

OPTATIVAS

Los Procesos  
de Comunicación



Ministerio de Educación y Ciencia





# Los Procesos de Comunicación

Autores: Elvira Botella Bonilla  
Antonio Campuzano Ruiz  
Juan Carlos Luengo Marquina  
M.<sup>a</sup> Teresa Odrioso Fanjul  
M.<sup>a</sup> Dolores Vivero García  
Coordinación: José Antonio Pinel Martínez  
del Servicio de Innovación



Ministerio de Educación y Ciencia



**Ministerio de Educación y Ciencia**  
**Secretaría de Estado de Educación**

N. I. P. O.: 176-92-106-6

I. S. B. N.: 84-369-2278-6

Depósito legal: M-29894-1992

Realización: MARÍN ÁLVAREZ HNOS.

# Introducción

La finalidad de estos materiales didácticos que se ofrecen a los centros es la de orientar al profesorado que, a partir de octubre de 1992, impartirá las nuevas enseñanzas de Educación Secundaria Obligatoria en los centros que anticipan su implantación. Con estos materiales el Ministerio de Educación y Ciencia quiere facilitar a los profesores el desarrollo curricular de las correspondientes materias optativas, proporcionándoles sugerencias de programación y unidades didácticas que les ayuden en su trabajo.

En esta Introducción, en primer lugar, se ofrece una serie de reflexiones y orientaciones acerca de la optatividad como respuesta a la diversidad, su sentido en esta etapa y las finalidades a las que debe responder; en segundo lugar, se señalan aquellas *medidas de ordenación que regulan la toma de decisiones de los equipos docentes sobre materias optativas*; por último, se presentan las características generales de los materiales que se incluyen en estos volúmenes.

## La optatividad como respuesta a la diversidad

En la configuración de la etapa de Educación Secundaria Obligatoria se introduce una vía de atención a la diversidad al ofrecer a todos los alumnos y alumnas la posibilidad de desarrollar las mismas capacidades de los objetivos generales de la etapa siguiendo **itinerarios diferentes de contenidos**. Itinerarios que, en unos casos, pueden ser más accesibles para determinados alumnos; en otros, pueden conectar con posibles opciones futuras que los alumnos imaginan para sí, o bien pueden responder a sus gustos y preferencias y que, por tanto, en cualquiera de los casos, van a suponer un refuerzo en la motivación y disposición favorable de los alumnos y alumnas hacia los aprendizajes que se les proponen.

La oferta de materias optativas tiene, pues, un marco: el que imponen las intenciones educativas declaradas en los Objetivos Generales de la Educación Secundaria Obligatoria. Éste permite asegurar que a través de la optatividad curricular no se rompa el planteamiento comprensivo de la Educación Obligatoria y se introduzcan ramas de enseñanza diferenciadas que condicionen las opciones educativas futuras. En particular, la existencia de un espacio de opcionalidad curricular en el último tramo de la Educación Obligatoria debe servir para algunas o todas estas **funciones**:

- a) Favorecer aprendizajes globalizados y funcionales.** No debe ser, por tanto, “más de lo mismo” respecto a las áreas obligatorias, sino más bien la posibilidad de hacer cosas distintas ofertando vías de acceso a los mismos Objetivos Generales de la etapa (y no sólo de las áreas) a través de saberes más funcionales, más próximos a la realidad “vívida” por el alumno aquí y ahora. El principio de funcionalidad de los aprendizajes en el espacio de opcionalidad adquiere un sentido más inmediato, más a la vista, y también más perceptible para el propio alumno, que puede así hallarse particularmente interesado en estos aprendizajes. El enfoque globalizador debe entenderse como una forma de abordar un nuevo conocimiento poniéndolo en relación con otros ámbitos próximos del mismo, abriendo las limitaciones que impone en ocasiones la aproximación disciplinar o de áreas de la formación común.
- b) Facilitar la transición a la vida activa y adulta** a través de la introducción de contenidos, actividades o experiencias preprofesionales y de transición, que ayuden a los jóvenes a afrontar y resolver positivamente sus procesos de socialización en el mundo del trabajo y de la vida cotidiana.
- c) Ampliar la oferta educativa y las posibilidades de orientación dentro de ella.** La ampliación del abanico de actividades permite un mayor conocimiento de las diversas vías que se le abren al alumno, contribuyendo a su orientación para las decisiones posteriores.

La optatividad curricular no ha de confundirse con la profundización o refuerzo de los contenidos de las áreas básicas. Gran parte de lo que habitualmente se denomina refuerzo y profundización no son sino variantes de un determinado tipo de adaptaciones curriculares que, salvo casos extremos, no ocuparán un espacio que debe estar especialmente reservado para atender la diversidad de motivaciones, intereses y necesidades del alumnado. Evidentemente, no es que mediante estas materias susceptibles de interesar más a los alumnos no se trabajen los conocimientos necesarios para el desarrollo de las capacidades que se establecen para la etapa, sino que la diferencia reside en que se realizan de manera distinta. No es lo mismo trabajar más Lengua o más Matemáticas (en refuerzo o profundización) que tratar de desarrollar las capacidades asociadas al aprendizaje de la Lengua o de las Matemáticas a través de contenidos elegidos por los alumnos y por los que se sienten especialmente interesados.

En este sentido, es fundamental la **decisión del equipo docente** sobre la oferta de materias optativas que propone a los alumnos. Las funciones que se establecen para el espacio de opcionalidad son una referencia obligada para esta reflexión, que, además, debe recoger el análisis de las expectativas, motivaciones y necesidades concretas de los alumnos de ese centro en particular, así como las posibilidades organizati-

vas y de recursos materiales y humanos disponibles. La propuesta debe ser variada y equilibrada, de tal forma que permita una elección real para el alumno y responda a los distintos ámbitos del conocimiento.

Para que la opcionalidad cumpla las funciones indicadas es de vital importancia **intercambiar puntos de vista con los alumnos** respecto a sus posibilidades de elección. Los tutores deben analizar con ellos las ventajas e inconvenientes de cada opción, qué es lo más adecuado para sus posibilidades, intereses y gustos, y qué posibles repercusiones tendrán las diferentes opciones sobre los futuros itinerarios académicos y profesionales. También es conveniente que se ayude al alumno a tener una visión lo más ponderada posible de sus potencialidades, sin eludir la reflexión sobre las propias limitaciones.

## La ordenación del espacio de optatividad

- En el **Real Decreto** 1345/1991, de 6 de septiembre, por el que se establece el **currículo** de la Educación Secundaria Obligatoria (*B. O. E.* número 220, de 13-IX-1991), se especifica que en el cuarto año de la etapa los alumnos han de elegir dos entre las cuatro áreas siguientes: Ciencias de la Naturaleza, Educación Plástica y Visual, Música y Tecnología. Además de esta posibilidad, el currículo comprenderá materias optativas (*artículo 7.º, 1*). Este mismo artículo señala las finalidades que se establecen para las materias optativas. Así, la optatividad debe permitir responder a los intereses y necesidades del alumnado, ampliar las posibilidades de su orientación, facilitar su transición a la vida activa y contribuir al desarrollo de las capacidades generales a las que se refieren los objetivos de la etapa.

Para responder a las finalidades propuestas (según señala el *artículo 7.º, 2*), la oferta de materias optativas de los centros, en cada curso y a lo largo de la etapa, deberá ser suficientemente diversa y equilibrada. Este mismo artículo determina aquellas materias que son de oferta obligada para los centros: entre las materias optativas se incluirán en todo caso una segunda lengua extranjera durante toda la etapa, una materia de iniciación profesional en el segundo ciclo, y cultura clásica al menos en un curso del segundo ciclo.

- La **Orden** de 27 de abril de 1992, por la que se dan **instrucciones para la implantación anticipada del segundo ciclo** de Educación Secundaria Obligatoria, que aparece recogida en el documento *Proyecto Curricular* que forma parte de estos Materiales para la Reforma, establece, en sus apartados 24 a 31, las condiciones en que los centros educativos han de impartir materias optativas en esta etapa.

En el *artículo 26.4* de la citada Orden se anticipa que la Dirección General de Renovación Pedagógica ofrecerá modelos de desarrollo de materias optativas que puedan ser impartidas por los centros. Estos modelos han sido ofrecidos en los **Anexos I y III de la Resolución** de esta Dirección General de 10 de junio de 1992, cuyo desarrollo y ejemplificación constituyen los materiales didácticos que se presentan en estos volúmenes.

El *artículo 27.1* señala que el número de materias que han de cursar los alumnos será de una en tercer curso y dos en cuarto curso, siempre que la organización temporal de las materias elegidas sea de curso completo. Excepcionalmente, este número podrá modificarse con organizaciones temporales distintas, trimestrales o cuatrimestrales, siempre que la suma de los tiempos coincida con el horario total dedicado al espacio de optatividad en cada curso (dos horas en el tercer curso y seis en el cuarto curso).

El *artículo 29* establece las condiciones para solicitar la aprobación de materias optativas distintas a las consideradas de oferta obligada, así como los criterios con los que se supervisarán por los Servicios de Inspección Técnica. Este mismo artículo precisa el papel que juegan los modelos de currículo de las materias optativas propuestas por la Dirección General de Renovación Pedagógica en el Anexo III de la citada Resolución. Debe entenderse que, salvo incorporación de modificaciones significativas, la propuesta curricular que se adopta es la que se ofrece como modelo. Sólo si se producen esas modificaciones, los centros estarán obligados a presentar la propuesta alternativa y atenerse a los requisitos y criterios establecidos con carácter general.

## **Características y estructura de los materiales de apoyo**

Una de las decisiones que deben tomar los equipos docentes que impartirán las nuevas enseñanzas es la definición de las materias optativas que ofrecen a su alumnado. La falta de tradición que estas materias tienen en nuestro sistema educativo y la necesidad de orientar estas decisiones en coherencia con las intenciones que se establecen en el Decreto de Currículo y en disposiciones posteriores hacen que se vea necesario apoyar a los centros educativos con diseños y ejemplificaciones de posibles materias optativas que ayuden y animen al profesorado en su puesta en marcha y en su desarrollo.

Con carácter orientador, se ponen a disposición del profesorado algunas de las materias que podrían formar parte del espacio de opcionalidad en la Educación Secundaria Obligatoria. Responden a la idea de ofrecer un catálogo de materias optativas que se consideran especialmente adecuadas para servir a las funciones que a este

espacio se le asignan, y que queda abierto para que los centros escolares puedan adoptarlo convenientemente a sus características y necesidades. Son materias cuyo currículo es el aprobado en el Anexo I de la Resolución de 10 de junio de 1992 (Segunda Lengua Extranjera y Cultura Clásica) o el propuesto como modelo en el Anexo III de la citada Resolución (Taller de Artesanía, Taller de Astronomía, Los Procesos de Comunicación, Imagen y Expresión, Taller de Teatro, Canto Coral, Taller de Matemáticas, Expresión Corporal, Transición a la Vida Adulta y Activa).

La selección de estas últimas materias —que el Ministerio piensa ampliar en publicaciones sucesivas— se ha realizado atendiendo a los siguientes criterios:

- a) La adecuación a las funciones que se señalan para las materias optativas en el primer apartado de esta Introducción.
- b) Teniendo en cuenta el carácter abierto y flexible que deben tener las orientaciones de la Administración sobre esta vía de atención a la diversidad, se han elegido materias muy abiertas y flexibles, que admiten concreciones distintas dependiendo de las características de los centros.
- c) Se ha tratado, por otro lado, de configurar una muestra equilibrada de los distintos ámbitos de conocimiento y experiencia, de tal forma que el profesorado de los distintos Seminarios o Departamentos pueda participar y aportar su competencia.
- d) Por último, se ha tenido en cuenta que las materias propuestas, si bien deben propiciar la innovación educativa, al mismo tiempo han de encontrar cierto reconocimiento y han de verse como realizables por el profesorado actual.

Los materiales curriculares que se presentan responden a una misma estructura, que, en general, consta de:

- a) Una *primera parte* de diseño en la que se presentan los **modelos de currículo** de cada una de las materias optativas que aparecen en los Anexos I y III de la citada Resolución de 10 de junio de 1992.

En este apartado se justifica la contribución a los objetivos generales de etapa y a las funciones del espacio de opcionalidad de cada unas de las materias, se señalan las distintas vías de concreción o interpretaciones que admiten, y se desarrollan los objetivos y contenidos de uno de los posibles enfoques.

En su elaboración se ha tomado el curso como unidad temporal de referencia, introduciendo, tanto en contenidos como en orientaciones, elementos de flexibilidad que permitan adaptaciones a períodos menores de tiempo (cuatrimestre o trimestre). Por la necesidad de atender a la función de orientación a la que debe

servir el espacio de opcionalidad no parece conveniente, excepto en el caso justificado de la Segunda Lengua Extranjera, proponer la continuidad de una misma materia durante más de un curso. El modelo de currículo se ha pensado para el segundo ciclo y, en particular, para el último curso en el caso de algunas materias concretas como Transición a la Vida Adulta y Activa.

- b) En la *segunda parte* se recogen las **orientaciones didácticas** de la materia, como punto de partida desde el cual cada centro decidirá su programación concreta, y una guía documental y de recursos que puede ayudar al profesorado a ponerla en práctica.
- c) En la *tercera parte* se ofrece una **propuesta** de cómo llevar al aula la materia diseñada.

En este apartado, en unos casos, se propone una posible secuencia de unidades didácticas para desarrollar a lo largo del curso; en otros, la propuesta se concreta en el desarrollo de alguna unidad didáctica. En las unidades didácticas se definen objetivos, contenidos y actividades, se hacen referencias a espacios y tiempos más adecuados, aspectos metodológicos y organización del trabajo en el aula, así como materiales didácticos que se utilizan y el papel del profesor en los distintos momentos del proceso.

Por último, hay que decir que se trata de materiales elaborados por los correspondientes autores, cuyo esfuerzo es preciso valorar de modo muy positivo. Responden, todos ellos, a un mismo esquema general propuesto por el Ministerio en el encargo a los autores. Han sido elaborados en estrecha conexión con el Servicio de Innovación de la Subdirección General de Programas Experimentales, sobre todo la primera parte, *Modelo de currículo*, en la que dicho Servicio ha tenido la principal responsabilidad en su elaboración final.

# Índice

	<i>Páginas</i>
MODELO DE CURRÍCULO .....	11
Introducción.....	13
Objetivos generales .....	15
Contenidos .....	16
<i>Conceptos</i> .....	16
<i>Procedimientos</i> .....	18
<i>Actitudes</i> .....	18
ORIENTACIONES DIDÁCTICAS.....	21
Orientaciones generales.....	23
Organización del aula .....	29
Modificaciones de la actividad.....	30
Orientaciones para la evaluación .....	31
Guía documental y de recursos.....	33
<i>Bibliografía</i> .....	33
<i>Direcciones de interés</i> .....	40
PROPUESTA DE DESARROLLO .....	43
Introducción.....	45
Descripción de las unidades didácticas ...	47

	<u>Páginas</u>
I. La comunicación .....	47
II. Las fuentes de información .....	49
III. Análisis y selección de la información.....	51
IV. Producción .....	53
V. Difusión .....	55
Desarrollo de la unidad didáctica VI.....	57
Introducción.....	57
Objetivos .....	58
Contenidos .....	58
Metodología y actividades.....	59
Evaluación.....	80
Anexos.....	83



# Modelo de Currículo

---





## Introducción

La comunicación es una función primaria del lenguaje. La lengua se desarrolla en contextos de comunicación y para la comunicación. Por su capacidad para representar la realidad, cada lengua transmite una forma de entender aquélla e interpretarla, es decir, comunica unos significados culturales. Desde esa confluencia de ambas funciones del lenguaje (comunicación-representación) recibimos y transmitimos, interactuamos con los otros y nos comunicamos con nosotros mismos, regulando nuestra propia conducta.

Cuando en este proceso intervienen los medios de comunicación de masas y las tecnologías de la información y la comunicación, las funciones del medio y del contexto adquieren una importancia relevante. En este sentido esta materia optativa pretende ampliar la competencia comunicativa del alumno y mejorar su capacidad de comprensión y expresión de los mensajes verbales y no verbales, así como desarrollar el dominio de las estrategias discursivas de acuerdo con las diferentes situaciones y contextos. El desarrollo de la materia incide en la comprensión y producción de mensajes audiovisuales, teniendo en cuenta que en ellos la articulación de diferentes códigos (verbal, icónico, iconográfico, cinematográfico, etc.) es la que crea el sentido.

La necesidad social de formar individuos críticos y receptores activos, que sepan estructurar los mensajes de los medios de comunicación, se recoge como objetivo en el currículo de la Secundaria Obligatoria. De este modo, junto al fomento de las capacidades comunicativas, se pretende con esta actividad dotar al alumno de ins-

---

trumentos de análisis que le aseguren una mayor amplitud de juicio y valoración personal de los mensajes.

Los aprendizajes de esta materia optativa contribuyen a que el alumno comprenda los mecanismos por los que funciona la sociedad y los valores que la rigen, ya que los medios de comunicación y otros sistemas de comunicación ejercen una influencia notable en la sociedad, en la construcción de la idea del mundo que tienen los individuos, en la creación de modelos de conducta y en el establecimiento de escalas de valores. De aquí que la gran importancia que hoy día se otorga a la información alcance notables repercusiones en el desarrollo que la sociedad actual confiere a la investigación y fomento de tecnologías con fines comunicativos.

La producción de mensajes audiovisuales —con unos medios y una intencionalidad diferentes a los productos profesionales— permite que los alumnos se expresen dentro de un proyecto de comunicación real. Desde la elaboración del guión escrito hasta el montaje final del producto, la actividad pone en juego tanto la expresión como la iniciación al lenguaje audiovisual. La utilización del texto escrito será uno de los mecanismos de confluencia de las funciones de comunicación y representación, del conocimiento del sistema de signos unido a los significados culturales que transmiten.

La presencia de las Tecnologías de la Información y la Comunicación en el aula viene motivada por dos planteamientos distintos. Por una parte, estas tecnologías proporcionan nuevas vías de comunicación en el ámbito escolar y potencian algunas ya existentes. Por otra parte, una escuela incardinada en la sociedad debe contemplar las Tecnologías de la Información y la Comunicación como uno de los factores de transformación de la estructura social.

En la aplicación didáctica de esta materia optativa se pueden desarrollar todos los pasos que definen el proceso de comunicación, es decir, desde la fase de recogida de información hasta la fase de difusión. El estudio de los diferentes códigos, su interrelación y las prácticas discursivas que generan en el seno de la sociedad se realizan de una manera profunda, situando al área de Lengua y Literatura en un contexto de comunicación más amplio y capaz de abordar las tecnologías de la información y los medios de comunicación como un objeto de estudio en sí mismo.

Para abordar los procesos de comunicación en el aula, desde una perspectiva integrada y basada en la confluencia de varios medios,

existen múltiples vías de concreción, dependiendo en todo caso de factores tales como el grado de profundización de los objetivos, la duración temporal, la disponibilidad de los recursos necesarios, los intereses de los alumnos e, incluso, la formación del profesor en los sistemas de comunicación. Se señalan a continuación algunos ejemplos de posibles enfoques:

- Recorrer los procesos de comunicación, usando de una manera integral las tecnologías audiovisuales e informáticas y resaltando su importancia en los diversos estadios de la comunicación.
- *Centrarse especialmente en los procesos de comunicación audiovisual, haciendo fundamentalmente un uso específico de las tecnologías audiovisuales.*
- Orientar el recorrido sobre los procesos de comunicación desde la perspectiva de las tecnologías de la información y la telemática.
- Plantear la actividad centrándose en los medios de comunicación de masas (prensa, radio, televisión, etc.).
- Analizar monográficamente un medio concreto.

En este diseño se opta por la primera de las vías enunciadas, puesto que proporciona una visión más integradora de los medios de comunicación de masas, y además aproxima a los alumnos a los mecanismos actuales de la comunicación para cuyo conocimiento el manejo de las nuevas tecnologías de la información es fundamental.

## Objetivos generales

La enseñanza de la materia “Los Procesos de Comunicación” en la etapa Secundaria Obligatoria tiene como objetivo contribuir a desarrollar en los alumnos y alumnas las capacidades siguientes:

1. Conocer y analizar los procesos de comunicación de la sociedad actual, reflexionando sobre sus dimensiones lingüística, sociológica, psicológica, tecnológica, económica, ideológica y política de los mismos.
2. Comprender el funcionamiento y practicar el uso de las tecnologías de la información y la comunicación manteniendo actitudes reflexivas y críticas sobre las mismas.

3. Interpretar el contenido y la intención de mensajes producidos mediante las Tecnologías de la Información, descifrando sus elementos formales y estructurales.
4. Utilizar las Tecnologías de la Información y la Comunicación para producir mensajes que integren diferentes lenguajes.
5. Valorar su experiencia personal en la producción y emisión de mensajes.
6. Orientar las capacidades expresivas y lúdicas de los alumnos hacia tratamientos audiovisuales propios y autónomos que superen la imitación de los modelos establecidos.
7. Analizar y valorar los usos indebidos de las Tecnologías de la Información, reconociendo su contenido ideológico.

## Contenidos

Los bloques de contenidos no están diseñados como temas o unidades didácticas. El bloque I, "La comunicación", pretende abarcar nociones generales sobre comunicación, así como su evolución histórica. El bloque II, "El proceso de comunicación", desarrolla las fases del mismo con especial incidencia en el uso de las tecnologías audiovisuales e informáticas.

Los contenidos no están enunciados con el fin de que los centros tengan que desarrollarlos todos. Se sugiere que, tomando como eje central el proceso de comunicación, los centros elijan aquellos contenidos que les sean más útiles en función de su realidad educativa.

## Conceptos

### 1. La comunicación

- Sistemas de representación:
  - Sistemas de signos: semiótica (sintaxis, semántica, pragmática).
  - Arbitrariedad y analogía en la representación.
  - Imagen y semejanza.
  - La imagen como interrelación de códigos.

- Evolución histórica de la comunicación:
  - De la comunicación interpersonal directa a la comunicación mediada de masas: elementos y procesos comunicativos.
  - Evolución tecnológica de la comunicación.

## **2. El proceso de la comunicación**

- Búsqueda y recepción:
  - Fuentes de información.
    - Bibliográficas. Hemerográficas. Videográficas. Filmográficas. Fuentes locales. Agencias de noticias. Información en soporte magnético. Información en soporte óptico. Gestores de bases de datos. CD-ROM. Télex. Videotexto. Fuentes remotas y telemáticas.
  - Selección de información.
  - Recepción de información.
    - Formación como receptor (conocimiento de los diferentes códigos).
    - Los géneros: periodísticos, televisivos, radiofónicos...
- Producción:
  - La generación de ideas.
  - El guión (literario y técnico).
  - La edición tradicional.
  - La edición asistida por ordenador.
  - La producción audiovisual.
- Difusión:
  - Los diferentes medios de comunicación nacionales y extranjeros: la prensa, la radio, la televisión, el cine, la publicidad, los multimedia.
    - Infraestructura y redes de funcionamiento.
    - Aspectos técnicos.
    - Aspectos expresivos en la articulación de los distintos códigos.
    - Repercusiones sociales, culturales, económicas, etc.

## Procedimientos

- Identificación y análisis de los elementos esenciales (emisor, receptor, canal...) implicados en cualquier acto de comunicación mediada.
- Acceso y consulta de diversas fuentes de información en las que intervengan recursos tecnológicos (bases de datos, bancos de imágenes, archivos sonoros...).
- Selección, organización y tratamiento de la información para la elaboración de diferentes mensajes. Estrategias para la selección y clasificación de la información (Interrogación de una base de datos. Preparación de una consulta a un banco de datos de acceso telemático...).
- Comprensión de mensajes extraídos de las fuentes de información nacionales y/o extranjeras (prensa, radio, televisión, vídeo, publicidad...).
- Análisis del funcionamiento y la interrelación de los mensajes (decodificación del mensaje; códigos de percepción, de reconocimiento, icónicos, iconográficos, del gusto y sensibilidad, retóricos, estilísticos...).
- Búsqueda de indicios relevantes en la construcción de los mensajes que manifiesten las intenciones comunicativas del emisor.
- Observación y exploración de los mecanismos, manifiestos o solapados, utilizados en los medios de comunicación para inducir interpretaciones específicas de los mensajes.
- Reconocimiento de los símbolos culturales que conforman las imágenes analizando las configuraciones significantes (actitudes, expresiones, comportamientos, presentación de lugares y personas) que traducen una cultura.
- Utilización de los medios tecnológicos para la producción (presentación de ideas, redacción, compaginación electrónica, impresión, realización, edición...) y difusión de información.

## Actitudes

- Valoración de la necesidad e importancia del intercambio comunicativo en la sociedad actual.

- Sensibilidad hacia los mecanismos expresivos de los distintos códigos existentes.
- Actitud crítica ante el caudal informativo recibido por diferentes medios y canales, valorando los criterios de selección.
- Valoración de las posibilidades de los medios tecnológicos para la creación y difusión de información.
- Interés y deseo de participación en situaciones comunicativas de forma activa.
- Rigor en las diferentes fases de la actividad (búsqueda y recepción, producción y difusión).





# Orientaciones Didácticas



---





## Orientaciones generales

### Aportación a los objetivos de etapa

Los aprendizajes de esta materia optativa contribuyen a desarrollar especialmente las capacidades de los siguientes Objetivos Generales de la Educación Secundaria Obligatoria:

- b) *Interpretar y producir con propiedad, autonomía y creatividad mensajes que utilicen códigos artísticos, científicos y técnicos, con el fin de enriquecer sus posibilidades de comunicación y reflexionar sobre los procesos implicados en su uso.*

La actividad incidiría en la comprensión y producción de mensajes audiovisuales teniendo en cuenta que en ellos la articulación de diferentes códigos (verbal, icónico, iconográfico, cinematográfico...) es la que crea el sentido.

Por otra parte, la producción de mensajes audiovisuales (con unos medios y una intencionalidad diferentes a los productos profesionales, que no se tratan de imitar) permite que los alumnos se expresen dentro de un proyecto de comunicación real. Desde la elaboración del guión escrito hasta el montaje final del producto, la actividad pone en juego tanto la expresión como la iniciación al lenguaje audiovisual.

La utilización del texto escrito será uno de los mecanismos de confluencia de las funciones de comunicación y representación, del

---

conocimiento del sistema de signos unido a los significados culturales que transmiten.

Esta producción del texto escrito acercará al alumno a desarrollar sus estrategias de comunicación, tanto en su propia lengua como en otras. Cuando se usa el ordenador la provisionalidad del texto escrito les hará poner en práctica las condiciones de emisión de los mensajes para que éstos posean un nivel adecuado a las necesidades del receptor.

- c) *Obtener y seleccionar información utilizando las fuentes en las que habitualmente se encuentra disponible, tratarla de forma autónoma y crítica, con una finalidad previamente establecida, y transmitirla a los demás de manera organizada e inteligible.*

Si tenemos en cuenta las tendencias de los medios hacia la espectacularidad, la transnacionalización de los mensajes, etc., se entenderán los riesgos que señalan algunos teóricos sobre la falsa homogeneización cultural y la dificultad en el procesamiento de la información, en una sociedad cada vez más abocada al consumo de información fragmentaria, superficial, transitoria...

Las diferencias entre “Los Procesos de Comunicación” y las áreas troncales vienen marcadas por el tratamiento que se da al núcleo “La comunicación”.

En esta materia optativa se puede trabajar todo el proceso de comunicación, haciendo hincapié en cada uno de los pasos que marcan el proceso como tal, es decir, desde la fase de recogida de información hasta la fase de difusión. El estudio de los diferentes códigos, su interrelación y las prácticas discursivas que generan en el seno de la sociedad se realiza de manera más profunda que en las áreas troncales, lo que lleva a considerar una serie de actividades y contenidos nuevos.

En las áreas de Lengua Castellana y Literatura y Lenguas Extranjeras el currículo básico propone un enfoque comunicativo del aprendizaje; ahora bien, por razones evidentes, este enfoque no se contextualiza suficientemente dentro del complejo de los sistemas de comunicación. Por esta razón la materia optativa “Los Procesos de Comunicación” debe satisfacer estas necesidades a los alumnos que quieran formarse en los conocimientos sobre los sistemas de comunicación y capacitarse para la práctica de los mismos.

Esta materia permitirá situar las lenguas en un contexto de comunicación más amplio, que aborde las tecnologías de la información y los medios de comunicación como un objeto de estudio en sí mismo, dotando a los alumnos de los conocimientos técnicos necesarios para su manipulación.

Los alumnos podrán intervenir en proyectos de comunicación multilingüe e interdisciplinarios en donde tendrán que analizar procesos a través de diferentes medios: la radio, la televisión, el cine, la prensa, la publicidad, la telemática (teleconferencia y teledocumentación)...

- g) *Analizar los mecanismos y valores básicos que rigen el funcionamiento de las Sociedades, en especial los relativos a los derechos y deberes de los ciudadanos, y adoptar juicios y actitudes personales con respecto a ellos.*

Para comprender los mecanismos por los que funciona la sociedad y los valores que la rigen resulta importante analizar la cultura comunicativa de las mismas.

Los medios de comunicación y otros sistemas de comunicación ejercen una influencia notable en la sociedad y en la construcción de la idea del mundo que tienen los individuos, la creación de modelos de conducta, el establecimiento de escalas de valores...

- j) *Conocer y valorar el desarrollo científico y tecnológico, sus aplicaciones e incidencia en su medio físico y social.*

La gran importancia que las sociedades avanzadas otorgan a la información alcanza notables repercusiones en el desarrollo que estas sociedades confieren a la investigación y fomento en tecnologías con fines comunicativos, así como a una importante carrera en el control de estos procesos en los mercados internacionales.

## Funcionalidad

El desarrollo de la capacidad comunicativa es un elemento necesario para facilitar el intercambio, la relación interpersonal y la integración en la sociedad. En cierto modo facilita en el alumno el sentimiento de autoestima personal y contribuye a una formación positiva de la propia identidad. Además, cuando el alumno se convierte en elemento activo y crítico del hecho comunicativo, aumenta su grado de autonomía e independencia personal.

---

Así pues, no se trata de analizar conceptos restringidos al ámbito escolar, sino de estudiar procesos que se manifiestan en la vida cotidiana del alumno cuando actúa como emisor/receptor en su tiempo libre. En gran parte de estos procesos están presentes los medios de comunicación.

El conocimiento de los continuos avances tecnológicos permite a los alumnos acceder a nuevos medios que facilitan la comprensión y relación con el mundo que le rodea. El dominio de las técnicas asociadas a estas tecnologías no sólo facilitará su aprendizaje escolar, sino el acceso a múltiples aspectos o facetas de la cultura de su tiempo.

## **Interdisciplinariedad**

El proceso de elaboración e interpretación de contenidos existentes en un mensaje exige de los alumnos y alumnas un conocimiento y manejo elementales de los distintos códigos que se combinan en él. Para ello la práctica de esta materia se llevará a cabo con ejemplos interdisciplinares en los que confluyen lenguajes verbales y no verbales, de tal modo que el alumno capte la dimensión global e interdisciplinar que pueden tener los procesos de comunicación.

El proceso de elaboración e interpretación de los mensajes debe analizarse con ejemplos de distinta naturaleza e intencionalidad. Esto facilita la conexión con distintas áreas del currículo: Lengua Castellana y Literatura, Lenguas Extranjeras y Ciencias Sociales, Geografía e Historia...

## **Orientación profesional**

La preparación de los alumnos para conocer, acceder y emplear nuevas técnicas y medios amplía sus posibilidades de inserción y participación en el mundo cultural, laboral y sociopolítico. A la vez desarrolla en el alumno una capacidad crítica y rechaza la posible manipulación y deformación de los hechos, del control de los individuos, de la propagación ideológica camuflada, etc.

Resulta, pues, evidente que esta actividad orienta a los alumnos sobre las nuevas profesiones vinculadas al mundo de la comunicación, la imagen y el sonido y la investigación sociolingüística.

## Metodología

Se podrá partir de un centro de interés (vida cultural de la provincia o localidad, entrega de un premio literario, empleo del tiempo libre, ecología y medio ambiente, elecciones municipales, deporte escolar, consumo y calidad de vida, orientación profesional, etc...) en torno al cual podrá girar el desarrollo de la materia.

En un primer momento quizá convenga abordar la materia con una actividad fundamentalmente motivadora, presentando a los alumnos aspectos que les resulten interesantes, o creándoles nuevas expectativas.

Se les puede inducir a la reflexión y descubrimiento de elementos que nunca habían percibido anteriormente para plantear los primeros interrogantes, y posteriormente introducir ya un planteamiento general de la actividad.

Igualmente es importante detectar en la fase inicial el grado de conocimiento y los intereses de los alumnos en relación con los contenidos elegidos.

A continuación pueden abordarse aspectos relacionados con la comunicación (qué es, su evolución histórica, tipología...) que enmarquen e introduzcan el tema y presentar los elementos que configuran el acto de comunicación.

A partir de aquí se sugiere la realización de actividades de carácter eminentemente práctico en relación con los contenidos seleccionados. Es preferible que los alumnos vayan descubriendo y reconociendo los distintos aspectos, antes que conocerlos por una pura exposición teórica (el uso de los medios inducirá al conocimiento de los mismos).

Se puede combinar de forma equilibrada el método deductivo, en el que los alumnos parten de la hipótesis y la aplican en la observación y análisis del material, con la técnica inductiva, por la cual elaboran sus conclusiones a partir de los datos, con la ayuda del profesor, que les proporcionará indicios y les reconducirá en su tarea.

En la primera fase de búsqueda de la información se puede encuadrar el estudio de las fuentes, enfocadas esencialmente al conocimiento y uso de las mismas, de forma que el alumno aprenda técnicas de investigación y captación de datos. De esta manera pueden manejar los recursos a su alcance, desde los más tradicionales

---

(bibliotecas, hemerotecas, filmotecas...) hasta otros de creación más reciente (videoteca, programoteca...).

Esta faceta puede ser también un punto de partida y un marco de introducción para abordar un núcleo de contenidos asociados a la fase de diseño y producción de mensajes; así, la obtención de información es un paso inicial para la posterior elaboración del mensaje que se desea transmitir.

Posteriormente se analizarán los factores internos y externos que influirán en el producto (estudio del emisor y de la intención del mensaje, elección del canal y medio, análisis de los recursos de los códigos utilizados, posibilidades técnicas de su ejecución, planificación del guión, elección de los materiales, temporalización...) y se planificará la secuenciación de los distintos momentos del proceso, con su posterior puesta en práctica, realizando y reproduciendo distintas situaciones comunicativas: simulación de un programa informativo de televisión, confección de un periódico escolar, realización de un programa de radio, creación de una campaña publicitaria...

Puede ser importante también el estudio de aquellos contenidos asociados con la fase de difusión, especialmente en el marco de los medios de comunicación. Esto conlleva analizar sus peculiaridades, los canales que emplean, los códigos que los caracterizan y los distintos mensajes que habitualmente transmiten. Se sugiere analizar no sólo el producto informativo, sino también el contexto social en que se insertan, la incidencia de factores externos y las implicaciones derivadas de sus actuaciones.

Sin embargo, el carácter difusor de los *mass-media* está íntimamente ligado al conocimiento de sus técnicas y procesos de producción, por lo que deben abordarse también contenidos referentes a este aspecto, a ser posible de forma práctica, con una observación real de los mismos (sería aconsejable la planificación de una visita a una emisora de radio o televisión, imprenta, centro de proceso de datos y/o redes telemáticas, agencia de publicidad, estudio fotográfico, etc.).

La actividad también se presta a la investigación sobre la situación actual de distintos medios de comunicación, analizando el grado de persuasión y las repercusiones en la sociedad de cada uno, así como los mecanismos de que disponen para una mayor o menor difusión. En este sentido los alumnos han de analizar documentos auténticos, nacionales y/o extranjeros, que pueden ser aportados

por ellos mismos (grabación de programas de radio o televisión, recortes periodísticos, diseños gráficos...), realizar encuestas sobre el grado de influencia y utilización de los medios en su entorno, contrastar distintas intencionalidades comunicativas o descubrir la transmisión de distintos valores culturales.

## Organización del aula

La organización del aula debe ser flexible de manera que permita a los alumnos trabajar de diferentes formas en función de la actividad a realizar (individualmente, en pequeño grupo o en gran grupo).

El criterio de agrupamiento de los alumnos puede variar según las características que éstos posean. Uno de ellos puede ser el que los alumnos decidan por sí mismos y se agrupen según sus intereses. De esta forma la comunicación entre ellos será más fácil, pero tiene el inconveniente de que los grupos serán muy heterogéneos. Otra manera es que el profesor forme los grupos teniendo en cuenta distintos criterios: agrupar los del mismo nivel o mezclar niveles, etc.

La participación y el trabajo en grupo es esencial a la hora de realizar la creación y difusión de un producto informativo, en donde cada miembro desempeña una tarea específica: recogida y selección de información, planificación y desarrollo de la elaboración del mensaje, creación de materiales, etc.).

Por otra parte, la comunicación puede iniciarse en el ámbito interpersonal, para culminar en intercambios con grupos de receptores fuera del ámbito escolar.

La dinámica de trabajo en grupo también será necesaria cuando las actividades a realizar se centren en el uso de las Tecnologías de la Información. Las dificultades que la utilización del medio tecnológico pueda ofrecer a los alumnos podrán quedar superadas manteniendo un espíritu de colaboración. La participación entre los diferentes miembros del grupo hará que los resultados sean más satisfactorios.

## Recursos

La presente materia optativa contará con unos materiales de trabajo necesarios para la consecución de los fines propuestos y, en

---

cierta medida, la disponibilidad de los mismos marcará el grado de extensión de la actividad.

Podrán existir unos de disponibilidad general, entre los que se incluyen fotocopiadora, multcopista, clichés, grabadora electrónica, casete, proyector, revistas, periódicos, libros de consulta..., y, virtualmente, otros tecnológicos, tanto informáticos como audiovisuales: ordenador, ratón, impresora, *modem*, magnetoscopio, cámara de vídeo, mesa de edición, etc. Para la utilización del *modem* será necesario disponer de una línea telefónica para realizar las conexiones.

Los programas de ordenador, en su caso, incluirán procesadores de textos, bases de datos, paquetes de diseño gráfico y autoedición que se puedan utilizar con los equipos informáticos existentes. Si queremos realizar conexiones con grupos de alumnos de otros centros y localidades será necesario disponer de un programa de mensajería.

Como material audiovisual se debe contar con cintas con grabaciones de películas y programas de televisión.

Se recomienda que estos materiales estén en un aula específica. De esta manera todos los grupos de alumnos participantes en la actividad podrán acceder fácilmente a la misma en función del horario previamente establecido y se aseguraría la participación simultánea de todos los alumnos de cada grupo en la misma actividad.

Si la organización del centro y el plan específico de trabajo lo permitiesen, podría utilizarse el material tecnológico dentro del aula habitual de trabajo. En este sentido se adjudicaría parte de los equipos informáticos y audiovisuales a cada grupo de alumnos. Si el centro opta por esta segunda vía de trabajo, los profesores deben organizar distintas actividades dentro de la clase.

## **Modificaciones de la actividad**

En caso de que esta materia se realizara en el primer ciclo de la Enseñanza Secundaria Obligatoria (doce a catorce años), los bloques de contenidos no sufrirían notables modificaciones, ya que el alumno, en esta edad, ha adquirido completamente todos los mecanismos que le van a permitir trabajar en los procesos comunicativos.

Si no se desarrollase en un curso completo, sino en un trimestre o cuatrimestre, la propuesta podría abarcar el desarrollo del proceso de comunicación desde un solo medio, pues consideramos insuficiente esta organización temporal para extender la actividad a diversos medios.

En el caso de que se quiera trabajar durante dos cursos se podrían desarrollar las cinco primeras unidades en el primer año y la sexta en el segundo.

## Orientaciones para la evaluación

Dada la diversidad de conocimientos informáticos y/o audiovisuales con los que pueden llegar los alumnos a esta materia, sería conveniente realizar una encuesta inicial orientada a detectar dichos conocimientos con el fin de tenerlos en cuenta tanto en el diseño de las actividades como en el agrupamiento de los alumnos.

En la evaluación de esta materia optativa deberían tenerse en cuenta los siguientes aspectos:

### El proceso de enseñanza

- **El diseño** (planteamiento de los objetivos, contenidos, metodología, actividades, medios empleados, evaluación).
- **El desarrollo** (la realización de las actividades, el papel del profesor, la interacción profesor-alumnos y alumnos-alumnos, la interacción alumnos-medios, la organización de la clase (o los distintos espacios implicados), las repercusiones de las actividades en la organización escolar...
- **El uso de los medios**. En lo referente a la evaluación de los medios habrá que tener en cuenta los aspectos formales, los códigos utilizados, la adaptación al perfil psicológico del alumno, sus propios contenidos y su estructura didáctica.
- **La propia evaluación**, preguntándose si las estrategias de evaluación diseñadas fueron las adecuadas en relación a lo que se pretendía medir y si su aplicación funcionó como se esperaba.

## Los aprendizajes de los alumnos

La evaluación de los aprendizajes será más fácil cuanto más se haya trabajado en la especificación de objetivos, contenidos y actividades, pero no hay que perder de vista los imprevistos que surgen continuamente en el desarrollo, que pueden generar aprendizajes no buscados.

No hay que olvidar que en la búsqueda, tratamiento, transmisión, etc., de la información hay aspectos técnicos y aspectos lingüísticos que funcionan íntimamente unidos, pero que quizá haya que evaluar por separado, ya que pueden considerarse aprendizajes distintos. En cualquier caso habrá que tener en cuenta la importancia de que los alumnos dominen los procesos, al margen de los productos que consigan en un momento determinado.

Habrà que prestar especial atención a los aprendizajes en el campo de las actitudes que suelen infravalorarse y, en consecuencia, establecer estrategias específicas para su evaluación.

### *Cómo evaluar*

La utilización de los propios medios para la evaluación es otro de los aspectos que habrá de tenerse en cuenta, tanto para la observación como para la práctica en situaciones reales o de simulación.

El vídeo viene desempeñando un importante papel como evaluador del aprendizaje: presta —junto a las herramientas habituales— una importante ayuda para la observación de todo lo que concierne al acto didáctico. Además, el vídeo es muy importante en la autoevaluación (autoscopia, vídeo-espejo) del propio alumno o del profesor que investiga su actuación personal. En esta última opción conviene destacar la importancia del trabajo en grupo.

La utilización de medios tecnológicos —informáticos y audiovisuales— comporta unos procesos en los que la observación, tanto en las actividades a realizar como en las dinámicas de trabajo creadas, es aconsejable. Ésta mejorará la práctica docente del profesor y le convertirá, tanto a él como a los alumnos, en investigadores de su propia actuación.

Existen diversas técnicas de observación en el aula que recomendamos sean puestas en práctica durante el desarrollo de esta actividad. Además del uso del vídeo, citado anteriormente, encontramos otras más conocidas que se relacionan a continuación:

- Cuaderno de campo.
- Encuestas a los alumnos.
- Comentarios escritos por los alumnos al final de las sesiones.
- Discusión en pequeños grupos sobre la actividad realizada y puesta en común de las conclusiones.
- Observación externa.

Interesa destacar la oportunidad de una evaluación de tipo cualitativo que actúe como diagnóstico encaminado a corregir o intervenir en algún momento del proceso. Por ello, carece de sentido en un modelo de enseñanza dinámico una evaluación cuantitativa que se limite a recoger datos para comprobar resultados alcanzados.

## Guía documental y de recursos

### Bibliografía

---

#### **Medios de comunicación**

- ▣ ALCALDE, Carmen. *Cómo leer un periódico*. Barcelona: Ed. ATE, 1984.
- ▣ APARICI, R. *El comic y las fotonovelas en el aula*. Comunidad de Madrid: Ed. Consejería de Educación, 1989.
- ▣ EVANS, Harold. *Diseño y compaginación de la prensa diaria*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1984.
- ▣ GONNET, Jacques. *El periódico en la escuela: Creación y utilización*. Madrid: Narcea, 1984.
- ▣ GONZÁLEZ i MONGUE, F. *El dial de mi pupitre. Las ondas: herramienta educativa*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1989.
- ▣ GUILLAMET, Jaume. *Conocer la prensa: Introducción a su uso en la escuela*. Colección Medios de Comunicación de Enseñanza. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1988.

- RODA, F. J., y BELTRÁN, R. *Información y Comunicación. Los medios y su aplicación didáctica*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1988.
  
- RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, J. L. *El cómic y su utilización didáctica*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1988.
  
- ROMAGUERA, J., y otros. *El cine en la escuela. Elementos para su didáctica*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1989.
  
- SOLER, Ll. *La televisión, una metodología para su aprendizaje*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1988.

Todos estos libros son recomendables por el adecuado tratamiento que dan a los temas combinando la parte expositiva para introducir al profesor en el análisis de los medios, con abundantes sugerencias de actividades e ideas para desarrollar en el aula. Resultan amenos, informativos y útiles.

- CANGA LAREQUI, J. *La Prensa y las Nuevas Tecnologías: Manual de redacción electrónica*. Bilbao: Ediciones Deusto, 1988.

Presenta una panorámica general sobre la evolución tecnológica de los medios impresos, con especial atención a la prensa, y la transformación que ha supuesto en este sector la introducción del ordenador. Analiza las ventajas y funciones de la "redacción electrónica" y ofrece una visión actual de los nuevos procedimientos utilizados en las tareas de confección de un diario.

- GARCÍA NOVELL, Francisco. *Inventar el periódico. La prensa en la escuela*. Madrid: Grupo Cultural Zero, 1986-1987.

Un trabajo divulgativo que se adapta a profesores que desean iniciarse en el tratamiento de este medio de comunicación, así como a los alumnos de cursos superiores.

- MORIN, Violette. *El tratamiento periodístico de la información*. Barcelona: Ed. ATE, 1974.

### **Técnicas y fuentes de información**

- ❑ AMAT NOGUERA, Nuria. *Documentación Científica y Nuevas Tecnologías de la Información*. Madrid: Ediciones Pirámide, 1988.
- ❑ AMAT NOGUERA, Nuria. *Técnicas documentales y fuentes de información*. Barcelona: Bibliograf, 1978.

Ambos libros presentan de forma muy especializada el campo del documentalismo. Hacen referencia a las técnicas de adquisición y organización de la información, el análisis documental y los lenguajes documentales, los diversos organismos y centros de documentación existente... El segundo libro dedica un amplio capítulo a las nuevas tecnologías y toda una segunda parte a la teledocumentación y las bases de datos (creación, acceso, estrategias de búsqueda *on line*, etc.).

- ❑ REBOUL, Elie. *Aprender a usar las fuentes de Información. Técnicas para la escuela*. Madrid: Narcea, 1980.

### **Nuevas tecnologías de la información y la comunicación**

- ❑ BERENGURE, J. M. *Bases de datos. Retos, oportunidades y esperanzas*. Madrid: Ed. Fuinca, 1985.
- ❑ COLL-VINENT, R. *Bancos de datos: teoría de la Teledocumentación*. Barcelona: Ed. ATE, 1982.
- ❑ HONDER, A. *Videodiscos. Su aplicación al almacenamiento y recuperación de la información*. Madrid: CENADEM, 1981.
- ❑ MINISTERIO DE CULTURA-FUNDESCO. *Nuevas tecnologías de la vida cultural española*. Colección Impactos. Madrid: Ediciones Raúl Rispá, 1985.

Recopilación de ponencias del simposio del mismo nombre organizado por el Ministerio de Cultura en junio de 1984, donde tecnólogos y humanistas analizaron y debatieron la influencia de las N. T. I.

en los distintos ámbitos de la vida y cultura españolas. Recoge, en forma de artículos, temas muy variados sobre los distintos medios de comunicación. Algunos ejemplos son: "Función formativa de la televisión", "La utopía del satélite: producción de programas para la televisión directa vía satélite", "Bases de datos: una nueva industria cultural", "La radio: tradición y modernidad", "Las opciones de presente y futuro en la prensa escrita"...

- RODRÍGUEZ JIMÉNEZ, Manuel. *Nuevas Tecnologías de la Información*. Madrid: Ed. Mondadori España, 1988.

Somera exposición y análisis de las distintas tecnologías de la información, a modo de introducción, con un lenguaje muy asequible para aquellos que no sean especialistas en la materia.

- SAGREDO FERNÁNDEZ, F. *Tecnologías modernas de fijación y difusión de la información documental: el videodisco* (en "Primeras Jornadas Españolas de Documentación Automatizada", págs. 713-722). Madrid: CSIC, CIRIT, 1984.

### ***Producción con medios audiovisuales***

- *Catálogo de vídeos*. Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, Madrid, 1989.

- *Catálogo de vídeos*. Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación, Madrid, 1990.

Aparecen recogidos los vídeos didácticos existentes en el mercado español, así como otros materiales audiovisuales. Tiene una organización por áreas y niveles de educación que resulta útil al profesor. Cada material aparece evaluado en una ficha que recoge características técnicas y didácticas. Al final se ofrece una lista con los nombres y direcciones de las productoras o distribuidoras en el mercado nacional, que puede ser de gran utilidad para conseguir cualquiera de los videogramas, diapositivas o casetes de audio que se reseñan en dicho catálogo.

- CHION, M. *Cómo se escribe un guión*. Madrid: Ed. Cátedra; Colección Signo e Imagen, 1988.

- LANGFORD, Michael. *La fotografía, paso a paso. Un curso completo*. Madrid: Hermann Blume, 1989.
- PUIG, J. *La redacción de guiones para cine, televisión y radio*. Barcelona: Ed. Mitre, 1990.
- VALE, E. *Técnicas del guión para cine y televisión*. Barcelona: Gedisa, 1985.

### **Introducción al uso de medios informáticos en el aula**

- DAINES, D. *Las bases de datos en la Educación Básica*. Barcelona: Ed. Gustavo Gili, 1985.
- ALONSO DOMÍNGUEZ, Víctor, y otros. *Bases de Datos y Enseñanza I. Recursos para la Educación*. M. E. C.: Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Madrid, 1987.
- ARIAS FERNÁNDEZ-PÉREZ, Fernando, y otros. *Bases de Datos y Enseñanza III. Recursos para la Formación*. M. E. C.: Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Madrid, 1987.
- ARIAS FERNÁNDEZ-PÉREZ, Fernando, y otros. *Bases de Datos y Enseñanza II. Recursos para la Formación*. M. E. C.: Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Madrid, 1987.
- BOTELLA BONILLA, Elvira, y LUENGO MARQUINA, J. Carlos. *Knosys: Aplicación de Bases de Datos Documentales en la Enseñanza*. Colección Curso de Introducción a las N. T. I. en la Educación. M. E. C.: Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Madrid, 1990.
- BOTELLA BONILLA, Elvira, y LUENGO MARQUINA, J. Carlos. *Autoedición y enseñanza: First Publisher*. Colección Curso de

Introducción a las N. T. I. en la Educación. M. E. C.: Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Madrid, 1991.

- MADRIGAL MUGA, Juan. *Bases de Datos y Enseñanza*. Colección Curso de Introducción a las N. T. I. en la Educación. M. E. C.: Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Madrid, 1988.
- *Works en la Enseñanza*. M. E. C.: Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación. Madrid, 1991.

### ***Introducción al uso de medios audiovisuales en el aula***

- MINISTERIO DE EDUCACIÓN Y CIENCIA. Programa de Nuevas Tecnologías. *Integración curricular del vídeo en la enseñanza*. Madrid, 1987.

Se recogen una serie de propuestas de trabajo con audiovisuales en las distintas áreas del currículo.

- ALONSO, Manuel, y MATILLA, Luis. *Imágenes en acción. Análisis y práctica de la expresión audiovisual en la escuela activa*. Madrid: Ed. Akal, 1990.

Se trata de un manual básico para profesores sobre el trabajo de los alumnos con la imagen. En él se desarrollan los conocimientos mínimos imprescindibles para realizar actividades con los alumnos en este campo.

Podría además considerarse como un texto sobre didáctica de la imagen y los medios audiovisuales.

Comienza con una reflexión sobre la naturaleza de la imagen y sus relaciones con la realidad, y con una descripción de las características, funciones y propiedades de la comunicación por imágenes.

Se adentra en la imagen fija enunciando un método para el análisis y describiendo diferentes técnicas y lenguajes de la misma (cartel, collage, fotografía...). Luego pasa al sonido y de ahí a la secuenciación de imágenes en sus diferentes modalidades (historieta, fotonovela, diaporama).

Hay un amplio capítulo dedicado a la imagen en movimiento, en el que se habla del cine, del vídeo y de la publicidad en sus diversos aspectos (técnica, lenguaje...), así como de las diversas etapas del proceso de producción.

Más adelante se mencionan diversas experiencias realizadas en centros.

- FERRÉS i PRATS, Joan. *Vídeo y Educación*. Cuadernos de Pedagogía. Barcelona: Ed. Laia, 1988.

Se trata de un libro importante en este terreno porque, junto a "Cómo integrar el vídeo en la escuela", estudia todos los aspectos fundamentales presentándolos de una manera clara y de fácil lectura.

Comienza con una reflexión sobre la problemática de la integración del vídeo en la enseñanza, en la que reflexiona sobre la educación audiovisual, las modalidades de uso didáctico del vídeo, criterios que deberían seguirse y posibles funciones del vídeo en la enseñanza.

Una segunda parte está dedicada a orientaciones sobre el uso de programas didácticos, dando unos criterios y unas orientaciones metodológicas.

La tercera parte está dedicada a la producción de programas didácticos.

La cuarta parte trata de la evaluación y, por último, hay un apartado con referencias para acceder a programas, y una amplia bibliografía.

- GONZÁLEZ MONCLÚS, Antonino, y otros. *El vídeo en el aula*. Madrid: Edita Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. M. E. C., 1989.

El libro pretende suministrar al profesor información referente a contenidos tecnológicos, expresivos y didácticos del vídeo. Es interesante para que aquellas personas que nunca han trabajado con este medio adquieran unas ideas que les permitan reflexionar sobre las posibilidades que el vídeo puede tener en sus respectivas áreas.

- SCHMIDT, Margarita. *Cine y vídeo educativo*. Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación. M. E. C.

El libro está dividido en apartados que pueden ser consultados independientemente, pues en cada uno de ellos se presenta un estado del arte del tema en cuestión, acompañado de una bibliografía específica.

El interés fundamental radica en investigar una clasificación de los vídeos didácticos desde categorías pedagógicas. Para ello dedica una primera parte a comentar las distintas teorías sobre el aprendizaje, a través de autores como Gagné, Bandura y Bruner. Intenta establecer así tres grandes tendencias en el enfoque del proceso enseñanza-aprendizaje, que luego aplicará al cine y vídeo didáctico.

A continuación comienza un recorrido por los temas de imagen propiamente dichos y que tras una lectura atenta van a permitir al lector adquirir claves para la interpretación de los mensajes y reflexiones importantes en el caso de encarar una producción.

### ***Programa Prensa-Escuela***

- ▣ MARTÍNEZ, Luis Miguel y otros. *Materiales de apoyo 1*. M. E. C. Programa Prensa-Escuela, Madrid, 1990.
- ▣ MARTÍNEZ, Luis Miguel y otros. *Materiales de apoyo 2*. M. E. C. Programa Prensa-Escuela, Madrid, 1990.
- ▣ *Cuadernos, n.º 1*. M. E. C. Programa Prensa-Escuela, Madrid, 1992.

*Todos estos materiales contienen unas excelentes propuestas de trabajo sobre el uso de la prensa en la escuela.*

### **Direcciones de interés**

---

Los materiales que se relacionan en esta materia optativa y que por circunstancias diversas no se hallen en los centros se encuentran en todos los CEPs. Por tanto, los CEPs más cercanos al centro educativo serán una buena referencia para localizar los que se describen en esta materia optativa u otros materiales audiovisuales o informáticos que los profesores precisen para el desarrollo de la misma.

De igual forma, la dirección del Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación, se considera imprescindible para cualquier consulta relacionada con "Los Procesos de Comunicación":

**Programa de Nuevas Tecnologías de la Información y de la Comunicación.** C/ Torrelaguna, 58. 28027 Madrid. Teléfono: 408 20 08.

### *Centros relacionados con Nuevas Tecnologías*

- ▣ **Instituto de Información y Documentación en Ciencias y Tecnología.** C/ Joaquín Costa, 22. 28002 Madrid. Teléfono: 261 48 08.
- ▣ **Instituto de Información y Documentación en Ciencias Sociales y Humanidades.** C/ Pinar, 25. 28006 Madrid. Teléfs.: 262 77 55 - 411 22 20 - 411 10 98 (Ext. 264).
- ▣ **Consejo Superior de Investigaciones Científicas.** C/ Serrano, 115 bis. 28006 Madrid. Teléf.: 262 50 20. C/ Serrano, 117. 20006 Madrid. Teléf.: 261 99 13.
- ▣ **Centro de Tratamiento de la Información (C. T. D.).** C/ San Romualdo, 26. Madrid.
- ▣ **Escuela de Documentación de la Facultad de Ciencias de CCII Complutense.** Ciudad universitaria. 28003 Madrid. Teléfono: 449 03 00.
- ▣ **Escuela de Biblioteconomía y Documentación.** Universidad Carlos III. Getafe (Madrid).
- ▣ **"Punto de Información Cultural" (P. I. C.)**  
— Promotor: Ministerio de Cultura. Secretaría General Técnica. Plaza del Rey, 1. 28071 Madrid.
- ▣ **"Banco de Datos Culturales" (Nombre provisional)**  
— Promotor: Departamento de Cultura de la Generalitat de Catalunya. Subdirección General de Información y Coordinación Cultural. Rambla de Santa Mónica, 8. 08002 Barcelona.
- ▣ **Servicio de Videotex Español "IBERTEX"**  
— Promotora: Telefónica de España. Gran Vía, 28. 28013 Madrid.



---

Propuesta de Desarrollo

---



---

---

La propuesta que se presenta a continuación tiene dos partes claramente definidas y que conviene que el profesor distinga. Son las siguientes:

a) Cinco unidades, que son muestra de los pasos sucesivos que se deben realizar en el desarrollo de los procesos de información. Estas unidades son: **La comunicación, Las fuentes de información, Análisis y selección de la información, Producción y Difusión**. En ellas se describen los objetivos, contenidos, metodología, evaluación y temporalización.

b) En último lugar se ofrece al profesorado una unidad modelo que detalla los pasos a dar en la ejecución completa del proceso de comunicación. En ella se tratan con claridad y profundidad los objetivos didácticos, contenidos, metodología, materiales, espacios, tiempos, actividades y evaluación, tanto de los aprendizajes como de la intervención didáctica.

---

## Introducción

Esta propuesta se estructura en dos fases:

- La primera tiene como finalidad la adquisición de los conocimientos y habilidades básicas (Unidades I-V). En ella se estudian por separado los contenidos de las unidades didácticas realizando diferentes prácticas sobre los mismos. Las tareas de esta primera fase, al ser puntuales, versan sobre temas diferentes elegidos por el profesor en función de los contenidos. Están compuestas, entre otras, por pequeñas prácticas muy ceñidas a las habilidades y conocimientos que se quieren conseguir.
- La segunda abarca la realización de un trabajo práctico en el que se ponen a prueba los contenidos de la fase anterior de una forma global, experimental y lo más autónoma posible (Unidad VI). En esta segunda fase, que puede ser la realización de un producto multimedia sobre un tema determinado, se deben trabajar por grupos realizando todo el proceso sobre temas elegidos por los alumnos.

Puede parecer que existe una cierta desconexión entre los contenidos en la primera fase al carecer de un tema común y de un producto global. Pero esta circunstancia queda solventada por la complementación de dos métodos didácticos, uno analítico (la primera fase) y otro sintético (la segunda), que facilitan los procesos de enseñanza-aprendizaje de los alumnos; por una cierta garantía de conseguir una comprensión global del proceso (lo que se considera fundamental) al final de la segunda fase, y por la posibilidad de poder conceder un nivel de autonomía bastante alto a los alumnos, durante la segunda fase, para la planificación y realización de sus informes. En

---

este caso el profesor se limita a ofrecerles la infraestructura necesaria y a tutelar sus acciones.

El marco en el que se desarrolla esta propuesta es el siguiente: se trata de un centro público ubicado en el barrio de un gran ciudad, con un alumnado fundamentalmente de clase media.

Dispone de una buena infraestructura de medios tecnológicos y una cierta experiencia en el desarrollo de este tipo de actividades, gracias a su participación anterior en proyectos innovadores como Atenea y Mercurio o por una dotación generalizada del M. E. C. de estos materiales.

Por otra parte, cuenta con un espacio específico, amplio, en donde están instalados los medios informáticos y audiovisuales, o, en su defecto, dos salas distintas cercanas entre sí (el aula ideal sería aquella que, siendo una sola, pudiera dividirse en dos o más espacios independientes). Dispone de mesas de trabajo para las tareas de diseño, las puestas en común, etc. El centro dispone también de una biblioteca general de consulta.

La actividad se desarrolla en el cuarto curso de la Secundaria Obligatoria, con un grupo de 20-25 alumnos (que ya han tenido contacto con los medios tecnológicos en las áreas troncales de cursos anteriores), y en ella están implicados, al menos, dos departamentos del centro (Lengua y Ciencias Sociales, Geografía e Historia) para dar un verdadero enfoque multidisciplinar a los contenidos.

Su impartición queda a cargo de dos profesores de los seminarios propuestos, que a su vez son especialistas o tienen experiencia en el uso de medios informáticos y audiovisuales, respectivamente (esto viene dado por la dificultad de encontrar un profesor que reúna ambas condiciones, aunque sería lo ideal). No es necesaria la presencia simultánea de ambos en las clases, excepto en la Unidad VI, en la que debe existir apoyo común para resolver los problemas técnicos de los alumnos y para el seguimiento y evaluación de las actividades.

El horario establecido para esta materia optativa debe concentrarse en uno o dos días de la semana, puesto que el tipo de trabajo exige un proceso menos disperso y más continuado. Cada sesión puede tener una duración de dos horas.

# Descripción de las unidades didácticas

---

## I. La comunicación

---

Esta unidad didáctica va encaminada a comprender el funcionamiento de la comunicación a través de medios técnicos, cómo intervienen los diversos elementos, cómo influyen el proceso y la tecnología en el mensaje... y a adquirir algunas nociones sobre la información (naturaleza, representación, transmisión, etc.).

Resulta una forma natural de entrar en el tema de los procesos de comunicación desde una visión general de los problemas que presenta la comunicación mediada.

### Objetivos

- Obtener una visión general de las diversas modalidades de comunicación mediada y captar sus diferencias.
- Comprender, a grandes rasgos, las diferencias entre la comunicación mediada interpersonal, entre pequeños grupos y entre grandes grupos (*mass media*).
- Valorar la influencia sobre el mensaje de los diversos elementos que intervienen en la comunicación.
- Comprender las ideas básicas sobre la información, su naturaleza y las diversas formas de representación y transmisión.

## **Contenidos**

### *Conceptos*

- La comunicación mediada.
- La comunicación a través de los tiempos.
- Elementos del acto de la comunicación: emisor, receptor, canal, medio, mensaje, ruido, retroalimentación, contexto.
- Algunos sistemas de comunicación:
  - La comunicación interpersonal (el teléfono...).
  - La comunicación a pequeños grupos (la megafonía...).
  - La comunicación de masas (la televisión, la radio, la prensa...).
- Diferencias en la comunicación con los diversos medios.
- Concepto de información.
- Diversos sistemas de representación de la información.

### *Procedimientos*

- Análisis de actos de comunicación mediada.

## **Metodología/Actividades**

Dada la premura del tiempo de que se dispone y su carácter de introducción, los contenidos se contemplan en un nivel teórico, simplemente provocando la reflexión a través de debates sobre unos contenidos sobre los que, en gran parte, ya han realizado aprendizajes. Se trata, por tanto, de situar el tema y actualizar y completar los conocimientos del grupo.

Se puede hacer alguna práctica sencilla de comunicación con los medios disponibles.

## **Evaluación**

Una de las actividades puede consistir en que los alumnos, por grupos, diseñen, realicen y analicen un acto de comunicación mediada, a través de un medio asignado por el profesor a cada grupo. A

continuación se expone al gran grupo y se discuten las incidencias. En el debate el profesor completa las conclusiones de los grupos, señala y resuelve los errores que aparecen en la discusión y resalta los temas en que no han reparado.

Este proceso sirve de evaluación, de refuerzo y de motivo para la reflexión sobre las características y la problemática de la comunicación mediada.

### **Temporalización**

Seis horas.

## II. Las fuentes de información

En esta unidad se trata de adquirir unas nociones generales sobre las fuentes de información en relación con sus características y diferencias, las formas de acceso a ellas y la conveniencia de diversificarlas y contrastarlas.

Son posibles, al menos, dos enfoques del tema: uno más socio-cultural, que se centra en las implicaciones económicas, políticas, ideológicas, culturales... de las diversas fuentes y la necesidad de analizarlas y contrastarlas; y otro más tecnológico, dirigido a la adquisición de habilidades técnicas para el acceso a fuentes públicas o privadas.

Lo ideal es encontrar un equilibrio entre ambas concepciones.

Es conveniente dominar algunos conocimientos sobre el manejo de una base de datos, conocer cómo llega la información a un periódico o una emisora y cuál es su tratamiento, etc.

### **Objetivos**

- Obtener una visión amplia de la diversidad de fuentes y soportes de la información que se dan en la actualidad y de las previsiones para un futuro próximo.
- Valorar la necesidad de conseguir información a través de distintas fuentes y contrastarla debidamente.

- Adquirir algunas habilidades para el acceso a la información valiéndose de las fuentes que estén a su alcance.

## **Contenidos**

### *Conceptos*

- Fuentes de información: *mass media*, agencias informativas, bases de datos, redes telemáticas...
- Soportes de la información: electromagnético, magnético, óptico, papel...

### *Procedimientos*

- Acceso a la información a través de diversas fuentes.
- Análisis de las fuentes (autor, productor, tecnología, financiación, implicaciones políticas y económicas, posibles destinatarios...).
- Verificación y contraste de la información.

### *Actitudes*

- Adquirir una actitud crítica ante las fuentes y la información de las redes y los medios de comunicación.

## **Metodología/Actividades**

La diversidad de fuentes y de soportes se trabajan como elementos de información y se hace alguna demostración, si es posible, para luego centrarse en algunas a las que el grupo pueda acceder. Sobre estas últimas se realizan las prácticas de acceso, análisis y contraste en las que existen unos conocimientos mínimos, dada la escasez de tiempo.

Es importante un trabajo de localización de fuentes en el sentido de plantearse cuestiones como: ante este hecho qué personas, instituciones o fuentes en general están implicadas o nos pueden dar información útil y, de todas ellas, cuáles debemos seleccionar para obtener una idea equilibrada a partir de las diferentes versiones.

Un enfoque más tecnológico consistiría en ver cuáles son las fuentes que pueden estar al alcance de la clase; hacer prácticas de acceso a varias de ellas, interrogando sobre un mismo tema, y contrastar las informaciones obtenidas.

Es conveniente contar con algún documental de televisión o algún artículo de revistas de divulgación que den información sobre estos temas.

### **Evaluación**

Debe realizarse a partir del enfoque elegido y de los medios utilizados. En todo caso se debe valorar tanto lo relativo al acceso a las fuentes como al análisis y contraste de las mismas.

### **Temporalización**

Seis horas.

---

## III. Análisis y selección de la información

---

En esta unidad se pretende que los alumnos comprendan la necesidad de contrastar la información, de seleccionarla y adecuarla al destinatario y de elegir los medios más idóneos para su comunicación en función de las características del destinatario y de la información.

Para ello deberían conocer las características de los medios de comunicación a que tengan acceso y cómo su tecnología influye en el mensaje.

### **Objetivos**

- Adquirir habilidades para el análisis y contraste de información procedente de diferentes fuentes.
- Comprender la importancia de identificar al destinatario para adecuar el mensaje a su perfil comunicativo.
- Reconocer que cada medio de comunicación tiene unas características tecnológicas, expresivas, etc., que condicionan el mensaje.

## **Contenidos**

### *Conceptos*

- Análisis de la información soportada en diferentes códigos.
- Características tecnológicas, comunicativas, etc., de algunos medios de comunicación.
- Interrelaciones mensaje-medio-destinatario.

### *Procedimientos*

- Análisis y contraste de la información.
- Selección adecuada de la información en función del destinatario.
- Elección de los medios más adecuados en función de la información y del destinatario.

### *Actitudes*

- Hábito de verificación y contraste de la información.
- Valoración de la ecuanimidad de los mensajes, así como la conveniencia de que se recojan ponderadamente las opiniones de todas las partes implicadas.

## **Metodología/Actividades**

Dada la escasez de tiempo disponible, debe darse prioridad a los contenidos procedimentales y actitudinales.

Una forma posible de desarrollarlos puede ser elegir una noticia de actualidad y, primeramente, estudiar cómo se podría recoger información sobre ella y ver quiénes son las partes implicadas. A continuación se puede recoger lo aparecido sobre ella en los diferentes medios de comunicación, analizarlo y cotejar los dos planteamientos, el de los alumnos y el de los medios, explicando las diferencias encontradas.

Otra forma de plantearlo puede ser diseñar una práctica de recogida, contraste, selección y diseño de elaboración de información sobre algún suceso ocurrido en el colegio o en la localidad.

En este caso, una tarea interesante consiste en estudiar cómo y con qué medios se puede transmitir dicha información a otros grupos. Si se toma como referencia el propio centro: la dirección, los profesores, los alumnos mayores, los alumnos pequeños, las asociaciones de padres de alumnos, el personal no docente, etc. Si se toma como referencia otros centros, éstos podrían ser de otras localidades o países.

### **Evaluación**

Se llevará a efecto sobre los propios trabajos de los alumnos, y/o de los grupos, y sobre las reflexiones que se hagan en exposiciones.

### **Temporalización**

Seis horas.

---

## **IV. Producción**

---

Se trata de que el alumno se introduzca en el proceso de producción y/o edición de documentos comprendiendo globalmente los procesos a realizar manipulando los equipos que intervienen.

Todo ello permitirá extraer conclusiones sobre las repercusiones de los elementos tecnológicos y los procesos de producción en el mensaje.

### **Objetivos**

- Comprender un proceso de producción con medios audiovisuales y/o informáticos.
- Diseñar y realizar un proceso de producción con medios audiovisuales y/o informáticos.
- Comprender las dificultades que supone el trabajo con medios audiovisuales e informáticos, y cómo estos pueden repercutir en el mensaje.

## **Contenidos**

### *Conceptos*

- Forma y estructura del mensaje: recursos expresivos, géneros...
- Proceso de producción de un documento audiovisual.
- Edición informática.

### *Procedimientos*

- Producción o edición de un documento sencillo con los medios tecnológicos disponibles.

## **Metodología/Actividades**

Los contenidos relativos a la forma y estructura del mensaje se pueden resolver en actividades de gran grupo, aunque también se pueden diseñar algunas prácticas individuales o de pequeño grupo.

Las prácticas de los procesos de producción y edición se llevan a efecto en talleres por los que irán pasando pequeños grupos de alumnos.

Una sesión final en la que se exhiben los productos y se reflexiona sobre ellos, servirá para ver las repercusiones de los medios en el mensaje y, sobre todo, para garantizar la comprensión global de los procesos.

## **Evaluación**

La observación y la interacción con los alumnos que realice el profesor en el transcurso de las prácticas puede aportar información relevante sobre las dificultades, actitudes, niveles de comprensión, etc.

Los productos conseguidos y las intervenciones en la exhibición también pueden dar información significativa.

La organización de los talleres es un tema difícil de afrontar dado el número de alumnos, la escasez de medios, etc. Por ello parece oportuno que se planteen de forma que se consiga la información que facilite la introducción de modificaciones en otras circunstancias.

## **Temporalización**

Diez horas.

## V. Difusión

En esta unidad se estudian los canales posibles de difusión de la información, qué audiencia tiene cada uno, cómo influye en ellos la tecnología y el lenguaje, qué relación tienen con las fuentes de información y cuáles son sus posibilidades de retroalimentación.

Es importante que los alumnos y alumnas comprendan que lo que posibilita la comunicación en un medio es su facilidad para la retroalimentación y, por otra parte, que los *mass media* son muy reacios a ello. De esta forma se convierten en medios unidireccionales en los que la capacidad de expresión de la audiencia está muy disminuida y controlada.

Ya que se trata de la última unidad del proceso, es conveniente que ahora se recapitule todo lo visto hasta el momento, especialmente de los aspectos recogidos en la primera unidad. En ella se habló de la comunicación en general, y aquí se puede ver de nuevo el tema, pero de una manera más concreta y profunda aprovechando que ahora ya se cierra el proceso.

### Objetivos

- Comprender la importancia y las características de los diversos canales de difusión de la información, así como la necesidad de articular en ellos sistemas para la retroalimentación.
- Comprender que las características tecnológicas, sociológicas... del canal influyen en el significado del mensaje.
- Saber elegir el canal adecuado en función del mensaje, de la audiencia y de las posibilidades de retroalimentación.
- Comprender que un proceso de comunicación no está completo mientras no haya una respuesta.

### Contenidos

#### Conceptos

- Los canales de difusión (teléfono, carta, televisión, prensa, radio, cine, publicidad, multimedia...). Características tecnológicas y comunicativas.
- La retroalimentación. Su importancia en la comunicación.

---

### *Procedimientos*

- Análisis de las influencias del canal en el significado del mensaje.
- Selección del canal, o del conjunto de canales, más adecuado en función de las características del mensaje, de la audiencia y de las posibilidades de retroalimentación.

### *Actitudes*

- Valoración positiva para que todos los participantes en un proceso de comunicación tengan las mismas posibilidades de intervenir.
- Actitud crítica ante los medios que dificultan la participación de los receptores en el proceso de comunicación.

## **Metodología/Actividades**

La difusión se trabaja en el aula a dos niveles: en qué medios los alumnos de la clase pueden ser emisores y en qué medios, prácticamente, sólo pueden ser receptores.

Respecto del primero se puede hacer una simulación. Por ejemplo, dado un mensaje y una audiencia determinadas, cada grupo elige el medio más adecuado para difundirlo y obtener respuesta.

En cuanto al segundo, cada grupo estudia las posibilidades que un medio concreto concede a la retroalimentación, e incluso lo experimentan.

En todo caso se debe buscar un sistema (debate, trabajo de grupo con puesta en común, etc.) que permita hacer una recapitulación de todo el proceso.

## **Evaluación**

En este caso se debe evaluar no sólo lo referente a esta unidad, sino también la visión global que se haya obtenido de todo el proceso.

## **Temporalización**

Cuatro horas.

# Desarrollo de la unidad didáctica VI

## Introducción

La ejemplificación que se presenta a continuación se encuadra en la última fase de actividades planificadas en el curso y supone la culminación del proceso efectuado anteriormente con la puesta en práctica de todos los aprendizajes alcanzados.

La actividad se centra en la ejecución completa del proceso de comunicación, aplicando diferentes medios (que ya han sido utilizados en las fases anteriores) para la consecución de un producto multimedia en el que se contemplan diversos tratamientos y enfoques de un mismo tema. No se pretende elaborar materiales aislados e independientes, sino un producto único que englobe distintas informaciones complementarias entre sí.

A lo largo del curso se han estudiado y analizado convenientemente los diferentes momentos que integran el acto de comunicación, pero es ahora en su aplicación práctica donde los alumnos pueden *adquirir una perspectiva de unidad y de secuencia procesual*. Son, por tanto, los propios alumnos quienes deben planificar su trabajo y tomar las decisiones oportunas dentro de un contexto global, a la vez que comprenden la conexión entre las distintas fases del proceso.

Por otra parte, la labor de elección de los medios informáticos y audiovisuales para conseguir el tratamiento más conveniente a cada información se ve facilitada, en gran medida, por el conocimiento que ya se tiene de estos recursos. De esta forma se consigue una mayor adecuación entre lo que se pretende comunicar y la forma de hacerlo.

---

Así pues, se propone una actividad esencialmente práctica que proporcione al alumno una situación real de comunicación en la cual él mismo, como componente de un grupo, sea el verdadero protagonista.

## Objetivos

1. Comprender el proceso global de un acto de comunicación, los distintos elementos que intervienen, o pueden intervenir, y sus interrelaciones.
2. Mejorar su competencia comunicativa a través de los medios audiovisuales e informáticos, por la utilización de diferentes códigos (verbal, sonoro, icónico, audiovisual, verbo-icónico...).
3. Adquirir habilidades de organización autónoma y de responsabilidad en la planificación de las propias tareas y en relación con los demás en un trabajo de equipo.
4. Valorar la importancia que tienen las posibilidades y capacidades de acceso y procesamiento de la información para estar integrado en la sociedad actual.
5. Analizar críticamente las repercusiones sociales, culturales, económicas, etc., de los medios de comunicación.
6. Valorar el enriquecimiento personal y social, la adquisición de actitudes de tolerancia y de capacidad dialéctica que producen la cooperación en un entorno de trabajo en equipo y la comunicación con otros grupos fuera del centro escolar.

## Contenidos

En esta unidad didáctica se trabajaría con una selección de los contenidos de la primera fase de la actividad (Unidades I-V). Esta selección deberá realizarla el profesor reforzando los que considere más significativos y tratando de cubrir las "lagunas" que haya detectado en las anteriores unidades, sin perder de vista los objetivos de esta Unidad VI.

## Metodología y actividades

Fases del proceso		Agrupamiento	Temp.
I	Presentación de la actividad, negociación del tema y planificación general.	Gran grupo	1 h.
II	Aproximación común al tema y determinación de factores claves.	Gran grupo	1 h.
III	Búsqueda, selección y clasificación de información.	Grupos/Gran grupo	8 h.
IV	Producción.	Grupos/Gran grupo	13 h.
V	Difusión.	Gran grupo	1 h.
VI	Conclusiones y evaluación.	Gran grupo	2 h.

### Fase I: Presentación de la actividad, negociación del tema y planificación general

El primer paso es la presentación a los alumnos de la actividad global que van a realizar, así como los objetivos que se pretenden alcanzar. A continuación se indica a los alumnos la necesidad de utilizar un cuaderno específico para registrar las decisiones que se irán tomando en el grupo, las dudas encontradas, etc.

Posteriormente se procede a la elección del tema en torno al cual girará el producto multimedia que se pretende elaborar.

Es importante que la elección del tema recaiga sobre los alumnos y sean ellos los que realicen las diferentes propuestas. Para ello se puede provocar en clase una "lluvia de ideas" y se anotan las distintas sugerencias. Inmediatamente el profesor debe hacerles reflexionar sobre las ventajas e inconvenientes de cada propuesta y sugerirles aspectos que enriquezcan el diálogo.

Un modelo de ejemplificación puede ser el siguiente:

### EL OCIO

Se trata de un tema que puede enfocarse desde diversos puntos de vista, no pierde actualidad y puede suscitar reacciones distintas entre los alumnos. Por otra parte, tiene una vertiente formativa, puesto que su reflexión y orientación puede ser útil para los alumnos en el uso de su tiempo libre.

Una vez elegido el tema, se elabora en gran grupo un guión de los distintos momentos de la secuencia del proceso y se distribuyen los tiempos que aproximadamente se van a emplear para cada uno de ellos.

Tema: _____	
Fases del proceso	Tiempo
Búsqueda y recepción de información	_____
Análisis del material	_____
Producción	_____
Difusión	_____

– Temporalización de las fases del proceso –

### Fase II: Aproximación común al tema y determinación de factores claves

A continuación se inicia el desarrollo del tema **delimitando el concepto y la significación del mismo** mediante una exposición conjunta en el grupo.

El objetivo es conocer de qué se hablará a partir de entonces cuando se haga referencia al "ocio". Aunque en este momento sea sólo una aproximación intuitiva, en la que los alumnos aportan sus propias experiencias o inquietudes, este aspecto se definirá más claramente una vez que se haya recogido información.

Los alumnos completan una ficha parecida a la siguiente:

<b>Tema: EL OCIO</b>
Trabajo individual: Escribe palabras asociadas al ocio: _____ _____
Exposición: Anota las palabras que han surgido: _____ _____
Semejanzas: _____ _____
Diferencias: _____ _____

– Ficha de aproximación al tema –

Posteriormente los alumnos se reúnen en grupos y dialogan sobre un esquema facilitado por el profesor en el que éste puede presentar diversos aspectos que configuran la idea de ocio, para enriquecer la delimitación del tema. Por ejemplo: distinción entre tiempo libre, tiempo estéril y ocio; distintas clases de ocio (“culto”, pasivo, barato, activo, reflexivo, productivo; cantidad y calidad de ocio dependiendo del tiempo y los recursos, de la posición social, de las circunstancias socioeconómicas, de la desigualdad hombre-mujer, etc.

A partir de este esquema se realiza una exposición común en la que se podrían delimitar los diversos enfoques y tratamientos del tema. Por ejemplo:

- Contraste entre lo que se nos ofrece como ocio y lo que necesitamos.
- Imágenes sobre el ocio y la juventud difundidas por los medios de comunicación.
- Las diferentes concepciones del ocio en las distintas culturas.  
(Se pueden incluir otros.)

En nuestra ejemplificación optaremos fundamentalmente por el primer enfoque. No obstante, incluiremos algunos aspectos del

---

segundo y/o del tercero. En relación con éste último, proponemos realizar un intercambio cultural del producto con un centro extranjero en la fase de difusión.

El siguiente paso es la **determinación de los factores claves** que van a configurar el tratamiento del tema y la realización del producto:

- Qué objetivo se pretende al establecer la comunicación.
- Quién será el receptor.
- Qué se va a hacer (un periódico, una revista monográfica, una hoja informativa, un informativo, un programa de radio, un anuncio publicitario, etc.).
- Qué medio se va a utilizar (ordenador, vídeo...).

En nuestra ejemplificación optamos por los siguientes:

- *Objetivo*: provocar una respuesta, ya sea verbal (impresa o audiovisual) o a través de otro tipo de producciones.
- *Definición y características del receptor*: jóvenes de edades similares a los alumnos en situación escolar ubicados en el mismo centro, en otro de la comarca o de la provincia y otro extranjero.

En relación con los receptores, lo más aconsejable sería contactar con grupos dispuestos a trabajar sobre el mismo tema, para posteriormente realizar un intercambio mutuo de productos, e incluso para contrastar las formas y métodos empleados.

— *Producto multimedia*:

- Revista monográfica que contenga las noticias, opiniones, hechos y datos sobre el tema.
- Producto audiovisual en donde se comenten noticias, opiniones, encuestas sobre el tema y se recojan grabaciones e imágenes representativas sobre el mismo. En él se pueden realizar montajes paródicos a partir de grabaciones de los medios cambiando el orden de las secuencias, alterando el audio o el vídeo, provocando nuevas asociaciones intencionadas.

También puede recoger antipublicidad en la que se ofrezcan productos que tengan que ver con otros valores, personajes que nunca aparecen en los medios, aspectos de la vida real que nunca se legitiman en los estereotipos publicitarios, etc.

- Reportaje fotográfico.

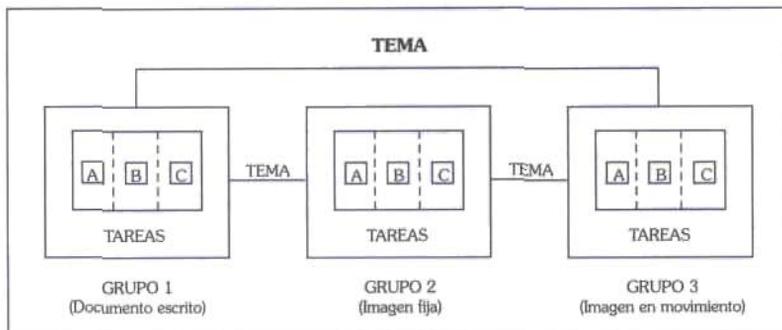
## Agrupamiento

Los alumnos se dividirán en grupos en función del tipo de producto que vayan a realizar.

Tipo de producto	Denominación del grupo de trabajo
Hoja informativa y revista monográfica.	Documento escrito.
Informativo audiovisual y anuncio publicitario.	Imagen en movimiento.
Reportaje fotográfico.	Imagen fija.

Dentro de los grupos existirán una serie de trabajos comunes a realizar por todos los componentes (por ejemplo, la búsqueda de información).

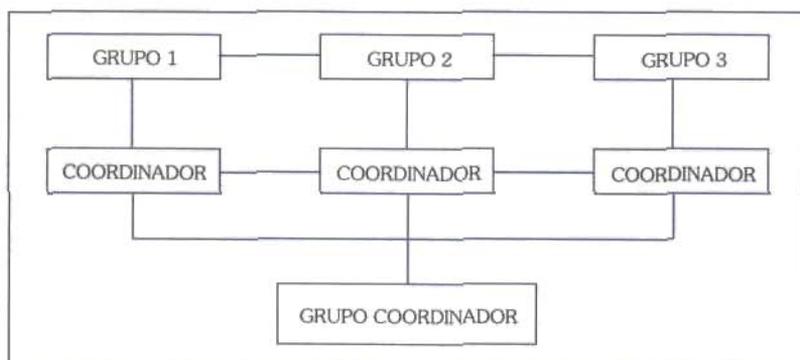
También existirán otros en los que se exigirá un reparto de las tareas. En estos últimos habrá que asegurarse la comunicación entre los alumnos del grupo realizando puestas en común y revisiones de la actividad en determinadas partes de la misma.



– Agrupamiento –

(En el esquema se representan como TAREAS A, B, C y se “separan” por líneas de puntos verticales, no continuas, para asegurar la comunicación entre los distintos alumnos.)

Cada grupo elegiría un coordinador que, junto a los de los otros grupos y el profesor, formarían el Grupo Coordinador.



- Organigrama -

La conexión entre los grupos y el tratamiento multimedia queda asegurado doblemente. Por un lado, el tema común para todos los grupos, que antes de la formación de los mismos ha sido elegido, unificará los contenidos del producto multimedia. Por otro, la existencia del Grupo Coordinador, cuya principal misión será decidir el tratamiento que se le va a dar a cada información y el medio en el que se va a trabajar, duplica esa conexión.

### **Material**

Los materiales que se utilizan en esta ejemplificación son los siguientes:

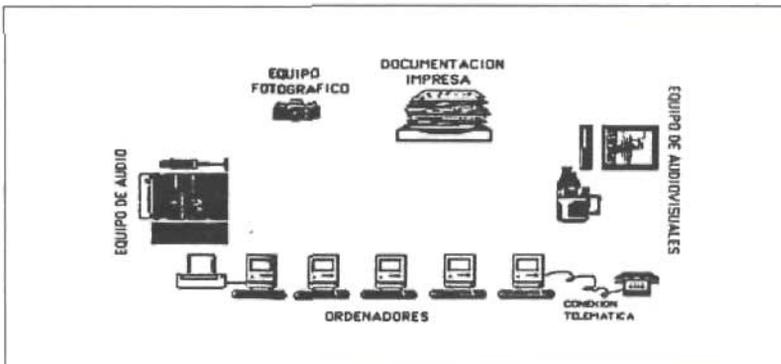
#### **EQUIPOS:**

- Informática: Ordenadores.  
Impresoras.
- Vídeo: Magnetoscopio VHS. Cámara y magnetoscopio portátil o camiscopio VHS. Televisor o monitor TV. Trípode. Cables que comuniquen los equipos de vídeo.
- Fotografía: Cámara fotográfica réflex. Proyector de diapositivas.
- Sonido: Magnetófono.

PROGRAMAS:	Procesadores de Textos Bases de Datos Gráficos Programas de Diseño Programas de Autoedición
MATERIAL DE PASO:	Cintas de vídeo Cintas de Audio Película (negativo y diapositiva)
OTROS EQUIPOS: (disponibles en los CEPs)	Trípodes y focos de diferentes tipos. Micrófonos de diferentes tipos. Mesa de mezclas. Ecuilizador. Amplificador y columnas de sonido. Equipo de edición. Equipo de rotulación y efectos. Tarjeta de Comunicaciones.
OTROS MATERIALES:	Información documental: periódicos, revistas, libros... Cartulinas, pegamento, tijeras, rotuladores, papel continuo, reglas, etc.

### Organización espacial

El aula de trabajo podría organizarse en rincones habilitando los espacios de la misma para agrupar los distintos medios y materiales de trabajo. Una posible organización sería la mostrada en el siguiente gráfico, aunque nunca debe entenderse como un único espacio de trabajo:



### **Fase III: Búsqueda, selección y clasificación de información: consulta de fuentes**

Una vez delimitado el tema y su enfoque, se inicia la fase de documentación y recogida de información. En ella se distinguen tres momentos:

#### **1.º Determinación de criterios iniciales para la recogida de material y fuentes de información posibles**

- Los alumnos, reunidos por grupos, elaboran una lista inicial de posibles puntos de búsqueda de material y fuentes de acceso, que luego se debaten en común.

Dado el enfoque elegido sobre el tema ejemplificado, se trata de registrar y analizar, por un lado, lo que se ofrece como ocio a los jóvenes y, por otro, sus intereses o necesidades. Para ello se parte de unos interrogantes posibles que posteriormente generan unos puntos claves de búsqueda y determinan el acceso a unas fuentes concretas<sup>1</sup>.

#### **2.º Recogida y clasificación de la información**

Guiándose del esquema elaborado, cada grupo acudirá a las fuentes propias del medio con que va a trabajar, sin que ello anule su posible aportación de materiales al resto de los grupos.

Habrán actividades que puedan realizarse en el centro y otras que precisen un desplazamiento fuera del mismo: si existe la posibilidad de coordinarse con otros profesores, se puede planificar una salida con cada grupo dentro del horario escolar; si no, los alumnos realizarán esta tarea como trabajo personal en sus horas libres (no hay que olvidar que ya aprendieron las técnicas de indagación).

Dentro del centro, y en relación con el ocio, los alumnos pueden realizar las siguientes actividades:

- Elaboración de una encuesta escrita al propio grupo de la materia optativa y a otros dos grupos de alumnos del centro, de edad similar a la suya. Finalidad: hacer un pequeño muestreo de la ocupación del tiempo libre.

<sup>1</sup> Ver tabla número 1.

TABLA N.º 1\*

Interrogantes planteados	Puntos de búsqueda: Registro, Clasificación y Análisis de...	Fuentes de información posibles
<ol style="list-style-type: none"> <li>1. ¿Qué actividades nos ofrece la sociedad?</li> <li>2. ¿Qué medios y facilidades pone a nuestro alcance?</li> <li>3. ¿Qué otras actividades puedo realizar por mi propia iniciativa?</li> <li>4. ¿Qué nos sugieren los medios de comunicación para emplear nuestro tiempo libre?</li> <li>5. ¿Qué opinan los adultos sobre nuestro ocio?</li> <li>6. ¿Qué suelen hacer mis compañeros y amigos? ¿Cuáles son sus preferencias? ¿Qué dificultades encuentran?</li> <li>7. ¿Qué consecuencias tiene el empleo del ocio en el mundo que me rodea?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>1. Oferta social de actividades. Cantidad y calidad de: espectáculos (cine, teatro, circo, humor...), deportes, juegos (parque de atracciones, concursos...), actos culturales (exposiciones, conferencias, tertulias literarias...), y musicales (conciertos, recitales...), cursos para el desarrollo de distintas aficiones (talleres de fotografía, dibujo, marquetaría, expresión corporal...), actividades asociativas (clubs y asociaciones culturales, con fines humanitarios, de amigos, de acercamiento a la Naturaleza...), fiestas populares, etc.</li> <li>2. Instituciones que las realizan (ayuntamientos, casas de cultura, fundaciones, entidades privadas culturales, comerciales o políticas...); elementos que condicionan la participación y asistencia de los jóvenes: acceso a los lugares, horarios, coste económico.</li> <li>3. Aficiones personales que no dependen directamente de las convocatorias sociales: leer, pasear, hacer excursiones, solucionar cosas, reunirse con amigos para charlar, bailar, escuchar música, ver televisión, oír la radio...; Influencia de las aportaciones sociales: bibliotecas, lugares de reunión social, medios de transporte, etc.</li> <li>4. Artículos y noticias de prensa, fragmentos televisivos o radiofónicos, carteles publicitarios y anuncios sobre la ocupación del tiempo libre de los jóvenes: qué critican, qué reflejan, a qué nos invitan.</li> </ol> <p>5 y 6. Opiniones personales en grupos humanos distintos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Adultos que influyen directamente en la vida del joven: padres, profesores...</li> <li>• Compañeros y amigos: alumnos de la clase, alumnos de otros cursos, alumnos de otros centros.</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>7. Recogida de datos en libros y revistas, sobre la ocupación del tiempo libre de los jóvenes. Lectura de estudios sobre la influencia de factores sociales (laborales, económicos, consumo, roles sociales) y sus consecuencias.</li> </ol>	<p><b>Información escrita</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Prensa general: datos de páginas de cultura, ocio y espectáculos. Noticias y artículos. Anuncios. Fotos.</li> <li>— Revistas especializadas alusivas a las ofertas de ocio en el entorno. Guías editadas por las instituciones públicas.</li> <li>— Bibliografía especializada del tema.</li> </ul> <p><b>Forma de acceso:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios personales: aportaciones de los alumnos de periódicos y publicaciones.</li> <li>• Centro: biblioteca.</li> <li>• Externos: acceso a las instituciones para la petición de información; consulta de bibliografía existente en: algún punto de información cultural a través de banco de datos informático; en alguna biblioteca pública.</li> </ul> <p><b>Material de imagen y sonido</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>— Programas de radio o televisión.</li> <li>— Publicidad.</li> </ul> <p><b>Formas de acceso:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Medios personales: grabación de fragmentos televisivos y radiofónicos con vídeo y magnetófono respectivamente.</li> </ul> <ol style="list-style-type: none"> <li>3. Realización de entrevistas escritas y orales: en casa, en el centro, en otros centros, en el barrio.</li> <li>— Realización de fotografías.</li> <li>— Grabaciones de escenas con cámara de vídeo.</li> </ol>

\* El cuadro recoge algunos de los interrogantes que podrían surgir en la clase. No es más que un ejemplo de cómo se pueden recoger, anotar y relacionar estos interrogantes con los correspondientes puntos de búsqueda y fuentes de información. En cualquier caso, es evidente que el cuadro debe presentarse vacío al grupo, puesto que es de la discusión en la clase de donde surgirán los interrogantes a abordar.

- Grabación de encuestas orales a personas cercanas al mundo del joven: compañeros, profesores, padres... Finalidad: recoger opiniones sobre el tema. Este material podrá utilizarse posteriormente para la fase de producción.

**Encuesta:**

**Fecha**

**Clave:**

Entrevistador:

Procedencia del entrevistado:

Edad:

Señala tres palabras que se asocien con la idea de "ocio":

Marca con una cruz según el tiempo que dedicas a estas actividades en tu tiempo libre:

	NADA	ALGO	BASTANTE	MUCHO
Hago deporte o asisto a verlo				
Voy a espectáculos (cine...)				
Asisto a exposiciones, conferencias...				
Participo en algún grupo o asociación				
Leo o escribo por placer				
Veó la televisión o escucho la radio				
Me reúno con amigos para charlar				
Juego en instalaciones específicas				
Me dedico a actividades de tipo musical				
Me dedico a una afición personal				
Voy a fiestas				
¿Utilizas las instalaciones de tu entorno?				
¿Estás informado de las actividades que se convocan?				
¿Participas en ellas?				

– Ejemplo de encuesta sobre el ocio –

- Lectura y análisis de publicaciones periódicas del centro y de las aportadas por los propios alumnos. Finalidad: determinar qué se ofrece para el ocio, recoger artículos del tema y analizar la imagen propuesta en la publicidad.
- Documentación en la biblioteca de clase, departamental y del centro. Finalidad: recopilación de artículos referentes al ocio.
- Visualización y análisis de anuncios publicitarios, informativos y otros programas televisivos grabados por los alumnos en casa o en horario escolar... Finalidad: descubrir las propuestas de la publicidad, recoger alusiones informativas al tema y analizar la oferta de este medio de comunicación.

Es importante que los alumnos valoren el tiempo de que disponen para la posterior selección de los materiales, por lo que el volumen de información recogida no debe desbordar las posibilidades posteriores de análisis.

Al recoger el material, los grupos rellenan una ficha para su clasificación, en donde consten distintos datos: grupo, fuente de información/medio en el que se difunde, fecha de emisión y de recogida, tema con el que se relaciona... Posteriormente servirá como diseño para la creación de una base de datos documental. En este ejemplo se utiliza el gestor de bases de datos documentales Knosys.

Ver	Búsqueda	Disco	Listados	Formato
<p>----- PAG 1 LIN 1 COL 17 --- N.º 1 --- Letra N Jus A ---            TIPO/GENERO = PELÍCULA. Drama.            FUENTE/MEDIO = AUDIOVISUAL. Cine/Video.</p> <p>TEMA = Inadaptación; aburrimiento; lucha generacional.            TÍTULO = "Rebelde sin causa".</p> <p>EMISIÓN = Director: Nicolás Rey. Intérpretes: James Dean, Nathalie Wood.            FECHA-PRODUC. = 1955            FECHA-TOMA = 9/4/91</p> <p>FINALIDAD: Información indirecta sobre la problemática de los jóvenes y sus actitudes. Puede ser útil para un debate en el grupo y para comparar los problemas generacionales de entonces y los actuales. Uso de imágenes para la producción.</p> <p>COMENTARIO: Plantea el drama de la incomunicación entre distintas generaciones y las consecuencias de la inadaptación de los jóvenes; la violencia como reacción.</p>				
<p>Editar</p>		<p>Seleccionar</p>		<p>Glosario</p>

Ver	Búsqueda	Disco	Listados	Formato
----- PAG 1 LIN 1 COL 17 --- N.º 2 --- Letra N Jus A --- TIPO/GENERO = FOTOGRAFÍA, Informativo. FUENTE/MEDIO = IMAGEN Fija. Prensa "Villa de Madrid" (Origen). "Prensa Gráfica 1989" (Reproducción).  TEMA = Actitud colectiva. Conciencia de grupo. Reafirmación mediante comportamientos agresivos en el deporte. TÍTULO = Pie-foto: "Estadios de Fútbol: alta temperatura en las gradas"  EMISIÓN = Agfa - Emilio Soliva (fotógrafo) FECHA-PRODUC. = FECHA-TOMA = 5/4/91 FINALIDAD: Uso de imágenes para la producción.  COMENTARIO: Reproduce la imagen de unos adolescentes en un estadio de fútbol; gesto de victoria; vestimenta de "hinchas"; caras tapadas con pañuelos para ocultar.				
Editar		Seleccionar		Glosario

Cada grupo ha de proponer una serie de palabras claves para cada campo, y se discutirán en gran grupo, hasta determinar una lista común, de la cual dispondrán todos los alumnos.

Posteriormente cada grupo aumentará la lista con palabras específicas del material encontrado. Si el tiempo lo permitiera, sería interesante elaborar un *thesaurus* con sinónimos asociados entre sí, tarea en la que puede ayudar el profesor.

Se genera una base de datos y los alumnos introducen sus documentos, estableciéndose un turno rotativo; otra posibilidad es que cada grupo cree su base de datos con el diseño común y, posteriormente, se unifican todas importando los documentos a una general (si el tiempo apremia, el profesor puede intervenir en este proceso, que es puramente mecánico).

### 3.º Análisis y selección final de los materiales

Una vez terminado el proceso, los alumnos pueden estudiar y seleccionar el material recogido mediante consultas a la base de datos. En este momento cada grupo determina un diseño inicial de su parte en el producto multimedia y propone los materiales utilizables. Las decisiones finales puede realizarlas el Grupo Coordinador.

Por ejemplo, el grupo que elabora el documento escrito con medios informáticos tabulará las encuestas (utilizando, si es posible

una sencilla hoja de cálculo), para posteriormente elaborar unas tablas y gráficos que incorporará al documento.

#### Fase IV: Producción

Grupo de trabajo para la confección de la hoja informativa y revista monográfica

Se procede en esta fase a la toma de decisiones generales sobre la configuración del documento escrito. En este momento se reparten las tareas en el grupo, de tal forma que cada uno se haga responsable de una parte; sin embargo, eso no implica que no alternen el tipo de trabajo, para no ceñirse exclusivamente a una tarea particular.

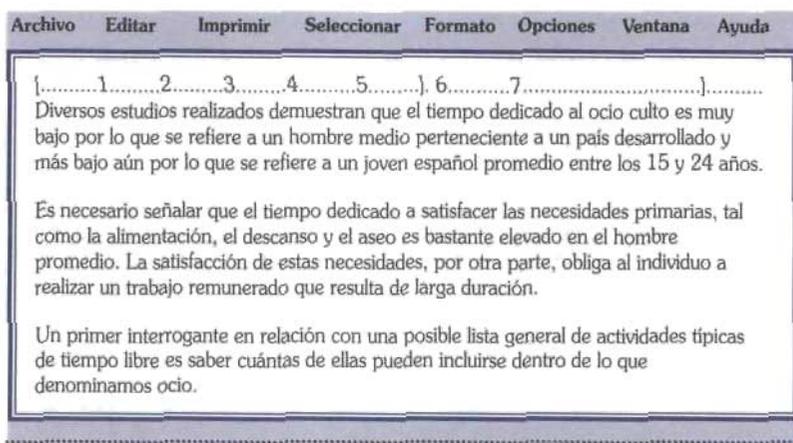
En este ejemplo ofrecemos la siguiente propuesta:

Tipo de información	Material escrito	Material gráfico	DOC. B. D.	Responsables
Informe documental sobre qué es el ocio, tipos...	Resumen y fragmentos de "Ocio y tiempo libre en la actualidad"	Dibujos	N.º 3	Mayte
Artículo informativo sobre la ocupación del tiempo libre en el entorno. Contraste con la juventud española.	Redacción; Datos y conclusiones de las encuestas. Datos estadísticos tomados de "Empleo del tiempo por los jóvenes" (1984)	Gráficos de barras / tarta sobre los datos	N.º 4, N.º 7	Carlos
Ofertas de ocio en el barrio.	Elaboración de artículo informativo y de opinión	Fotos de algunos lugares Pequeñas ilustraciones	N.º 10, N.º 9, N.º 12	Antonio
Problemas derivados en los jóvenes: — deporte y violencia; — drogadicción; — consumismo; — teleadicción; — "La cultura de la litrona"	Pequeños artículos de opinión sobre estos temas	Fotos Dibujos	N.º 2, N.º 6, N.º 4, N.º 16	Lola Elvira

Para el desarrollo de esta planificación, los integrantes del grupo realizan las siguientes actividades, utilizando esencialmente medios informáticos:

- Utilizan un procesador de textos (Works, Open Access, Writing Assistant, etc.) para generar ideas, crear esquemas iniciales y desarrollar cada texto, aprovechando las facilidades de edición de este medio.

Revisan el resultado y hacen las correcciones oportunas.



Pg 1/1

<F1> = AYUDA

Presione ALT para escoger los comandos.

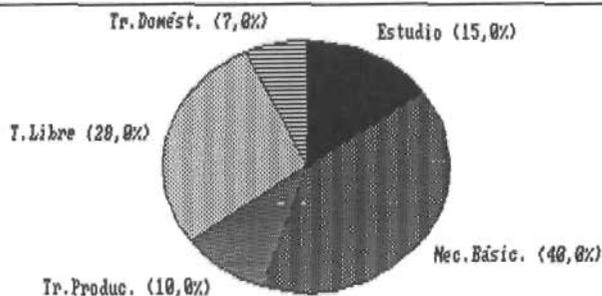
En nuestro ejemplo utilizamos el procesador de textos del paquete integrado "WORKS", al que corresponde la figura anterior.

- Posteriormente cada trabajo es almacenado en un disco. Es conveniente guardar en formato universal (ASCII) para recuperar el texto con cualquier programa de edición. También se imprime en papel para facilitar su posterior análisis.
- Se utiliza el generador de gráficos del paquete integrado WORKS a partir de datos introducidos en la hoja de cálculo del mismo, imprimiéndolos en papel y guardándolos en un disco para su posterior recuperación. De esta forma se elaboran los gráficos de las encuestas.

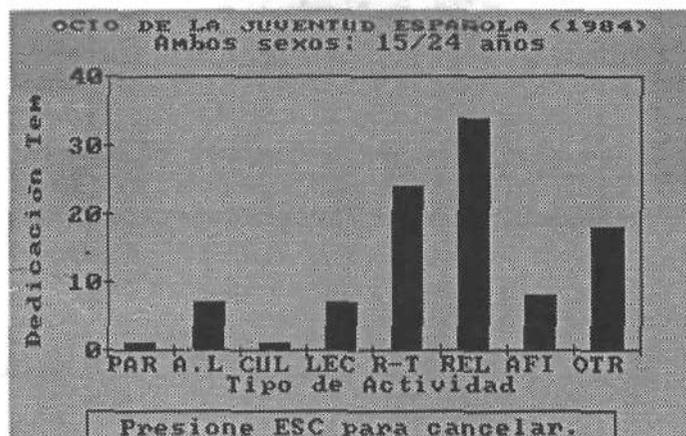
Archivo Editar Imprimir Seleccionar Formato Opciones Ver Ventana Ayuda				
GRÁFICO1.WKS				
A	B	C	D	E
1	DEDICACION			
2	PARTIC	1 Estudio	15	
3	A. LIBRE	7 Nec. Básic.	40	
4	CULI/ESPEC	1 Tr. Produc.	10	
5	LECTU	7 T. Libre	28	
6	R-TV	24 Tr. Domést.	7	
7	REL. SOC.	34		
8	AFICIC.	8		
9	OTRAS	18		
10				
11				
12				
13				
14				
15				
16				
17				
18				
19				
20				

Presione ALT para escoger comandos o F2 para editar. (F1=AYUDA)

DISTRIBUCION TEMPORAL DE LA JUVENTUD  
ESPAÑOLA - AÑO 1984



Presione ESC para cancelar.



- Ejemplos de hoja de cálculo y gráficos generados con WORKS -

- 
- Seleccionan o elaboran los dibujos e ilustraciones que se incorporarán a cada texto con un programa de autoedición. En nuestro ejemplo utilizamos el programa de autoedición FIRST PUBLISHER, aprovechando las recopilaciones de gráficos que presentan en la “librería” de este programa. Así, para ilustrar el artículo sobre las ofertas de ocio se toman los dibujos de una máquina de fotos (aficiones), un jugador de rugby (deportes), unas maletas (viajes), un saxofón (actividades musicales)...
  - Emplean un pequeño *scanner* “de mano” para la recuperación de imágenes, tomadas de libros, revistas, carteles... También recopilan algún material realizado por el grupo que trabaja con fotografía: lugares de ocio en el barrio (un cine, una discoteca, un centro cívico...), escenas de violencia en el deporte o de consumismo, etc.
  - Analizan toda la información elaborada y deciden la composición de las páginas del documento final, según las características de la misma (temática similar, secciones, intencionalidad de los mensajes, criterios como objetividad/subjetividad...). Se tomarán, entre otras, decisiones como:
    - Distribución del espacio (textos y gráficos en cada página).
    - Cuestiones de formato (márgenes, cabeceras, tipos de letra, encolumnados, etc.)

Así, por ejemplo, se decide iniciar el documento con la introducción expositiva sobre la concepción del ocio y su desarrollo en la sociedad española contemporánea (págs. 1 y 2 de la revista); a continuación plantear el análisis de las necesidades de los jóvenes de su entorno y las ofertas que encuentran (págs. 3, 4 y 5), para terminar con una revisión rápida de la problemática generada por la utilización negativa del tiempo libre (págs. 6 y 7).

Se propone como formato las columnas periodísticas (tres por página) y la incorporación de los gráficos rodeados por el texto. Se seleccionan los marcos para las fotos, que se pegarán posteriormente (aquellas que no se hayan escaneado) y se escoge el estilo y fuente de letra para la cabecera, títulos, subtítulos, cuerpo del texto y pies de fotos. Se decide el tipo de “filete” y los márgenes generales del documento.

Tomadas las decisiones oportunas y configurado el boceto de diseño, emplean el programa de autoedición para su aplicación, realizando la composición del documento final: recuperación de los ficheros de texto, de gráficos estadísticos (gracias al “capturador de

pantallas" que posee el programa), los dibujos seleccionados y las imágenes escaneadas, elaborando cada página de forma independiente, pues esto facilita su posible remodelación, dadas las características de este programa de autoedición.

Se almacenan en disco y se imprimen en papel. Se añaden las fotografías e ilustraciones que no se hayan integrado directamente.

- Realizar los últimos pasos del proceso: diseñar el índice y la portada, reunir las páginas impresas y conformar el documento final.

INFORME

## ¿Cómo pasa el tiempo libre la juventud española?



*Hoy en día es generalizada la preocupación de los jóvenes por la consecución del primer empleo y el acceso al mundo del trabajo. Sin embargo, pocos prestan atención a un tema cuyas consecuencias se reflejan claramente en la sociedad española: la ocupación del tiempo libre y la importancia del ocio.*

A primera vista sorprende que el ocio y los temas relacionados con él tengan tan poca literatura científica o de ensayo, incluso entre las publicaciones especializadas en temas sociológicos. Desgraciadamente la situación es mucho más grave en cuanto a la existencia de estadísticas fiables, ya que éstas no suelen elaborarse de forma continuada ni abarcar a todos los grupos sociales. Se trata más bien de trabajos de investigación y análisis puntuales.

Uno de estos trabajos dio lugar al Informe de la Juventud, publicado por el Ministerio de Cultura en 1985, basado en las investigaciones realizadas en 1984 por Enrique Gil Calvo y Elena Méndez Vergara. En él se refleja la importancia del tiempo libre en la población joven ya que supone un 28% de su tiempo total.

A grandes rasgos, dicha información demuestra que el tiempo dedicado al llamado ocio culto es muy bajo por lo que se refiere a un



joven español medio entre los 15 y los 24 años; sólo una minoría (el 1%) dedica su tiempo libre a la realización de actividades culturales intelectuales, como son la asistencia a conferencias, conciertos de música, museos, exposiciones, etc.

## **Grupo de trabajo para la confección del informativo audiovisual y anuncio publicitario**

El objetivo en esta fase es realizar un producto que se pueda difundir y que se pueda ver y escuchar. Esto no sólo va a depender de la nitidez de la imagen y del sonido, sino también del ritmo, de la diversidad de secuencias y de la capacidad para conseguir un resultado coherente en la combinación de sonido e imagen.

Se seguirán los siguientes pasos:

- Realizar la sinopsis y el resumen escrito de la idea (mensaje que se quiere comunicar y los objetivos finales del producto).
- Crear la escaleta temática (los grandes bloques de contenidos y la estructura general del programa: reportajes, entrevistas, datos, *spot*...). El *spot* supondrá una unidad de producción en sí misma, para la que tendrán que seguir los pasos que indicamos más adelante.
- Desarrollar el guión técnico (descripción de la imagen y del sonido a partir de la selección de fuentes de grabación propia o de repicados que hayan hecho de la televisión).
- Hacer grabaciones de material complementario. Si el guión prevé, por ejemplo, que aparezca un presentador en pantalla, habrá que pensar en la puesta en escena y en la grabación de estos planos.
- Realizar el montaje y la sonorización. Se tendrá en cuenta que en muchos casos se puede partir de un material ya emitido por televisión, al que la incorporación de una nueva banda de sonido cambiará el sentido del mensaje.

La elaboración del guión para el montaje del programa plantea problemas técnicos y de construcción de un mensaje que el grupo debe resolver, teniendo en cuenta el destinatario y el sentido del mensaje: para quién se hace el programa y qué mensaje se va a difundir. Teniendo en cuenta que va dirigido a otros jóvenes en los que se ha decidido provocar una respuesta, conviene realizar un documento lo suficientemente abierto para que su difusión provoque nuevas reflexiones y nuevas prácticas de comunicación.

La realización de este montaje es también importante para el mismo grupo, que experimenta la necesidad de un producto acabado que confirme todo el trabajo realizado en etapas anteriores. El

producto acabado testimonia, así, un trabajo confeccionado por el grupo a lo largo de toda la actividad optativa.

### **Creación de un anuncio publicitario**

Podemos publicitar objetos imposibles, diseños defectuosos, valores absurdos o ridículos que contradicen el mundo ideal de la publicidad.

Si el anuncio se va a hacer en vídeo se recomienda la preparación previa de un *story board* con toda la planificación de imagen y sonido.

DIBUJO	DESCRIPCIÓN	LOCUCIÓN	MÚSICA	TIEMPO	N.º PLANO

1. Elección del tipo de producto que queremos anunciar.
2. Elección de los objetos, personajes y su contextualización (entorno habitual, fantástico, simbólico...).
3.
  - Escalas de planos (duración relativa).
  - Punto de vista.
  - Luz y color.
  - Movimientos de cámara.
  - Enlaces entre planos.

- Tipo de voz y efectos sonoros.
  - Imagen corporativa: el logotipo, el valor icónico de la tipografía, la marca.
4. Relaciones entre códigos verbal e icónico (complementaria, redundante, paradójica):
    - Procedimientos retóricos de la imagen.
    - Procedimientos retóricos del *slogan*.
  5. Atribución de los tópicos y valores socioculturales asociados al producto: determinación del carácter.
  6. Formas de apelación e implicación del receptor desde la imagen y la palabra:
    - **Por el tipo de receptor implícito** al que se dirige el producto (sexo, escala social, dedicación...).
    - **Por la forma de realizar esa apelación:**
      - A través de un intermediario que aparece en escena.
      - A través de un desarrollo en forma de relato cerrado.
  7. Géneros y estilos que afectarán a la forma y ritmo de presentación y al tipo de receptor al que nos dirigimos:
    - Videoclip.
    - Cinematográfico.
    - Reportaje-informativo.
    - Bodegón...

### **Grupo de trabajo para la confección del reportaje fotográfico**

Este reportaje puede hacerse simultáneamente en negativo y en diapositiva. De ambas se pueden sacar copias en papel para incorporar al trabajo de la hoja informativa o de la revista monográfica, aunque el paso de diapositiva a papel sale caro y tiene más cuenta hacer las fotos en los dos soportes.

Con las diapositivas se podría hacer un montaje audiovisual con sonido. Si se pretende hacer con argumento, el proceso de producción es parecido al del informativo y el anuncio, esto es: sinopsis, escaleta, guión, selección de las diapositivas o realización si falta

alguna, y sonorización. Si no va a tener argumento, se trataría de seleccionar las diapositivas más interesantes, llamativas, curiosas, etc., y buscarles un fondo musical.

Si no se ha recibido formación previa sobre manejo de la cámara fotográfica, es aconsejable trabajar con una cámara automática y elegir situaciones en las que la luz sea favorable (luz natural, difusa, etc.).

La incorporación del sonido puede hacerse con una casete. Si el montaje no tiene argumento y no se quiere complicar mucho, con grabar una cinta y ponerla en marcha cuando empiecen las diapositivas es suficiente. Si se quiere meter palabra o introducir cambios de música o efectos sonoros, hay que buscar un mecanismo para sincronizar la imagen y el sonido. Si la banda sonora tiene bastante palabra, el propio guión sirve; si tiene poca palabra o carece de ella, hay que aprenderse el ritmo de paso de las diapositivas.

Cualquier tipo de montaje audiovisual puede pasarse a vídeo proyectándolo en una pantalla y grabándolo con la cámara. Si se puede meter el sonido directamente a la cámara o al magnetoscopio quedará mejor.

## Fase V: Difusión

El grupo debe decidir la red de difusión y concebir el dispositivo de la misma. En nuestra ejemplificación habíamos optado ya por la difusión dirigida a jóvenes del mismo centro, de otro centro de España y a jóvenes de un centro extranjero.

También quedó claro que no se trataba de enseñar el producto multimedia para distraer a los espectadores. El principio era que se tratara de una invitación a la respuesta, a la discusión, una búsqueda de interlocutores reales. El grupo propone su mirada y su palabra sobre el tema, con el objetivo de estimular nuevos procesos de comunicación a través de nuevos productos multimedia. Lo que se trata de planificar ahora es el dispositivo de difusión, es decir:

- El modo de reunir a los interlocutores si son del mismo centro o de la misma ciudad.
- El modo de enviar la cinta de vídeo, la hoja informativa y las fotografías a un grupo de un centro extranjero. En este caso, lo más fácil será establecer la comunicación con un grupo ya contactado, con el que pueden existir ya vías de comunicación

a través de una correspondencia escolar, viajes de intercambio escolar en proyecto, mensajería electrónica o conexiones telemáticas, etc. Si esto no es posible, los servicios culturales de las embajadas podrán facilitar direcciones de centros extranjeros que deseen intercambios de diferentes tipos.

En lo que se refiere a la difusión dentro del mismo centro, se puede hacer en varios espacios de libre acceso durante unas horas al día a lo largo de varios días, o de forma ininterrumpida durante un día. Un televisor instalado en la entrada o en la cafetería puede, además, difundir el montaje audiovisual. Una cámara dispuesta en el mismo lugar donde se difunda el producto puede recoger las reacciones de las personas que quieran expresarse o relanzar nuevas preguntas.

## Evaluación

En primer lugar hay que tener en cuenta que el propio trabajo final, que se desarrolla en distintos soportes, funcionará como contraste y repaso de conceptos, destrezas y saberes en general, aprendidos anteriormente a través de temas específicos y prácticas guiadas.

Como tal podrán apreciarse las diferencias entre los conocimientos recién obtenidos y aquellos más lejanos que quedan incorporados o se olvidan.

Por tanto, en esta fase resulta esencial insistir en el concepto de "transferencia", ya que los alumnos deberán ser capaces de dar cuenta autónomamente de un proceso de producción para el que se supone que han sido capacitados.

Aquí el profesor comprobará si los alumnos transfieren sus conocimientos a situaciones nuevas, como la planteada en el trabajo final, y, en su caso, qué errores se han cometido en la adquisición.

Puede ocurrir que no todo el grupo tenga el mismo grado de información adquirida, por lo que el profesor deberá poner atención en no guiarse únicamente por los resultados globales de la tarea colectiva.

El empleo de medios, como las grabaciones en vídeo, ayudan a esa observación, poniendo mucho cuidado en que la característica sobre la que nos queremos informar es, de hecho, la que estamos observando.

En relación con las actividades relativas a la elaboración del producto, el profesor evalúa la labor de cada grupo, especialmente en los siguientes aspectos:

**En relación con el trabajo en grupo y el proceso efectuado:**

- La planificación del trabajo: se revisa el guión inicial y el seguimiento del mismo, detectándose, si procede, las causas de su incumplimiento.
- La realización de las funciones asignadas a cada miembro del grupo por acuerdo del mismo: calidad del trabajo y esfuerzo realizado en su ejecución.
- El grado de participación y colaboración demostradas.

**En relación con los objetivos:**

- El proceso seguido en la selección de la información. La variedad y el tipo de fuentes utilizadas. La creación y organización de la base de datos (grado de corrección de los datos, de adecuación de las palabras claves...).
- La toma de decisiones en la elaboración del producto. Por ejemplo, en el documento escrito se puede valorar:
- El contenido y la forma de expresión: adecuación del estilo con el tipo de texto e intención comunicativa, originalidad y creatividad, capacidad de síntesis...
- La edición de las páginas: los criterios de organización en el diseño. La adecuación de los formatos a la información. El grado de interrelación con otros códigos (imágenes y dibujos).

Para evaluar estos aspectos se recoge el siguiente material:

**Material desarrollado por el alumno**

- El guión de planificación de los grupos.
- Unas fichas de seguimiento completadas por cada grupo al final de cada sesión en donde se precise el trabajo efectuado por cada miembro y las dificultades encontradas (ver un ejemplo en el Anexo II).
- Los ficheros de la base de datos y de los textos.
- El producto final entregado por cada grupo.


### **Material desarrollado por el profesor**

- Registro de las observaciones realizadas y el seguimiento de los grupos en cada sesión (ver un ejemplo en el Anexo I).

La evaluación de la actividad en cuanto a su diseño y desarrollo debe contemplar el grado de consecución de los objetivos alcanzados y su adecuación con los contenidos propuestos. Debe observarse si la temporalización ha sido ajustada o no, si los materiales han supuesto una ayuda para el alumno o si, por el contrario, han entorpecido el proceso por falta de claridad, exceso de dificultad, etc.

Interesa especialmente reflexionar sobre el grado de sistematización alcanzado y detectar aquellos aspectos organizativos que han sido descuidados y han influido negativamente en el desarrollo de las sesiones.

# Anexos

---

## ANEXO I

FICHA DE OBSERVACIÓN DEL PROFESOR		
Fecha:	Curso:	Sesión:
Objetivos		
Desarrollo		
Materiales		
Evaluación		
Actitudes en el grupo		
Resolución de dudas		
Dificultades del medio tecnológico		
Dificultades con los contenidos		
Adecuación de los materiales		
Observaciones		

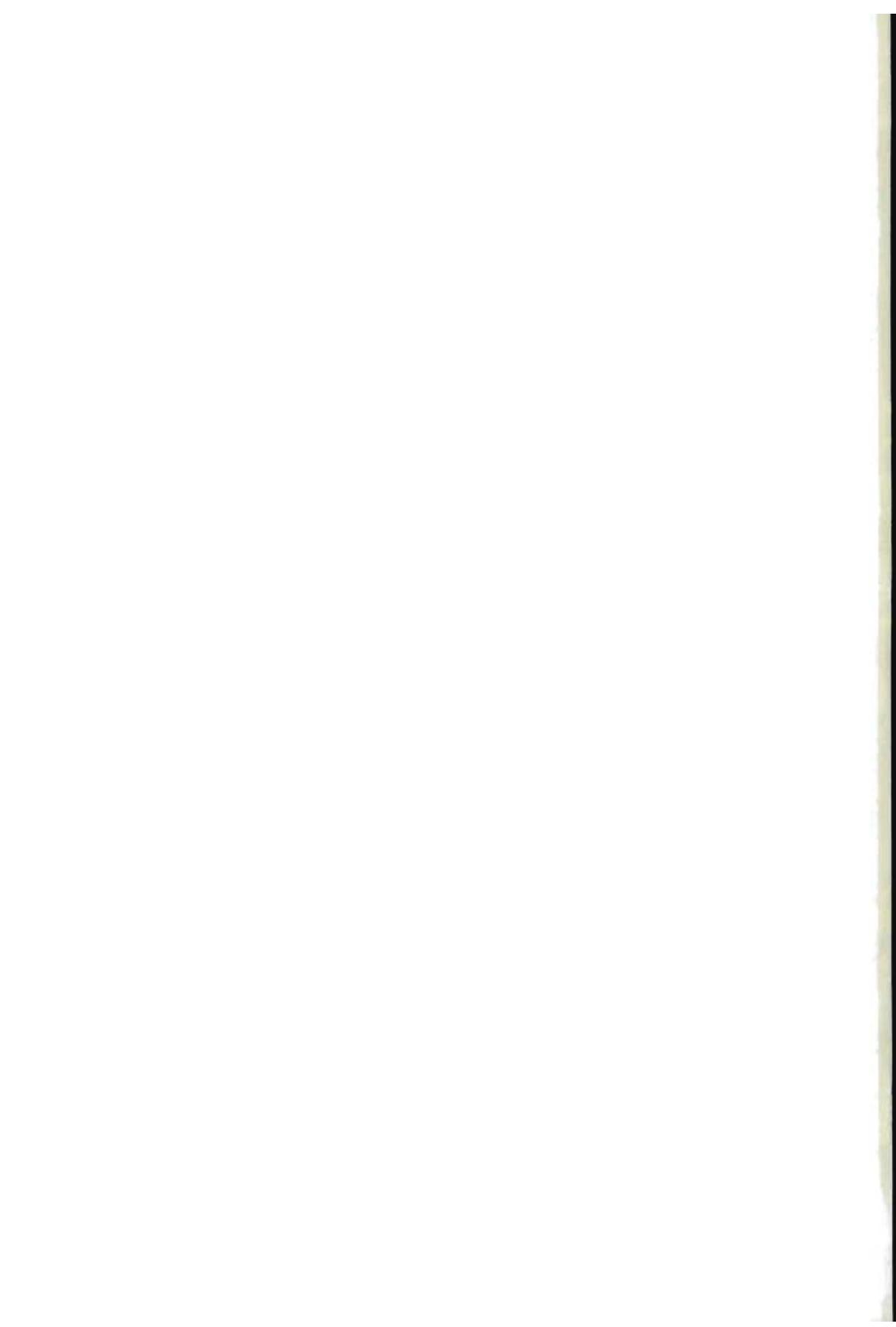
## ANEXO II

FICHA DE SEGUIMIENTO DE LOS ALUMNOS			
Fecha:	Curso:	Grupo:	Sesión:
Objetivos iniciales 1. 2. 3. 4.			
Actividades desarrolladas		Nombre del componente	
Dificultades y dudas			
Objetivos conseguidos			
Objetivos no conseguidos			
Propuesta para la próxima sesión			
Observaciones			

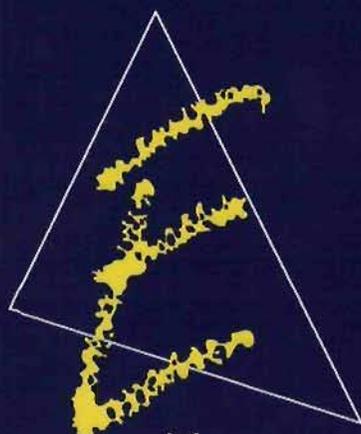












Ministerio de Educación y Ciencia

---