

**«LOS PROCESOS DE COMUNICACIÓN
CON TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA»
ÓDra. Dña. Rocío Lineros Quintero**

PLANTEAMIENTO

Entender la asignatura Procesos de Comunicación como una materia vinculada a las tecnologías multimedia es enmarcar esta optatividad dentro de la innovación, experimentación y desarrollo curricular en la enseñanza de la materia instrumental Lengua Castellana y Literatura. Además de esto, supone encuadrarla dentro de dos de los grandes ámbitos de conocimiento: la conceptualización y análisis de los procesos y medios de comunicación y el conocimiento y profundización en el manejo de tecnologías telemáticas.

El primero de los ámbitos temáticos, los procesos de comunicación, ha sido concebido para que el alumno analice los diversos medios de comunicación que forman parte de la sociedad en la que vive y que caracterizan su actividad humana, social y cultural. Es en este ámbito donde se tratan los diferentes modos de comunicación, información y persuasión tanto en su vertiente escrita como en lo que a sus códigos visual o auditivo se refiere. El conocimiento y la profundización en los medios de comunicación básicos -prensa, radio, televisión y publicidad- hacen que el alumno de secundaria aprenda en primer lugar, las destrezas lingüísticas escritas y orales necesarias para desenvolverse en una sociedad claramente informada; en segundo lugar, las técnicas para la comprensión y producción de textos orales y

escritos en sus múltiples vertientes y; por último, en tercer lugar, las estrategias esenciales para la búsqueda de información, su tratamiento y producción. Tampoco olvidamos como, gracias al conocimiento y uso de los diferentes medios de comunicación, el alumno aprende a ser un comunicador e informador correcto y coherente en sus relaciones comunicativas interpersonales.

Pero no sólo vivimos en una sociedad informada sino también informatizada. De ahí la innovación de la clase: integrar en la asignatura de Procesos de Comunicación las nuevas Técnicas de Información y Comunicación (TIC), es decir, incorporar a los medios de comunicación habituales, y ya clásicos, el nuevo medio de comunicación multimedia.

Sin embargo, esta incorporación de las nuevas tecnologías a la asignatura de Procesos de Comunicación no es, en modo alguno, un simple añadido a lo ya sabido y estudiado por el alumno; se profundiza aún más. Es una plena integración, puesto que el alumno tiene la oportunidad de conocer la prensa, la radio, la televisión y la publicidad a través del ordenador. Por lo tanto, son entonces los nuevos medios de comunicación virtuales el marco teórico en el que se fundamenta este proceso de enseñanza-aprendizaje.

En definitiva, la clase de Procesos de Comunicación con tecnologías multimedia, está fundamentada en la conceptualización y aprendizaje de los medios de comunicación a través de las tecnologías telemáticas, considerando éstas como el camino que nos lleva hacia una nueva perspectiva de aquellos medios. El fin es, pues, desarrollar y fortalecer la comprensión y usos de los medios de comunicación en situaciones comunicativas habituales avanzando, de este modo, en el desenvolvimiento del alumno en una sociedad donde la información y lo informático es parte fundamental de la comunicación humana.

OBJETIVOS

Los objetivos a los que pretende llegar con la asignatura Procesos de comunicación con tecnologías multimedia se hallan claramente reflejados en las palabras que introducen el Currículo de Lengua Castellana y Literatura en la Educación Secundaria Obligatoria, afirmando que, siendo *la comunicación la función esencial del lenguaje en el intercambio social, el objetivo básico de la Lengua y la Literatura en la Educación Secundaria Obligatoria ha de ser que los alumnos progresen en el dominio del empleo del idioma con precisión y riqueza en los aspectos de uso oral, escrito y, también en la lectura; que desarrollen su capacidad lingüística a partir del entorno social en el que viven y consoliden su conocimiento lingüístico a raíz de las relaciones producidas entre lengua y sociedad.* El objetivo básico será, pues, aprender lengua desde la aplicación y observación que la dimensión social del lenguaje nos propone.

A este objetivo primordial le acompañarán las innovadoras técnicas de trabajo que incorporamos al estudio de la lengua, pues hay que considerar que la lengua es el instrumento de trabajo puesto a nuestro alcance a través de los medios de comunicación, considerando a éstos vitales en la nueva sociedad.

Los alumnos, ciudadanos del mañana, han de conocer estas relaciones establecidas entre lengua y sociedad. El conocimiento riguroso de estas relaciones les permite entender el mundo que les rodea, tanto desde su vertiente lingüístico-informativa como desde su dimensión telemática.

A estos objetivos primordiales: conocimiento social de la lengua, relaciones lengua-sociedad, relaciones lengua-técnicas informáticas de trabajo, se le unen otros indispensables para su desarrollo. Tales objetivos quedan también reflejados en el Real Decreto de Humanidades de 29 de diciembre de 2000, a saber: el manejo de procesadores de textos, la capacidad de usar sus múltiples aplicaciones, la utilización

de los medios informáticos complementarios como Internet, la búsqueda de información en nuevos soportes (CD-ROM) y la creación de textos virtuales.

Resumamos, pues, estos objetivos:

- ❖ Conocer la dimensión social de la lengua.
- ❖ Progresar en el dominio del empleo de la lengua con precisión y riqueza tanto en sus usos orales y escritos como de lectura.
- ❖ Consolidar su conocimiento lingüístico a raíz de las relaciones producidas entre lengua y sociedad.
- ❖ Usar la lengua como instrumento de trabajo para el manejo de las nuevas tecnologías.
- ❖ Capacitar para el uso de los procesadores de textos en sus múltiples aplicaciones y el manejo de los medios informáticos complementarios (Internet, CD-ROM...).
- ❖ Desarrollar su capacidad de planificación, creación y trabajo en equipo.
- ❖ Conocer los diferentes medios de comunicación desde su vertiente impresa y virtual, así como sus características, propiedades y funciones sociales.

CONTENIDOS

BLOQUE PRIMERO: PROCESOS Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1) LA PRENSA

- ❖ Historia de la prensa.
- ❖ Organización de un periódico.
- ❖ El lenguaje periodístico.
- ❖ Tipos de prensa.
- ❖ Géneros periodísticos informativos:
 - La noticia.
 - El reportaje.
- ❖ Géneros periodísticos de opinión.
 - La crónica.
 - La entrevista.
 - El artículo.
 - El editorial.
 - La crítica y reseña.
 - Las cartas al director

2) LA RADIO

- ❖ Historia de la radio.
- ❖ Funcionamiento.
- ❖ Emisoras radiofónicas.
- ❖ El lenguaje radiofónico.

3) LA TELEVISIÓN

- ❖ Historia de la TV.
- ❖ Funcionamiento.
- ❖ Organización y cadenas televisivas.
- ❖ Tipos de programas.
- ❖ Diferencias entre TV.

4) LA PUBLICIDAD

- ❖ Características de la publicidad.
- ❖ Objetivos: comunicación, información, persuasión.
- ❖ Tipos de información publicitaria.
- ❖ Los mensajes publicitarios.
- ❖ El código verbal: el lenguaje publicitario.
- ❖ El código visual: la retórica de la imagen publicitaria.
- ❖ Las relaciones texto-imagen.
- ❖ El anuncio publicitario.

BLOQUE SEGUNDO: MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA

1) LA COMUNICACIÓN MULTIMEDIA

- ❖ El ordenador.
- ❖ Los procesadores de textos: Word para Windows.
- ❖ La comunicación interpersonal por ordenador:
 - El correo electrónico: los e-mails.
 - Los chats.
 - Los foros.
 - La tele-enseñanza.
 - Las videoconferencias.
- ❖ Internet.
 - Navegar por Internet.
 - Los portales.
 - Los buscadores.
 - Las páginas y sitios web.

2) LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN CON TECNOLOGÍAS MULTIMEDIA

- ❖ Los medios de comunicación virtuales
 - El periódico virtual
 - La radio virtual
 - La televisión virtual
 - La publicidad virtual
- ❖ Otros medios virtuales
 - Las bibliotecas.
 - Los libros y su lectura.

En cuanto a los contenidos, éstos vienen enmarcados en dos grandes bloques temáticos, en los cuales se tratan contenidos conceptuales, procedimentales y actitudinales en igual medida.

En el primero de los bloques temáticos, “Procesos y Medios de Comunicación”, se profundiza en los medios de comunicación clásicos, es decir, la prensa, radio, televisión y publicidad; son los mass-media a considerar. De ellos se analizan sus estructuras lingüísticas, sus códigos escrito, visual y auditivo y también sus funciones y propiedades.

Con el segundo de los bloques temáticos, “Medios de Comunicación con Tecnologías Multimedia”; dividido a su vez en dos grandes apartados, se consideran por un lado, las técnicas de trabajo informático; y, por otro, la dimensión virtual de los mass-media anteriormente considerados, esto es: la prensa virtual, la radio virtual, la televisión virtual y la publicidad o mercadotecnia virtual.

En el esquema anterior se presentaba con mayor detalle los contenidos a impartir en la clase de Procesos de Comunicación con Tecnologías Multimedia.

METODOLOGÍA

La metodología propuesta es fundamentalmente activa; los contenidos se abordan desde distintos enfoques: ideas previas de los alumnos, análisis de mensajes, reflexión y comprensión, creación de mensajes verbales y no-verbales, uso de nuevas tecnologías, influencia social de los medios, etc.

Con cada uno de los medios de comunicación propuestos se crea una Unidad Didáctica que abarca los siguientes apartados:

1) Proponer al alumno una reflexión sobre su experiencia y relación con los medios de comunicación a través de «Trabajos de Observación». En ellos, el alumno toma el papel de lector, oyente, telespectador, etc. De esta manera, las ideas previas de los alumnos son el punto de partida para acercarse a los distintos medios.

2) Ofrecer una selección de textos sobre el medio de comunicación a considerar y el fenómeno comunicativo que produce. Con tales textos se trabajan actividades de comprensión y reflexión sobre los procesos comunicativos que difunden.

3) Tras la reflexión de los textos se origina la serie de contenidos conceptuales pertenecientes a cada medio que, junto a unos sencillos ejercicios, aplican los

procedimientos adecuados para la aprehensión y el conocimiento del medio en cuestión.

4) Una vez que la reflexión, conceptualización y procedimentación del medio se da por asimilada se ofrecen «*Propuestas de Trabajo*» en forma de fichas de observación donde los alumnos analizan los mensajes de diversa índole: anuncios de prensa, de cuña radiofónica, comparación de noticias en diversos medios informativos, televisivos y radiofónicos.

5) Para la creación de mensajes diversos por parte del alumno se opta por la fórmula del «*Taller de trabajo*». Con cada medio se ofrecen varios proyectos, todos ellos relacionados con las tecnologías multimedia, donde el alumno trabaja la creación de los distintos medios.

Aun siendo ésta, en términos generales, la línea metodológica que sigue la clase Procesos de Comunicación con Tecnologías Multimedia, se toma también como punto de partida las aportaciones teóricas y procedimentales versadas en Procesos Comunicativos que son proporcionadas por diversas investigaciones profundas y certeras.

EVALUACIÓN

El proceso de evaluación previsto para valorar los resultados de la asignatura Procesos de Comunicación con Tecnologías Multimedia es considerado desde dos ámbitos fundamentales: la evaluación de la propia investigación y la evaluación de su aplicación en el aula.

Para comprobar si la materia ha alcanzado los objetivos propuestos se evalúan los siguientes aspectos:

- 1) ¿Qué medios de comunicación han sido objeto de análisis?.
- 2) ¿Sus informaciones son actuales, culturales y de interés para el alumnado?.
- 3) ¿Se ha explicado coherentemente y en su totalidad los procedimientos comunicativo-lingüísticos e informáticos necesarios para el desarrollo de las actividades realizadas?.
- 4) ¿Se ha manejado de forma clara y precisa los elementos y funciones de la comunicación de masas en las personas del emisor y el receptor?.
- 5) ¿Se ha tenido una actitud crítica y objetiva ante el análisis de los medios?.
- 6) ¿Se han empleado procedimientos y técnicas informáticas sencillas para que puedan ser aprendidas por los alumnos?.
- 7) ¿Se ha caracterizado suficientemente el contexto social que envuelve a cada uno de los medios de comunicación?

Desde el punto de vista de la aplicación en el aula deben tomarse como criterios de evaluación los siguientes:

- 1) ¿Se captan las intenciones comunicativas, informativas y persuasivas de los medios?.
- 2) ¿Se esquematiza y resume el contenido de una información escrita u oral?.
- 3) ¿Se sintetiza oralmente el sentido global de las informaciones distinguiendo sus diferentes partes?.
- 4) ¿Se producen textos virtuales de código verbal y no-verbal similares a los analizados y adecuándolos a la situación de comunicación y al medio que se requiere en cada caso?.
- 5) ¿Se utilizan los mecanismos de la lengua de forma precisa y coherente en la producción de tales textos?.
- 6) ¿Se manejan fluidamente las técnicas informáticas básicas?.

Dentro de esta evaluación de la investigación en el aula debe tenerse también en cuenta los análisis seleccionados, los cuales deberán ser diversos, multiformes y

polivalentes, ayudando a que el alumnado ejercite las distintas destrezas de manera variada. Tales destrezas podrán ser evaluadas siguiendo los parámetros a continuación señalados:

- a) Comprende, analiza y reflexiona sobre los distintos medios y sus mensajes.
- b) Identifica, observa, interpreta, relaciona y conceptualiza los conocimientos teóricos y procedimentales presentados.
- c) Utiliza los fenómenos formales del lenguaje adecuadamente con sus mecanismos semánticos, expresivos, pragmáticos y estilísticos.
- d) Práctica la investigación y la interdisciplinariedad.
- e) Comenta, critica y crea nuevos textos tanto impresos como virtuales.

No olvidaremos tampoco que la progresión del alumnado y su evaluación deberá atender también y por supuesto al entusiasmo despertado por los distintos análisis y creaciones de medios.

Por último, y con respecto a esta metodología de trabajo llevada a cabo, mencionar los materiales y recursos utilizados. Éstos han sido, entre otros: televisión, vídeo, DVD, casete, grabadora, cintas de vídeo y audio y cámara fotográfica.

Por lo que respecta a los recursos informáticos, los alumnos se han servido de los siguientes programas para realizar sus trabajos: Microsoft Word 97, Microsoft Access 97, Microsoft Excel 97, Microsoft Power Point 97, Microsoft Photo Editor, Photo Suite y EasySong. En lo concerniente a la utilización de los medios informáticos complementarios como Internet, los recursos utilizados han sido: Internet Explorer, Microsoft Outlook 97, Acrobat Reader 4.0. y NetMeeting, entre otros.

BIBLIOGRAFÍA

- AAKER y MYERS (1984), *Management de la publicidad*, Barcelona, Hispanoeuropea, 2 Vols.
- AUSTIN, J. L., (1962); *Cómo hacer cosas con palabras*, Barcelona, Paidós.
- BARTHES, R., (1964); "Retórica de la imagen" en AA.VV., *Análisis de las imágenes*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- DOUGLAS, T. (1986); *Guía completa de la publicidad*, Barcelona, Blume.
- FERRÁN GONZÁLEZ; (1989); *En el dial de mi pupitre: las ondas, herramienta educativa*, Barcelona, Colección Medios de Comunicación en la Enseñanza.
- FERRÉS, J., (1991); *El vídeo: enseñar vídeo, enseñar con el vídeo*, Barcelona, Colección Medios de Comunicación en la Enseñanza.
- GARRIDO MEDINA, J., (1994); *Idioma e información. La lengua española de la comunicación*, Madrid, Síntesis.
- GONZALEZ LOBO, M^a A., (1994); *Curso de Publicidad*, Madrid, Eresma & Celeste.
- MARTINEAU, P, (1970); *La motivación en la publicidad*, Barcelona, Casanovas.
- MUNNÉ, F., (1993); *La comunicación en la cultura de masas*, Barcelona, Escuela Superior de Relaciones Públicas, Promociones y Publicaciones Universitarias.
- RODA SALINAS, F.J.; (1988); *Información y comunicación: los medios y su aplicación didáctica*, Barcelona, Colección Medios de Comunicación en la Enseñanza.
- RODRÍGUEZ ADRADOS, F., (1976a); "Utilización de ordenadores en problemas de lingüística", *Revista de la Universidad Complutense*, nº 102, vol. XXV, marzo-abril, pp.: 5-14
- SABORIT, J. (1988), *La imagen publicitaria en televisión*, Madrid, Cátedra, 1988.
- TYNER, K., y LLOYD, D.; (1995); *Aprender con los medios de comunicación*, Madrid, Ed. La Torre.
- VAN DIJK, T.A., (1980); *La noticia como discurso (comprensión, estructura y producción de la información)*, Barcelona.
- ZÚÑIGA, J.; (1998); *Comunicación audiovisual*, Andoain, Escivi, Escuela de Cine y Vídeo.