

---

# EDUCACION AUDIOVISUAL PARA LA PERCEPCION ACTIVA

GUSTAVO HERNANDEZ DIAZ

## INTRODUCCION

En las próximas páginas presentaremos fragmentos literales como también extractos de los capítulos que corresponden a la justificación teórica y al planteamiento experimental de la tesis de grado, con la que obtuve la Licenciatura en Artes, mención Cine, en la Universidad Central de Venezuela; y, que se intitula: **Propuesta educativa experimental para la percepción activa de los medios audiovisuales de difusión masiva.**

Cabe destacar que el proyecto educativo en cuestión se desarrolló en el liceo "Santiago Key Ayala" durante el lapso: octubre del 87 a enero del 88.

A continuación iniciaremos la descripción del proyecto de enseñanza audiovisual.

## ENFOQUE SOCIOLOGICO DE LA INVESTIGACION EDUCATIVA EXPERIMENTAL

Hemos adoptado las categorías conceptuales de Umberto Eco (1) como son "apocalíptico" e "integrado", en razón de que este binomio conceptual presenta la cualidad metodológica de sintetizar los enfoques medulares que se gestaron en relación a la cultura de masas, durante las décadas del cuarenta al sesenta, en Norteamérica; y, que llegaron a su punto culminante, en los años sesenta, con las posturas divergentes que sobre la cultura de masas sostuvieron Marshall McLuhan y Herbert Marcuse.

Así mismo, estamos conscientes que todo intento metodológico de clasificación nacional no es una proposición absoluta, por lo tanto, no escapa de la revisión y del perfeccionamiento por parte de los analistas.

Siguiendo el norte metodológico conceptual trazado por Eco (2) pasemos a definir: apocalíptico e integrado.

Se entiende por **apocalíptico** a aquella postura aristócrata que censura la cultura de masas. Para los apocalípticos, como McDonald, la **masscult** es considerada en un sentido peyorativo. Es decir, como signo virtual de la aberración cultural que padece nuestra época, y, que deriva precisamente de su principal auspiciador: los siste-

mas de difusión masiva. Merced a esta circunstancia, la masscult tiene como criterio reducir a los objetos culturales, provenientes de la cultura superior y popular, a un código de asimilación estandarizado. Por otra parte, se designa por **Integrado** a aquel enfoque que elogia o ve con optimismo a la cultura de masas. Edward Shills y Daniel Bell encuadran dentro del enfoque integracionista que gira en torno a la Industria Cultural en la sociedad de masas. Ellos opinan que la masa poblacional, insertada en la sociedad capitalista, ha conquistado privilegios que antes eran exclusivos de los centros hegemónicos. La masa poblacional no sólo participa de los beneficios de la sociedad moderna, sino que también posee el derecho de elegir un estilo de vida hasta lo que desea comprar.

**Los Críticos de la Escuela de Frankfurt** encuadran dentro de los enfoques capitales que se generaron en relación a la cultura de masas, durante las décadas del cuarenta al sesenta y, que tuvo como escenario principal los Estados Unidos.

Adorno, Horkheimer, Marcuse, sólo por nombrar a algunos de los miembros de la Escuela de Frankfurt, emigraron a Estados Unidos, en 1940, debido a la sangrienta persecución nazi.

La tesis central de los Críticos de la Escuela de Frankfurt pone en evidencia que, el poder de los económicamente más fuertes "posee y usan" a la Industria Cultural para inducir psicológicamente a las masas en el terreno donde residen sus intereses ideologizantes.

Si bien la Escuela de Frankfurt y los Apocalípticos establecen juicios negativos en relación a la Industria Cultural, ambos enfoques se diferencian entre sí, en la medida en que el primero reconoce que la clase dominante **usa ideológicamente** a la cultura para dar continuidad al dominio de clase, mientras que, el segundo enfoque, desde una óptica aristocrática, permanece miope ante esta problemática.

**Positivismo de McLuhan:** el autor en cuestión sustenta la premisa de que **el medio es el mensaje**. Esto significa que: a) McLuhan minusvalora en el modelo comunicacional del Lasswell (1948), la etapa que corresponde al "dice que" o contenido codificado



por el emisor; b) El medio no es una entidad técnica aislada del receptor, tal como lo manifiesta el paradigma de Lasswell, que considera al canal y al receptor como entidades separadas. Siguiendo a McLuhan el medio sería una extensión antropológica, una prolongación técnica de los medios naturales de expresión del hombre; c) McLuhan al predicar un sentido positivista, optimista, en lo que atañe a la función social de los medios masivos, coincide con la reflexión integracionista de Shills y Bell, en razón de que sostienen una postura apologetica ante la Industria Cultural.

**Utopismo Negativo:** el filósofo y sociólogo alemán Herbert Marcuse subraya la noción de nueva utopía o utopía negativa con el objeto de denunciar el actual orden monolítico que campea en la sociedad cerrada capitalista. La utopía negativa denota, entonces, un proyecto de cambio social que no ha acaecido pero que es susceptible que acaezca. Dicho proyecto de cambio social lógicamente se opone a cualquier tipo de alienación o a cualquier orden monolítico-ideológico que deriva del capitalismo. Así mismo, la utopía negativa se postula como una crítica a la nueva modalidad de control de las conciencias, la cual se lleva a cabo mediante el uso ideológico de los sistemas de difusión masiva.

**Conclusiones:** Antes de definir el enfoque sociológico que en torno a la cultura de masas orientará a la presente investigación, resulta pertinente dejar por sentado que: asumimos el vocablo ideología en su sentido negativo, es decir, como un proceso general de producción de significados e ideas falsas, que están destinadas"... a justificar y preservar —en escalas de ideas— un orden material de desigualdad y explotación..." (3). La presente investigación en relación a la Industria Cultural o "industria de la conciencia" asume el enfoque "utópico negativo" de Herbert Marcuse; haciendo hincapié que este teórico proviene de la postura crítica-marxista-psicológica (freudiana) de la Escuela de Frankfurt. El "utopismo negativo" opera como enfoque sociológico en esta investigación de orden educativo-experimental, sobre los medios audiovisuales de difusión masiva, en virtud de que nos proponemos estimular la percepción activa, y por lo tanto, la conciencia crítica en el educando frente a los mensajes producidos por estos medios.

Por otro lado, nos hacemos eco del "utopismo negativo" porque en ningún momento nos quedamos de brazos cruzados esperando que algún día el Ministerio de Educación tomara partido por la educación audiovisual, a nivel Básico y Diversificado. Así pues, en ningún momento titubeamos en llevar a la praxis la presente investigación, pese a los serios inconvenientes que se suscitaran para que cristalizara dicha empresa educativa en algún liceo del área metropolitana. Ello pone en evidencia que la educación audiovisual no es una quimera, y, que con una acción coordinada entre el Ministerio de Educación y la Escuela de Artes, mención Cine, de la UCV, este proyecto educativo puede llegar a concretarse tarde o temprano a escala nacional.

## **MEDIOS DE COMUNICACION MASIVA: AMBIGÜEDAD Y ENGAÑO**

A manera de preámbulo, el motivo general que gobierna este capítulo consiste en replantear la noción de "medios audiovisuales de comunicación masiva", habida cuenta de que esta noción no es más que una trampa ideológica, que obedece unívocamente a la red de intereses que preconizan las estructuras de poder

Trampa ideológica, en tanto, dichas estructuras pretendan hacernos creer que los

medios audiovisuales de comunicación masiva, desempeñan la digna y loable misión de "comunicar" al servicio del hombre y no al servicio de la alienación del hombre.

Razón por la cual, la "comunicación ideológica" implica no soslayar, en ningún momento, el "¿quién?" (Lasswell, 1948), es decir, que quien usa o posee los medios, tienden en gran escala a cifrar su atención (o, por qué no, su obsesión), en la esfera de lo lucrativo, de lo comerciable, en detrimento de cualquier intento digno que sea en aras del desarrollo cultural, educativo e informativo del hombre como ente interactuante en su contexto social.

### **Teoría de la Comunicación de Pasquali**

Del mismo modo que Marcuse, Adorno, Horkheimer, sólo por nombrar a algunos, Antonio Pasquali sostiene una postura crítica-sociológica en relación a las implicaciones ideológicas de las comunicaciones en la sociedad de masas.

Para A. Pasquali (4) en la dimensión de la teoría de las comunicaciones campea una virtual diferencia entre las nociones: comunicar e informar. En tal sentido, por **comunicar** designa: al proceso bilateral y de intercambio del consaber; es un acto de diálogo, característico y privativo del "zón lógon éjon", vale decir, al animal hablante y dialogante. Por otro lado, Pasquali comprende por **Información** a la emisión de mensajes en forma unidireccional: "... sin la posibilidad de retorno **no-mecánico** (5) entre un polo T y un polo R periférico y puramente aferente..." (6).

En consecuencia, tal como lo podemos entrever, la diferencia fundamental entre el hecho comunicativo e informativo radica que, para el primer caso, corresponde al nivel de la "bidireccionalidad", mientras que para el segundo, se impone el nivel de la "unilateralidad". Además, los dos conceptos tienen en común el factor de lo "no-mecánico". Lo "no-mecánico" determina que el canal "aire" es patrimonio natural del hombre y no de la máquina.

En otro orden de ideas, sin desviarnos de la dimensión sociológica de la Teoría de la Comunicación propuesta por Antonio Pasquali, nos encontramos con la tríada nociónal difusión, divulgación y diseminación. Por **difusión** se designa al proceso de emisión de mensajes "omnibus", es decir, para todo tipo de receptor. Cuando nos referimos al término **divulgación** debemos tener presente que se trata de un fenómeno de transcodificación de lenguajes. Que el emisor en su práctica significativa generativa convierte un mensaje críptico, inaccesible por su alto nivel de unidad cultural, en un mensaje comprensible, accesible a todo tipo de público. Por lo tanto, la divulgación posee la cualidad de ser omnibus. En tercer lugar, debemos entender por **diseminación** al proceso de emisión de mensajes elaborados en códigos o lenguajes especializados y, que a su vez están dirigidos a receptores exclusivos, es decir, a receptores "selectivos y restringidos" (7).

### **¿Medios de comunicación o medios de difusión masiva?**

La característica de la ideología en el contexto de la Industria Cultural, radica en condicionar el pensamiento en concordancia al código de expectativas y de intereses del capitalismo desarrollado. Es por ello que: "La dominación de la era actual ya es imposible con el único recurso de la dominación militar, es necesaria la dominación se-

mántica de los mass-media..." (8).

Esta nueva modalidad de control de las masas desplegado por el capitalismo desarrollado trae a relucir la tesis de la **plusvalía Ideológica**, acuñada por Ludovico Silva (9). De manera que, la plusvalía ideológica designa la forma como el hombre se adhiere inconscientemente a la red de intereses del capitalismo. Hemos llegado al punto en que esta investigación debe ser rigurosa al momento de emplear ciertos términos para no perdernos en ambigüedades de tipo semántico. Es por ello que la noción, **medios de comunicación masiva**, debe ser replanteada. Primero, porque desde el punto de vista técnico, esto es, haciendo abstracción del contexto social que determina el uso ideológico de estos medios, si apelamos, de nuevo, al proceso comunicativo e informativo teorizado por Antonio Pasquali (10) nos daremos cuenta que la codificación de mensajes con o sin posibilidad de retorno **no-mecánico** (11) es patrimonio exclusivo del hombre. De hecho, lo **no mecánico** tiene que ver con el **canal natural**, alre, que inmiscuye a los procesos comunicacionales antes mencionados. Y, segundo, si concordamos en excluir provisionalmente la argumentación teórica de Pasquali, anclaríamos en una trampa ideológica al considerar que los medios de comunicación o medios de información cumplen con la labor social de forjar el desarrollo de los pueblos.

Merced a estas circunstancias, asumimos (entre las múltiples alternativas nocionales que puedan existir) la noción de **difusión** (Pasquali, 1980) para replantear a los medios de comunicación masiva, en virtud de que la noción, en cuestión, no tergiversa el genuino sentido que implica el proceso de comunicar e informar.

Así pues, adoptamos el término de **medios de difusión masiva** para designar a los canales artificiales (canal mecánico) que vehiculan mensajes dotados de ideología, cifrados por los sectores dominantes, y, que, a su vez, están dirigidos a todo tipo de receptor (omnibus).

## **NECESIDAD DE PROMOVER LA PERCEPCION ACTIVA FRENTE A LOS MEDIOS AUDIOVISUALES DE DIFUSION MASIVA.**

En lo que respecta a las investigaciones en el campo de las comunicaciones a nivel nacional, no podemos pasar por desapercibida, la investigación elaborada por Oswaldo Capriles, titulada: Estado y política de comunicación en Venezuela (12).

En este trabajo, sin pretender hacer un análisis exhaustivo del mismo, podemos entrever que O. Capriles se ocupa de desentrañar, en forma sistemática, las implicaciones del poder económico con el sistema de difusión masiva, primero, desde una perspectiva global, esto es, describiendo la ubicación de los medios masivos en la sociedad sacudida por la alienación y, segundo, siendo metodológicamente más pertinente, asienta su análisis de los medios masivos en el contexto capitalista dependiente venezolano.

Así mismo, debemos poner en relieve, que la reflexión crítica llevada a cabo por O. Capriles, en la obra en cuestión, sobre la función de la estructura de poder económico de los medios masivos, está ligado a dos antecedentes teóricos claves, que en orden cronológico son: 1. el enfoque marxista de la Escuela de Frankfurt que como bien sabemos, desde una perspectiva superestructural, se abocó a la interpretación y valoración de los contenidos cifrados por la Industria Cultural y 2. la producción teórica

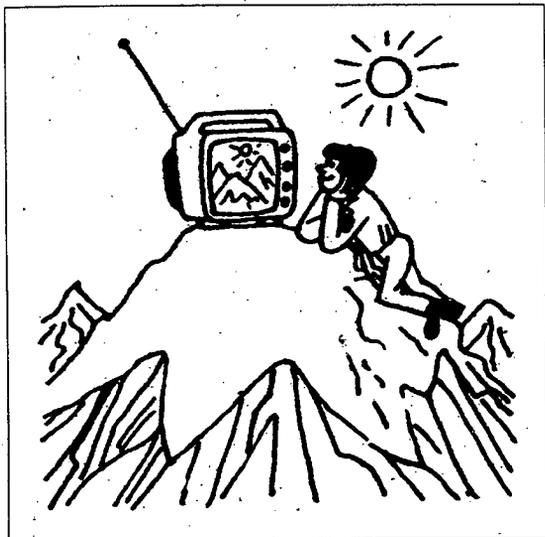
ulterior de I. Schiller, ubicada en las décadas de los sesenta y setenta, y, que desde una perspectiva infraestructural se concentró en reflexionar en torno a los factores económicos que ideológicamente mediatizan las comunicaciones de masas en Norteamérica. Dicho de otra forma: "El punto de partida económico y político de Schiller le permite centrar la cuestión en su verdadero marco de intereses económicos y su combinación con la necesidad de manipulación de cerebros" (13).

Ahora bien, en "Estado y política de comunicación en Venezuela" podemos observar que Capriles, en su planteamiento general destaca: que el poder económico manipula ideológicamente a la Industria Cultural, con el propósito unilateral de reafirmar los valores políticos-culturales de las clases dominantes, que se gestan en el interior del macrosistema social norteamericano, y, que no conforme con este modus operandi, los sectores de poder económico norteamericano impulsan la producción de cultura dominante a escala internacional, para de este modo desencadenar la misma situación de colonización ideológica en los sistemas capitalistas dependientes, sin olvidar que el factor de arraigamiento imperialista, en dichos sistemas, se halla íntimamente ligado a la prioritaria necesidad de supervivencia y crecimiento económico de las multinacionales.

Podríamos multiplicar ejemplos en lo concerniente a la forma en que la metrópoli, o más concretamente, la cultura norteamericana amplifica su control económico-político-cultural, sobre todo en los países subdesarrollados, dependientes, con un bajo nivel educativo y cultural.

Sin embargo, nos detendremos en los medios audiovisuales de difusión masiva, cine y televisión, habida cuenta, de que conforman el planteamiento del problema que sirve de marco central de esta investigación.

Así pues, en lo que respecta a la televisión venezolana, un breve análisis cuantitativo global, nos indica que para el año de 1976: "De las 353 horas semanales de programación televisiva, 213 son de origen extranjero, predominantemente series estadounidenses... Sólo la ABC, una de las tres empresas televisivas norteamericana, tienen intereses en 63 países del mundo, de los cuales 11 son latinoamericanos, incluida Venezuela..." (14).



Así mismo, una investigación más reciente dirigido por Marcelino Bisbal (15) sobre la "Distribución de la programación nacional y extranjera en los canales, 2, 4 y 8, durante seis días del mes de enero y febrero de 1986, arrojaron los resultados siguientes:

Programación nacional: 86 h. 53' 35" (24.8%)

Programación extranjera: 192h. 05' 14" (55.1%)

Ahora bien, si cotejamos ambos porcentajes de programación televisiva, podemos concluir que la distribución extranjera superó en un 31% a la nacional.

Por otro lado, una apreciación sucinta de la política cinematográfica nacional agrega que: "Venezuela exhibe alrededor de 500 películas nuevas al año. De esos filmes más del 50% nos vienen de Estados Unidos..." (16). Una vez más se pone en evidencia la dependencia cultural de Venezuela frente a los Estados Unidos, que la crisis económica actual ha reforzado. Hemos otorgado mayor insistencia a las estadísticas de distribución televisiva por considerar su abismal poder de penetración en las masas. Con ello no pretendemos subestimar el tránsito multinacional que en el orden ideológico-cultural también se suscita en el campo cinematográfico nacional. Sólo basta con apelar a la cartelera cinematográfica que nos proporciona cotidianamente la prensa escrita para apreciar la hegemonía de la cultura norteamericana a través de su contundente flujo de filmes.

Es un hecho: no podemos seguir postergando la urgente necesidad de auspiciar la percepción activa-crítica en el individuo, que día a día se ve asediado por el aluvión de mensajes alienantes cifrados por los medios masivos.

Para promover la percepción activa en una sociedad eminentemente audiovisual como la nuestra, se requiere del concurso del sistema educativo nacional para de esta manera hacer eficaz tal empresa.

Sabemos de antemano que los sectores dominantes son inexorables a cualquier conato de oposición que vaya en detrimento de sus intereses económicos, políticos e ideológicos. En este sentido, sería descabellado pensar, por ejemplo, que un canal de televisión pueda conferir un espacio diario a la educación audiovisual, si la propia institución televisiva es quien, a fin de cuentas, promueve la ideología dominante mediante la publicidad, las telereseries, las telenovelas, etc.

Ahora bien: ¿frente a esta panorámica disonante auspiciado por los medios masivos, qué medidas ha tomado el Ministerio de Educación, en nuestro país?

En relación a este aspecto, el Ministerio de Educación ha diseñado un programa de educación audiovisual para los niveles de cuarto, quinto y sexto año del Ciclo Básico. No obstante, estos programas dejan mucho que desear. A simple vista pudimos apreciar que campea una factual pobreza en relación a sus proposiciones teórico-didácticas. Por ejemplo, no se especifica: ¿qué bibliografía de consulta sirve de base a dichos programas?, ¿cuál es el material de apoyo para el educando?, ¿cuál es el marco teórico que presenta determinado tema?

Así mismo, si exploramos los **Planes de Estudio Vigentes** que datan de 1984 apreciaremos que brillan por su ausencia los programas de educación audiovisual que corresponden a los niveles del Ciclo Básico y Diversificado.

Y si apelamos, en última instancia, a la **Ley Orgánica de Educación** nos daremos cuenta que no se contempla la legalización de un régimen sistemático de formación audiovisual, en los niveles antes mencionados.

En conclusión: la propuesta educativa audiovisual diseñada para el Ciclo Básico permanece archivada en el Ministerio de Educación, mientras que para el Ciclo Básico Diversificado dicha propuesta educativa no está planteada.

La falta de motivación por parte del Ministerio de Educación en lo relativo al campo audiovisual obedece a razones estrictamente ideológicas. Dicho de otro modo: el proyecto ideológico de la clase dominante tiende a acuciar perpetuidad al universo de

valores, representaciones y creencias mediante el uso de sus Aparatos Ideológicos, esto es, medios masivos, educación, religión, etc. Así por un lado tenemos que los medios audiovisuales de difusión masiva operan como promotores ideológicos en el acto perceptivo e interpretativo que establece el receptor sobre el mensaje alienante, por otro lado, el sistema educativo nacional asume una postura tímida, y, por qué no decirlo, ideológica, al mantenerse distante frente al grave problema que representa el uso indebido de los medios audiovisuales. Al respecto, Jesús María Aguirre afirma que: "Las condiciones de producción y consumo de signos de la comunicación alienada aseguran ese imperialismo que determina la orientación dominante de los mensajes masivos..." (17).

Ante el virtual uso ideológico de los medios audiovisuales de difusión masiva y del sistema educativo nacional no podemos quedarnos de brazos cruzados. En tal sentido, la presente investigación, en su segunda parte, se aboca a la tarea de llevar a la práctica, la propuesta de un programa de educación audiovisual, con el objeto de fomentar la lectura activa, y por ende la formación crítica en el educando, frente a los contenidos alienantes cifrados por los medios audiovisuales de difusión masiva.

## **PROPUESTA EDUCATIVA AUDIOVISUAL: ASPECTOS METODOLOGICOS**

1. En esta investigación descartamos trabajar con una secuencia de hipótesis que por su alto grado de complejidad demandaban un reiterado tratamiento experimental. Por consiguiente, la "Propuesta educativa audiovisual" se centró en una hipótesis que, desde el punto de vista científico, encajó perfectamente con el lapso escolar, de cuatro meses, previsto en dicho instituto educativo.
2. La "Propuesta educativa audiovisual" se fundamentó en la hipótesis siguiente: Si sometemos a los educandos del octavo año, de Educación Media, del liceo "Santiago Key Ayala", a un programa sistemático de educación audiovisual, durante el lapso de cuatro meses, incentivaremos en los educandos la percepción activa frente a los mensajes generados por dichos medios.
3. El programa experimental se aplicó a veinte educandos que representaron al grupo experimental, mientras que la otra mitad formó parte del grupo control, el cual no fue objeto de la incidencia del programa, durante el período escolar pautado en la institución educativa.
4. Por otro lado, los educandos del grupo experimental y del grupo control eran de ambos sexos, de un promedio de edad que oscilaba entre los 13 y 18 años; período que: "...se caracteriza por el descubrimiento de los valores de la vida sobre todo de la belleza. El juicio de la obra de arte contiene todavía gran carga afectiva, pero la inteligencia también interviene, sobre todo en los muchachos..." (18).
5. A manera de introducción podemos decir que el programa experimental del curso incluyó los puntos siguientes: (1) las unidades temáticas del programa; (2) las actividades y recursos que integraron el régimen escolar; (3) y el sistema de evaluación aplicado a la muestra de la investigación. El objetivo general del curso experimental consiste en desarrollar en el educando la percepción activa, y, por lo tanto, la conciencia crítica ante el aluvión de mensajes provenientes de los medios audiovisuales

de difusión masiva, que tienden a crear una actitud pasiva en el receptor. Al concluir el curso experimental, los educandos habrán desarrollado la percepción activa frente a la producción de mensajes de los medios audiovisuales de difusión masiva, en razón a los conocimientos adquiridos y comprendidos en los **objetivos específicos** siguientes: 1) Dar a conocer a los educandos los aspectos fundamentales que implican el complejo universo de la comunicación; 2) Dar a conocer a los educandos las nociones básicas del lenguaje audiovisual (cine y televisión); 3) Conducir a los educandos en la práctica de la lectura de los mensajes generados por los medios audiovisuales de difusión masiva.

6. El programa de educación audiovisual, desde el punto de vista formal, comprendió los aspectos a saber: (1) la unidad del programa; (2) la indicación cuantitativa de la sesión; (3) el objetivo específico a impartirse en la sesión; (4) las actividades a cumplir por el docente y el educando; (5) y los recursos utilizados por el docente en dicha sesión. A título de ejemplo, a continuación presentaremos la estructura general del programa audiovisual:

## UNIDAD UNO: EN TORNO A LA COMUNICACION SESION "2"

| OBJ. ESPECIFICO   | CONTENIDO   | ACTIVIDADES   | RECURSOS  |
|---|---|---|---|
| 0. Dar a conocer a los educandos las respuestas del "test 1".   | 1.0 Introducción al Estudio de la Comunicación :                    | 1.0 El docente incentivó a los educandos para que dialogaran sobre cualquier tema.  | - Televisión.<br>- Betamax.   |
| 1. Dar a conocer a los educandos los aspectos fundamentales que implican el complejo universo de la comunicación. | - Concepto de Comunicación.<br>- Fases del proceso de comunicación. | 1.1 El docente aprovechó el diálogo de los educandos para señalar la noción de comunicación y las fases que se suscitan en dicho proceso.<br>1.2 Otro educando dibujó dos figuras humanas e identificó, bajo la orientación del docente, las fases de la comunicación.<br>1.3 El docente presentó el filme Cliente muerto no paga de Karl Reiner.<br>1.4 Se entregó el material de apoyo a los educandos. | - Video-cassette: Cliente muerto no paga (K. Reiner).<br>- Pasquali, Antonio: "Comunicación y cultura de masas", Ed. Monte Avila, 1986. |

7. Los test "1" y "2" evaluaron el nivel cultural de los educandos en lo referente al campo comunicacional y a los medios audiovisuales de difusión masiva. Así mismo, ambos test se aplicaron a la muestra que fue objeto de la experimentación, en la primera y última sesión.

8. El material de apoyo tuvo por virtud: reforzar los conocimientos adquiridos por los

educandos que formaron parte del grupo experimental. Por otro lado, los conceptos y citas transcritos fueron apoyados con ejemplos representativos, con el objeto de facilitar el aprendizaje. A continuación enunciamos el contenido del material de apoyo de cada unidad del programa.

## **MATERIAL DE APOYO**

### **UNIDAD UNO: EN TORNO A LA COMUNICACION. CONTENIDO**

#### **1.0 INTRODUCCION AL ESTUDIO DE LA COMUNICACION**

Concepto de comunicación. Fases del proceso comunicacional. Concepto de código. Concepto de información. Concepto de lenguaje, lengua y habla. Concepto de signo lingüístico. Concepto de imagen. Concepto de símbolo, índice y señal.

### **UNIDAD DOS: EN TORNO AL LENGUAJE AUDIOVISUAL. CONTENIDO**

Sustancia de expresión del lenguaje audiovisual. Diferencias y semejanzas básicas entre el cine y la televisión. Concepto de tema. Concepto de fotograma. Concepto de plano. Tipos de planos. Concepto de encuadre. Angulaciones de cámara. Concepto de paneo. Movimientos de cámara. Concepto de profundidad de campo. Zoom in, Zoom back. Tilt up, tilt down. Concepto básico de montaje. Tipos de montaje atendiendo a la totalidad del filme: lineal, invertido, ideológico, rítmico. Concepto de encaadenado, sobreimpresión y corte.

### **UNIDAD TRES: PRACTICAS DE LECTURA AUDIOVISUAL CONTENIDO**

Función social de la publicidad. A propósito de la teleserie.

9. **Conclusiones:** El programa sobre los medios audiovisuales de difusión masiva presentó un alto índice de receptividad por parte de los educandos del grupo experimental, debido al nivel académico "Bueno" que arrojó el test "2", suministrado al grupo en cuestión.

En este sentido, la hipótesis planteada en la presente investigación se corrobora, en razón de con la ejecución del programa audiovisual se logró incentivar en los educandos del grupo experimental, la percepción activa frente a los mensajes audiovisuales, en un lapso de cuatro meses.

10. **Post-Nota:** Con la sucinta descripción de la plataforma teórica y metodológica de este proyecto educativo no pretendimos otra cosa sino la de orientar y estimular a todos aquellos estudiosos que por alguna razón sienten motivación por la investigación en el área educativa audiovisual. Debemos poner en relieve que con este proyecto estamos determinando y sugiriendo un sendero metodológico que es susceptible a cualquier tipo de modificación, siempre y cuando sea en aras de su perfeccionamiento. Por último, el Ministerio de Educación no puede seguir postergando la urgente necesidad de implementar en forma sistemática la educación audiovisual en todos

los niveles de nuestro régimen escolar. Darle la espalda a la Industrial Cultural significa educar "para" y "con" la alienación.

## NOTAS BIBLIOGRAFICAS

- (1) ECO, Umberto: **Apocalíptico e Integrado ante la cultura de masas**, Barcelona, Ed. Lumen, 1973.
- (2) ECO, Umberto: Op. Cit., p. 11
- (3) AGUIRRE, Jesús María: "Ciencia y conciencia: ideología y utopía" en: **Comunicación N. - 28-29: Alternativas comunicacionales**, Caracas, Ed. Centro Gumilla, Julio-Septiembre, 1980, p. 10.
- (4) PASQUALI, Antonio: "Teoría de la comunicación: Las implicaciones sociológicas entre información y cultura de masas. Definiciones", en : **Comunicación y cultura de masas**, Caracas, Ed. Monte Avila, 1986, pp. 47-105.
- (5) El subrayado es nuestro
- (6) Ibidem. Pág. 53
- (7) PASQUALI, Antonio: Investigación y toma de decisiones en comunicación social: Difusión, Divulgación, Diseminación" en: **Comprender la comunicación**, Caracas, Ed. Monte Avila, 1985, pp.185-205.
- (8) MORAGAS SPA, Miguel de: "Herbert I. Schiller: Contrapunto a la teoría de la comunicación dominante", en **Teorías de la comunicación**, Barcelona, Ed. Gustavo Gili, 1984, p. 85.
- (9) SILVA, Ludovico: **La plusvalía Ideológica**, Caracas, 1984, Ed. UCV 270 p.
- (10) PASQUALI, Antonio: Op. Cit., p. 53.
- (11) El subrayado es nuestro.
- (12) CAPRILES, Oswaldo: **Estado y política de comunicación en Venezuela**. Caracas, Ed. ININCO, 1986.
- (13) MORAGAS SPA, Miguel de: Op. Cit., p. 83
- (14) BRITO, Berta: "Influencia de la cultura norteamericana", en **Los medios de comunicación en Venezuela**, Caracas, Ed. Centro Gumilla, 1984, p. 23.
- (15) BISBAL, Marcelino: "Aculturación de la televisión venezolana", en: **Comunicación N-53: Identidad Agredida**, Caracas, Ed. Centro Gumilla, 1986, p. 56.
- (16) LABRADOR, Epifanio: "Conclusiones" en: **Influencia cultural y social del cine extranjero en Venezuela**, Caracas, Ed. Fundarte, 1982, p. 34.
- (17) AGUIRRE, Jesús María: "Comunicación ideológica y formación crítica de la conciencia de clase: en: **Comunicación Nº 28-29: Alternativas comunicacionales**, Caracas, Ed. Centro Gumilla, 1980, p. 14.
- (18) PETERS, J.M.L.: "Desarrollo intelectual y apreciación estética", en: **La educación cinematográfica**, París, Ed. UNESCO, 1961, p. 83