

Datos Generales

Proyecto	PRODUCCIÓN DE CONTENIDOS AUDIOVISUALES PARA LA COSNTRUCCIÓN DE TEJIDO SOCIAL DESDE LA ETNOEDUCACIÓN		
Estado	INACTIVO		
Semillero	UNIAUTONOMA		
Área del Proyecto	Ciencias Sociales	Subárea del Proyecto	Comunicación
Tipo de Proyecto	Proyecto de Investigación	Subtipo de Proyecto	Propuesta de Investigación
Grado	pregrado	Programa Académico	Comunicación Social y periodismo
Email	semilleros@uac.edu.co	Teléfono	3671247

Información específica

Introducción

Los medios masivos de comunicación generan muchos cambios en la forma de pensar de los seres humanos. La radio y la televisión son una herramienta de formación de una masa colectiva que crean ideologías, miedos y gustos en el cerebro de un colombiano consumidor de información. Muchos medios privados en Colombia construyen un estereotipo de colombiano que ha olvidado la riqueza de oralidad cultural que existen en muchas partes del país y daña la lingüística de las regiones. Las industrias culturales deben de ser una de los principales moderadores de la reconstrucción del tejido social, deben de fomentar al uso activo de todas esas diversidades de idiomas indígenas que tiene el territorio Colombiano.

Planteamiento

Colombia es un país con una riqueza cultural muy amplia que se ha olvidado y ocultado debido a la centralización de la información de los medios masivos. Las nuevas generaciones están siendo educadas por las industrias culturales creando un perfil foráneo que limita su pensamiento crítico y corta el interés del aprendizaje de las diversidades de idiomas nativos. Los medios masivos pueden ser usando como una herramienta para dar conocer esas lenguas olvidadas, ser la base de recuperación de estas poblaciones vulnerables y fomentar el tejido social. Si una empresa de comunicaciones que llegue al mercado y brinda un espacio de descubrimiento e aprendizaje colectivo que construya ciudadanos críticos. Logrando así romper los estereotipos sembrados por algunas industrias culturales que ha dañado la identidad cultural de muchos receptores de información masiva. Hoy en día existen antecedentes claves en cuanto a la participación de medios alternativos en el plano social y cultural, que con sus aportes han contribuido al desarrollo y cambio de pensamiento de una comunidad, como es el caso de la Escuela Audiovisual Infantil (EAI) de Belén de los Andaquíes, un pueblo del Caquetá al sur de Colombia, una zona muy estigmatizada por la guerra. Para Clemencia Rodríguez (2014), en estas comunidades “los medios son utilizados para enfocar una parte de la vida que nadie más puede enfocar pero que está allí”; en otras palabras, construir un medio comunitario que permite la expresión de sus actores sociales, que resulta ser los niños del pueblo quienes cuentan sus historias a través del lente desde su realidad.

Objetivo General

Objetivo General - Fomentar la construcción del tejido social a través de la mediación de contenidos audiovisuales en lenguas nativas.

Objetivos Específicos

Objetivos Específicos - Identificar lenguas nativas posibles de ser revaloradas a través de propuestas narrativas mediáticas. - Propiciar la producción de narraciones propias, con respecto al manejo de equipos y narrativas mediáticas con los participantes. - Crear contenidos audiovisuales con corte etnoeducativo para la valoración de las lenguas nativas que permita la glocalización cultural de esa población.

Referente

Coronell (2010.p. 81) dice “Los medios ya no velan por los intereses de la sociedad, su esencia se ha desdibujado tanto con las transformaciones económicas emprendidas, que ahora son veedores de los intereses de los grupos mediáticos donde se encuentran integrados” Las industrias culturales son generadoras de una masa funcionalista que es creada para beneficia a las organizaciones asociadas con los medios, evitan que las personas piensen su actividades libremente y crear una sociedad homogenizada. Las lenguas nativas del país se ha ido perdiendo debido a la falta de interés de la sociedad indígena y originaria de la historia colombiana. De igual forma, Eco, dice que “la cultura por entero debería estudiarse como un fenómeno de comunicación basado en sistemas de significación” (1975,p.44). Existen más de 10 lenguas nativas en Colombia, muchas lenguas que no son comprendidos por el ciudadano común. Los colombianos nos estamos perdiendo de cantidades de códigos lingüísticos que rodean nuestras tierra debido a la pérdida de interés creada por las masas contrala por las industrias culturales. El tratamiento de la información usando como canal trasmisión del mensaje las artes se ha convertido en una gran estrategia para que llegue el discurso a la audiencia. Pero que mensaje que se está trasmitiendo al mundo es una neblina que beneficia al país. Omar Rincon (2006.p.45) lo manifiesta“.... Estamos más entretenidos, pero también más vacios de conciencia política” y Hellman (2010:p.721) lo sustenta “La emancipación del ser social ha llevado a las empresas a observar de cerca las características socioeconómicas y culturales diferenciales entre los ciudadanos consumidores, quienes ahora imponen sus criterios de decisión en el consumo Las masas se crean debido a la parrilla de programaciones que ofrecen las industrias culturales. La audiencia ve y escucha lo que las programadoras ofrecen diariamente al mercado, Renunciando a sus historias originales y borrando de su interés la gran variedad de conocimientos y pensamiento creativo de esas personas amigas de la naturaleza. Desde este punto de Gumucio, teórico de la comunicación para el cambio social, la comunicación para el desarrollo hacía énfasis en una tecnología apropiada, que pudiera ser asumida por el campesino, y planteaba además la necesidad de establecer flujos de “intercambio de conocimientos” y de información entre las comunidades rurales y los técnicos expertos institucionales, en lugar de asumir que la solución es una “transferencia” unidireccional de conocimientos (2001). Con la formación en medios y TIC relacionada con la etnoeducación (Artunduaga 1997), se quiere que a través de los relatos audiovisuales propios se logre libertad en las propuestas estéticas y cosmológicas, aterrizando todos los discursos de producción audiovisual a su cultura y sociedad, brindándoles de esta manera una herramienta apropiada y de acuerdo a su entorno.En este orden de ideas, se busca entrelazar la cultura con el medio, respetando una visión de vida y dándole valor a sus experiencias cotidianas desde las costumbres, tradiciones y rasgos demográficos que estos presentan para que expongan a través del relato audiovisual su esencia.

Metodología

La investigación se realizará en un medio comunitario (Radio o Televisión) del departamento del Atlántico o la región Caribe que tenga posibilidades de producción en legua nativa. Se realizarán producciones mediáticas inviten a un aprendizaje del idioma nativo de la zona donde se inicie el proyecto. Por medio de actividades culturales y de alfabetización audiovisual se motivará la participación del público y se crearán espacios donde exista un aprendizaje colectivo. Esta propuesta radial o televisiva, beneficiaría esos niños y jóvenes que se encuentran en esos rincones de la región Caribe o Colombia a fomentar la recuperación de esa cultura olvidas y a punto de desaparecer debido a la destrucción del tejido social. Se mostrará un contenido pedagógico en el programa de TV o radio que haga que la audiencia participe durante la emisión. Se crear eventos externo enfocados al tema principal que es aprendizaje de la lengua nativa que domine el lugar estudiado. Los talleres serán enfocados a las artes. (Cine club, taller de pinturas, galería, concurso de cuentos, fotografía y muestra audiovisuales). Se trabajará con el paradigma crítico social que promueve la participación. La técnica de recolección de datos se realizará por medio de talleres y técnicas etnográficas.

Resultados Esperados

Los resultados esperando con este proyecto investigación se mostraría con formación a través de los talleres. Se pretende terminar con validación de la comunidad del proceso y verificación de impacto a corto plazo, además de contribuir con el fortalecimiento de las comunidades con los productos audiovisuales obtenidos. Al final se tendrían datos de las lenguas nativas de la región y de sus posibilidades de narración desde las mediaciones audiovisuales que aportarían al área de estudio desde lo teórico.

Conclusiones

Aportar a la identidad cultura con ayuda de los medios masivos a través de mediaciones se puede convertir es una gran opción para aportar al tejido social de una población. La comunicación es una de principales estrategias que puede generar un cambio social, logrando así impulsar de la etnoeducación. Por un pequeño espacio al aire o un contenido audiovisual pueden contribuir también a la apropiación social del conocimiento.

Bibliografía

9. BIBLIOGRAFIA: Artunduaga, L. (1997). La etnoeducación: una dimensión de trabajo para la educación en comunidades indígenas de Colombia. Recuperado el 05 de JUNIO de 2014, de <http://www.rieoei.org/oeivirt/rie13a02.htm> Coronell, Humberto. (2010). Artículo: Industrias Culturales: Alta concentración mediática en Colombia en Revista Encuentro Vol. 8 No. 15. Barranquilla. Ed. Uniautonoma. Eco, U (1975) Tratamiento de semiótica general. Barcelona:Lumen. Gumucio, Alfonso (2001). Comunicación para el cambio social. Clave del desarrollo participativo. Recuperado Abril 10 de 2015. <http://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2454/1728> Hellmann, Kai-Uwe (2010). El consumo como cultura: una perspectiva teórica sistémica. Estudios Sociológicos. Mexico. Ed. El Colegio de Mexico. Infante Bofinglio, José María; Ceballos de la Rosa, María de los Angeles; Charles Lara, Laura I.; Benavides Martinez, Benigno; Reboloso Gallardo, Roberto. Hacia la sociedad del conocimiento. (2007) Mexico.Trillas. RODRIGUEZ, C. (2009). DE LOS MEDIOS ALTERNATIVOS A LOS MEDIOS CIUDADANOS. Recuperado el 5 de Abril de 2015, de <http://aprendeenlinea.udea.edu.co/revistas/index.php/folios/article/viewFile/6416/5898> Rincón, Omar. (2006) Narrativas mediáticas. Barcelona. Editorial Gedisa.

Integrantes

iActualmente no existen integrantes para este proyecto!

Instituciones

NIT	Institución
8901025729	UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DEL CARIBE