos y cada uno de los que forman parte de la Facultad trabajen más a gusto y pongan lo mejor de sí en todas las tareas que realicen.

- ✓ Se recomienda que se cumpla uno de los objetivos que se busca por medio de la comunicación interna, es que todos quienes conforman la Facultad se sientan protagonistas y no solo espectadores, ya que al conocer lo que hacen y lo que piensan hacer, se sentirán que forman parte de ella.

- ✓ La comunicación interna generara un clima de pertenencia y así se trabajara mucho mejor ya que la información que se comparta mancomunadamente es un instrumento muy importante en el proceso de toma de decisiones, y la comunicación es la encargada de difundirla.

CAPÍTULO VI

LA PROPUESTA

Datos Informativos

Tema: Diseñar una propuesta para implementación de una radio interna en la facultad que contribuya a la práctica radial de los estudiantes.

Línea: Medio de comunicación.

Área: Comunicación.

Área Ejecutora: Universidad Técnica de Ambato, Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales, Carrera de Comunicación Social.

Director de tesis: Dr. Alex Tamayo.

Beneficiarios: Públicos internos de la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales.

Ubicación: Ciudad de Ambato.

Duración del trabajo: Septiembre 2011 Febrero 2012.

Equipo Responsable: Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales de la Universidad Técnica de Ambato.

Problema a resolver: La carencia de espacios permanentes para realizar prácticas de radio en la carrera de comunicación social de la UTA incide en la formación integral del comunicador social.

Antecedentes de la propuesta

Quienes impulsan proyectos comunicacionales en el ámbito de la radio, televisión e impresos alternativos, hacen de esta práctica una forma de vida que se traduce en un mecanismo de participación y protagonismo popular.

Los medios alternativos son organizaciones comunitarias sin fines de lucro, cuyo único interés es responder a los intereses de sus comunidades. Este compromiso es muy distinto al de las grandes empresas privadas de la comunicación, que son utilizadas por sus dueños para enriquecerse, estimulando el consumo mediante la publicidad y deformando la realidad.

Por sus características, la radio puede ser un eficaz instrumento para la transmisión de contenidos educativos a lugares y públicos diversos.

La utilización de la radio con fines educativos no es un hecho fortuito. Debido a sus características se puede contemplar como una alternativa muy efectiva, ya que es el único medio que promueve la introspección del individuo.

Desde el punto de vista auditivo. La radio puede ser un vínculo de comunicación con todo tipo de personas, de cualquier condición social o educativa sin exigir demasiado esfuerzo. Se considera el medio propicio para estar en contacto. Es un medio de comunicación instantáneo y portátil, a diferencia de la televisión llega a un público extenso.

La radio es el medio idóneo para la función educativa. Cabe destacar que a pesar de los grandes avances en la televisión, este medio no ha podido desplazar por completo a la radio, que requiere de menos recursos, está más segmentada respecto a los públicos a los que va dirigida y carece en gran medida de recursos estilísticos.

Las instituciones educativas deben desarrollar programas para que los estudiantes utilicen recursos diversos para el aprendizaje, como programas radiofónicos con

contenidos curriculares. Es necesaria la incorporación de la radio convencional, para explotar los recursos que éstas ofrecen: llegar a cualquier parte y reforzar la intención educativa.

Justificación

El presente proyecto es de gran importancia ya que los estudiantes podrán practicar y ser actores principales en la radio interna de la Facultad, generando un espacio óptimo de comunicación con sus diferentes públicos.

La radio es y continuará siendo durante algún tiempo más, el principal medio de información colectiva con posibilidades reales de convertirse en medio de comunicación alternativa. La radio pensamos desde luego en la radio no comercial constituye un valioso instrumento en torno al cual pueden articularse otros medios impulsores de los procesos de comunicación participativa.

La radiodifusión universitaria es la expresión de la cultura y el conocimiento científico, no tiene fines lucrativos si no educativos y tiene por objetivo único la divulgación del conocimiento producido por la universidad.

La enseñanza no puede seguir basada en la organización a partir de “un” aula, con “un” profesor y durante solo “una” hora. Debe generarse ambientes de aprendizaje y experiencias de desarrollo personal y de construcción de conocimiento, que sean flexibles, que faciliten la convivencia, la atención, el respeto por las diferencias, los tiempos y las necesidades de las personas. Es preciso crear nuevos espacios o escenarios educativos que liberen a las personas de la rigidez del sistema educativo actual y convierta las experiencias en algo agradable, alegre, placentero, que fusione la enseñanza con la práctica y entretenimiento.

La radio estudiantil se concibe como un espacio de integración para el aprendizaje, que aborda tanto la disciplina de enseñar y de organizar el proceso de enseñanza en

nuestras universidades. Se hace necesario superar la fragmentación entre las dimensiones históricas de docencia, investigación y acción social.

La experiencia permanente de comunicación estudiantil es una radio universitaria, con contenidos de interés y los estudiantes aprendan periodismo práctico como complemento a la formación que reciben en las aulas universitarias.

Objetivos

Objetivo General

Resolver los problemas pedagógicos y formativos implementando verdaderos espacios de prácticas en la radiodifusión.

Objetivos Específicos

- Desarrollar talleres teórico-prácticos, de enfoque creativo que partan de nociones sobre la comunicación y el manejo de los distintos formatos de producción en el medio radial.
- Incentivar la capacidad creativa, artística, crítica, participativa de los jóvenes mediante la realización de producciones radiales.
- Implementar la radio interna en la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales para mejorar el ámbito académico y la comunicación interna.

Análisis de factibilidad

El presente proyecto es factible ya que cuenta con los recursos económicos, tecnológicos y materiales de la institución. Contribuiría de manera notable en la organización, desarrollo y práctica de los estudiantes a través de la generación y difusión de información.

Presupuestariamente también es viable, ya que la inversión no es muy alta, se cuenta con el apoyo de las autoridades de la Facultad, y según los resultados que presentan las encuestas los estudiantes y todos quienes conforman la institución manifiestan su

apoyo en este proyecto esto deja claro la factibilidad del proyecto lo que encamina hacia una ejecución segura.

Fundamentación

Filosófica

La presente propuesta se fundamenta en el paradigma crítico-propositivo el cual pretende describir y comprender una concepción múltiple de la realidad donde señala que no hay una única realidad, sino múltiples, ya que se construye el conocimiento de casos individuales, los sujetos experimentan, conceptualizan e interpretan su propia cotidianidad. Los fenómenos sólo se pueden aprehender en el escenario natural donde se realizan y cobran significación.

Fundamentación Ontológica

La vida de los estudiantes y docentes están sujetas a cambios, en un sentido más general, se podría decir que reflexionar acerca de las concepciones de la realidad, sus relaciones y sus características forman al individuo a sostenerse dentro de un concepto general en el cual el uno aprende del otro y así llegar a un mismo fin.

Legal

Constitución de la República del Ecuador

Sección tercera

Comunicación e Información

Art. 16.- Todas las personas, en forma individual o colectiva, tienen derecho a:

1. Una comunicación libre, intercultural, incluyente, diversa y participativa, en todos los ámbitos de la interacción social, por cualquier medio y forma, en su propia lengua y con sus propios símbolos.

2. El acceso universal a las tecnologías de información y comunicación.
3. La creación de medios de comunicación social, y al acceso en igualdad de condiciones al uso de las frecuencias del espectro radioeléctrico para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, y a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas.
4. El acceso y uso de todas las formas de comunicación visual, auditiva, sensorial y a otras que permitan la inclusión de personas con discapacidad.
5. Integrar los espacios de participación previstos en la Constitución en el campo de la comunicación.

Art. 17.- El Estado fomentará la pluralidad y la diversidad en la comunicación, y al efecto:

1. Garantizará la asignación, a través de métodos transparentes y en igualdad de condiciones, de las frecuencias del espectro radioeléctrico, para la gestión de estaciones de radio y televisión públicas, privadas y comunitarias, así como el acceso a bandas libres para la explotación de redes inalámbricas, y precautelaré que en su utilización prevalezca el interés colectivo.
2. Facilitará la creación y el fortalecimiento de medios de comunicación públicos, privados y comunitarios, así como el acceso universal a las tecnologías de información y comunicación en especial para las 26 personas y colectividades que carezcan de dicho acceso o lo tengan de forma limitada.
3. No permitirá el oligopolio o monopolio, directo ni indirecto, de la propiedad de los medios de comunicación y del uso de las frecuencias.

Art. 19.- La ley regulará la prevalencia de contenidos con fines informativos, educativos y culturales en la programación de los medios de comunicación, y

fomentará la creación de espacios para la difusión de la producción nacional independiente.

Se prohíbe la emisión de publicidad que induzca a la violencia, la discriminación, el racismo, la toxicomanía, el sexismo, la intolerancia religiosa o política y toda aquella que atente contra los derechos.

Art. 20.- El Estado garantizará la cláusula de conciencia a toda persona, y el secreto profesional y la reserva de la fuente a quienes informen, emitan sus opiniones a través de los medios u otras formas de comunicación, o laboren en cualquier actividad de comunicación.

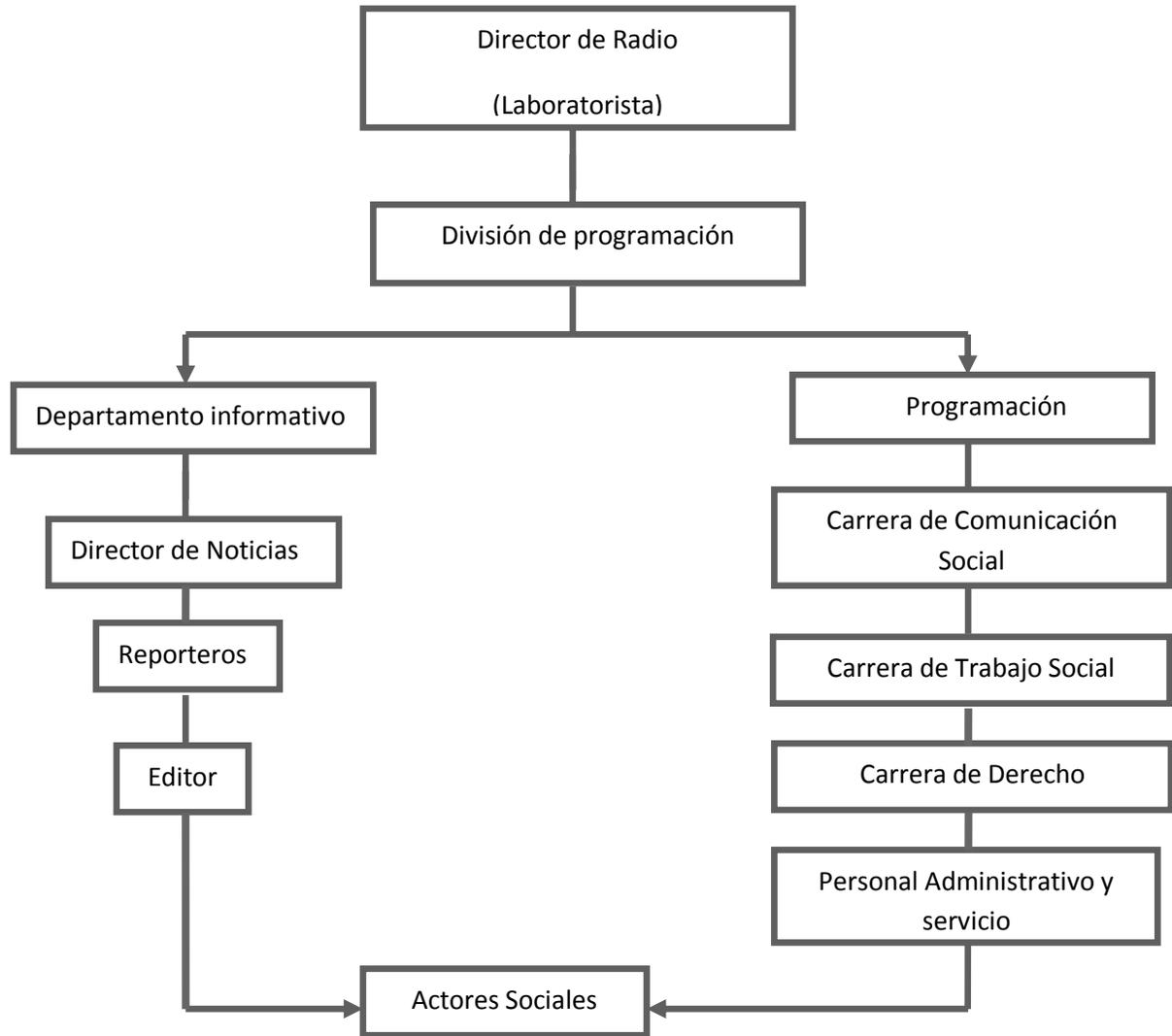
Misión

Brindar a la Facultad de Jurisprudencia y Ciencias Sociales contenidos radiofónicos que formen, informen y entretengan sanamente fortaleciendo los valores sociales, culturales y la participación.

Visión

Vincularnos con todos los actores sociales, para generar una comunicación democrática, aspirando ser un medio alternativo eficiente, competitivo y moderno.

Organigrama



Director de radio

Este puesto es responsable de mantener una programación ordenada y adecuada al proyecto y objetivos de la Radio. Debe estar al día con los cambios comunicacionales y la realidad de la audiencia. Participar en el proceso de investigación, planificación, ejecución, seguimiento y evaluación de toda la programación de la radio. Convocar y presidir las reuniones de los Departamentos.

Director de noticias

Es la persona que planifica, investiga, recopila, selecciona, elabora, edita y emite la información que generan los actores sociales. Maneja todo el proceso comunicacional de los formatos informativos.

Reportero

Recopila, selecciona y emite las noticias, elabora la planificación de su trabajo y presenta al coordinador del departamento correspondiente para su aprobación. Mantiene en contacto permanente con la dirección de la radio y con el coordinador del departamento al que pertenece. Investiga a profundidad los acontecimientos antes de emitir la grabación. Contacta con todas las personas, instituciones, comunidades, barrios y otros para recopilar el material necesario para los programas.

Editor

Es un profesional, que maneja correctamente las técnicas de montaje y edición, además del manejo de software específico. La persona que ocupa este puesto también es el responsable de la investigación, producción, animación, locución, musicalización y el manejo técnico de la programación de la radio y del programa.

Carrera de Comunicación Social

Se propone formar un profesional en Comunicación Social capacitado para actuar en las diversas actividades vinculadas al campo de la comunicación social y el periodismo.

Carrera de Trabajo Social

Su perfil es emprender la gestión social con el objetivo de promover el desarrollo de la comunidad que exige una respuesta frente a los problemas de carencia que afectan a importantes sectores de la población y que les impide satisfacer sus necesidades básicas. Por ello mediante el medio interno transmitirán las actividades realizadas a los públicos.

Carrera de Derecho

Formar expertos en el conocimiento, creación y aplicación de las normas jurídicas. Dichas normas deben ser un instrumento racional de ordenación de las relaciones sociales y económicas entre el Estado y los ciudadanos y las personas entre sí, con el fin de lograr en la sociedad valores como el orden, la seguridad, la justicia y la libertad.

Personal administrativo y de servicio

El personal administrativo tiene un papel muy importante en la consecución exitosa de la misión de una institución. El personal administrativo comprende a aquellas personas que laboran en las áreas de apoyo institucional y de apoyo académico y administrativo. Incluye también al personal técnico y de servicio.

Actores sociales

Un actor social es un sujeto colectivo estructurado a partir de una conciencia de identidad propia, portador de valores, poseedor de un cierto número de recursos que le permiten actuar en el seno de una sociedad con vistas a defender los intereses de los miembros que lo componen y de los individuos que representa, para dar respuesta a las necesidades identificadas como prioritarias.

| MODELO OPERATIVO | | | | | | |
|-------------------------|-------------------------------------|---|---|--|--|-----------------|
| FASES | ETAPAS | METAS | ACTIVIDADES | RECURSOS | RESPONSABLE | TIEMPO Y |
| INICIAL | Diagnostico y Requerimientos | <ul style="list-style-type: none"> Identificar lo que la comunidad estudiantil necesita para mejorar la comunicación interna. | <ul style="list-style-type: none"> Realización de Encuestas y estudio de factibilidad de proyecto. | Movilización | Ejecutor del proyecto | 30 Días |
| CENTRAL | Planificación | <ul style="list-style-type: none"> Diseño de la grilla de programación de la radio. Elaborar un plan de integración de estudiantes a la radio | <p>Línea de acción 1</p> <ul style="list-style-type: none"> Definición de horarios por carrera y semestre. Talleres de inducción a los estudiantes. Seleccionar la música adecuada. <p>Línea de acción 2</p> <ul style="list-style-type: none"> Realizar el listado de los equipos requerido y el presupuesto del mismo. | Movilización Papelería Computadora | Ejecutor del proyecto docentes, estudiantes. | Una semana |
| | Adquisición | <ul style="list-style-type: none"> Elaborar un plan de compra de equipos. | | Movilización Papelería Computadora | Ejecutor del proyecto | Dos semanas |

| | | | | | | |
|--------------|-----------------------|--|---|--|--|--------------|
| | | | <ul style="list-style-type: none"> • Transporte de los equipos adquiridos. | Movilización | | |
| | Implementación | <ul style="list-style-type: none"> • Verificación que los equipos adquirido funcionen con normalidad y satisfaga a los radioescuchas. • Comprobación del funcionamiento de los equipos y organización del equipo humano. | <ul style="list-style-type: none"> • Diagrama de ubicación de parlantes. • Contratación del personal para la instalación técnica. • Emisiones de prueba • Programas piloto. | Movilización Papelería Computadora | Ejecutor del proyecto | Tres semanas |
| | Pilotaje | | | | | Una semana |
| FINAL | Evaluación | <ul style="list-style-type: none"> • Al culminar se evaluará el Proyecto y el impacto en los públicos internos y externos de la Facultad. | <ul style="list-style-type: none"> • Entrevistas y encuestas para evaluar la evolución de la radio. | Movilización | Ejecutor del proyecto autoridades estudiantes. | Tres semanas |

Cuadro N.-3 Modelo operativo

Elaborado por: Investigador

| HORA | LUNES | MARTES | MIERCOLES | JUEVES | VIERNES |
|-------|--|---|---|---|--|
| 08H00 | Noticiero (SEXTO SEMESTRE) | Noticiero(SEXTO SEMESTRE) | Noticiero(SEXTO SEMESTRE) | Noticiero(SEXTO SEMESTRE) | Noticiero(SEXTO SEMESTRE) |
| 09H00 | Programa de entretenimiento (PROPEDÉUTICO) | Programa de entretenimiento(PRIMER SEMESTRE) | Programa de entretenimiento(SEGUNDO SEMESTRE B) | Programa de entretenimiento(SEGUNDO SEMESTRE A) | Programa de entretenimiento(CUARTO SEMESTRE) |
| 10H00 | Programa de entrevista (CUARTO SEMESTRE) | Programa de entrevista (OCTAVO SEMESTRE) | Salud (TERCER SEMESTRE A) | Programa de entrevista (SEXTO SEMESTRE) | Opinión ciudadana (TERCER SEMESTRE B) |
| 11H00 | Programa educativo(SEGUNDO SEMESTRE A) | Programa educativo(CUARTO SEMESTRE) | Programa música alternativa (SEXTO SEMESTRE) | Programa educativo(PROPEDÉUTICO) | Programa Educativo (PROPEDEUTICO) |
| 12H00 | Programa medio ambiental (OCTAVO SEMESTRE) | Un momento en la historia(SEGUNDO SEMESTRE B) | Lo que dice la universidad (PERSONAL ADMINISTRATIVO Y DE SERVICIO DE LA FACULTAD DE FJCS) | Imagen y protocolo (PRIMER SEMESTRE) | Llego el fin de semana (OCTAVO SEMESTRE) |
| 13H00 | MUSICALES | MUSICALES | MUSICALES | MUSICALES | MUSICALES |
| 15H00 | Asesoría Legal(CARRERA DE DERECHO) | Programa Familiar (CARRERA DE TRABAJO SOCIAL) | Asesoría Legal(CARRERA DE DERECHO) | Programa Familiar (CARRERA DE TRABAJO SOCIAL) | Asesoría Legal(CARRERA DE DERECHO) |
| 16H00 | | | | | |

Cuadro N.-4 Grilla de programación

Elaborado por: Investigadora

PRESUPUESTO

| Cantidad | EQUIPO | COSTO |
|----------|--|---|
| | Cableado, instalación y calibración de equipos | Instalación por parte de la investigadora |
| 3 | Micrófonos omnidireccional marca Samson | 450 |
| 3 | Pedestales de mesa para micrófono | 54 |
| 25 mts | Cable de micrófono | 50 |
| 6 | Conectores XLR hembra y macho | 28 |
| 2 | Cables RCA a plug 1/8 | 10 |
| 2 | Adaptadores de hembra RCA ¼ mono | 5 |
| 35 | Parlantes | 500 |
| 1 | Amplificador de audio de 150 wats | 400 |
| 10 | Controles de audio. Placa y perilla. | 100 |
| | TOTAL | 1.597\$ |

Bibliografía

ARAYA, Carlos; La revolución Radiofónica. Revista Girasol. Escuela de Estudios Generales.2006.

ARAYA, Carlos; Radio estudiantil programas, audiencias y desafíos, Revista Reflexiones, Facultad Ciencias Sociales, 2009.

BARTLOME, Antonio; Nuevas Tecnologías en el aula, ICE, Barcelona, 1999.

BELTRAN, L; Comunicación para el desarrollo el Latinoamérica, Lima, 1993.

DAFT, R; Teoría y diseño organizacional, Ed. Thompson, Argentina, 2005.

FREDERRIC, Francois; La comunicación, ediciones nueva visión, Buenos Aires, Argentina, 1973.

GALDON, G; Introducción a la Comunicación y a la Información, Ed. Ariel, Barcelona, 2001.

JURIS, J; Movimientos Sociales en la red.2006.

KAPLUN, G; Comunicación Organizacional, la importancia de los bordes y las ventajas de agacharse, Ed. CIESPAL, Quito, 2000.

MENDEZ, Juan; Aprendamos a consumir mensajes, Ed. Grupo Comunicar, España, 2001.

NARANJO, Galo; Tutoría de la investigación, Ambato, 2006.

ONGALLO, C; Manual de comunicación estratégica. Ed.CEC, Caracas, 2006.

PRIETO, Daniel; Análisis y producción de mensajes radiofónicos, Ed. CIESPAL, Quito, 1990.

RAMONET, Ignacio; La tiranía de la comunicación, Ed. Debate, 1996.

STOMPKA, P; Sociología del cambio social, Ed. Alianza, Madrid. 1999

Linkografía

<http://www.sil.org/training/capacitar/antro/cultura.pdf>

http://www.unne.edu.ar/institucional/documentos/formacion_doc/RevNo1vol1.Art8.pdf

<http://comunicacion.idoneos.com/index.php/338244>

[En línea] Disponible en: http://www.infoamerica.org/teoria_textos/lrb_com_desarrollo.pdf

[En línea] Disponible en:

http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/chile/Teoria_Politica/Teoria_Politica_part7.pdf

[En línea] Disponible en:

http://www.kas.de/upload/auslandshomepages/chile/Teoria_Politica/Teoria_Politica_part7.pdf

[En línea] Disponible en:

http://www.atodavoz.org/materiales_plan/manuales/participacion/particip_parte1.pdf

[En línea] Disponible en: <http://www.razonypalabra.org.mx/libros/libros/comyedusalud.pdf>

[En línea] Disponible en: <http://www.monografias.com/trabajos15/cultura-social/cultura-social.shtml>

[En línea] Disponible en:

<https://docs.google.com/viewer?a=v&pid=explorer&chrome=true&srcid=0B5fFfUlgx-3gZmVjNWFjZGUtYmY2Yy00MTYxLTlkMDItMDUzZGJhZWE1NjQ5&hl=es>

[En línea] Disponible en:

http://edutec.rediris.es/Revelec2/revelec31/articulos_n31_pdf/Edutec-e_n31_Sanchez.pdf

[En línea] Disponible en:

<http://www.saber.ula.ve/bitstream/123456789/19790/1/articulo5.pdf>

[En línea] Disponible en: <http://www.iucesmag.edu.co/reglamentos/modelos.pdf>

[En línea] Disponible en: <http://es.scribd.com/doc/12359108/Modelo-Conductista>

[En línea] Disponible en: <http://www.xtec.es/~tperulle/act0696/notesUned/tema1.pdf>

ANEXOS

UNIVERSIDAD TÉCNICA DE AMBATO
FACULTAD DE JURISPRUDENCIA Y CIENCIAS SOCIALES
CARRERA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

OBJETIVO: Conocer si los medios alternativos y la comunicación interna son utilizados en la facultad.

1.- Sexo del encuestado

Hombre

Mujer

2.-Edad

3.- ¿Conoce que son medios alternativos de comunicación?

SI

NO

N.S.C

(Si su respuesta es NO continúe con la pregunta 6)

4.- ¿Existen medios alternativos de comunicación en su Facultad?

SI

NO

N.S.C

5.- ¿Para qué aspectos deben ser utilizados los medios de comunicación alternativa?

Información

Educación

Entretenimiento

6.- ¿Se encuentra satisfecho con la comunicación interna de su facultad?

SI

NO

N.S.C

7.- ¿Considera necesario un medio interno de comunicación?

SI

NO

N.S.C

8.- ¿Qué medios alternativos se deben implementar para mejorar la comunicación interna de la facultad?

(Puede escoger más de una opción)

Periódico
Revista
Carteleras

radio
televisión

Otros ¿Cuáles?

9.- ¿Cuál sería su participación al implementar un medio de comunicación alternativa?

Locución

Producción

Realización

- **La Radio como medio integrador,estudiantes,docentes y personal administrativo.**











