



Edita: Laboratorio de Tecnologías de la Información y Nuevos Análisis de Comunicación Social

Depósito Legal: TF-135-98 / ISSN: 1138-5820

Año 1º – Director: **Dr. José Manuel de Pablos Coello**, catedrático de Periodismo

Facultad de Ciencias de la Información: Pirámide del Campus de Guajara - [Universidad de La Laguna](http://www.unilaguna.es) 38200 La Laguna (Tenerife, Canarias; España)

Teléfonos: (34) 922 31 72 31 / 41 - Fax: (34) 922 31 72 54

Comunicar en la actualidad más allá de los medios masivos. El receptor, como protagonista

Lic. José Juan Aguilar García ©

Universidad de Valencia, Facultad de Psicología, especialidad Comunicación Social.

El trabajo aquí expuesto es fruto de las investigaciones iniciadas en las cátedras de comunicación alternativa y comunicación y educación de la Universidad Nacional de la Plata, Argentina. En la actualidad, el trabajo se desarrolla en la Universidad de Valencia dentro del proyecto de tesis doctoral y de la investigación teórico-práctica: "La comunicación, herramienta de diagnóstico y actuación social". Esta labor se realiza conjuntamente con Flora Galera Moreno.

* * *

Un grito, una caricia, un discurso de Bill Clinton ante el Senado de Estados Unidos, las imágenes de Charo López llorando al recoger el Premio Goya, un editorial de Pedro Jota Ramírez en su periódico, los versos que nos dedica Cristina Tárrega, estas palabras que a ustedes se dirigen, la mirada del principito cuando encuentra a su oveja, el significado de cúspide, la hora de mi reloj y el color de tus ojos tienen algo en común: comunican.

Sin embargo, desde que Gutenberg descubriera y pusiera en práctica las posibilidades de la imprenta se ha producido una tendencia generalizada a identificar comunicación con aquella proveniente exclusivamente de los medios de masas. Desde hace más de un siglo, los teóricos e investigadores se esfuerzan en elaborar teorías que expliquen cuáles son los efectos de dichos medios, qué papel juega el receptor en este proceso o cómo se produce el flujo de informaciones. Así, hemos asistido al nacimiento y abandono de paradigmas tan famosos como contradictorios como la "teoría de la bala", "la teoría hipodérmica", "el modelo matemático", "el modelo estructuralista", "la espiral del silencio", "la teoría crítica" o los "estudios culturales de la audiencia" (1). En los últimos años, los científicos plantean un cambio de trabajo en el que se sustituyen los métodos cuantitativos por los cualitativos.

Los Mattelart explican esta evolución del sentido de la comunicación con las siguientes palabras: "El siglo XIX, siglo de invención de sistemas teóricos de base de la comunicación y del principio del libre cambio, ha visto nacer nociones fundadoras de una visión de la comunicación como factor de integración de sociedades humanas. La noción de comunicación, centrada primero en la cuestión de las redes físicas y proyectada en el corazón mismo de la ideología del progreso, ha abarcado al final del siglo la gestión de multitudes humanas. El pensamiento de la sociedad como organismo, como conjunto de organismos que cumplen funciones determinadas, inspira las primeras concepciones de una "ciencia de la comunicación" (2).

Ante este dominio de los medios de comunicación masiva, nos olvidamos en la mayoría de los casos, que desde el origen de las culturas, la forma original de la comunicación ha estado basada en la interpersonalidad y el contacto con los otros, el diálogo, la escritura, el silencio, una sonrisa, un gesto. En cada acto cotidiano de nuestras vidas, en cada movimiento, en cada acción, existe un proceso comunicacional. Y, lo que resulta más importante, si se sustrae la comunicación a una

persona, ésta se convierte en un ser indiferenciado y sin capacidad de proyectarse sobre los demás. Sin la capacidad de comunicación, común a todos los individuos, el sujeto se abandona en un estado de alienación.

Partiendo de estos postulados, nace esta investigación que no pretende otra cosa que poder recuperar el sentido original de la comunicación y emplearlo como herramienta de actuación social. Para llevar a cabo este trabajo nos centramos en los métodos e instrumentos de la corriente latinoamericana de la comunicación, especialmente desde las cátedras de comunicación y educación y comunicación alternativa. Ante la inexistencia de dichas cátedras en España, expondremos algunas de las ideas sobre las formas de trabajar de las mismas, a fin de que se pueda entender que nuestras propuestas no son fruto de la enajenación mental sino del trabajo realizado por muchos hombres y mujeres que, a 13.000 kilómetros de distancia, nos enseñan que la principal diferencia de la investigación entre occidente y América Latina es que allá el investigador todavía cree que con su trabajo se podrán cambiar las cosas (3).

La comunicación alternativa, como su nombre indica, plantea otras opciones de emplear la comunicación más allá de las ofrecidas por los mass media (4). Desde una visión más amplia, la comunicación es entendida como proceso integrador del ser humano, capaz de generar estrategias de cambio social. Esta corriente de trabajo aprovecha la comunicación innata de las personas para favorecer la formulación de actuaciones y el desarrollo de iniciativas propias o colectivas.

Su objetivo es generar la construcción y el intercambio de saberes para fomentar la creación de proyectos y soluciones, promover marcos de participación y cooperación, encontrar espacios de reflexión protagónicos, generar ideas, formular mecanismos de transformación de la realidad, desarrollar la actuación personal y crear programas. En definitiva, construir la sociedad.

Como no podía ser de otra manera, una de las claves de esta corriente es el trabajo directo con la sociedad de forma bidireccional y totalmente interactiva. Para ello, se utilizan estrategias como los diagnósticos y capacitaciones comunicacionales que tienen el fin de articular saberes. En esta articulación e intercambio todas las partes aprenden, aprehenden y colaboran, creando espacios de libertad, reflexión y acción. Desde la práctica, la comunicación alternativa permite trabajar con cualquier sector de la población y promover que sean los propios habitantes quienes generen alternativas de futuro.

Estas ideas son llevadas a la práctica por la figura denominada "capacitador comunicacional" o intermediario entre la realidad social y el grupo de trabajo. La peculiaridad del mismo radica en el hecho de que no pretende aislarse en su saber, sino que delega su responsabilidad en el protagonismo compartido con el resto de actores sociales. En este proceso, los actores interactúan cara a cara y la capacidad de multiplicar el saber se convierte en instrumento de trabajo. De este modo, la comunicación se deviene en vínculo y herramienta entre capacitador y capacitado, entre comunicador y comunicante, compartiendo, intercambiando, aprendiendo y enseñando.

Desde esta concepción se optimiza el saber que le da al individuo relacionarse en sociedad para diagnosticar los procesos comunicacionales en realidades y potenciarlos hacia la iniciativa en el desarrollo. La comunicación alternativa es, con esta visión, un proceso que implica: diálogo, empatía, intercambio, educación, participación y transformación. Es una vuelta, un recuperar el espíritu originario de la comunicación. Es alternativa porque lejos de visiones cercadas, abre su mente a todos los elementos comunicadores de la sociedad a través de la práctica social.

En palabras de Carlos A. Valle: "La comunicación alternativa ha procurado centrarse en una función dialógica y participativa, promoviendo la reflexión de la gente sobre su propia realidad; capacitándola para expresarse a través de los medios; proveyendo de un adecuado acceso a la información. Ha insistido en el carácter social de la propiedad de los medios. Ha puesto su acento en la recuperación crítica del saber y de la cultura popular; en reconocer que el pueblo tiene voz y que de lo que se trata es de escucharlo; en constituir al pueblo en sujeto y protagonista de su propia comunicación" (5).

Desde estas posturas, la comunicación se transforma en un proceso educativo y en una construcción de conocimiento mutuo. Y, como señala Fernando Savater, nunca debemos olvidar que: "La educación transmite porque quiere conservar; y quiere conservar porque valora positivamente ciertos comportamientos, ciertas habilidades y ciertos ideales. Nunca es neutral: elige, verifica, y descarta. Intenta favorecer un tipo de hombre frente a otros, un modelo de ciudadanía, de disposición laboral, de maduración psicológica y hasta de salud, que no es el único posible pero que se considera preferible a lo demás" (6).

En este sentido, nuestras propuestas de trabajo tratan de integrar la fuerza y el valor de la educación aprendidos desde la interdisciplinariedad de las investigaciones realizadas en comunicación y educación. La unión de estas dos disciplinas tan complejas trae consigo posibilidades inmensas de trabajo e investigación desde las que poder detectar y actuar realidades

sociales bien distintas. Lo cierto, es que también desde Europa hace más de una década que ciertos sectores de la pedagogía vienen reclamando la unión de ambas ciencias de formas muy variadas y diversas, pero hasta la fecha es muy poco lo que se ha hecho al respecto.

Comunicación / educación significa "un territorio común tejido por un estar en ese lugar con otros, configurados por memorias, por luchas por proyectos. Significan el reconocimiento del otro en la trama del "nosotros". Significa un encuentro y reconstrucción permanente de sentidos, de núcleos arquetípicos, de utopías, transido por un magma que llamamos cultura.

En este sentido, comunicación y educación deben ser comprendidas en las coordenadas de la cultura" (7).

Pero comunicación y educación significa también la "puesta en común" y el "sacar afuera" en la trama de espectacularización, de massmediación, de globalización y de consumo que configura la vida humana de fines del siglo XX. Así, hablar de comunicación y educación es hablar por ejemplo de: la pedagogía de la comunicación, de los medios y la escuela, los medios en la escuela, la tecnología educativa, el análisis semiótico de la educación, la educación para la recepción de los medios y/o la educación y las nuevas tecnologías informacionales.

Desde estas cátedras, Comunicación y Educación y Comunicación Alternativa, conocimos y nos acercamos a investigaciones y métodos de trabajo totalmente desconocidos para nosotros. Todos ellos articulados por la comunicación y el interés de poder de alguna forma, por pequeña que fuera, aportar algo a la sociedad y a la comunidad científica. Así se trabajó en proyectos realizados en la provincia de Buenos Aires como Iapi, 'Asaltar la pared' o 'Talleres de recepción televisiva Infantil'. El primero de ellos tenía como fin la utilización del diagnóstico comunicacional en un barrio del cono urbano bonaerense, para establecer proyectos e iniciativas de la población juvenil y su entorno (paro, delincuencia, sectarismo, drogadicción y contaminación ambiental).

Con el trabajo de comunicadores y jóvenes se logró establecer unas líneas de acción y proyectos de actuación (8). En el segundo caso se trabajó en un proyecto del Senado de la provincia de Buenos Aires, con el fin de incentivar las iniciativas entre los jóvenes de enseñanza secundaria. En él, la comunicación se empleó como herramienta con la que jóvenes pudieran crear proyectos nacidos de su realidad inmediata (9).

En último lugar, nos referimos a los trabajos realizados en centros de enseñanza primaria y jardines de infancia de La Plata. En este caso, el trabajo se encuadra dentro de los estudios de recepción de la audiencia y el objetivo era realizar acopio de información sobre la relación existente entre el niño y la televisión.

Queremos destacar la dinámica de trabajo consiste en "talleres de recepción" (10). Desde estos talleres se favorece la comprensión de la realidad a partir de unos hechos concretos. El desarrollo del taller, eminentemente práctico, permite la bajada de la teoría al campo de la experimentación en un entorno real. El taller no consiste en moldear el comportamiento del aprendiz, sino en ofrecerle las técnicas y medios necesarios, a través de la práctica, que permitan a la persona desarrollar sus propias iniciativas.

Como señalamos anteriormente, estos trabajos tienen en común el hecho de que, con otro tipo de iniciativas, el receptor, jóvenes o los niños, no se hubieran integrado plenamente en el proceso. A la vez, en todos los casos el comunicador era mero intermediario que, en la medida de lo posible, no intervenía ni influía en las decisiones de los receptores. Todos, se convirtieron en procesos educativos o actuaciones pedagógicas que trataron de comunicar, enseñar y aprender de una realidades concretas.

Nuestro objetivo es crear desde España, con sus peculiaridades y realidades sociales, un proyecto marco de trabajo desde el que poder investigar y poner en práctica la comunicación en su sentido originario. Debemos dejar claro que, bajo ningún concepto, pretendemos erigirnos en salvadores de nada ni de nadie, tan sólo creemos que con estas alternativas se pueden encontrar soluciones a muchas realidades complejas y abrir nuevas vías de trabajo en disciplinas muy variadas como la sociología o la enseñanza de los medios de comunicación. Porque consideramos que cuando la comunicación se ciñe a la televisión, a la prensa, a la radio y si estamos de enhorabuena al libro, nos estamos perdiendo muchas otras oportunidades de comunicación que tal vez sean irrepetibles. Por eso, reivindicamos la comunicación más allá del medio, o tecnología, por la que es transmitida.

Porque estamos seguros de que existen otras vías de comunicación y de investigación diferentes. A través del trabajo común en América Latina entendemos que la comunicación es una herramienta capaz de formular proyectos paralela o independientemente de los mass media.

A partir de estas claves, nuestro trabajo se centra en el análisis de otras vías de comunicar infrautilizadas y en muchos casos desconocidas. Esta perspectiva toma al receptor como actor principal y le permite actuar socialmente, educar, diagnosticar, construir, generar, integrar o cambiar factores de su entorno. Es una alternativa a la actualidad, pues facilita el acceso y la técnica excluida por los medios masivos, aunque sin negarlos. La clave está en formular y desarrollar instrumentos que permitan al receptor ser el protagonista del proceso y pueda diagnosticar, priorizar, reconocer alternativas de viabilidad, planificar, gestionar, ejecutar y evaluar los resultados. Empleamos la comunicación como una metodología que permita a los capacitados formular proyectos de estrategias propias para la transformación de la realidad cotidiana.

Desde esta concepción, el rol del comunicador es diferente al que usualmente se caracteriza: Cuando hablamos de comunicación, también hablamos de procesos de transformación, porque creemos que a través de ella podemos aprehender, es decir, apropiarnos verdaderamente de aquello que queremos modificar. Esto es, integramos como educadores-comunicadores en la práctica desde donde se aprehende la realidad; y sin negarla, comenzar un proceso de diálogo que lleve a reconocernos como sujetos capaces de transformarla.

Igualmente, tratamos de diseñar un método de trabajo que nos permita cubrir los objetivos. Ya que, como señala Martín Barbero: "Un método no es sólo una herramienta para abordar un objeto problema, es también un punto de vista sobre el objeto que impide o posibilita que algo sea considerado problema" (11). De la misma forma, la metodología se debe dirigir hacia unos procedimientos que permitan optimizar esta capacidad de comunicar (12).

En cuanto a los instrumentos de trabajo destaca el uso del llamado diagnóstico social. "Diagnóstico es una mirada atenta sobre la realidad a fin de reconocer los síntomas (expresiones significativas o relevantes) que allí se manifiestan, dando a cada uno de ellos una valoración adecuada en su contexto y su proceso histórico, para determinar como conclusión los problemas, riquezas o potencialidades de una determinada situación" (13). Este elemento se constituye en representación de los factores influyentes de la realidad nos ofrece una primera visión del problema a actuar.

Por lo tanto, "diagnosticar la comunicación implica entender los síntomas como signos que expresan, ponen de manifiesto, el modo como se seguirá produciendo la comunicación en un ámbito específico (institución, comunidad, grupo, asociación), que hemos elegido como objeto de preocupación" (14).

Para lograrlo, junto al diagnóstico social emplearemos el diagnóstico comunicacional. Diagnosticar a través de la comunicación significa entender los procesos comunicacionales de la sociedad para potenciarlos hacia iniciativas. Es partir de una perspectiva y una realidad comunicacional para, partiendo de la reflexión, llegar a un proyecto. El diagnóstico comunicacional conlleva una planificación, unas tendencias y unas líneas de acción para la actuación y modificación del futuro. Podemos entender este diagnóstico desde la pasividad o la participación.

"Llamamos diagnóstico pasivos a los practicados por un grupo de especialistas, de manera tal que la gente (sea parte de una organización o de una comunidad en general) es tomada como objeto de análisis, todo se hace desde fuera de ella, alguien recoge los datos que le pertenecen, los evalúa, saca conclusiones sin su participación" (15). Por contra, en un diagnóstico participativo (sea de una institución o de una comunidad en general) la propia persona como individuo capacitado reconoce su situación, selecciona problemas, se organiza para buscar datos, analiza estos últimos, saca conclusiones, ejerce en todo momento su poder de decisión, está al tanto de lo que hacen los demás, ofrece su esfuerzo y su experiencia para llevar a acabo una labor común. Para una mayor implicación del grupo optaremos en la medida de lo posible por un diagnóstico participativo que asegure la integración del equipo de resultados y una desviación menor con respecto a los objetivos.

Como ejemplo práctico de lo dicho hasta ahora expondremos el proyecto "Capacitación comunicacional y educativa en recepción televisiva infantil" (16). Este trabajo se realiza actualmente en un centro de enseñanza primaria de Montcada, Valencia. La práctica se desarrolla básicamente con los alumnos de 4 curso de ESO, enseñanza obligatoria.

El trabajo parte de la situación actual de dominio de los medios de comunicación, en especial de la televisión. Planteamos que este medio se ha convertido en la actualidad en un elemento de socialización de los más pequeños. Partiendo de esta realidad, la presente investigación nace de la necesidad de integrar lo que el niño ve y aprende de la pantalla televisiva con el resto de estancias en las que se forma y desarrolla como persona. Dejando a un lado las caducas posturas apocalípticas e integradas sobre los medios de comunicación, esta investigación pretende acercarse al proceso televisivo desde la educación y la capacitación para la recepción apropiada de los medios de comunicación. Entendemos que el proceso de recepción televisiva es mucho más amplio que el de mera exposición a la pantalla y que en él intervienen de forma más o menos directa, la familia, la escuela y la televisión. La familia, puesto que es el entorno en el que se suele producir la

recepción de los contenidos televisivos; la escuela, como lugar de aprendizaje e integrador de saberes, y la televisión, en su responsabilidad ante la audiencia como transmisora de determinados valores y normas de comportamiento.

Pero, el presente trabajo no quiere quedarse en el análisis de la oferta televisiva y en su recepción por parte del público infantil. La segunda parte de este trabajo consiste en aprovechar todo lo aprendido de la recepción para utilizarlo como material de reflexión y de actuación ante las realidades concretas. De un lado, habrá que enseñar a los niños a ser críticos con la pantalla y, sobre todo, a desconectar el televisor cuando no interesa lo que se ve (17).

En resumen, pretendemos analizar el proceso televisivo en su conjunto. Partiendo de la audiencia, pasando por la recepción y su integración con el resto de esferas (familia y escuela) y terminando en la elaboración de estrategias que permitan integrar de forma crítica y productiva los contenidos lanzados desde los medios de comunicación.

Para lograrlo creemos necesario desarrollar al máximo las técnicas de la recepción y la capacitación de una forma dialéctica y de manera que se permita a los actores del proceso aprender por sí mismo, creándoles la capacidad y la necesidad de reflexión más que ofreciéndoles la solución sin más.

Bajo estos postulados el principal, y también el más difícil, objetivo que plantea el trabajo es promover marcos de reflexión, trabajo, elaboración y ejecución de proyectos, tendiendo a la formación integral del niño como receptor de los medios de comunicación y copartícipe / corresponsable de la transformación de la realidad. No menos importante resulta conocer la visión infantil de la televisión, la posibilidad de educar en la capacidad de discriminación ante la oferta televisiva de los alumnos, poder capacitar en diagnóstico comunicacional y producción de mensajes propios para diseñar e implementar estrategias de comunicación, la integración de los docentes a la educación televisiva, o poder acrecentar el papel de actor social y comunicacional del niño.

A la hora de poner en práctica la tarea investigadora, como se ha señalado antes, el trabajo se articula en dos etapas claramente diferenciadas como son la recepción y la posterior capacitación. Así, en un primer momento realizamos la etapa de recepción. Esta consiste en el análisis que los chicos realizan de los contenidos televisivos que reciben. En este sentido, analizamos la recepción infantil desde una vertiente dialéctica de la educación para la recepción. Entendiendo ésta como "la lectura crítica de los medios, asociada con experiencias de entidades que trabajan desde la comunidad" (18). Igualmente, las condiciones de recepción televisiva son analizadas como un proceso de producción, circulación y reproducción de sentido, de tal forma que el acto de ver televisión conlleva múltiples mediaciones (19).

La metodología a seguir tiene en cuenta no ya los medios de comunicación sino la función mediática de estos medios, es decir, las relaciones que las personas establecen entre ellas. De esta forma, la metodología de la lectura dialéctica de los medios permite que las personas aprendan partiendo de sus propias percepciones de la comunicación, y no de las lecciones transmitidas por expertos en el tema. Al hablar de condiciones de recepción, esta metodología toma en cuenta el lugar socio-cultural de los miembros del grupo que hacen la lectura crítica. A la hora de desarrollar la metodología se trata de condicionar las respuestas de los niños, lo mínimo posible. De esta forma, se trata de promover una actitud reflexiva ante los mensajes recibidos y estimular la expresión cultural de los jóvenes.

En un segundo momento, una vez obtenida toda la información necesaria sobre la televisión, se procede a la segunda fase: la capacitación. Entendemos la capacitación como un proceso educativo.

Un proceso educativo va más allá de ser un problema de comunicación, es también un problema pedagógico; de hecho, no basta comunicar utilizando palabras e imágenes, sino enseñar a dominar una operación práctica que en lo posible se torne en un hábito permanente. La opción pedagógica es escuchar a la gente, discutir las causas y los problemas y partir con un grupo en busca de la comprensión de principios y líneas de acción necesarias para resolver el problema. El protagonismo de este tipo de proyectos es compartido y negociado con los actores sociales involucrados en la gestión y sobre todo con los destinatarios del mismo. De esta forma, capacitar es "abandonarse" a uno mismo para ofrecer medios al resto de las personas. El promotor o capacitador es un articulador que facilita el proceso de búsqueda para conceptualizar, acompañando y participando en el proceso de construcción del conocimiento. No enseña el resultado, ofrece los medios para llegar a él.

Capacitar es enseñar comunicación. Enseñar comunicación para potenciar la característica intrínseca al ser humano de capacitar y por lo tanto de resolver los problemas propios dentro de su rol (20).

Antes de concluir este apartado consideramos necesario manifestar que con este tipo de trabajos no pretendemos establecer grandes teorías o poder dar una cuantificación exacta de qué es lo que la televisión hace con los chicos o viceversa. En cualquier caso, creemos que trabajos de esta clase pueden ser una excelente forma de bajar a la realidad los estudios de

despacho. Pueden acusarse de falta de rigurosidad o de cientifismo, pero consideramos que su utilidad compensa estas posibles carencias. Muy especialmente si tenemos en cuenta que el acopio de información se hace con el fin no de la estadística ni de la numeración, sino de establecer un proceso de retroalimentación con el receptor. Creemos que sólo desde el conocimiento y la comprensión se puede proceder a la actuación.

Por último, queremos dejar para la reflexión nuestras diez utopías, porque como dijo Simón Bolívar: "Nada hay más práctico que una utopía". Así que vayan por delante las nuestras:

1. Las universidades españolas podrían impartir la licenciatura en Comunicación Social, con lo que ello conlleva de reflexión y crítica sobre el trabajo de los comunicadores. No estaría de más que aparte de enseñarnos a maquetar en un periódico, hacer un "spot" de televisión o manejar una cámara de cine, aprendiéramos a utilizar la comunicación.
2. La creación de cátedras o estudios sobre comunicación y educación y comunicación alternativa.
3. Que occidente deje de mirarse al ombligo, abra los ojos hacia el resto del mundo y entienda que tienen mucho que ofrecer.
4. Al hablar de comunicación pensemos en "comunicación" y no en medios de masas.
5. Que la comunicación se convierta en materia de estudio e investigación en otras especialidades. Así, abogados, políticos o economistas sabrán tratar y relacionarse con los medios.
6. Que se haga del inconformismo una constante en la educación y la superación de los problemas.
7. Que en este país se ayude moral y económicamente a la investigación.
8. Que uno pueda vivir de la investigación antes de llegar a los 50 y no se presuponga que juventud es equivalente a locura transitoria.
9. Que llegue el día en el que podamos vivir de los proyectos alternativos de la comunicación.
10. No haberles aburrido mucho con esta exposición escrita desde la experiencia directa y como tal de forma subjetiva y en ocasiones emotiva.

Notas

- (1) Estas teorías se recogen en la obra de Wolf, M. (1987) 'La investigación de la comunicación de masas, crítica y perspectivas'. Edita Paidós Comunicación, Barcelona.
- (2) Mattelart, A. y Mattelart, M. (1997) 'Historia de las teorías de la comunicación'. Edita Paidós Comunicación, Barcelona.
- (3) Así lo afirma el investigador mexicano Guillermo Orozco Gómez.
- (4) Debe quedar claro que esta corriente no pretende negar o eliminar a los mass media. Simplemente muestra otras opciones y, cuando cree útil emplear estos medios masivos, lo hace.
- (5) Valle, C. (1994) "Hacer memoria para hacer futuro". En La aldea Babel, Medios de Comunicación y Relaciones Norte-Sur. Edita Intermón, Deriva Editorial, Barcelona.
- (6) Savater, F. (1997) El valor de educar. Edita Círculo de Lectores, Madrid.
- (7) Huergo, J. (1997) Comunicación/Educación. Ámbito, prácticas y perspectivas. Edita Universidad Nacional de La Plata, Facultad de Periodismo y Comunicación Social.
- (8) Las fases seguidas fueron: aproximación a la realidad social, el diagnóstico, las tendencias y las acciones a llevar a cabo.
- (9) Este trabajo trató de implicar y concienciar a todas las partes de la necesidad de actuar ante ciertas realidades. Para ello, en distintas fases, se capacitó tanto a los alumnos como a los docentes de los centros.
- (10) Estos estudios son práctica habitual desde hace años en América Latina y se han desarrollado especialmente en países como Chile o México y en menor medida en Argentina.

- (11) Martín Barbero, J. (1987) De los medios a las mediaciones, Comunicación cultural y hegemónica. Edita Gustavo Gili S.A de C.V, México
- (12) En este sentido, entendemos las condiciones metodológicas como aquellos elementos estructurales a la investigación que nos permiten adentrarnos la metodología optimizando los resultados de las sesiones.
- (13) Uranga W. Moreno L. Villamayor C, (1993) Diagnóstico y planificación de la comunicación. Ediciones La Crujía. Buenos Aires. Argentina.
- (14) Op. cit.
- (15) Prieto Castillo (1996) en "A saltar la pared". Proyecto explicativo de capacitaciones comunicacionales en escuelas medias. Edita Honorable Senado de la provincia de Buenos Aires. Argentina. La Plata.
- (16) Este proyecto recibió una ayuda a la investigación 1997/98 del Instituto de Cultura Juan Gil Albert de Alicante.
- (17) En ningún momento se pretende sesgar la imaginación del niño, sino ayudarle a distinguir en lo que es real y ficción en la televisión.
- (18) Oliveira Soares, Debate sobre proyectos de educación para a comunicación en América Latina, entrevista de Hartmann. A. En Dia-logos, Lima, N° 37
- (19) Se entiende como mediación el lugar donde se otorga sentido al proceso de la comunicación. Este proceso se da bajo circunstancias, determinadas por la cultura, pero también, por factores de índole social, histórico, político y económico. Martín Barbero (1987) Op cit.
- (20) Actualmente, el proyecto está terminando la fase de recepción. A lo largo de los próximos meses se procederá a la capacitación de alumnos, padres y docentes del centro.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS:

Aguilar García, José Juan (1998): Comunicar en la actualidad más allá de los medios masivos. El receptor, como protagonista. Revista Latina de Comunicación Social, 5. Recuperado el x de xxxx de 200x de: <http://www.ull.es/publicaciones/latina/a/99s3aguilar.val.htm>