

## **Programa del seminario doctoral: "Tele-audiencias, tele-videncias y tele-pedagogías"**

**Dr. Guillermo Orozco**

### **1. Descripción general**

Este Seminario está dirigido a los estudiantes de los programas de posgrado de los Departamentos de Comunicación Audiovisual, Publicidad y Relaciones Públicas y Periodismo y Ciencias de la Comunicación de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad Autónoma de Barcelona y constituye la oferta docente central de la Cátedra UNESCO de Comunicación Social para el periodo febrero - junio 2001.

El Seminario se centra en el ámbito de la investigación e intervención pedagógico-política de las interacciones que despliegan las audiencias, con y a partir de la televisión, en el contexto mediático del siglo XXI, caracterizado especialmente por dos grandes tendencias de "masmediación" y de "audienciación" de las sociedades contemporáneas, y a la vez por un emergente movimiento de organización y participación ciudadana de las audiencias frente a los medios y en especial frente a la televisión.

Este Seminario asume que la investigación de la televisión, sus audiencias y sus múltiples interacciones constituye hoy un ámbito de exploración estratégico y productivo para entender no sólo el sentido de la producción comunicativa y cultural en relación a este medio, sino también, mucho del sentido que producen los sujetos sociales en sus interacciones más allá de la televisión y los demás medios.

Con estas coordenadas, el Seminario pretende ser un foro de discusión y análisis de diversas perspectivas teórico-metodológicas para el estudio de las audiencias y sus procesos de tele-videncia, así como de diseño y aplicación de estrategias de intervención pedagógico-políticas y de producción y experimentación de materiales y dispositivos para llevarlas a cabo.

Al terminar este Seminario, los participantes serán capaces de:

- a) utilizar coherentemente una metodología integrativa y productiva de investigación,
- b) diseñar estrategias analítico-pedagógicas para segmentos específicos de audiencia, y
- c) producir materiales pertinentes para realizar exitosamente intervenciones informadas, tanto en los procesos de tele-videncia, como en los procesos más amplios de organización y participación de las audiencias en relación a la transformación de la televisión y, eventualmente, de las interacciones sociales.

El Seminario enfatizará la perspectiva cualitativa en investigación de la televisión y sus audiencias y la Pedagogía Crítica y la Educación para los Medios para el diseño de las estrategias de intervención pedagógico-política.

### **2. Objetivo general**

Ofrecer una perspectiva analítico-crítico-propositiva, lo más integral

posible, para entender, investigar e intervenir procesos de tele-videncia, que faciliten la reconstitución de las audiencias y su tránsito de meros espectadores a interlocutores de, y participantes en, la televisión, la sociedad y la cultura.

### **3. Objetivos específicos**

a) Desarrollar en los participantes una visión crítica e informada sobre la televisión, las audiencias y sus interacciones múltiples.

b) Familiarizar a los participantes con la perspectiva cualitativa de investigación de los procesos comunicativos, su racionalidad integrativa y con algunos de sus principales métodos y técnicas de exploración.

c) Familiarizar a los participantes en el conocimiento, análisis y diseño de diferentes propuestas de intervención pedagógica de las interacciones mediáticas dentro de los campos de estudio de la Pedagogía Crítica y la Educación para los Medios.

d) Desarrollar en los participantes los conocimientos y habilidades mínimos para proponer y realizar desde la academia estrategias de organización de las audiencias, tendientes a su involucramiento y participación activa, en y a partir de sus interacciones con la televisión.

### **4. Organización**

Para realizar estos objetivos, el Seminario supone para cada una de sus sesiones la lectura previa de aproximadamente 100 páginas de los autores más relevantes en la temática específica de cada sesión. Las sesiones incluyen tanto una exposición del profesor, como una discusión activa e informada de las lecturas por parte de todos los participantes. Algunas sesiones se programarán como taller, en los cuales por subgrupos, los participantes puedan realizar tareas o productos concretos en las que apliquen conocimientos adquiridos.

Para facilitar el avance del Seminario, el grupo de estudiantes se dividirá en "comunidades de interpretación" con el objeto de propiciar un ambiente de aprendizaje más acompañado y consensado, que permita una interlocución sistemática de pares y una apropiación más fructífera de los temas abordados, que redunde en el mejoramiento de las tareas y resultados.

A la mitad del Seminario, los participantes escribirán un ensayo, así como al finalizar el curso. Las especificaciones sobre estos productos se fijarán durante el Seminario mismo. Asimismo, durante el Seminario se asignarán otras lecturas con el objeto de ampliar y profundizar aspectos de interés particular de los participantes en relación con la temática central del Seminario.

### **5. Evaluación**

Para la evaluación individual en este Seminario, se tomará en cuenta la participación activa e informada en las discusiones de cada sesión, los resultados de las prácticas y producciones, producto de las sesiones taller, y la calidad y relevancia de los ensayos. Se espera que por lo menos uno de ellos tenga una calidad de "publicable".

Las sesiones se organizan en tres grandes partes:

- a) Investigación de las audiencias y de sus procesos de tele-videncia,
- b) Análisis y diseño de estrategias de educación de las audiencias, y
- c) Análisis y diseño de estrategias de participación y organización de las audiencias en, frente a, y a partir de la televisión.

Estas partes están distribuidas a lo largo de 14 semanas, con una carga horaria de 6 horas semanales, divididas en dos sesiones de seminario de 3 horas cada una.

## **6. Programa por semanas**

### Primera parte

Semana 1. Introducción. Orozco, 1997.

Lectura (para próxima sesión): "Masmediación y Audienciación". Castells, 1998.

Semana 2. "Visiones de las audiencias"

Lectura (para próxima sesión): Ang, 1991. Lull, 1995.

Semana 3. "Visiones de la TV".

Lectura (para próxima sesión): M.Barbero y Rey, 2000; Orozco, 1996c.

Semana 4. "Perspectivas de la tele-videncia".

Lectura (para próxima sesión): Jensen y Rosengren, 1990; Jensen, 1987.

Semana 5. "Semiótica social de la TV".

Lectura (para próxima sesión): Jensen, 1995. Silverstone, 1994.

Semana 6. "Paradigmas relevantes"; "Perspectiva cualitativa en la investigación de la TV"

Lectura (para próxima sesión): Orozco, 1996a.; Jensen y Jankowski, 1993.

Semama 7. "Múltiple Mediación".

Lectura (para próxima sesión): Orozco, 1996b; Laverde y Reguillo, 1998; Buckingham, 2000.

### Segunda parte

Semana 8. "Articulación pedagógica de las mediaciones".

Lectura (para próxima sesión): Fuenzalida, 1997; Orozco, 1996b; Alfaro y Macassi, 1995.

Semana 9. "Pedagogía de la representación".

Lectura (para próxima sesión): Giroux, 1995; Varios, 1997.

Semana 10. "Pedagogía Multicultural".

Lectura (para próxima sesión): McLaren, 1998.; Freire, 1999.

Semana 11. "Perspectivas de Educación para los medios".

Lectura (para próxima sesión): Varios: Journal of Communication, 1998, 48:1.; Levitas, 1990.

### Tercera parte

Semana 12. "Experiencias de Educación de las audiencias".

Lectura (para próxima sesión): Huergo, 1997.; Orozco, 1998a y 1998b.; Bromley y Apple, 1998.

Semana 13. "Experiencias de organización y participación de las audiencias".

Lectura (para próxima sesión): Orozco, 1996b.; McLaren, 1995.

Semana 14. Conclusiones y evaluación del Seminario.

## 7. Bibliografía

ALFARO, R.M. Y MACASSI, S. SEDUCIDOS POR LA TELE. Huellas de la Tv en Padres y Niños. Editorial Calandria, Lima, Perú, 1995.

ANG, I. DESPERATING SEEKING THE AUDIENCE. HOW TV AUDIENCEHOOD IS KNOWN. Routledge, Londres, 1991.

BROMLEY, H. y M. APPLE. EDUCATION, TECHNOLOGY, POWER. Educational Computing as a Social Practice. State University of New York Press, SUNY, Estados Unidos, 1998.

BUCKINGHAM, D. THE MAKING OF CITIZENS. YOUNG PEOPLE, NEWS AND POLITICS. Routledge, Londres, 2000.

CASTELLS, M. LA ERA DE LA INFORMACIÓN. ECONOMÍA, SOCIEDAD Y CULTURA, Tomo 3. Siglo XXI, México, 1999.

DUNCAN, B. TELEMEDIUM. The Journal of Media Literacy. Número Especial. Vol. 46., No. 1, Estados Unidos, 2000.

FORD, A. LA MARCA DE LA BESTIA. Editorial Norma, Buenos Aires, Argentina, 1999.

FREIRE, P. PEDAGOGÍA DE LA ESPERANZA. (Cuarta edición) Siglo XXI, México, 1999.

FUENZALIDA, V. TELEVISIÓN Y CULTURA COTIDIANA. La influencia social de la Tv percibida desde la cultura de la audiencia. Corporación de Promoción Universitaria (CPU), Santiago de Chile, 1997.

HUERGO, J. COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN. Ambitos, Prácticas y

Perspectivas. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional de la Plata, Argentina, 1997.

JENSEN, K. "Qualitative Audience Research: Toward an Integrative Approach to Reception". Revista: CRITICAL STUDIES IN MASS COMMUNICATION, Vol.4. No. 1, Sage. Estados Unidos. Pp. 21-36.

NEWS OF THE WORLD. World Cultures Look at Television News. Routledge, Londres, 1998.

LA SEMIÓTICA SOCIAL DE LA COMUNICACIÓN DE MASAS. Bosch Comunicación, Barcelona, España, 1995.

JENSEN Y ROSENGREN. "Five Traditions in Search of the Audience". EUROPEAN JOURNAL OF COMMUNICATION. Vol. 5. No. 2-3, Sage. Junio 1990, pp. 207-238.

JENSEN Y JANKOWSKY. METODOLOGÍAS CUALITATIVAS DE INVESTIGACIÓN EN COMUNICACIÓN DE MASAS. Bosch Comunicación, Barcelona, España, 1993.

JOURNAL OF COMMUNICATION, "Media Literacy Symposium". Vol. 48, No. 1, Sage, estados Unidos, 1998.

LAVERDE, C. y R. REGUILLO (COMPS.), MAPAS NOCTURNOS. DIÁLOGOS CON LA OBRA DE J.M.BARBERO, Universidad Central, Bogotá, Colombia, 1998.

LEVITAS, R. THE CONCEPT OF UTOPIA. Syracuse University Press, Estados Unidos, 1990.

LULL, J. MEDIOS, COMUNICACIÓN, CULTURA. Aproximación Global. Amorrortu Editores, Buenos Aires, Argentina, 1995.

MARTIN-BARBERO, J. "Heredando el Futuro. Pensar la comunicación desde la educación. Revista NOMADAS No. 5. Universidad Central, Bogotá, Colombia. Pp. 10-22.

MARTIN-BARBERO, J. y G. REY. LOS EJERCICIOS DEL VER. Hegemonía audiovisual y ficción televisiva. Gedisa, España, 1999.

McLAREN, P. CRITICAL PEDAGOGY AND PREDATORY CULTURE. Routledge, Londres, 1995.

MULTICULTURALISMO REVOLUCIONARIO. Siglo XXI, México, 1998.

MORLEY, D. TELEVISIÓN, AUDIENCIAS Y ESTUDIOS CULTURALES. Amorrortu Editores, Buenos Aires, Argentina, 1992.

OROZCO, G.G. LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DESDE LA PERSPECTIVA CUALITATIVA. Universidad Nacional de la Plata, Argentina-

IMDEC, México, 1996a.

TELEVISIÓN Y AUDIENCIAS, UN ENFOQUE CUALITATIVO. Ediciones de la Torre, Madrid, 1996b.

(Coord.): MIRADAS LATINOAMERICANAS A LA TELEVISIÓN. PROIICOM, Universidad Iberoamericana, México, 1996c.

LA INVESTIGACIÓN DE LA COMUNICACIÓN DENTRO Y FUERA DE AMÉRICA LATINA. Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad Nacional e la Plata, Argentina, 1997.

EL MAESTRO FRENTE A LA INFLUENCIA EDUCATIVA DE LA TELEVISIÓN. Guía del Maestro de Educación Básica, Vol. 1. Fundación SNTE para la Cultura del Maestro Mexicano, México, 1998a.

LA TELEVISIÓN ENTRA AL AULA. Guía del Maestro de Educación Básica, Vol. 2. Fundación SNTE para la Cultura del Maestro Mexicano. México, 1998b.

SILVERSTONE, R. TELEVISIÓN Y VIDA COTIDIANA. Amorrortu, Editores, Buenos Aires, Argentina, 1994.

VARIOS, (Castells, Flecha, Freire, Giroux, Macedo, Willis). NUEVAS PERSPECTIVAS CRÍTICAS EN EDUCACIÓN. Paidós Educador, No. 116. Barcelona, 1997.

### **Bibliografía adicional**

BUCKINGHAM, D. AFTER THE DEATH OF CHILDHOOD. Growing up in the Age of Electronic Media. Polity Press, Gran Bretaña, 2000.

FISKE, J. : POWER PLAYS, POWER WORKS. Verso Editores, Londres, 1993.

GILLESPIE, M.: TELEVISION, ETHNICITY AND CULTURAL CHANGE. Routledge, Londres, 1995.

GRIMSON, A. y M. VARELA: AUDIENCIAS, CULTURA Y PODER. Estudios sobre Televisión. Eudeba, Universidad de Buenos Aires, Argentina, 1999.

GUTIERREZ, F. y D. PRIETO CASTILLO.: LA MEDIACIÓN PEDAGÓGICA. Apuntes para una Educación a Distancia Alternativa. Colección RNTC, No. 1, San José, Costa Rica, 1991.

HAZEN, D. y J. WINOKUR: WE THE MEDIA. A Citizen's Guide to Fighting for Media Democracy. The New Press, New York, Estados Unidos, 1997.

JACKS, N. QUERÊNCIA. CULTURA REGIONAL COMO MEDIAÇÃO SIMBÓLICA. Un estudio de recepción. Editora da Universidade.

Universidade Federal de Rio Grande do Sul., Porto Alegre, Brasil, 1999.

LOPEZ, M. LOS NIÑOS CUENTAN. Ministerio de Comunicaciones, Dirección de Comunicación Social, Bogotá, Colombia, 1997.

OROZCO, G.G. "Educación, Medios de Difusión y Gneración de Conocimiento. Hacia una pedagogía crítica de la representación". Revista NÓMADAS. No. 5, Universidad Central, Bogotá Colombia, 1997. P. 23-31.

"Hacia una pedagogía de la televiencia". Revista COMUNICACIÓN Y SOCIEDAD. No. 32. DECS, Universidad de Guadalajara, México, 1998.

(Coord.): LO VIEJO Y LO NUEVO. INVESTIGAR LA COMUNICACIÓN EN EL SIGLO XXI. Ediciones de la Torre, Madrid, España, 2000 (En prensa).

QUIROZ, M.T.: TODAS LAS VOCES. Comunicación y Educación en el Perú. Universidad de Lima, Peru, 1993.

SILBERMAN, S. y L. RAMOS: MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y VIOLENCIA. Fondo de Cultura Económica, CP 556. México, 1998.

SAINTOUT, F. LOS ESTUDIOS DE RECEPCION EN AMERICA LATINA. Ediciones de Periodismo y Comunicación. Universidad Nacional de la Plata, Argentina, 1998.

FLORESCANO, R. y J, MOLINA: TELEVISIÓN Y NIÑOS. Corporación de Promoción Universitaria (CPU), Santiago de Chile, 1999.