

OBSERVATORIO DE MEDIOS

5º AÑO (ES)



ÍNDICE

Observatorio de medios y su enseñanza en el Ciclo Superior de la Escuela Secundaria.....	79
¿Qué es un Observatorio?	81
Mapa curricular.....	83
Carga horaria	83
Objetivos de enseñanza	84
Objetivos de aprendizaje.....	84
Contenidos.....	85
Contenidos de observación propuestos no limitantes.....	87
Orientaciones Didácticas.....	89
Secuencia de desarrollo didáctico.....	90
Orientaciones para la evaluación	91
Bibliografía	93
Recursos en Internet.....	94

OBSERVATORIO DE MEDIOS Y SU ENSEÑANZA EN EL CICLO SUPERIOR DE LA ESCUELA SECUNDARIA

La cultura mediática se encuentra instalada en los modos de configurar el saber y los procesos simbólicos de apropiación y adquisición cognitivas. El impacto cultural de tales fenómenos se manifiesta mediante la reinterpretación de los sentidos, mediante lenguajes que cambian el mundo de las percepciones asentadas en las lógicas orales y escritas. Así, nuevas modalidades de ser oyente, espectador y sujeto que significa y narra el mundo impactan en las prácticas educativas.

Históricamente el sistema educativo en general y la escuela en particular han adoptado dos reduccionismos. Uno de ellos ha instalado en el sentido común condenas apriorísticas a los medios de comunicación en la educación sin dar cuenta de la complejidad del fenómeno, en tanto un segundo reduccionismo ubicaría a los medios de comunicación y a las nuevas tecnologías de la información como instrumentos autosuficientes para desempeñar la labor educativa colocando al docente como mero ejecutor. Esta última lectura entroniza los medios de comunicación de masas y sus lógicas instrumentales de mercado que buscan la consecución del beneficio, como las herramientas más eficaces para "transmitir" conocimiento a los niños y jóvenes que transitan por la Escuela Secundaria.

Entre ambas lecturas se encuentra una comprensión del fenómeno mediático en espacios educativos que propicia una relectura de las aplicaciones de las tecnologías de la comunicación en los procesos educativos. Pensar a los medios como recursos que posibilitan constituir nuevas estrategias didáctico-pedagógicas, implica construir espacios y recorridos transitados por discursos sociales donde los producidos por los medios son sólo uno de los tantos discursos significativos para la construcción y adquisición del conocimiento socialmente válido.

Pensar en los medios como recursos didácticos en el aula y en la escuela significa pensar en reconfigurar el cotidiano escolar, inscribiendo en las tramas curriculares asignaciones de sentido, representaciones e identidades, favoreciendo otras decodificaciones y propiciando el valor de nuevos lenguajes. Para ello es preciso repensar las potencialidades que propician los medios en tanto modalidades de generación de saberes, prácticas y estructuras del pensamiento válidas pero no autosuficientes.

Si bien como consumidores de medios masivos los jóvenes que asisten a la escuela reconstruyen las significaciones y valoraciones sociales, esta asignación y pregnancia novedosa no puede considerarse como una solución sino como problematización de construcciones cognitivas.

Por esto, antes que atacar estos consumos constitutivos de la cultura, la escuela necesita apropiarse de estas nuevas modalidades de comprensión y generación del conocimiento, capturar sus modos de construcción, sus lenguajes y capacidades simbólicas desde una lectura crítica de sus mensajes, articulando con ellos procesos cognitivos más profundos, reconociendo las nuevas identidades y formas de saber y aprender.

El enfoque de trabajo a desarrollar apunta a generar espacios de reflexión sobre la práctica, en especial sobre el propio proceso de construcción de las estrategias de trabajo con los medios

en el marco del observatorio, dado que su modalidad posibilita recrear participativamente estrategias e intervenciones compartidas de los actores de la comunidad educativa fortaleciendo el vínculo entre el docente y el alumno.

Las posibilidades de creación y recreación de propuestas didácticas pensadas desde los ámbitos institucionales permitirá a los actores escolares participar de la construcción del conocimiento. En este sentido, se plantea concebir a los medios como recursos didácticos pero superando los empleos instrumentales de éstos, que los conciben o bien como objetos de conocimiento en sí mismos, o como tecnologías que, por sus características y potencialidades, reemplazarían la específica función docente.

El propósito del observatorio apuesta a generar instancias de reflexión recuperando las tecnologías en tanto herramientas y recursos que brindan sus aportes específicos y sus mediaciones en procesos más generales de reactivación y reconstrucción de estrategias educativas que instalan nuevos modos de percepción y nuevas narrativas.

La idea que alimenta la propuesta apunta a una mirada transdisciplinaria que trabaje transversalmente los conocimientos, alentando la participación de los alumnos en proyectos que movilicen diversos ámbitos institucionales. Entre estos proyectos se puede incluir el diseño de una publicación interna de la institución o un taller de radio donde los estudiantes sean parte de la producción de los mensajes desde su propia perspectiva. Este tratamiento no implica el desconocimiento de las particularidades y especificidades de los medios, sus lenguajes, sus discursividades y sus maneras específicas de vinculación con el conocimiento, sino que al contrario, pretende que los docentes ponderen y analicen las maneras en que los medios instituyen determinadas formas de accionar y reconfigurar los objetos de conocimiento, lo que implica una revisión crítica de los discursos mediáticos y las formas de vinculación de los docentes y alumnos con los medios y los mensajes que éstos propagan.

En estas instancias de reflexión, el docente dará cuenta de las maneras en que mejor pueda disponer de estos recursos para su labor educativa, cualquiera sea su área disciplinar o su ámbito de intervención.

Las prácticas de alfabetización tradicional se abren en dos espacios convergentes: lectura y producción. Si tomamos el objetivo de alfabetización en medios que propone la orientación, se pueden traducir aquellos espacios como análisis y práctica, cruzados ambos por la apropiación de contenidos particulares de este recorte de saberes.¹

Con esta intención se establece en la orientación el Observatorio de Medios como espacio particular dedicado al análisis de un conjunto de saberes que son producidos y circulan por diferentes ámbitos y espacios sociales, saberes que provienen de las múltiples experiencias comunicativas de los jóvenes con los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, y de otros conocimientos cuya fuente es la escuela y que se desarrollan en Introducción a la Comunicación y alfabetización en medios.

¹ Tyner, Kathleen, "Nuevas Perspectivas en la Educación para los Medios en Estados Unidos", Seminario Internacional Comunicación, Nuevas Tecnologías y Educación. UNED.

¿QUÉ ES UN OBSERVATORIO?

El diccionario de la RAE (Real Academia Española) define observatorio como "lugar o posición que sirve para hacer observaciones", y define observar como "examinar atentamente". Por lo tanto un observatorio es un lugar desde donde examinar atentamente algo, y por extensión un observatorio social es un lugar desde donde examinar atentamente fenómenos que se presentan en el escenario de acción de la cultura y la sociedad.

En este marco de lo social un Observatorio de Medios es un espacio organizado que recopila, ordena, analiza e interpreta la información disponible acerca de determinados fenómenos emergentes de la producción de los medios de comunicación.

Pero un elemento más de este formato es que no se trata de un examen analítico en función de un mero ejercicio intelectual, no se trata de alcanzar conclusiones en la forma de simples diagnósticos, sino que dicho análisis debe pasar a integrar la estructura formativa de los estudiantes.

Cuando se presenta un espacio como el Observatorio de Medios en la Orientación en Comunicación para la Escuela Secundaria se busca que los jóvenes construyan una posición fundamentada frente a los medios de comunicación y sus producciones asumiendo su recepción crítica y activa.

El objetivo del observatorio no es analizar el fenómeno de la producción mediática en sí mismo, sino el vínculo que mantienen los procesos de comunicación mediática con aspectos culturales o sociales específicos y con las nuevas tecnologías de la información y la comunicación.

En este marco, en el observatorio se desarrollarán fundamentalmente prácticas de recepción y análisis de los procesos de circulación y construcción de sentido e interpretación de las producciones provenientes de los medios de comunicación tanto en sus códigos lingüísticos como no lingüísticos, en base a herramientas que permitan reflexionar acerca de estos modos de construcción del discurso, sus estrategias y el acceso a las audiencias.

Para la construcción del análisis se debe partir del supuesto de que los estudiantes han devenido en audiencia, a lo que se debe sumar la formación que adquieren en la orientación al apropiarse de conocimientos teóricos que ponen en situación esas experiencias privadas del contacto con la producción mediática.

En este proceso, el Observatorio de Medios debe presentarse específicamente como un espacio para el intercambio, el contacto, la puesta en común, el debate, la revisión, la evaluación e interpretación crítica de la producción mediática.

El observatorio se propone en el programa de la orientación no solo como un espacio específico de análisis de los medios sino además como un momento esencial en el proceso de construcción del conocimiento; porque el ámbito educacional-comunicativo no solamente debe atender al espacio ya sea áulico o institucional, sino también a la variable temporal que suele ser una dimensión que se pierde en el análisis del proceso de enseñanza, el tiempo de la enseñanza y el tiempo del aprendizaje. Por ello la búsqueda de un tiempo para la observación, la investigación y el análisis de los estudiantes es la plataforma de construcción del Observatorio de Medios.

Por supuesto que el análisis reflexivo y la búsqueda de un pensamiento crítico forma parte de una dinámica integradora de la práctica educativa en cada materia y en cada propuesta curricular, pero la posibilidad de generar un espacio específico con tiempos particulares para el desarrollo del análisis reflexivo sobre los contenidos abordados resulta una opción deseable.

En el Observatorio de Medios los estudiantes tendrán su espacio y su tiempo para llevar a cabo la recolección de datos y su estudio, la investigación, el ordenamiento, el debate, el trabajo en equipo, el intercambio y la discusión de conclusiones en base a diversos contenidos de análisis que este escenario permite abordar.

El Observatorio de Medios representa un formato de análisis, investigación y reflexión en el que se vinculan problemáticas particulares y la producción de los medios con temáticas del escenario social, cultural, ideológico y económico, buscando identificar las imbricadas relaciones entre dichas temáticas, sus intencionalidades, sus lenguajes y sus discursos.

Los temas que se abordarán en el Observatorio de Medios quedan sujetos a las decisiones que cada grupo con acompañamiento docente, y definidos en base a una serie de líneas posibles que deben articularse con las circunstancias que la realidad ofrece en cada momento. La elección libre de la temática que realiza cada grupo de estudiantes representa un momento sustancial en la materia, dado que esa elección revelará la significatividad del objeto de análisis para el grupo y por ende el mayor compromiso para que la observación resulte un medio y no un fin en sí mismo.

Se trata de un ejercicio pedagógico que no se resume en la simple lectura de información, sino que implica la observación de estilos, los espacios de la ficción, el seguimiento de producciones, la construcción del discurso mediático en general y en su interpretación, la tarea de reconocimiento de la realidad que construyen los medios.

La incorporación de este formato pedagógico en el diseño curricular de la Escuela Secundaria representa la intención de pasar al análisis crítico de los contenidos más allá de su mera formulación, hacer de esa premisa una acción específica, visible, explícita.

Se plantea que generar un ámbito de trabajo intelectual conjunto entre jóvenes es una propuesta desafiante dado que el Observatorio no es un lugar para la expresión individual sino para la producción grupal, y el producto de ese análisis no será el resultado de esfuerzos individuales sino del resultado del trabajo colectivo y compartido del grupo de observadores.

Los contenidos de la materia por lo tanto son abiertos a la definición de las problemáticas que proponga el grupo de observación y a los casos de análisis que finalmente se aborden, existiendo algunos contenidos teóricos generales a enseñar la teoría de la observación, contenidos teóricos que serán formulados para acompañar los casos de análisis planteados durante el desarrollo de la materia.

El Observatorio de Medios se propone generar una variedad de estudios durante el año mediante los pequeños grupos de análisis coexistentes y de sucesivos temas abarcadores que reagrupen a éstos en grupos mayores, o bien en el análisis de casos que por su extensión convivan con otros casos de análisis.

Los análisis producto de la observación deberán terminar siempre en una producción que exponga las conclusiones a las que se arribe, producciones que no necesariamente deben expresarse desde lo escrito, pudiendo hacer uso de los múltiples lenguajes disponibles en los nuevos soportes comunicativos.

MAPA CURRICULAR

Ejes	Contenidos
Análisis de propiedad de las industrias culturales.	<ul style="list-style-type: none">• Mapa de medios en Argentina.• Ley de servicios de comunicación Audiovisual.
Los Medios de Comunicación como actores socio-políticos.	<ul style="list-style-type: none">• El rol de los Medios.• Sociedad del conocimiento/sociedad de la información.
Estrategias de producción discursiva de la información.	<ul style="list-style-type: none">• Debate objetividad/subjetividad en la información.• Los medios como formadores de opinión.
Estudio sobre el uso social de los Medios.	<ul style="list-style-type: none">• Aproximaciones a las formas de recepción y consumo.• Participación ciudadana en los medios de comunicación.• El mundo virtual y el debate acerca de cómo se construyen las prácticas sociales en un mundo digital.

Como se mencionó anteriormente, las prácticas alfabetizadoras tradicionales se encuentran constituidas por dos líneas convergentes: lectura y producción. Si tomamos el objetivo de alfabetización en medios que propone la orientación, dichas líneas se pueden traducir en análisis y práctica.

El Observatorio de comunicación, cultura y sociedad y el Observatorio de Medios proponen dos dimensiones particulares del fenómeno de la comunicación social, recepción y análisis de los procesos de circulación, construcción de sentido e interpretación de las producciones provenientes de los medios de comunicación. Será tema de otra materia del currículum el abordaje de una tercera dimensión denominada de producción, en el Taller de Producción de Lenguajes de 6° año, con la cual se conforma un grupo de materias que recogen de manera conjunta las necesidades de aprendizaje de la problemática de los medios de comunicación en nuestra sociedad.

La existencia en 6° año de la materia Comunicación y transformaciones socio/culturales en el siglo XXI también resulta un lugar de recuperación significativo de conocimiento para las diversas observaciones que se desarrollen.

CARGA HORARIA

La materia Observatorio de Medios se encuentra en el 5° año de la Escuela Secundaria y pertenece a la Orientación en Comunicación.

Su carga horaria es de 108 horas totales; si se implementa como materia anual, su frecuencia será de 3 horas semanales.

OBJETIVOS DE ENSEÑANZA

- Implementar una metodología de análisis pertinente y actualizada para la investigación en ciencias sociales.
- Favorecer en los estudiantes el análisis de hechos que se encuentran vinculados con los contenidos teóricos abordados en la orientación.
- Fomentar actitudes reflexivas, críticas y creativas frente al fenómeno de la comunicación mediática.
- Promover actividades grupales y el compromiso en torno a las mismas en virtud de objetivos comunes.
- Promover la disciplina en el trabajo y la planificación de tareas en relación a los objetivos propuestos con el fin de fomentar el compromiso de los jóvenes con su realidad atravesada por el fenómeno mediático.
- Incorporar, con distintos grados de complejidad, el uso de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Conectividad (NTICX) en la enseñanza de Observatorio de Medios.

OBJETIVOS DE APRENDIZAJE

- Apropiarse de métodos de investigación para alcanzar los objetivos propuestos.
- Desarrollar estrategias de participación grupal, con su respectivo compromiso y actividad solidaria con todos los miembros.
- Comprender la importancia de la reflexión crítica en el análisis de la realidad de los fenómenos vinculados con la producción mediática.
- Expresar reflexiones críticas surgidas del debate y la discusión.
- Comprometerse con su rol de ciudadano crítico frente a la comunicación de carácter mediático.
- Problematicar la realidad como vehículo de análisis y producción de significado.

CONTENIDOS

Las líneas temáticas de abordaje podrán estar vinculadas con los siguientes ejes que se describen a continuación a modo de ejemplo:

- estudio de casos sobre (el) seguimiento informativo de un hecho significativo para verificar la evolución de su tratamiento en un mismo medio o hacerlo a partir de distintos medios de similar naturaleza o naturaleza diferente (audiovisual-gráfico-radial, estatal-privado y/o de distinto perfil editorial), para detectar en qué inciden los formatos mediáticos sobre la esencia de la información, individualizar diversidades ideológicas, establecer propósitos, entre otras variables;
- estudio de casos comparativos entre medios locales y globales, medios generalistas o temáticos, medios comerciales y alternativos;
- estudio de casos para identificar particularidades en sus expresiones informativas, comparar programaciones, analizar la distribución publicitaria, identificar perspectivas ideológicas y recortes de audiencia o para realizar mapeos de medios en base a las categorías que se estimen pertinentes;
- estudio de casos para analizar el tipo de propiedad, ordenamiento legislativo, propuesta ideológica de contenidos (informativos o ficcionales), preeminencia de géneros audiovisuales, formación de estereotipos y formatos estéticos, existencia de contenidos sensacionalistas y agenda social;
- estudio de casos para el análisis e identificación de audiencias, el relevamiento de consumos culturales, identificación de imaginarios sociales apuntalados por los medios.

Para la lectura del siguiente cuadro se especifica que los ejes centrales de la materia son el análisis de la propiedad de las industrias culturales, los medios de comunicación como actores sociopolíticos, las estrategias de producción discursiva de la información y los estudios sobre el uso social de los medios. Mediante el abordaje de estos ejes se podrán analizar los procesos de circulación y construcción de sentido e interpretación de las producciones provenientes de los medios de comunicación.

Temas/problemas de observación propuestos		
Ejes		Ejemplos
Análisis de propiedad de las industrias culturales.	Mapa de medios en Argentina: <ul style="list-style-type: none"> • Concentración empresarial y servicios convergentes. • Medios públicos, privados y comunitarios. 	Multimedia y grupos de medios. Monopolio. Derecho a la información y la comunicación. Diferencias con la noción de libertad de expresión.
	Ley de Servicios de Comunicación Audiovisual: <ul style="list-style-type: none"> • Democratización de los medios vs. ley de la dictadura. 	Entes reguladores. Papel Prensa. Frecuencias de radiodifusión. Digitalización de los medios. Brecha tecnológica.

Los medios de comunicación como actores sociopolíticos.	<p>El rol de los medios:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Los medios como puentes interpretativos de lo "real". • Mediatización de la política: medios y participación política en las sociedades contemporáneas. 	<p>Narradores de la actualidad o protagonistas de los hechos.</p> <p>El medio como institución.</p> <p>Ética profesional, límites y restricciones.</p> <p>Medios comerciales y medios alternativos.</p>
	<p>Sociedad del conocimiento/ Sociedad de la Información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • La información como bien de cambio, consumo y coerción. 	<p>La necesidad de la información en las sociedades actuales.</p> <p>Las campañas políticas a través de los medios masivos.</p>
Estrategias de producción discursiva de la información.	<p>Debate Objetividad/subjetividad en la información:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Estrategia discursiva como "Construcción" de la información. 	<p>Sujetos discursivos.</p> <p>Intencionalidad editorial.</p> <p>Intereses explícitos e implícitos.</p> <p>Construcción simbólica de la desigualdad y la diferencia.</p>
	<p>Los medios como formadores de opinión:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Línea editorial: la construcción de puntos de vista de los Medios. • Tensiones entre el derecho público a la información y los medios como organizaciones empresariales con fines de lucro. • Decisión editorial sobre temas problemáticos: lo denotado y lo connotado. 	<p>Representaciones y construcciones mediáticas acerca de los jóvenes.</p> <p>Criminalización de la pobreza.</p> <p>La inseguridad como natural.</p> <p>La escuela y sus problemas.</p>
Estudios sobre el uso social de los Medios.	<p>Aproximaciones a las formas de recepción y consumo.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Multiplicidad de significados culturales y no la mera reproducción: audiencia activas/ audiencias creativas. • El espectador como actor. 	<p>Utilidad, herramienta, soporte o bien cultural para la educación de la ciudadanía.</p> <p>Piratería, canon digital, difusión de distintos productos comunicacionales (música, videos, textos).</p>
	<p>Participación ciudadana en los medios de comunicación.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Escenarios de coparticipación del discurso de la información. 	<p>Legislación vigente en el mundo y repercusiones locales.</p> <p>Foros, encuestas, posteos, nuevas formas de participación ciudadana en escenarios digitales.</p>
	<p>El mundo virtual y el debate acerca de cómo se construyen las prácticas sociales en un mundo digital.</p> <ul style="list-style-type: none"> • E-book, blog, portales, como nuevos horizontes de acceso a la información. 	<p>Relaciones entre instituciones.</p> <p>La escuela en los medios; la escuela a través de los medios; la escuela y los medios.</p>

Las tareas de observación deberán ser repetidas en cada estudio de caso o investigación realizada por los grupos de análisis, sea en forma sucesiva o simultánea.

La materia Observatorio de Medios deberá comenzar con informar a los alumnos acerca de en qué consiste un proceso de observación y en qué consiste un estudio de casos, entendiendo al mismo como una estrategia de investigación cualitativa/cuantitativa de carácter descriptivo en la que se procede a observar una situación contemporánea en un contexto real.

Este momento teórico debe ser meramente introductorio en la materia de manera tal de abordar de inmediato las observaciones, quedando el aprendizaje de las metodologías para ser desarrollado en forma simultánea al ejercicio práctico de los casos de observación.

Como queda establecido en el presente documento, los contenidos del Observatorio de Medios surgirán del debate al interior del curso entre el o los grupos de estudiantes que realizarán la observación con acompañamiento del docente. Sin embargo y a modo de guía, se establecen algunas opciones de contenido que no son limitantes respecto a otros temas que surjan del debate, opciones de contenido que no estarán cerradas en cuanto a su formato ni a sus propósitos, pudiendo ser transformadas y adecuadas a las expectativas y necesidades del, o de los grupos de observación.

Los temas de observación podrán ser emprendidos por la totalidad de los integrantes del curso o bien diversificados en distintos grupos, estando su extensión en el tiempo supeditadas a las características de las temáticas elegidas, como también a la organización que prevea el docente dadas las características del curso y el planteo del desarrollo de la materia.

Se recomienda la alternancia sucesiva de temas a observar a fin de dinamizar el interés de los jóvenes y ampliar la mayor perspectiva de objetos de observación posible. Además, en caso de que uno o más temas de observación sean abordados, cada grupo deberá tener conocimiento de los temas que se encuentra desarrollando el resto de los grupos, y de las conclusiones.

Se recuerda que en todos los casos las observaciones tienen como producto final la confección de un informe que sintetice el resultado del proceso, informe que podrá ser emitido según el formato que se estime más adecuado.

CONTENIDOS DE OBSERVACIÓN PROPUESTOS NO LIMITANTES

Los contenidos de observación propuestos se presentan a modo de sugerencia y no son limitantes; por lo tanto, cada docente podrá proponer e implementar los contenidos de observación que sean más pertinentes de acuerdo con las particularidades de la institución y el contexto en que se encuentra inserta.

- Seguimiento informativo de un suceso significativo con el objetivo de identificar su evolución y desarrollo en relación con el espacio y cobertura que el medio le dedica, pudiendo evaluarse un mismo medio, distintos medios de similar naturaleza, o medios de naturaleza diferente.
- Estudio comparativo para establecer las diferencias existentes entre medios de similar naturaleza, estableciendo la comparación entre distintos medios, entre medios generalistas y temáticos, entre medios locales y globales, entre medios tradicionales y alternativos.
- Estudio sobre análisis de discursos periodísticos vinculados con temas específicos de uno o más medios para establecer tendencias valorativas e ideológicas.
- Estudio para la identificación de recortes de audiencia según medios especificados con el objetivo de establecer las diferencias de las programaciones y tendencias valorativas de los mensajes.
- Mapeo de medios sobre diversas categorías (localización geográfica de alcance radial, localización geográfica de medios globales, localización de publicidad oficial en medios, carga publicitaria en diferentes medios, etcétera).

- Estudio sobre distribución de publicidad en uno o más medios con el objetivo de establecer los rubros publicitarios de mayor peso y su vínculo con las temáticas informativas relacionadas con esos mismos sectores para identificar el grado de relación entre compromiso publicitario e información.
- Estudio sobre la propiedad de los medios según su tipo: gráficos, audiovisuales y radiales.
- Estudio de géneros televisivos o radiales para identificar la distribución de dichos géneros en la programación general de uno o más medios.
- Estudio sobre la recepción de series anglosajonas y melodramas latinoamericanos.
- Estudio sobre la formación y expresión de estereotipos en los medios audiovisuales, sea de mayorías o minorías: jóvenes, tercera edad, inmigrantes, mujeres, homosexuales, obreros, marginados, intelectuales, etcétera.
- Estudio sobre campaña política en medios electrónicos para establecer los caminos que transitan las experiencias de la democracia en el contexto de la sociedad de la información y la mediatización de las prácticas políticas.
- Estudio para determinar cuáles son los valores que predominan en determinados discursos mediáticos que se seleccionan para su análisis.
- Estudios acerca de la incidencia de los medios masivos en las agendas públicas a partir de su producción informativa.
- Estudio sobre características de los consumos culturales en la comunidad educativa o en la comunidad local.
- Estudio de la existencia de medios alternativos en la comunidad local y sus características.
- Estudio acerca de las particularidades de la comunicación política gubernamental en medios, sea en espacios de propaganda o de información, para identificar sus intencionalidades y características.
- Estudio sobre comunicación política en campaña electoral a fin de identificar ideas fuerza y características estéticas y discursivas de la misma.
- Estudio sobre temáticas específicas en medios de comunicación, como por ejemplo temáticas ambientales, de género, juveniles, adicciones, violencia urbana, etc., y su tratamiento particular.
- Estudio acerca de las representaciones de la violencia en los medios de comunicación, sea en espacios informativos y/o ficcionales.
- Estudio sobre la existencia de espacios de ficción-realidad en los medios audiovisuales y las dificultades para su discernimiento.

ORIENTACIONES DIDÁCTICAS

En la fundamentación del espacio se manifestó la naturaleza del observatorio como espacio dinámico de producción de conocimiento tanto desde su dimensión teórica como metodológica, atendiendo tanto a las implicaciones objetivas como subjetivas de dicho proceso.

El Observatorio requiere un proceso de trabajo, de debate, de análisis, de producción individual y colectiva, y por lo tanto de una cadencia de los tiempos de desarrollo de los contenidos que respete la viabilidad del aprendizaje.

Una de las herramientas posibles para el desarrollo de la estrategia didáctica del Observatorio de Medios es el estudio de casos.

El estudio de casos es un instrumento que se centra en una idea general, plantea problemas del mundo real estructurado a partir de interrogantes, análisis crítico y trabajo en grupo mediante el planteo del caso, desarrollo de su seguimiento y el abordaje de las conclusiones.²

La resolución del estudio de casos conjuga diversos factores:³

- el interrogante inicial, sea en la forma de "cómo" o "por qué";
- que el grupo observador no tenga control del acontecimiento;
- que se trate de un hecho contemporáneo.

El carácter contemporáneo del caso hace que el grupo no tenga control sobre del tema y deba interrogarse permanentemente acerca de su seguimiento y desarrollo, ya que no se trata de un caso de laboratorio, controlado, sino que sucede libremente en el contexto de la vida social al mismo tiempo que se desarrolla la observación.

Volviendo al carácter "real" del estudio de casos, se trata del factor que adiciona un grado de formalidad a la tarea que permite asumir el compromiso personal y de grupo que el trabajo requiere. Otro factor sustantivo es que la idea que da origen al caso surge del propio seno del grupo en discusión abierta, siendo este un elemento motivador para los jóvenes.

El Observatorio de Medios se presenta en definitiva como un espacio en el que el docente debe ejercer un rol de acompañamiento en la construcción del conocimiento metodológico y acerca de los contenidos específicos, pero también como tutor y motivador de la actividad grupal de investigación y análisis.

Para ello el docente participará en la definición de la problemática a investigar en el marco de los escenarios temáticos que plantee como posibles en cada caso, haciendo especial hincapié en que se deben abordar cuestiones contemporáneas para sumar el suficiente grado de significatividad a los hechos en el momento de la elección del campo a investigar.

² Wasserman, Selma, *El estudio de casos como método de enseñanza*. Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

³ Yacuzzi, Enrique, *El estudio de caso como metodología de investigación*. Universidad del CEMA, 2005.

Luego, el docente deberá acompañar la formulación problematizadora de la cuestión a investigar, ya que de su formulación surgirá el sentido de la tarea. A partir de allí abordará con los estudiantes los contenidos teóricos que sustenten el campo de investigación elegido y comenzará el acompañamiento en la recolección de datos y la observación, así como el análisis posterior de las evidencias recolectadas.

Finalmente, el grupo de observación formulará la conclusión y la interpretación de significado en base a la cuestión formulada inicialmente, y procederá a la producción del informe final en el formato que estimen adecuado, no siendo necesariamente en el formato tradicional de narración escrita en soporte papel.

Recordamos que las observaciones serán acompañadas del aprendizaje de las metodologías en forma simultánea a su desarrollo de manera tal de poder involucrar a los jóvenes en la tarea desde el inicio mismo de la materia.

Debemos resaltar que los estudiantes de la Escuela Secundaria están inmersos en la llamada cultura digital de nuestro tiempo y por ende responden a las lógicas de pensamiento y actuación que propone este nuevo paradigma cultura, más aún cuando el objeto de estudio de la orientación se encuentra íntimamente ligado a este marco de pensamiento. Por ello los docentes deberán también involucrarse en el mundo digital, entendiendo que no se trata solo de un requerimiento de aptitud en el manejo de los dispositivos de las nuevas tecnologías, sino esencialmente de comprensión de las nuevas modalidades culturales que de ella se desprenden sin caer en valoraciones de carácter negativo o positivo.

SECUENCIA DE DESARROLLO DIDÁCTICO

A continuación, se desarrolla en términos generales una secuencia de las etapas de trabajo que puede utilizarse como formato metodológico para el desarrollo de los casos que se definan o construyan grupalmente en torno de los diversos ejes/problemas que se aborden durante el recorrido de la materia. El proceso mismo de construcción y desarrollo del diseño será objeto de aprendizaje en simultáneo a los trabajos grupales.

- Planteo y encuadre del objeto/problema de observación e indagación.
- Formulación y problematización del tema a partir del debate grupal.
- Encuadre teórico/metodológico (apertura).
- Por ejemplo: el estudio de casos como herramienta de investigación social y de seguimiento de la realidad.
- Búsqueda y análisis de aportes teóricos iniciales sobre el tema.
- Desarrollo del diseño: objetivos, metodología, instrumentos y finalidad.
- Trabajo de campo.
- Diseño de instrumentos de relevamiento mediante la producción grupal.
- Breve abordaje para el conocimiento más acabado de las particularidades del objeto de observación elegido.
- Indicación bibliográfica.
- Recolección de datos e información. Observación directa.
- Análisis y debate sobre el relevamiento realizado.
- Análisis, síntesis y conclusiones.
- Producción del informe final.

ORIENTACIONES PARA LA EVALUACIÓN

En el Observatorio, la evaluación deberá atender a las dos dimensiones planteadas para la enseñanza dando cuenta más de una evaluación de proceso que de los resultados. Por un lado desde el punto de vista de los objetos/problemas que se plantea para desarrollar, y por otro de las formas y estrategias de producción de conocimiento adecuadas a las expectativas y necesidades del, o de los grupos de observación. No debe olvidarse que el aprendizaje en relación con el uso de determinadas estrategias e instrumentos de investigación funciona como estrategias de comprensión y problematización de la realidad y no como objeto de evaluación en sí mismo. Lo mismo vale para los contenidos temáticos conceptuales abordados en relación a cada uno de los objetos/problemas trabajados, en los cuales no se plantea la evaluación del caudal de conocimientos que se tenga acerca de los mismos sino la posibilidad para su comprensión y desnaturalización. En este sentido las evaluaciones deben dar cuenta del espacio de confluencia entre lo teórico y lo metodológico, atendiendo al proceso de aprendizaje de los ejes/temas abordados en el observatorio, valorando en este sentido tanto la producción epistemológica objetiva como la epistemológica subjetiva. Así mismo, por tratarse de una modalidad de trabajo colectiva, es importante recuperar y evaluar los niveles de implicación y producción en colaboración con el otro.

Recordamos que el propósito final de la materia es el de promover la reflexión crítica acerca de los fenómenos y prácticas socioculturales desde un enfoque comunicacional, por lo tanto la evaluación deberá estar centrada en el proceso de aprendizaje realizado durante las investigaciones, y sólo eventualmente en la generación de los productos emergentes de aquellas.

Para considerar a modo de parámetro permanente, los procesos evaluativos guardan relación directa con los objetivos de la enseñanza y del aprendizaje.

Como se mencionó anteriormente, el docente y los alumnos se encuentran frente a un proceso, y esto requiere tomar en cuenta factores continuos de evaluación que valoren el esfuerzo de participación en la tarea diaria, el compromiso con la actividad grupal, la lectura de bibliografía indicada, la participación activa en el debate y discusión y el cumplimiento en los plazos de cada etapa metodológica y tarea estipulada.

Tanto las condiciones de evaluación como sus resultados deberán ser comunicados con claridad a los estudiantes al iniciar el curso de manera que no queden dudas acerca de los criterios establecidos en relación a los objetivos planteados para la materia.

Los denominados criterios de evaluación contemplan la adquisición de conocimientos abordados en el desarrollo de la materia, pero en este caso en particular se hace centro en el grado de desarrollo reflexivo que se alcance sobre el objeto de estudio, íntimamente vinculado con la realidad cotidiana de los estudiantes.

Deberá también considerarse el principio de diversidad en el avance que cada uno de ellos logre en su cursada, bajo la premisa de una superación personal que le permita valorar el propio esfuerzo y no aceptar limitaciones como algo natural. El mismo principio de diversidad se considerará al momento de evaluar el trabajo grupal.

El factor eminentemente práctico y analítico de esta materia genera la necesidad de que los criterios de evaluación se establezcan en base a consideraciones sobre el desarrollo del proceso de la actividad, sin hacer foco especialmente en el producto final. Es decir, considerar la cuestión-problema del trabajo, el compromiso personal y grupal, las fuentes de búsqueda de materiales y elementos, las estrategias desplegadas, los cambios y reformulaciones realizadas en el proceso, la discusión problematizadora y finalmente el análisis reflexivo final del desarrollo, para identificar dónde estuvieron las dificultades e identificar los momentos en que la tarea pudo haber tomado otro camino, así como es importante recuperar la mirada del grupo respecto de su propio proceso.

Por ello la definición de la evaluación como proceso contempla la observación directa y el seguimiento del aprendizaje, instrumentos centrales de la tarea del docente, con énfasis en fomentar una consistente actividad práctica de acción y reflexión. Esto último debe considerarse un factor esencial dado que no debe olvidarse el carácter transdisciplinario de la Comunicación en el marco de las ciencias sociales, y por ende el objetivo final del aprendizaje que consiste en formar a los estudiantes en el análisis crítico, progresivo e incesante durante su pertenencia a la Escuela Secundaria.

BIBLIOGRAFÍA

- Aparici, Roberto, *La educación para los medios de comunicación*. Disponible en http://www.wolkoweb.com.ar/apuntes/textos/educacion_medios.rtf.
- Ayala, German. "Medios de Comunicación: Constructores de discursos que polarizan y desdibujan la otredad", en *Revista Diálogos de la Comunicación*, n° 66. Lima, Felafacs, 2003.
- Bagdikian, Ben, *El monopolio de los medios de difusión*. México, Fondo de Cultura Económica, 1986.
- Becerra, Martín; Hernández, Pablo y Postolski, Glenn. "La concentración de las Industrias Culturales", en *Industrias Culturales: mercado y políticas públicas en Argentina*. Buenos Aires, Ediciones Ciccus, 2003.
- Becerra, Martín, "La sociedad de la información", en *Revista Portal de la comunicación*.
- — —, "Concentración de Medios". Apuntes de la Cátedra de Políticas y Planificación de la Comunicación de la Facultad de Ciencias Sociales de la UBA.
- Buckingham, David, *La educación para los Medios en la era de la tecnología digital*. Facultad de Ciencias de la Comunicación, Universidad de Roma La Sapienza.
- Castells, Manuel; *La era de la información. Economía, sociedad y cultura, Vol 1. La Sociedad Red*. Madrid, Alianza, 1997.
- Corominas, María, *Los Estudios de la Recepción*. Barcelona, Portal de la Comunicación. Departamento de Periodismo y Ciencias de la Comunicación. Universidad Autónoma de Barcelona, 2001.
- Escribano, Adrián; Magallanes, Claudia, *La enseñanza de la metodología de la investigación en ciencias Sociales*, Vol. III, n° 1. Chile, Universidad de Viña del Mar.
- Gabrijelcic, Claudia, *Sin miedo a los Medios*. Buenos Aires, Lugar, 1998.
- García Canclini, Néstor, "Por qué legislar sobre Industrias Culturales", en *Revista Nueva Sociedad*, n° 175. Caracas, Nueva Sociedad, 2001.
- — —, "El Consumo sirve para Pensar", en *Revista Diálogos de la Comunicación*, n° 30, 1991.
- Getino, Octavio, *Las industrias culturales en la Argentina*. Buenos Aires, Colihue, 1995.
- Giniger, Luis Pablo, *Los dueños de la palabra: Panorama sobre la propiedad de los medios de comunicación*. Cuaderno de Trabajo n° 35.
- Hall, Stuart, "Significado, representación, ideología", en Curran, James; Morley, David y Walkerdini, Valerie, *Estudios culturales y comunicación. Análisis, producción y consumo cultural de las políticas de identidad y el posmodernismo*. Barcelona, Paidós, 1998.
- — —, "Codificar/Decodificar", en Entel, Alicia, *Teorías de la comunicación*. Buenos Aires, Hernandarias, 1994.
- Herman Edward; Mc. Chesney R., *Los Medios Globales*. Madrid, Cátedra, 1999.
- Israel, Estrella, 1996: "Receptores críticos en las autopistas de la información. Itinerario mediático a través de las voces de la sociedad", en *Comunicación y Estudios Universitarios*, Valencia.
- Mancuso, Hugo, *Metodología de la Investigación en Ciencias Sociales*. Buenos Aires, Paidós, 2000.
- Martín-Barbero, Jesús, *De los Medios a las Mediaciones*. Mexico, Ed. Gilli, 1987.
- Mastrini, Guillermo; Becerra, Martín, *Periodistas y Magnates. Estructura y concentración de las industrias culturales en América Latina*. Prometeo, 2006.
- Mastrini, Guillermo; Becerra, Martín "Estructura y dimensión de las industrias infocomunicacionales en América Latina", en *Revista Palabra Clave. Medios y Propiedad*, n° 12. Julio de 2005.
- Ramonet, Ignacio, *La tiranía de la comunicación*. Madrid: Temas de Debate, 1998.
- Sautu, Ruth; Boniolo, Paula; Dalle, Pablo; Elbert, Rodolfo, *Manual de metodología. Construcción del marco teórico, formulación de los objetivos y elección de la metodología*. Buenos Aires, CLACSO, 2004.
- García Silberman, Sarah; Ramos Lira, Luciana, *Medios de Comunicación y Violencia*. México, Fondo de Cultura Económica, 1998.

Stake, R., *Investigación con Estudio de Casos*. Barcelona, Morata, 1998.

Tedesco, Alicia Beatriz, *Audiencias: ese oscuro objeto del deseo*. 2002.

Trelles de Peña, Ludmila, *Los medios de comunicación social. Ni ángeles ni demonios*. Palestra de la Comunicación, Pontificia Universidad Católica, Lima.

Tyner, Kathleen, *Nuevas Perspectivas en la Educación para los Medios en Estados Unidos*. Seminario Internacional "Comunicación, Nuevas Tecnologías y Educación". UNED.

Wasserman, Selma, *El Estudio de Casos como Método de Enseñanza*. Buenos Aires, Amorrortu, 1998.

Yacuzzi, Enrique, *El Estudio de Caso como metodología de investigación*. Universidad del CEMA, 2005.

Yúdice, George, *El recurso de la cultura: usos de la cultura en la era global*. Barcelona, Gedisa, 2002.

RECURSOS EN INTERNET

Ciencias Sociales Online, revista electronica, <http://www.uvm.cl/csonline>

Centro cultural de la cooperación Floreal Gorini, <http://www.centrocultural.coop/modules>

Manual de metodología, <http://bibliotecavirtual.clasco.org.ar/ar/libros/campus/metodo/metodo.html>

Educación y NTICs <http://educacionyntics.ning.com/>

Argentina Indymedia, <http://www.argentina.indymedia.org>

Mediaciones para la lectura crítica de los medios, <http://www.ciespal.net/mediaciones/>

Coneicc.org, <http://www.coneicc.org.mx/>

Diálogos de la comunicación, <http://www.dialogosfelafacs.net>

Edu 2.0 para la escuela, <http://www.edu20.org/>

Eduteka, Fundación Gabriel Piedrahita Uribe, <http://www.eduteka.org/>

Icono 14, Revista científica semestral de comunicación audiovisual y nuevas tecnologías, <http://www.icono14.net/>

Infoamérica, Revista Iberoamericana de comunicación, <http://www.infoamerica.org>

Latindex, Sistema de información para revistas científicas, <http://www.latindex.unam.mx/>

Maestros del web, <http://www.maestrosdelweb.com>

Organización de Estados Iberoamericanos, <http://www.oei.es>

Organización de Estados Iberoamericanos regional en Buenos Aires, <http://www.oei.org.ar>

Portal de la comunicación, <http://www.portalcomunicacion.com>

Razón Palabra, Revista digital, <http://www.razonypalabra.org.mx>

Ética en el ciberespacio, UNESCO, <http://www.redciberetica.org/observatorios>

Revista Latina de comunicación social, <http://www.revistalatinacs.org/>

Sala de prensa, Web para profesionales de la comunicación, <http://www.saladeprensa.org/>

ES