

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS
SUPERIORES DE MONTERREY**
CAMPUS MONTERREY
DIVISION HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES



DISEÑO, IMPLEMENTACION Y EVALUACION DE ESTRATEGIAS
DIDACTICAS DE EDUCACION MEDIATICA EN NIÑOS DE
QUINTO Y SEXTO AÑOS DE PRIMARIA EN DOS ESCUELAS
PUBLICAS DE MONTERREY, NUEVO LEON, MEXICO

TESIS

PRESENTADA COMO REQUISITO PARCIAL PARA
OBTENER EL GRADO ACADEMICO DE:
MAESTRA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

POR:

ISIS CAMPOS MARTINEZ

MONTERREY, N. L.

MAYO 2011

**INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY
CAMPUS MONTERREY**

DIVISIÓN DE HUMANIDADES Y CIENCIAS SOCIALES



**TECNOLÓGICO
DE MONTERREY.®**

**DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS DE
EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN NIÑOS DE QUINTO Y SEXTO AÑOS DE PRIMARIA
EN DOS ESCUELAS PÚBLICAS DE MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO**

TESIS

**PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

PRESENTA: ISIS CAMPOS MARTÍNEZ

ASESOR: JOSÉ-CARLOS LOZANO RENDÓN

MONTERREY, NUEVO LEÓN

MAYO, 2011

**DISEÑO, IMPLEMENTACIÓN Y EVALUACIÓN DE ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS DE
EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN NIÑOS DE QUINTO Y SEXTO AÑOS DE PRIMARIA
EN DOS ESCUELAS PÚBLICAS DE MONTERREY, NUEVO LEÓN, MÉXICO**

TESIS

PRESENTADA COMO REQUISITO PARA OBTENER EL GRADO ACADÉMICO DE
MAESTRA EN CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN

PRESENTA: ISIS CAMPOS MARTÍNEZ

ASESOR: JOSÉ-CARLOS LOZANO RENDÓN

MONTERREY, NUEVO LEÓN

MAYO, 2011

DEDICO ESTA TESIS A MIS AMADOS PADRES

A ELLA, GRACIELA MARTÍNEZ: MAMÁ 'ETITA

A ÉL, PALADIO CAMPOS : PAPÁ 'ÁLA

A ELLOS POR SER EJEMPLO DE AMOR

RESPECTO, PACIENCIA Y HUMILDAD.

A USTEDES, QUE SON MI ORGULLO,

MI FUERZA, LA LUZ, TODA MI PAZ.

A AMBOS, POR ENSEÑARME

EL SIGNIFICADO Y

EL VALOR

DE

DECIR

.

G

R

A

C

I

A

S

.

GRACIAS PADRES POR EXISTIR , Y GRACIAS POR DARME LA DICHA Y

FELICIDAD DE TENER A LA MEJOR HERMANA QUE LA VIDA PUDO DARME

DEDICO ESTA TESIS A MIS AMADOS PADRES

AGRADECIMIENTOS

Christoph: Te agradezco a ti, mi amor, por tu apoyo incondicional.

Al pequeño Alex

A mi hermanita, Sedna

A Gerry

A la señora Inge, el maestro Félix, Isolde, Kiky, Andrés y Ari.

A todos mis alumnitos que hicieron posible esta investigación, a los profesores y a sus directivos.

Al profesor David Buckingham y a la doctora Elise Seip Tonnessen por todas sus enseñanzas y apoyo.

A mis amigos Martha, Vero, Rosita, Lucero, Heda, Blanca, Branko, Tichy, Aleyda, Carlita, Raúl, Yedid, Luisito, Amaparo, Óscar, Brenda, Verito, Juan Luis, Fabiola, Sandra y Paco.

A los doctores José Carlos Lozano, Francisco Martínez, Alma Elena Gutiérrez, Claudia Lerma y Omar Hernández.

A mis abuelitos

A mi tío Carlos

A mis primos adorados.

A mi madrina Juve

A la Coqueta

A Honoré de Balzac

A Calderón de la Barca

A los sueños

A la vida porque me quiere mucho.

ÍNDICE DE CONTENIDO

RESUMEN	8
INTRODUCCIÓN	9
ANTECEDENTES	11
PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA	14
OBJETIVO GENERAL	15
OBJETIVOS ESPECÍFICOS	15
JUSTIFICACIÓN	16
MARCO TEÓRICO	17
I. FUNDAMENTOS	17
II. LAS ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	33
III. DEFINIENDO LAS ESTRATEGIAS EN EL AULA DE ACUERDO AL MODELO DE DAVID BUCKINGHAM	41
METODOLOGÍA	51
ENFOQUE METODOLÓGICO	51
1. FASE EXPLORATORIA	51
2. FASE DE IMPLEMENTACIÓN (PILOTEO DE PROPUESTAS)	53
3. FASE DESCRIPTIVA	55
RESULTADOS	56
DIMENSIONES INSTITUCIONALES Y PEDAGÓGICAS	56
ESTRATEGIAS DIDÁCTICAS	60
RUMBO AL ESTRELLATO	60
UNA MISMA HISTORIA, CONTADA AL REVÉS	64
EFECTOS POSITIVOS VS NEGATIVOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN	68
TODO DEPENDE DEL CRISTAL CON QUE SE MIRA	71
UN ROSTRO UN MENSAJE/ ¿QUÉ REALIDAD HAY DETRÁS DE ESA FOTOGRAFÍA QUE SÓLO DEJA VER UN ROSTRO?	74
CARTA AL EDITOR	77
CAZADORES DE FANTASMAS:	83
EL ABC DEL INTERNET & NIÑOS ONLINE	85
CREANDO CON MOVIE MAKER	88
CREANDO UN CÓMIC	89
VAMOS A COMPARTIR CON OTROS NIÑOS DEL MUNDO ¡LA NIÑEZ MEXICANA EN RADIJOJO!	91
DEBATES	94

AUTOEVALUACIÓN: EVALUACIÓN DEL DISFRUTE, CREATIVIDAD Y AUTONOMÍA CRÍTICA DEL ALUMNO	101
CONCLUSIONES	109
FORMACIÓN CÍVICA Y ÉTICA: AUTONOMÍA CRÍTICA, CREATIVIDAD Y DISFRUTE EN LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS	109
<i>EL DERECHO DE LAS AUDIENCIAS</i>	114
DIMENSIONES INSTITUCIONALES Y PEDAGÓGICAS	117
ANEXOS	121
REFERENCIAS	134
VITA	137

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

FIGURA 1: EVOLUCIÓN A LA EXPOSICIÓN DE LA TELEVISIÓN POR RANGO DE EDAD.....	19
TABLA 1: LOS 20 GÉNEROS DE PROGRAMAS USADOS EN EL SISTEMA DE RATINGS DE MÉXICO POR EL IBOPE	20
TABLA 2: VEINTE PROGRAMAS Y EMISIONES CON EL MÁS ALTO NIVEL DE RATING ENTRE NIÑAS Y NIÑOS, 1999-2005	24
TABLA3: ESTRUCTURA DE LA EDUCACIÓN BÁSICA EN MÉXICO.....	34
FIGURA 2: MATERIAS PARA LA EDUCACIÓN PRIMARIA EN MÉXICO	37
FIGURAS 3 Y 4: ALUMNOS DE QUINTO Y SEXTO AÑOS ESCOJIENDO EL ORDEN DE LAS FOTOGRAFÍAS.....	66
FIGURAS 5 Y 6	67
FIGURAS 7 -12: FOTOGRAFÍAS REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES DE QUINTO Y SEXTO AÑOS.....	75
FIGURA 13: REPORTAJE: ACTÚAN NIÑOS POR LA PAZ	78
FIGURA 14: CARTAS AL EDITOR PUBLICADAS EN EL REPORTAJE "OPINAN SOBRE LA INSEGURIDAD"	82
FIGURA 15: PLATAFORMA DE MÉXICO EN RADIIJOJO	94

AUTOEVALUACIÓN: EVALUACIÓN DEL DISFRUTE, CREATIVIDAD Y AUTONOMÍA CRÍTICA DEL ALUMNO	101
CONCLUSIONES	109
FORMACIÓN CÍVICA Y ÉTICA: AUTONOMÍA CRÍTICA, CREATIVIDAD Y DISFRUTE EN LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS	109
<i>EL DERECHO DE LAS AUDIENCIAS</i>	114
DIMENSIONES INSTITUCIONALES Y PEDAGÓGICAS	117
ANEXOS	121
REFERENCIAS	134
VITA	137

INDICE DE TABLAS Y FIGURAS

FIGURA 1: EVOLUCIÓN A LA EXPOSICIÓN DE LA TELEVISIÓN POR RANGO DE EDAD.....	19
TABLA 1: LOS 20 GÉNEROS DE PROGRAMAS USADOS EN EL SISTEMA DE RATINGS DE MÉXICO POR EL IBOPE	20
TABLA 2: VEINTE PROGRAMAS Y EMISIONES CON EL MÁS ALTO NIVEL DE RATING ENTRE NIÑAS Y NIÑOS, 1999-2005	24
TABLA3: ESTRUCTURA DE LA EDUCACIÓN BÁSICA EN MÉXICO.....	34
FIGURA 2: MATERIAS PARA LA EDUCACIÓN PRIMARIA EN MÉXICO	37
FIGURAS 3 Y 4: ALUMNOS DE QUINTO Y SEXTO AÑOS ESCOJIENDO EL ORDEN DE LAS FOTOGRAFÍAS.....	66
FIGURAS 5 Y 6	67
FIGURAS 7 -12: FOTOGRAFÍAS REALIZADAS POR LOS ESTUDIANTES DE QUINTO Y SEXTO AÑOS.....	75
FIGURA 13: REPORTAJE: ACTÚAN NIÑOS POR LA PAZ	78
FIGURA 14: CARTAS AL EDITOR PUBLICADAS EN EL REPORTAJE "OPINAN SOBRE LA INSEGURIDAD"	82
FIGURA 15: PLATAFORMA DE MÉXICO EN RADIIJOJO	94

RESUMEN

La presente investigación versa sobre educación mediática en México, entendiendo a esta última como el “proceso de enseñar y aprender acerca de los medios de comunicación, que implica necesariamente <<leer>> y <<escribir>> los medios y que propone desarrollar tanto la comprensión crítica como la participación activa del alumno” (Buckingham, 2003, p. 21). En el actual sistema educativo mexicano existe una necesidad de formular y replantear las competencias académicas de las nuevas exigencias del individuo en su formación. Por ello es importante generar un modelo claro de estrategias didácticas sobre educación en medios y una teoría coherente sobre el aprendizaje de ésta en los niños que contemple los elementos más importantes en materia de comunicación: desde comenzar con el emisor y aproximarse al mensaje, hasta encontrarse con el receptor (las audiencias) y hacer frente con el contexto que rodea a un determinado producto mediático.

El objetivo de la tesis es diseñar, implementar y evaluar estrategias didácticas de Educación Mediática en grupos de quinto y sexto grado de dos escuelas primarias de Monterrey, Nuevo León, que contemplen los estatutos y lineamientos propuestos por la SEP y que puedan proponerse para su posible adopción en la materia de Formación Cívica y Ética de escuelas primarias públicas mexicanas .

Para llevar a efecto dicha propuesta, se utilizarán como base las investigaciones de David Buckingham que han formulado el planteamiento teórico de un nuevo paradigma en la alfabetización de medios, sin dejar de lado a otros

teóricos que también han aportado valiosos materiales sobre las aplicaciones prácticas de educación mediática en el aula.

INTRODUCCIÓN

Diversos estudios han encontrado que los niños ven televisión un promedio de 28 horas a la semana, mucho más que en los últimos ocho años (Livingstone, 2004; Mistry, Minkowvitz, Strobino y Borzekowski, 2007; Nielsen Media Research, 2010). Por su parte, el contexto de la era digital está forjando día a día nuevas generaciones de individuos que conviven de forma ubicua e inevitable con avances tecnológicos antes jamás pensados. De esta manera, la experiencia cotidiana de la niñez con los medios de comunicación está siendo fundamentalmente transformada.

Se sostiene a menudo que los medios han sustituido actualmente a la familia, a la Iglesia y a la escuela como principal fuente de influencia socializadora en la sociedad contemporánea (Buckingham, 2003). Tales estructuras, que sustentan la base del desarrollo cognitivo del niño como resultado de una interacción entre sus capacidades innatas y la información que recibe del medio que lo rodea (Piaget, 1932), comienzan a ser reemplazadas por un nuevo origen que construye activamente en los niños su manera particular de conocer el mundo.

En el plano educativo, dicha situación se torna relevante no sólo por la desorbitante cantidad de tiempo a la que están expuestos, sino por esta construcción de entendimiento sobre su entorno (Craggs, 1992). Y es que una nueva realidad requiere, sin duda, una nueva educación. Sin embargo, aunque continuamente se ha reconocido la importancia de proyectos sobre educación mediática (Aguaded, 1999; Aparici, 1996; Bazalgette, 1991; Buckingham, 2003;

teóricos que también han aportado valiosos materiales sobre las aplicaciones prácticas de educación mediática en el aula.

INTRODUCCIÓN

Diversos estudios han encontrado que los niños ven televisión un promedio de 28 horas a la semana, mucho más que en los últimos ocho años (Livingstone, 2004; Mistry, Minkowvitz, Strobino y Borzekowski, 2007; Nielsen Media Research, 2010). Por su parte, el contexto de la era digital está forjando día a día nuevas generaciones de individuos que conviven de forma ubicua e inevitable con avances tecnológicos antes jamás pensados. De esta manera, la experiencia cotidiana de la niñez con los medios de comunicación está siendo fundamentalmente transformada.

Se sostiene a menudo que los medios han sustituido actualmente a la familia, a la Iglesia y a la escuela como principal fuente de influencia socializadora en la sociedad contemporánea (Buckingham, 2003). Tales estructuras, que sustentan la base del desarrollo cognitivo del niño como resultado de una interacción entre sus capacidades innatas y la información que recibe del medio que lo rodea (Piaget, 1932), comienzan a ser reemplazadas por un nuevo origen que construye activamente en los niños su manera particular de conocer el mundo.

En el plano educativo, dicha situación se torna relevante no sólo por la desorbitante cantidad de tiempo a la que están expuestos, sino por esta construcción de entendimiento sobre su entorno (Craggs, 1992). Y es que una nueva realidad requiere, sin duda, una nueva educación. Sin embargo, aunque continuamente se ha reconocido la importancia de proyectos sobre educación mediática (Aguaded, 1999; Aparici, 1996; Bazalgette, 1991; Buckingham, 2003;

Charles y Orozco, 1990; Craggs, 1992; Masterman, 1980, 1985), éstos se han caracterizado por un ininterrumpido debate acerca de sus objetivos fundamentales y sus métodos.

Al respecto, se ha propuesto en muchos casos el establecimiento de currículos en los planes de estudios de educación básica sobre alfabetización mediática, esta última descrita por David Buckingham (2003) como “el proceso de enseñar y aprender acerca de los medios de comunicación, que implica necesariamente <<leer>> y <<escribir>> los medios y que propone desarrollar tanto la comprensión crítica como la participación activa del alumno” (p. 21). La base metodológica de la cual parte Buckingham, a diferencia de otros investigadores, sugiere que la educación mediática no debe ser contemplada como una forma de *protección*, sino como una forma de *preparación*.

Pero, ¿es realmente necesario educar para un proceso de alfabetización mediática?, ¿por qué?, ¿qué valor agregado adquiere un alumno que esté *preparado para “leer” (decodificar) y “escribir en” (convertirse en emisor) los medios?* Es imprescindible que la mejor manera de formar a niños y adolescentes en este nuevo modo de comunicación sea, precisamente, enseñarles a manejar su lenguaje, a leerlo, a escribirlo. Según Neil Postman (1982) la concepción moderna de la infancia es una construcción de los medios impresos. Ahora, con la apertura televisiva y la interactividad digital, no se le exige al niño el largo proceso de aprender la escritura de esos primeros mecanismos impresos; ya no es necesario. Tanto en la televisión como en Internet, el único eje catalizador es la voluntad del usuario, sus propios intereses, y del proceso de deconstrucción de los textos dependerá su capacidad sobre qué, cómo, cuándo, dónde y por qué decodifica dicha información.

No hay que olvidar, sin embargo, que tanto en la literatura, el teatro, la televisión, el cine y demás medios, el único texto en realidad, es aquél que el receptor (lector) decide interpretar. Es por esta razón que un sistema de alfabetización será necesario no para guiar dicho proceso de lectura, sino para proporcionar las herramientas suficientes que faciliten este desarrollo, forjando, reforzando o incrementando en el alumno competencias tanto críticas como creativas, pero sin olvidar el rol de disfrute que juegan en la infancia los diversos medios de comunicación masivos.

ANTECEDENTES

Ante los anteriores cuestionamientos, la UNESCO ha buscado impulsar y proponer una educación en medios adaptada a los diferentes contextos culturales, dirigidos prioritariamente a las nuevas generaciones, con el objetivo de concretar una definición para hacerla operativa. Así, la educación en medios se planteó como una actividad en la cual se enseña y se aprende *sobre* los medios, más que *a través* de los medios; implica un análisis crítico y producción creativa que puede y debe llevarse a cabo en espacios formales e informales de educación. Debe, asimismo, promover el sentido de responsabilidad social, así como la autorrealización del individuo (UNESCO, 2002). Se concluyó la necesidad de la formulación de un currículum en educación en medios formal y no formal y en el 2004 se llevó a cabo un proyecto que tenía por objetivo construir un marco de referencia para la discusión sobre <<un currículum de educación en medios iberoamericanos>>, donde participaron tres organismos diferentes: la Universidad Pontificia Católica de Chile, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Secretaría de Educación Pública del gobierno de México (Castillo y Gastaldi, 2005).

No hay que olvidar, sin embargo, que tanto en la literatura, el teatro, la televisión, el cine y demás medios, el único texto en realidad, es aquél que el receptor (lector) decide interpretar. Es por esta razón que un sistema de alfabetización será necesario no para guiar dicho proceso de lectura, sino para proporcionar las herramientas suficientes que faciliten este desarrollo, forjando, reforzando o incrementando en el alumno competencias tanto críticas como creativas, pero sin olvidar el rol de disfrute que juegan en la infancia los diversos medios de comunicación masivos.

ANTECEDENTES

Ante los anteriores cuestionamientos, la UNESCO ha buscado impulsar y proponer una educación en medios adaptada a los diferentes contextos culturales, dirigidos prioritariamente a las nuevas generaciones, con el objetivo de concretar una definición para hacerla operativa. Así, la educación en medios se planteó como una actividad en la cual se enseña y se aprende *sobre* los medios, más que *a través* de los medios; implica un análisis crítico y producción creativa que puede y debe llevarse a cabo en espacios formales e informales de educación. Debe, asimismo, promover el sentido de responsabilidad social, así como la autorrealización del individuo (UNESCO, 2002). Se concluyó la necesidad de la formulación de un currículum en educación en medios formal y no formal y en el 2004 se llevó a cabo un proyecto que tenía por objetivo construir un marco de referencia para la discusión sobre <<un currículum de educación en medios iberoamericanos>>, donde participaron tres organismos diferentes: la Universidad Pontificia Católica de Chile, la Universidad Autónoma de Barcelona y la Secretaría de Educación Pública del gobierno de México (Castillo y Gastaldi, 2005).

Éste es probablemente el primer intento e interés de la SEP en México por integrar en sus planes de estudio nacionales un currículo sobre educación mediática, mismo que cinco años después de su formulación, no se ha visto concretado. Pero esto es poco sorprendente cuando , el 13 de noviembre de 2010 el Secretario de Educación Pública, Alonso Lujambio, reconoció que reformar el sistema educativo mexicano es de por sí bastante complejo. No obstante, el Plan de Estudios para Educación Básica 2009 (Etapa de prueba) postula que los retos de la primaria se centran en:

elevar la calidad y en incorporar al currículo y a las actividades cotidianas: la renovación de los contenidos de aprendizaje y nuevas estrategias didácticas, el enfoque intercultural, el uso de las tecnologías de la información y la comunicación como apoyo para la enseñanza y el aprendizaje; el aprendizaje de una lengua materna, sea lengua indígena o español, y una lengua adicional (indígena, español o inglés) como asignatura de orden estatal; la renovación de la asignatura Educación Cívica por Formación Cívica y Ética, y la innovación de la gestión educativa. (p. 33)

Dentro de tales objetivos y después de renovar la asignatura de Educación Cívica por Formación Cívica y Ética, la SEP integra en argumento de esta última materia el subtítulo "*Los estudiantes, la familia y los medios de comunicación*" y justifica su importancia dentro de la asignatura de la siguiente manera:

Los medios generan formas de mirar el mundo al introducir lenguajes, conceptos y modelos de vida que influyen en las relaciones entre las personas. En ocasiones, los ejemplos que proporcionan entran en contradicción con experiencias de diálogo, la convivencia respetuosa y

solidaria. El desafío de la escuela es educar para que las alumnas y los alumnos se acerquen críticamente a la información que los medios de comunicación les presentan y aprendan a servirse de ellos para conocer otras perspectivas y participar en asuntos de relevancia social. (p. 234)

Sin embargo, es de llamar la atención que, acto seguido, este punto se deja prácticamente en el olvido al no figurar en la organización del contenido de dicha asignatura: no se explicita cómo estructurará el docente esta nueva integración o qué estrategias tendrá que aprender para desarrollar dichas competencias; tampoco se vuelve a mencionar dentro de las cinco unidades temáticas que se proponen para la asignatura. Si acaso se retoma a la tecnología de la información como recurso didáctico, que puede ser explotado para mejorar el aprendizaje en los alumnos, recordando versiones como *Enciclomedia*.

Esta contradicción de asegurar que existe un área de oportunidad educativa, pero sin justificación ni sustentación práctica, simplemente sugiere la existencia de una brecha cada vez mayor entre los mundos extraescolares de los niños y los objetivos básicos de muchos sistemas educativos. En todo caso, si el desarrollo de nuevos medios de comunicación ha supuesto una nueva visión del mundo en los niños, entonces no hay duda que debe cambiar la manera de utilizar el lenguaje y, por lo tanto, las formas tradicionales de alfabetizar no son ya las adecuadas (Buckingham, 2003).

La educación mediática es una línea de investigación que tiene antecedentes importantes en países como Inglaterra, Estados Unidos, Australia y Canadá. Inglaterra comenzó a introducir la enseñanza del cine en la educación mediática en los años treinta y para los sesenta organizó, con la ayuda de las investigaciones

realizadas por British Film Institute, un cuerpo teórico que establecía las bases para el diseño de un currículo sobre enseñanza de los medios (Buckingham, 2003). En la actualidad cuenta con un currículum con aspectos específicos sobre los medios de comunicación dentro de sus planes de estudios para la educación primaria y secundaria.

A principios de los setenta se inicia en Estados Unidos los primeros intentos por el desarrollo de este tipo de investigaciones, y no es hasta la gestión de Clinton cuando se pone en práctica un currículo experimental sobre medios de comunicación en escuelas primarias del estado de Nuevo México. Australia y Canadá han desarrollado también currículos obligatorios para la enseñanza de los medios y los profesores reciben una formación específica en este campo. La Guía para la Enseñanza de los Medios realizada por el Ministerio de Educación y la Association for Media Literacy (AML) de Toronto ha sido un material inestimable para la conformación de un cuerpo teórico y práctico dentro del mundo anglosajón (Aparici, 1996).

Lo mismo sucede en España, donde los alumnos de secundaria, por ejemplo, pueden escoger entre asignaturas optativas las materia de Procesos de Comunicación, Imagen y Expresión o Comunicación Audiovisual. En latinoamérica, por otra parte, se han desarrollado algunos programas en el campo de la educación no formal en países como Brasil, Chile, Colombia, Argentina y Costa Rica, pero ninguno de ellos ha llegado a un término obligatorio en la educación formal.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con tales antecedentes, es indispensable invertir en investigación que formule y replantee las competencias académicas de las nuevas necesidades del

realizadas por British Film Institute, un cuerpo teórico que establecía las bases para el diseño de un currículo sobre enseñanza de los medios (Buckingham, 2003). En la actualidad cuenta con un currículum con aspectos específicos sobre los medios de comunicación dentro de sus planes de estudios para la educación primaria y secundaria.

A principios de los setenta se inicia en Estados Unidos los primeros intentos por el desarrollo de este tipo de investigaciones, y no es hasta la gestión de Clinton cuando se pone en práctica un currículo experimental sobre medios de comunicación en escuelas primarias del estado de Nuevo México. Australia y Canadá han desarrollado también currículos obligatorios para la enseñanza de los medios y los profesores reciben una formación específica en este campo. La Guía para la Enseñanza de los Medios realizada por el Ministerio de Educación y la Association for Media Literacy (AML) de Toronto ha sido un material inestimable para la conformación de un cuerpo teórico y práctico dentro del mundo anglosajón (Aparici, 1996).

Lo mismo sucede en España, donde los alumnos de secundaria, por ejemplo, pueden escoger entre asignaturas optativas las materia de Procesos de Comunicación, Imagen y Expresión o Comunicación Audiovisual. En latinoamérica, por otra parte, se han desarrollado algunos programas en el campo de la educación no formal en países como Brasil, Chile, Colombia, Argentina y Costa Rica, pero ninguno de ellos ha llegado a un término obligatorio en la educación formal.

PLANTEAMIENTO DEL PROBLEMA

Con tales antecedentes, es indispensable invertir en investigación que formule y replantee las competencias académicas de las nuevas necesidades del

individuo en su formación. Es importante generar un modelo claro de estrategias didácticas sobre educación en medios y una teoría coherente sobre el aprendizaje de ésta en los niños que contemple los elementos más importantes en materia de comunicación: desde comenzar con el emisor y aproximarse al mensaje, hasta encontrarse con el receptor (las audiencias) y hacer frente con el contexto que rodea a un determinado producto mediático.

Objetivo general

Diseñar, implementar y evaluar estrategias didácticas de Educación Mediática en grupos de quinto y sexto grado de dos escuelas primarias de Monterrey, Nuevo León, que contemplen los estatutos y lineamientos propuestos por la SEP y que puedan proponerse para su posible adopción en la materia de Formación Cívica y Ética de escuelas primarias públicas mexicanas

Para llevar a efecto dicha propuesta, se utilizarán como base las investigaciones de David Buckingham que han formulado el planteamiento teórico de un nuevo paradigma en la alfabetización de medios, sin dejar de lado a otros teóricos que también han aportado valiosos materiales sobre las aplicaciones prácticas de educación mediática en el aula. De esta manera, se busca combinar y adaptar un currículo de acuerdo con las necesidades mediáticas básicas de los escolares en México.

Objetivos específicos

1.- Desarrollar 17 estrategias didácticas destinadas a promover la creatividad, disfrute y autonomía crítica en alumnos de 5to y 6to año de primaria, que respondan a los lineamientos de la asignatura de Formación Cívica y Ética de la SEP y que puedan incorporarse de manera formal en el programa de dicho curso

2.- Evaluar mediante pruebas pilotos en un salón de 5to y dos de 6to grado de dos escuelas primarias públicas en Monterrey, N.L., el grado en que cada estrategia didáctica logró generar creatividad, disfrute y autonomía crítica en el alumno.

3.- Identificar las dimensiones institucionales y pedagógicas que apoyen o afecten al éxito de las estrategias didácticas.

Justificación

De acuerdo a Piette (1996), la única forma de garantizar que los alumnos desarrollen auténticamente una competencia intelectual mediática consiste en considerar la enseñanza del pensamiento crítico en el corazón mismo del proyecto educativo, de forma que se produzca un cambio fundamental en el modelo de enseñanza. La importancia de la elaboración de un currículo sobre educación mediática para integrarse en las aulas de educación primaria es, precisamente, colaborar en la búsqueda de un sistema que se ajuste a la cotidianeidad de una niñez inmersa en la proliferación de tecnologías mediáticas globalizantes y totalmente interactivas.

Si el sistema educativo pretende mantenerse atento a las nuevas circunstancias y a las cambiantes necesidades y experiencias de los estudiantes, entonces es necesario reflexionar sobre la práctica de enseñanza en las escuelas. Es por ello que, como una forma de responder a nuevos desafíos, el diseño de un currículo de educación mediática propone un importante avance de los objetivos que sustentan los Planes de Estudio. De tal modo que los alumnos que estén siendo preparados ante el continuo devenir mediático, sean capaces de analizar, evaluar, reflexionar y participar tanto crítica como creativamente con éstos.

Las estrategias didácticas desarrolladas y evaluadas en esta tesis buscan contribuir a lo anterior, ofreciendo ejercicios y actividades específicas para su uso en la materia de Formación Cívica y Ética de sexto año de primaria.

MARCO TEÓRICO

i. Fundamentos

i.i Estadísticas y datos sobre el consumo mediático infantil en México y su impacto social

Para hablar de alfabetización mediática es importante primero revisar las estadísticas sobre consumo mediático-infantil en el país. Existen muy pocas investigaciones empíricas sobre recepción de contenidos y apropiación mediática por parte de la audiencia infantil (Fuenzalida, 2002; Lazo 2005; Núñez, Gomez, Vázquez, 2007; Rubiano-Daza y Argüello-Guzmán, 2010, entre otros), en cambio sí se encuentra un vasto repertorio literario de aquéllas enfocadas a discursos con carácter ensayístico sobre los efectos negativos de los medios sobre los niños, teniendo a la televisión como principal referente y aproximándose al tema desde una perspectiva psicológica primordialmente (ver, por ejemplo, Ortega, 1997; Pérez-Olmos, Pizón, González y Sánchez-Molano, 2005; Gruyters, 2009).

Pero los números no mienten, mucho menos los estudios estadísticos que se presentan al respecto de los procesos de consumo. Es cierto que actualmente existe una necesidad de aumentar la concientización de todos los ciudadanos sobre las múltiples formas de mensajes difundidos por los medios, sobre todo cuando éstos son parte intrínseca de la vida de las personas. Las estadísticas sobre exposición mediática deben ser tomadas en cuenta por los sistemas educativos, no con el fin de crear en las personas una especie de repudio hacia la televisión o las

Las estrategias didácticas desarrolladas y evaluadas en esta tesis buscan contribuir a lo anterior, ofreciendo ejercicios y actividades específicas para su uso en la materia de Formación Cívica y Ética de sexto año de primaria.

MARCO TEÓRICO

i. Fundamentos

i.i Estadísticas y datos sobre el consumo mediático infantil en México y su impacto social

Para hablar de alfabetización mediática es importante primero revisar las estadísticas sobre consumo mediático-infantil en el país. Existen muy pocas investigaciones empíricas sobre recepción de contenidos y apropiación mediática por parte de la audiencia infantil (Fuenzalida, 2002; Lazo 2005; Núñez, Gomez, Vázquez, 2007; Rubiano-Daza y Argüello-Guzmán, 2010, entre otros), en cambio sí se encuentra un vasto repertorio literario de aquéllas enfocadas a discursos con carácter ensayístico sobre los efectos negativos de los medios sobre los niños, teniendo a la televisión como principal referente y aproximándose al tema desde una perspectiva psicológica primordialmente (ver, por ejemplo, Ortega, 1997; Pérez-Olmos, Pizón, González y Sánchez-Molano, 2005; Gruyters, 2009).

Pero los números no mienten, mucho menos los estudios estadísticos que se presentan al respecto de los procesos de consumo. Es cierto que actualmente existe una necesidad de aumentar la concientización de todos los ciudadanos sobre las múltiples formas de mensajes difundidos por los medios, sobre todo cuando éstos son parte intrínseca de la vida de las personas. Las estadísticas sobre exposición mediática deben ser tomadas en cuenta por los sistemas educativos, no con el fin de crear en las personas una especie de repudio hacia la televisión o las

nuevas tecnologías, sino porque hablar de alfabetización mediática, es hablar de democracia: es formar a una ciudadanía plena y activa. Y es que la democracia depende de la participación activa de los ciudadanos en la sociedad, una sociedad que se vale de los medios de comunicación para obtener las habilidades y comprender el flujo diario de la información difundida a través de éstos.

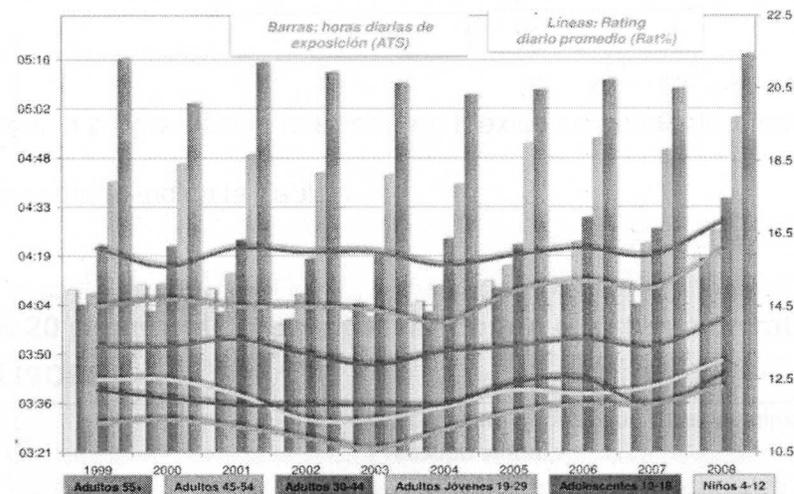
De acuerdo a datos del IBOPE AGB, (Jara y Garnica, 2007) ver la televisión en México es la actividad, además de trabajar y dormir, a la que la gente le dedica mayor cantidad de horas en el día a día, y semana tras semana. Sus estadísticas para el 2005 señalan que los niños entre 4 y 12 años constituyen uno de los grupos que pasa la mayor parte del tiempo en casa, lo que los vuelve una audiencia sumamente potencial; sin embargo suelen ver entre media y una hora diaria menos de televisión que los adultos. Destacan que esto puede deberse a que se les tiende a exigir ocupaciones incompatibles con la televisión, como hacer la tarea, estudiar, jugar o simplemente apagar el receptor. No obstante advierten que conforme la edad aumenta, los niños se exponen en mayor medida a la televisión y de hecho comienzan a adquirir buena parte de los hábitos de exposición futuros (Jara y Garnica, 2007, p. 93).

Desde el 2001 hubo en México una modificación en la oferta programática infantil al añadir en espacios frecuentemente dedicados exclusivamente al nicho infantil, programas destinados para un público más joven y de adultos, como en el caso de las series. Por lo que para el 2005 ésta representaba sólo el 10% de la oferta y la demanda del tiempo total de la televisión abierta de cobertura nacional. Entre estas fechas y hasta el 2007 el número de horas en la exposición de este grupo había sufrido una reducción y se había mantenido en ella; pero es en el 2008

y hasta la fecha cuando se incrementa nuevamente y de forma notoria esta actividad en dicho grupo (véase Figura 1).

Algunos de los factores que influyeron en dicho aumento pertenecen al hecho de que las nuevas generaciones comenzaron a apropiarse de estos contenidos distintos al de las caricaturas; por otro lado, Televisa comenzó a apostar cada vez más por hacer telenovelas con motivos que atrajeran al nicho infantil. Otro elemento determinante tuvo que ver con la crisis económica que se estaba gestando en ese año. De acuerdo a un proyecto realizado en conjunto por KidZania y la Universidad Anahuac (2010), los niños de entre 8 y 12 años preferían ver la televisión con algún programa de ficción, que escuchar en los noticieros las circunstancias que afectaban al país, mismas que les formaba una visión negativa sobre el futuro de México y la cual era reforzada por los padres. Además, con menos recursos económicos, las familias dedican su tiempo libre a realizar actividades que no generaran un gasto fuerte, por lo que la televisión representó uno de los medios de entretenimiento más accesible bajo dicho contexto.

Figura 1: Evolución a la exposición de la televisión por rango de edad



Fuente. Figura tomada del Anuario Mexicano IBOPE AGB (2008-2009) versión electrónica.

En México, la actividad de ver la televisión tiene sus constantes y variaciones dependiendo no sólo del grupo de edad que se expone a ella, sino a otras características tanto demográficas como sociales. Instituciones como la familia, la religión y la escuela juegan un papel preponderante en los procesos mediáticos de opciones en la oferta y la demanda por parte de los consumidores. De acuerdo a Orozco (1996), en el caso de la audiencia infantil la familia constituye el primer 'escenario' de apropiación del contenido televisivo, mientras que la escuela constituye otra 'comunidad de apropiación' donde se lleva a cabo una serie de interacciones con el contenido televisivo. Estas instancias se encargan con frecuencia de bloquear, de difractar, de canalizar los estímulos televisivos y sus significaciones posibles. Así mismo se debe tomar en cuenta que los niños al crecer y desarrollarse van sufriendo un proceso de socialización política, internalización, construcción y producción de una cultura política, y ésta puede variar a través del tiempo, en interacción con los procesos de aprendizaje y maduración (Meadowcroft, citado en Sánchez-Ruiz, 1989)

En general, la programación televisiva en México se puede dividir en 20 grandes grupos como lo indica la Tabla 1.

Tabla 1: Los 20 géneros de programas usados en el sistema de ratings de México por el IBOPE

Caricaturas	Programas hechos con dibujos animados o de realidad virtual
Cómico	Programa que maneja cuadros cómicos, chistes, cuentos y cualquier otro elemento que

	intente provocar risa.
Concurso	Programa en los que se compite para obtener uno o varios premios.
Cultural	Programa que presenta creaciones o noticias de las bellas artes o las ciencias.
Debate	Programa de discusión y confrontación de puntos de vistas, en el que normalmente participa un panel de expertos y un moderador.
Deportes	Transmisión de eventos deportivos o programas de resumen deportivo, resultados, comentarios relacionados con el deporte.
Dramatizado unitario	Programa con un formato dramático de telenovela con la característica de que la trama normalmente dura un capítulo.
Gobierno	Emisiones generadas por instituciones de gobierno que se transmiten en cumplimiento a la Ley Federal de Radio y Televisión
Infantil	Programa no animados dirigidos a niños.
Magazine	Programas que incluyen variedades, entrevistas, reportajes, investigaciones y comentarios.
Mercadeo	Programa que promueve la venta telefónica de productos presentando demostraciones del funcionamiento de los artículos ofrecidos.
Musicales	Programas que presentan videos musicales, conciertos, presentaciones de cantantes, grupos musicales, entrevistas con los artistas y contenidos similares.
Noticieros	Programa que presenta información de los más relevante acontecido en el país y en el mundo
Partidos políticos	Programa que difunde la actividad de los partidos políticos registrados y que se presenta en cumplimiento de las leyes electorales.
Película	Exhibición de producciones cinematográficas o hechas para la televisión con el formato de

	largometraje.
Reality Show	Programa de televisión continuo que transmite todas las actividades diarias de personas que comparten una misma locación y compiten por un premio o lo hacen simplemente por convivir con otros.
Religión	Programas con contenido exclusivamente religioso.
Serie	Producción nacional o extranjera en la que participa un cuadro de actores y en el que cada capítulo suele ser independiente del anterior.
Talk Show	Programa en el que varios invitados hablan sobre un tema de actualidad e interés común.
Telenovela	Melodramas conformados por capítulos seriados que se transmiten a lo largo de varias semanas.

Fuente. Tomado de Jara y Garnica, 2007, p. 74.

Estos son los típicos programas ofrecidos por el sistema de televisión abierta manejado por dos grandes conglomerados: Televisa y Tv Azteca. Los programas más vistos por la audiencia mexicana son las telenovelas, seguidas de las películas, los programas de magazine, las caricaturas en cuarto lugar, y los noticieros en quinto (Estadísticas IBOPE AGB, 2009). Tanto la programación de Televisa como de Tv Azteca está dirigida mayoritariamente a un nivel socioeconómico de clase media, media baja y baja, quienes difícilmente disponen de un sistema de televisión de paga.

Para los niños, el canal más representativo de su grupo es el 5 perteneciente al grupo Televisa. Este canal mantiene el patrón de programación tradicional que lo ha caracterizado durante décadas con programas para niños llenando un poco más de la tercera parte de su pantalla (Jara y Garnica, 2007). Apegándose a la evolución

de la oferta de emisiones para niños, el rubro mayoritario de este canal son las caricaturas, con lo cual obtiene también su público juvenil y adulto, para los cuales ofrece películas y series en otro tercio de sus horas de programación.

En su artículo *La oferta de televisión en América Latina: hacia un análisis de flujos*, Martínez (2005) hace una revisión de la oferta de contenido que se difunde en ocho países de Latinoamérica (entre ellos México), y en sus resultados advierte sobre la pobre diversidad de géneros ofertada en dichos países tanto en contenido como en origen. Martínez repara en la cada vez menor dependencia de dichos países por la programación estadounidense, pero sostiene que la participación de este país se mantiene activa y se concreta con la importación de películas, caricaturas, series de acción y de comedia, por ser éstas las producciones más costosas.

Un día típico en la audiencia infantil mexicana según informes del IBOPE AGB (2007, 2008 y 2009) se describiría de la siguiente manera: de 6 a 10 de la mañana entre semana es cuando se presenta la menor exposición por parte de los niños y adolescentes, cuestión que es lógica por las diversas actividades escolares de los mismos; empero la situación cambia los fines de semana, cuando los más pequeños son los televidentes intensivos de la mañana, junto con los adultos de 30 a 40 años de edad. A partir de la 1 y hasta las 5 de la tarde, y de las 5 a las 7 de la noche entre semana da inicio el horario en que los niños son segmentos de mayor contribución proporcional a la audiencia; junto a ellos las mujeres de 30 a 44 años y las mayores a 55. Por la noche los niños no son una audiencia significativa, al contrario de los adultos, quienes para las 12 de la noche aún tienen encendidos la mitad de los telehogares. Este último dato es comprensible si se sigue la premisa que explica que “a mayor edad crece el número de exposición a la televisión”; sin

embargo es en los meses de julio y agosto, precisamente en el momento en el que la mayoría de los niños tiene vacaciones escolares, cuando crece el volumen de la exposición en los públicos más jóvenes y varían los horarios.

Los menores de doce años forman el grupo en el que hay mayor semejanza entre sexos en cuanto al consumo de programación, inclinándose por las caricaturas y los programas infantiles. En el caso de las caricaturas, programas exclusivamente destinados a un público entre 4 y 12 años, también son consumidas por el público adolescente de entre 13 y 18, en la misma magnitud que lo hacen con los reality shows (Jara y Garnica, 2007).

A medida en que se acercan al límite de la edad del grupo infantil (los doce años), los programas más vistos por los niños de estas edades suelen variar respecto al sexo de los mismos. En el caso de las niñas, las emisiones con más rating histórico son mayoritariamente telenovelas; aspecto contrario en los niños quienes se inclinan por las caricaturas, películas o programas cómicos. En la Tabla 2 se observa los programas con el más alto nivel de rating entre 1999 a 2005:

Tabla 2: Veinte programas y emisiones con el más alto nivel de rating entre niñas y niños, 1999-2005

Niñas		Niños	
Programa	Rating más alto alcanzado	Programa	Rating más alto alcanzado
Cómplices al rescate	28.08	Película Shrek	22.92
Vivan los niños	25.34	El Chavo	21.93
El diario de Daniela	23.84	Cero en conducta	19.68
Soñadoras	23.84	Dervez en cuando	19.46
Aventuras en el tiempo	23.0	Amigos por siempre	19.17

El privilegio de amar	22.99	Película La máscara	18.86
Amy. La niña de la mochila azul	22.90	Dragon Ball Z	18.72
Amigos por siempre	22.69	Futbol México-Brasil	18.5
Carita de ángel	22.64	Abrázame muy fuerte	18.34
Amigas y rivales	22.47	Pokemon	18.14
Cero en conducta	22.45	El privilegio de amar	18.01
Rosalinda	21.86	Soñadoras	17.76
Mujeres engañadas	21.52	Película Titanic	17.12
Primer amor	21.43	Película Parque jurásico	17.04
Mi destino eres tú	21.39	El diario de Daniela	17.04
Entre el amor y el odio	21.26	Amigas y rivales	16.74
Abrázame más fuerte	21.24	Película Harry Potter y la piedra filosofal	16.36
Película Sherk	21.18	Futbol UNAM-Guadalajara	16.26
Camila	20.87	Furcio	16.25
Cero en conducta	20.74	Las vías del amor	16.11

Fuente. Tomado de Jara y Garnica, 2007, p. 133

Como se observa en la tabla no figura en ningún caso la preferencia por programas de tipo cultural, ante todo sigue siendo la señal de entretenimiento, con caricaturas y telenovelas principalmente, la que destaca entre este grupo, y que de hecho se repite entre los siguientes grupos de mayor edad. Al respecto de las telenovelas, una de las evoluciones que ha tenido este género en los años recientes en México ha sido el hecho de que su formato contenga historias y

temáticas dirigidas a los segmentos más jóvenes. La estrategia parece haber funcionado con éxito y las telenovelas infantiles son bien recibidas por el público al que van dirigidas, sobre todo las niñas, pero también por las adolescentes (Jara y Garnica, 2007).

De acuerdo a un estudio realizado por Lozano y Martínez en 2003, el Canal 5 es quien trasmite menor programación originada en México, contra la proporción de programas nacionales con el 15%. En la barra de programación de este canal destaca la presencia de los géneros de dibujos animados con un 58%, series infantiles en un 15%, películas con un 8%, programas de actividades y concursos con en 3.5% y los Reality shows que representan un 3.2%. Asimismo en la actualidad Televisa ha aumentado el número de programas destinados a acaparar a la mayoría del público, incluyendo el infantil, en canales mexicanos de televisión abierta. De esta manera, para el 2008 entre programas de niños, entretenimiento, melodrama, películas y series, se suma un total de 52.4% de la programación que puede ser de interés y a la cual pueden acceder fácilmente los niños entre 10 y 12 años, los de mayor edad entre el grupo infantil.

Aún cuando existan canales en televisión abierta, como el de EDUSAT destinado a ser una de las herramientas de aprendizaje, estos no son, al menos fuera de las aulas, tan frecuentados por los televidentes más pequeños. Se reconoce que las interacciones mediáticas de los niños del siglo XXI no son las mismas que las de antaño, “la proliferación de tecnologías mediáticas, la comercialización y la globalización, así como la aparición de la interactividad son fenómenos que están contribuyendo a transformar fundamentalmente las experiencias cotidianas de los jóvenes con los medios” (Buckingham, 2003, p. 38),

lo que los vuelve una audiencia más sofisticada y exigente. La audiencia infantil mexicana no es la excepción en dichos procesos mediáticos.

i.ii ¿Qué es la educación mediática?

Debido a que la mayoría de los datos estadísticos demuestran la importancia de los medios de comunicación en la vida de los niños actuales, la educación mediática se contempla generalmente como la solución a este problema. Y es que una de las razones por las que sigue siendo tan importante el tema de la influencia mediática en los niños se debe principalmente a las investigaciones desde el “modelo de los efectos” de los medios de comunicación. Sin embargo, aún en la actualidad no se han obtenido suficientes resultados explicativos que permitan entender cuál es la influencia real que la televisión tiene en el desarrollo cognoscitivo de los niños y por qué y cómo se realiza esa influencia (Orozco, 1996). El debate contemporáneo sobre ésta, así, sigue marcando una línea de contrastes y posturas divergentes en sí mismas.

La educación mediática tiene que ver con la enseñanza y el aprendizaje acerca de los medios y no se debe confundir con la enseñanza *por medio de o con* los medios como instrumentos de aprendizaje. “Naturalmente esas herramientas educativas también ofrecen versiones o representaciones del mundo y, por ese motivo, los educadores mediáticos han tratado a menudo de poner en tela de juicio el uso instrumental de los medios de comunicación como ‘recursos didácticos’” (Buckingham, 2003, p. 21). Y aunque no es lo mismo hablar de educación mediática que de los medios como instrumento de enseñanza, la educación mediática puede establecer un diálogo fructífero en el que ambas partes se complementen.

El investigador mexicano Guillermo Orozco apunta que un niño puede convertirse en un televidente creativo y crítico, capaz de discernir entre diversos tipos de mensajes, tomar distancia de ellos y criticar y rechazar aquellos que así lo juzgue conveniente; capaz también de recrear y producir sus propios mensajes y significaciones a pesar de, pero también a partir de, los mismos mensajes transmitidos por las programación que regularmente ve. La formación de este niño dependerá en gran medida del papel que jueguen la familia y la escuela frente a la televisión y con respecto a la educación del niño como televidente (Charles y Orozco, 1990, p. 35).

Por su parte, David Buckingham señala que el desarrollo de la educación mediática forma parte de un movimiento hacia la democratización; “en virtud de este proceso democratizador las culturas extraescolares de los estudiantes son gradualmente reconocidas como válidas y dignas de considerarse en el currículo escolar” (2003, p. 34). Sin embargo, el enfoque de este teórico sobre la educación mediática, a diferencia de otros autores que le atribuyen a la primera el don de salvación (véase Halloran y Jones, 1980; Leavis y Thompson, 1933; Masterman, 1980) no propone blindar a los jóvenes frente al influjo de los medios, sino que tiene como objetivo capacitarlos para que decidan por su cuenta y con conocimiento de causa; de aquí que la educación mediática no sea contemplada en este enfoque como una forma de *protección*, sino como una forma de *preparación* (Buckingham, 2003).

De hecho los países que cuentan con sistemas educativos más maduros en términos de educación mediática ya han abandonado la vieja tendencia hacia el proteccionismo y en su lugar proponen estrategias didácticas más participativas, considerando que el educando contemporáneo puede ser lo suficientemente capaz

para crear, consumir, criticar, apropiarse, rechazar y hacer uso de los medios de comunicación; esto sin olvidar, por supuesto, que hay cosas que los niños aún no saben y de las cuales debe enseñarseles en las aulas (véase Bazalgette, Bévor y Seviano, 1992; Buckingham 2001; Hart 1998).

La educación mediática propone desarrollar una competencia de base amplia tanto crítica como participativamente activa, que relacione de la misma manera a la letra impresa como a otros sistemas simbólicos de imágenes y sonidos. Así, según concluye Buckingham (2003), la *educación* mediática es el proceso de enseñar y aprender acerca de los medios de comunicación que capacitará a los jóvenes para que, como consumidores de los medios, estén en condición de interpretar y valorar con criterio sus productos; al mismo tiempo les capacita para convertirse ellos mismos en productores de medios, forjando así su capacidad creativa. El resultado de la educación mediática será la *alfabetización* mediática, esto es, el conocimiento y las habilidades finales que adquieran los alumnos.

Recientemente, José Manuel Pérez Tornero y Tapio Varis (2010) en su libro "Media Literacy and new Humanism", publicado por la UNESCO, expone que "la alfabetización mediática se entiende como el proceso de asimilar y usar los códigos inmersos en el sistema mediático contemporáneo, así como las herramientas operativas necesarias para usar apropiadamente los sistemas tecnológicos en los que éstos están basados" (pág, 29), esto quiere decir que una persona alfabetizada mediáticamente asimila los códigos mediáticos que recibe y usa, así como un criterio apropiado para usarlos. La alfabetización mediática, para David Buckingham, comprende la adquisición de un metalenguaje en el que tanto estudiantes como profesores abandonan posturas preestablecidas en su papel de hablar como audiencias y en su lugar actuar como críticos mediáticos. En otras palabras, que

hablen en un lenguaje que permita describir cómo funciona el lenguaje mediático, porque tal vez conozcan intuitivamente qué 'significa' o el uso de una convención mediática, pero no cómo se alcanza ese significado.

i.iii El estado de la educación mediática en México

Del proyecto "Por un currículo Iberoamericano en Educación en Medios" puesto en marcha en el 2004 por la Universidad Pontificia Católica de Chile, La Universidad de Barcelona y la Secretaría de Educación Pública de México, se cuenta con el reporte de datos generales relacionados con la situación socio-política del país, la situación actual en cuanto a la información relacionada con los contextos educativos, datos sobre el panorama mediático, y referencias a experiencias reales del ámbito "educativo" en México.

En dicho reporte se mencionaba que el Plan de Estudios para la Educación Básica (1999-2005) (educación inicial, preescolar, primaria y secundaria) no consideraba la asignatura correspondiente a "Educación en Medios o Medios Educativos, sin embargo en algunos casos los profesores de forma independiente llevan a cabo actividades prácticas o teóricas sobre esta temática en el salón de clases" (2005, Pár. 34); tampoco consideraba dentro de sus objetivos y lineamientos lo referente al cada vez más importante papel de las nuevas tecnologías en la educación.

Actualmente, con la puesta en marcha del Plan de Estudios de Educación Básica 2009 (Etapa de prueba), los cuatro elementos centrales para la definición de este nuevo currículo para educación primaria tienen que ver con "la Reforma de Educación Preescolar, la Reforma de Educación Secundaria, la innovación en la

gestión escolar y el uso de las tecnologías de la información y la comunicación en los proyectos educativos” (Plan de Estudios de Educación Básica, 2009, p. 15).

Para este último punto se hace énfasis en la materia de Formación Cívica y Ética en cuya descripción aparece un apartado titulado “Los estudiantes, la familia y los medios de comunicación”, el cual explica que “el desafío de la escuela es educar para que las alumnas y los alumnos se acerquen *críticamente* a la información que los medios de comunicación les presentan y aprendan a servirse de ellos para conocer otras perspectivas y participar en asuntos de relevancia social” (p. 234). No obstante, en el seguimiento de la descripción de la materia no aparece ese sustento didáctico hacia una reflexión *crítica* acerca de los medios de comunicación que dicta dicho apartado, dado en tal caso por la enseñanza de la educación mediática en el aula, sino que los siguientes puntos descriptivos de la materia se limitan a responder sobre la importancia de la enseñanza *por medio de o con* los medios como instrumentos de aprendizaje.

En la educación media superior, el plan de estudios para la modalidad preparatoria considera para el último año de estudios la asignatura optativa en “Comunicación Visual”. En la Normal Superior, institución especializada en la formación del profesorado mexicano, considera la asignatura denominada “Estrategias para el estudio y la Comunicación I y II” para llevarse en el primer año de la carrera. Dentro de la educación de nivel superior, las asignaturas relacionadas con la educación y comunicación sólo se consideran en aquellas carreras o licenciaturas que tengan que ver con este tema. Existen, no obstante, diversos estudios de maestría y doctorado en varias universidades del país que se especializan en ciencias afines a la Comunicación.

Hay que apuntar también que la Secretaría de Educación Pública ofrece el diplomado titulado *Didáctica de los Medios de Comunicación*, destinado a maestros de los tres niveles de educación básica y normal que se encuentren en condiciones de dedicar parte de su tiempo a este curso de ninguna forma obligatorio. De hecho, de acuerdo al Subdirector de Vinculación para el Desarrollo de Capacidades Técnicas de la SEP y Coordinador Nacional de *Didáctica de los Medios de Comunicación*, Salvador López Martínez, de 600 profesores que se inscriben anualmente, sólo se gradúa un aproximado de 150 en toda la república mexicana. Además, señala que aunque éste es un diplomado poco popular, se sigue ofertando gracias a que la Secretaría de Educación Pública reconoce la importancia de su impartición.

Actualmente en México se llevan a cabo diferentes proyectos educativos que utilizan la televisión, radio e internet para difundir materiales didácticos que sirven de apoyo al proceso de enseñanza, a través del Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) y de la propia Secretaría de Educación Pública. Red Edusat, Red Escolar y Enciclomedia principalmente, son los sistemas de modelo tecnológico flexible en instituciones de educación básica y media superior, encargados de proveer a las escuelas una estructura de comunicación que pueda ser aprovechado como instrumento educativo complementario en el proceso enseñanza-aprendizaje.

El estado de la educación sobre los medios de comunicación en México tiene un avance significativo en cuanto a la utilización de estos como instrumento de enseñanza en el aula; sin embargo, no corre con la misma suerte la educación mediática que, como se vio en el capítulo anterior, no debe ser confundida con la

primera. La educación mediática se destaca como la forma de preparación tanto crítica como activa en los educandos acerca de los medios masivos de comunicación.

Cabe remarcar que en algunas iglesias y grupos religiosos mexicanos se llevan a cabo ciertos cursos destinados a la promoción de la educación mediática fuera del sistema educativo formal. De aquí se deriva una estructura con una visión que se opone al consumismo y a los valores anticristianos, cuya promoción se atribuye frecuentemente a los medios como influjos, la mayoría de las veces, inmorales. Es importante conjuntar esfuerzos para la creación de un curso totalmente laico, gratuito y obligatorio, y evitar que exista de antemano en éste una postura establecida que guíe a los educandos y delimite también sus perspectivas. Se les debe motivar entonces a que vean, cuestionen, reflexionen, disfruten y participen creativamente en y con un sistema mediático inevitablemente ubicuo en sus vidas.

ii. Las estrategias didácticas

ii.i La planeación de asignaturas en la SEP y la formación de estrategias didácticas

Por estrategia didáctica en esta investigación se entiende a aquellas actividades que contemplan tanto estrategias de enseñanza, como aprendizaje. Esto es, que consisten en un procedimiento conjunto donde el alumno adquiere y emplea de forma intencional distintos procedimientos o conjuntos de pasos para aprender significativamente y solucionar problemas; así como la participación del profesor como agente educativo que facilita un procesamiento más profundo de la información.

El artículo 12 de la Ley General de Educación (2005) establece que corresponde de manera exclusiva a la autoridad educativa federal las atribuciones siguientes:

Determinar para toda la república los planes de estudios y programas de estudios para la educación primaria, la secundaria, la normal y demás, para la formación de maestros de educación básica; establecer el calendario escolar aplicable en toda la República para cada ciclo lectivo; elaborar y mantener actualizados los libros de textos gratuitos, mediante procedimientos que permitan la participación de los diversos sectores sociales involucrados en la educación primaria y la secundaria; fijar lineamientos generales para el uso de material educativo para la educación primaria y la secundaria y regular un sistema nacional de formación, actualización, capacitación y superación profesional para maestros de educación básica (p. 4)

De acuerdo al Reporte del Estado de la Comunicación y Educación en Latinoamérica, el caso de México (2005), será la propia Secretaría de Educación Pública la encargada de revisar e incorporar oficialmente los planes de estudio correspondientes a la educación básica, de las escuelas privadas, así como en su caso expedir certificados y títulos de reconocimiento oficial.

En la educación básica se consideran los niveles y estatutos presentes en la Tabla 3 como requisitos formales para su estructuración.

Tabla3: Estructura de la educación básica en México

Tipo de educación	Niveles	Subniveles	Intensidad (en años)	Órgano rector	Edad

					Alumnos
Formal	Educación básica	Preescolar	De 2 a 3 años	SEP	3, 4 y 5 años
		Primaria	6 años	SEP	6- 14
		Secundaria	3 años	SEP	12-16
		Telesecundaria	3 años	SEP	12-16

Fuente. Datos tomados de la página de internet de la Secretaría de Educación

Pública <http://www.sep.gob.mx/>

En el caso de la primaria se aceptan a infantes entre 6 y hasta los 14 años para cumplir con el requisito de graduación; sin embargo también existe el servicio de escuelas primarias destinadas a adultos. En el caso de los planes de estudio y de acuerdo al Diario Oficial de la Federación versión 2009, la sección 2 *De los planes y programas de estudio* expone que son en éstos en donde deben establecerse los propósitos de formación general y, en su caso, de adquisición de habilidades y destrezas que correspondan a cada nivel educativo; los contenidos fundamentales de estudio, organizados en asignaturas u otras unidades de aprendizaje que, como mínimo, el educando deba acreditar para cumplir los propósitos de cada nivel; Las secuencias indispensables que deben respetarse entre las asignaturas o unidades de aprendizaje que constituyen un nivel educativo y los criterios y procedimientos de evaluación y acreditación para verificar que el educando cumple los propósitos de cada nivel educativo (DOF, 2009, p. 15).

Además, de acuerdo al artículo 47, en “los programas de estudio deberán establecerse los propósitos específicos de aprendizaje de las asignaturas u otras

unidades de aprendizaje dentro de un plan de estudios, así como los criterios y procedimientos para evaluar y acreditar su cumplimiento. En ellos se podrán incluir sugerencias sobre métodos y actividades para alcanzar dichos propósitos” (DOF, 2009, p. 15). Todo cambio por supuesto requiere siempre una regulación, como lo apunta Pérez Tornero (1994) “una política educativa concreta en relación con la televisión” (Pág. 31)

La SEP considera que las opiniones de las autoridades educativas locales, y de los diversos sectores sociales involucrados en la educación, expresadas a través del Consejo Nacional Técnico de la Educación y del Consejo Nacional de Participación Social en la Educación son valiosas para las posibles consideraciones de otras materias o estrategias didácticas en caso de parecer necesarias. De tal forma que, de acuerdo al artículo 72, ellas se pueden proponer para su posible consideración y, en su caso, ser aprobadas por la misma Secretaría: “se pueden considerar los contenidos regionales que -sin mengua del carácter nacional de los planes y programas citados- permitan que los educandos adquieran un mejor conocimiento de la historia, la geografía, las costumbres, las tradiciones, los ecosistemas y demás aspectos propios de la entidad y municipios respectivos” (DOF, 2009, p.16).

Un acercamiento al Plan de Estudios de Educación Básica 2009 (Etapa de prueba) sugiere una posible consideración según los términos que describe el artículo 72. Los medios de comunicación son un elemento clave que subyace en dicho Plan; sin embargo, aún cuando se vislumbra en el apartado “Los estudiantes, la familia y los medios de comunicación” un acercamiento *crítico* hacia los medios masivos y se sugiere una mayor participación social por parte de los alumnos, no existe una verdadera fundamentación y base argumentativa dentro del nuevo plan

que indique una real consideración de este acercamiento en la práctica educativa de las aulas. Si bien es cierto que se apuesta por una cercanía al *uso* de los medios como recursos didácticos, no lo hace de esa forma sobre la aproximación *crítica* que sólo deja señalada tras 7 líneas en su página número 234.

Las materias destinadas a la educación primaria por la SEP son las que a continuación se presentan en la Figura 2:

Figura 2: Materias para la educación primaria en México

MAPA CURRICULAR DE LA EDUCACIÓN BÁSICA		PRIMARIA						SECUNDARIA					
		1º	2º	3º	4º	5º	6º	1º	2º	3º	4º	5º	
CAMPOS FORMATIVOS PARA LA EDUCACIÓN BÁSICA	1º	2º	3º	4º	5º	6º	1º	2º	3º	4º	5º	6º	
	1º	2º	3º	4º	5º	6º	1º	2º	3º	4º	5º	6º	
Idioma y comunicación	Español						Español I y II						
Formación matemática	Algebra, Geometría, Estadística, Medidas de tendencia central						Algebra, Geometría, Estadística, Medidas de tendencia central						
Formación científica y tecnológica	Ciencias Naturales, Física, Química, Biología						Ciencias Naturales I y II, Física, Química, Biología						
Formación cívica y ética	Historia, Formación Cívica y Ética						Historia I y II, Formación Cívica y Ética I y II						
Formación artística	Arte, Música, Danza, Teatro, Artes Visuales						Arte, Música, Danza, Teatro, Artes Visuales						
Formación deportiva	Educación Física						Educación Física I y II						
Formación profesional	Formación Profesional						Formación Profesional						

*Incluyen contenidos del campo de la tecnología. **Se establecen vínculos formativos con Ciencias Naturales, Geografía e Historia.

Fuente. Plan de Estudios de Educación Básica 2009 (Etapa de prueba)

El artículo 51 de la Ley General de Educación señala que el calendario escolar debe contener 200 días de clase. Además cabe señalar que, como se observa en la Figura 2, todas las asignaturas del mapa curricular de educación básica comparten de manera transversal una serie de temas y propuestas

didácticas orientadas para brindar y desarrollar en los estudiantes las competencias necesarias para su formación personal, social, científica y ciudadana, como es el caso de la materia de Formación Cívica y Ética, materia que contiene el anteriormente discutido apartado que menciona la importancia del análisis crítico y la participación de los medios de comunicación en los niños.

ii.ii Ubicando la educación de los medios dentro del Plan de Estudios de Educación Básica

Los defensores de la educación mediática han sostenido frecuentemente que ésta debería verse como elemento integrante de *todas* las materias del currículo (véase Bazalgette, 1989, Craggs, 1993; Lusted y Drummond, 1985). Normalmente se le ha visto aparecer en las materias de las lenguas madres de cada país, pero también ha participado activamente en materias como Historia, Ciencias, Lenguas extranjeras y Música, modelo que propuso el British Film Institute para el caso de Gran Bretaña.

La importancia de la educación mediática dentro del currículo de educación tiene fundamentos valiosos en sí misma; de hecho “el mismo currículo es una mediación: una representación artificial del mundo, no un reflejo neutral del mismo” (Buckingham, 2003, p. 151). Hoy por hoy no es posible enseñar sin tomar en cuenta el papel de los medios de comunicación como la televisión, el internet y los juegos de computadora, así como el debate y reflexión que sobre éstos se debe de hacer dentro y fuera de las aulas.

Este trabajo propone que sea en la materia de Formación Cívica y Ética, más precisamente para el quinto y sexto grado de primaria, la asignatura donde se ubique la educación mediática dentro de los planes de estudios de la SEP, debido a

que esta materia podría prestarse idóneamente para el proceso de producción, reflexión y debate sobre los medios de comunicación sociales; además de tener la ventaja de ser una materia transversal en todos los años de educación primaria. La alfabetización mediática cumple con los requisitos que el sistema educativo nacional establece como primordiales: bien cabría a la altura de las exigencias del siglo XXI, y su posicionamiento en las aulas “replantearía los esquemas actuales de financiamiento, de participación social, las formas de colaboración y las estrategias conjuntas que permiten combatir problemas de la educación –como el rezago– e impulsar la calidad desde los estados a partir de sus propias experiencias” (Plan de Estudios 2009, p. 39)

La SEP guía a través de competencias didácticas sus procesos de enseñanza. Al respecto refiere que no hay competencias sin conocimientos. Poseer sólo conocimientos o habilidades no significa ser competente: “se pueden conocer las reglas gramaticales, pero ser incapaz de redactar una carta; se pueden enumerar los derechos humanos y, sin embargo, discriminar a las personas con alguna discapacidad” (Plan de Estudios de Educación Básica, 2009, p. 41). Así también se puede hacer uso de los medios de comunicación, pero no tener la menor idea ni de cómo funcionan, ni el por qué de sus mensajes.

Cinco son las competencias que maneja la SEP para la formación de su Plan de Estudios: *Competencias para el aprendizaje permanente, Competencias para el manejo de la información, Competencias para el manejo de situaciones, Competencias para la convivencia, Competencias para la vida en sociedad*. En todas, la educación mediática embonaría adecuadamente, pero de entre éstas, las que mejor la respaldarían según su propia descripción serían:

1. *Competencias para el manejo de la información.* Se relacionan con la búsqueda, identificación, evaluación, selección y sistematización de información; el pensar, reflexionar, argumentar y expresar juicios críticos; analizar, sintetizar, utilizar y compartir información; el conocimiento y manejo de distintas lógicas de construcción del conocimiento en diversas disciplinas y en los distintos ámbitos culturales; y,
2. *Competencias para la vida en sociedad.* Se refieren a la capacidad para decidir y actuar con juicio crítico frente a los valores y las normas sociales y culturales; proceder a favor de la democracia, la libertad, la paz, el respeto a la legalidad y a los derechos humanos; participar tomando en cuenta las implicaciones sociales del uso de la tecnología; participar, gestionar y desarrollar actividades que promuevan el desarrollo de las localidades, regiones, el país y el mundo; actuar con respeto ante la diversidad sociocultural; combatir la discriminación y el racismo, y manifestar una conciencia de pertenencia a su cultura, a su país y al mundo.

Si bien es cierto que por el nombre de "Formación Cívica y Ética", la propuesta sobre educación mediática podría pensarse como una completa forma de *protección* de los niños hacia los medios de comunicación, el modelo de David Buckingham, utilizado en el desarrollo de la presente tesis, sentará las bases para que se considere en el mejor de los casos como una forma de preparación en los niños, lo que finalmente terminará por fomentar en ellos las competencias que se consideran en la materia de Formación Cívica y Ética: "una perspectiva moral y cívica que permite a los alumnos tomar decisiones, elegir entre opciones de valor, encarar conflictos y participar en asuntos colectivos. Los aprendizajes logrados a través del desarrollo de las competencias tienen la posibilidad de generalizarse a

múltiples situaciones y de enriquecer la perspectiva de los alumnos sobre sí mismos y sobre el mundo en que viven” (Plan de Estudios de Educación Básica, 2009, 232).

Asimismo, si el Plan de Estudios de Educación Básica plantea que se debe reconocer que existen “sociedades complejas, heterogéneas y desiguales como la nuestra” y que, por lo tanto, la escuela debe saber brindar a niñas y niños “las herramientas necesarias para analizar críticamente su contexto e identificar las condiciones favorables para un desarrollo sano de los individuos y de las naciones: ambiente natural de calidad, [...] uso creativo del tiempo, seguridad personal y colectiva, prevención de la corrupción y el crimen, así como el uso y la recepción crítica de la información.” (Plan de Estudios de Educación Básica, 2009, p. 216); entonces la educación mediática debe estar indiscutiblemente inmersa en su Plan de Estudios.

iii. Definiendo las estrategias en el aula de acuerdo al modelo de David Buckingham

iii.i El modelo

Las competencias sugeridas para la asignatura de Educación Cívica y Ética bien pueden ser respaldadas por el enfoque de David Buckingham, quien propone un modelo dinámico de la enseñanza en la que los alumnos avanzan y retroceden entre acción y reflexión. El investigador toma como base la teoría de Vigotsky de un modelo dialógico y desde esta perspectiva apunta a un aprendizaje mediático que podría verse con un proceso que comprende tres etapas:

La primera (la Producción) compromete a los estudiantes a convertir en explícito su conocimiento actual, que es implícito; la segunda los capacita para hacer sistemático ese conocimiento y para generalizar a partir del mismo (Conceptos teóricos de análisis del mensaje); y la tercera los estimula a preguntarse por la base de ese conocimiento y, consiguientemente, a ampliarlo y superarlo

(Reflexión sobre sus propias producciones mediáticas y las del entorno cotidiano; Buckingham, 2003, p. 225)

Este modelo estimula a los estudiantes a *pensar sobre pensar* sobre los mecanismos de creación y recepción de los productos mediáticos, lo que les ayuda a avanzar progresivamente hacia un mayor control de sus propios procesos de pensamiento. Justifica su modelo en cuatro factores retomados por Cope y Kalantzis (2000) sobre las 'multialfabetizaciones':

PRIMERA FASE

- 1) La práctica situada: se refiere a la inmersión de los estudiantes en una comunidad de aprendizajes comprometidos en auténticas aplicaciones de una práctica en particular. Aquí los alumnos, en base a sus pocos o muchos conocimientos e intuiciones acerca de los medios de comunicación, tendrán que crear y/o producir algunos ejemplos de productos mediáticos según lo indique el profesor. Esta parte fomentará una investigación autodidacta y forjará la participación creativa por parte del alumno tanto para idear un producto, como para hacer buen uso de las herramientas que pudiese tener a su alcance.
- 2) La instrucción abierta: aún cuando será el alumno el responsable y encargado de la producción, el profesor no lo dejará solo. Definitivamente este factor puede incluir la participación directa de información por parte del profesor, pero también conlleva menos formas directas de intervención y apoyo con el fin de estimular a los alumnos a una reflexión constante sobre el proceso del producto que están creando.

SEGUNDA FASE

- 3) Demarcación crítica: una vez terminadas las obras sobre un determinado producto mediático, la siguiente fase de la educación mediática será la enseñanza de los conceptos sobre análisis crítico del mensaje. Aquí, la demarcación crítica será precisamente el factor que les capacitará para tomar cierta distancia teórica respecto de lo que han aprendido por sí mismos en la fase de producción, para responder de la ubicación social y cultural de ese conocimiento y para criticarlo y ampliarlo.

TERCERA FASE

- 4) Práctica transformada: si la demarcación crítica implica 'convertir lo familiar en extraño', la práctica transformada conlleva a la ejecución de nuevas formas de prácticas y análisis en otros contextos y con nuevos objetivos, y se trabaja a partir de las intuiciones asimiladas en anteriores etapas. Se sugiere aquí el debate sobre la aplicación de los términos aprendidos en la segunda etapa, lo que en otras palabras volverá a los alumnos a sus propias obras para hacer nuevas lecturas (práctica transformada) y reflexiones críticas de las mismas, así como de la revisión de los medios de comunicación cotidianos a su entorno tanto escolar como extraescolar.

Todas las propuestas pedagógicas que establece el modelo de Buckingham dan por sentado desde el principio que los estudiantes ya conocen algo acerca de los temas que van a ser estudiados, y que este conocimiento además de ser válido en sí mismo, representa un recurso útil para ulteriores reflexiones. Se observa a los estudiantes como 'lectores' competentes, aunque todavía tengan que convertirse en 'escritores' de los medios y finalmente 'críticos' de sus propias lecturas y escrituras.

Si la primera fase del modelo para educación mediática de David Buckingham es la producción, es porque muchas veces la reflexión crítica sobre un asunto se alcanza luego de la experiencia misma de haber estado dentro de dicha cuestión y desde diferentes lugares en ella. Buckingham apuesta por la producción no sólo como una forma de fomento a la participación activa y creativa por parte del alumno, sino como el terreno desde el cual se convierte en agente autodidacta de los distintos procesos que implica la producción de un producto determinado, según el motivo de su creación y del público al que vaya dirigido. El trabajo de producción, de acuerdo a este autor, debería ser mucho más que una simple ilustración de puntos de vista teóricos predeterminados, debería permitir a los alumnos explorar su interés afectivo y subjetivo por los medios, algo mucho más difícil de conseguir con sólo la ayuda de un análisis crítico:

El producto no debe verse como el final del proceso, sino más bien como un estadio o momento mismo: no una recopilación y demostración de lo que se ha aprendido, sino un punto de partida para la reflexión y una base para corregir y mejorar el borrador. Esto es, en lugar de comenzar 'exponiendo' en el aula la teoría, y a continuación utilizar el trabajo de producción como ilustración de la misma, existen razones de peso para utilizar el trabajo práctico deductivamente para generar ideas teóricas frescas. La educación mediática debe capacitar a los alumnos para reflexionar sistemáticamente sobre los procesos de lectura y escritura, para comprender y analizar su propia experiencia como lectores y escritores (Buckingham 2003, 222)

Las técnicas utilizadas en el aula deberán ser las del análisis textual, el análisis contextual, los estudios de casos, las traducciones, simulaciones y, naturalmente, el de la producción. Este enfoque da por sentado que el

conocimiento que los profesores aportan a las aulas, así como las herramientas y procedimientos analíticos y de enseñanza que introducen, deben someterse también a su vez a análisis y al cuestionamiento crítico. Ello formará vínculos entre acción y reflexión, entre teoría y práctica, entre el compromiso apasionado y el análisis distanciado.

Por último, el modelo propone la autoevaluación por escrito como formato de evaluación para el alumno. Buckingham reconoce el valor de la escritura que en este contexto deriva precisamente de su proceso individual y privada. Al menos en Inglaterra este tipo de comentarios por escrito han funcionado bastante bien a la hora de que el examinador busca comprobar la comprensión alcanzada por el alumno de los conceptos implicados y desarrollados en el proceso de desarrollo de habilidades críticas y creativas.

iii.ii Sobre la capacidad crítica

Buckingham hace una reflexión sobre la capacidad crítica desarrollada en los alumnos en los cursos sobre educación mediática que tienden al proteccionismo y que presumen que a través de ella se habilita a los estudiantes y los libera de los valores e ideologías que, según se supone, les imponen los medios. Su argumento es que buena parte de lo que suele calificarse de análisis crítico en estos cursos, no es en realidad bastante crítico.

Según su enfoque, el objetivo primario de la educación mediática no es simplemente generar una conciencia y comprensión crítica, sino la autonomía crítica del alumno. Más precisamente, los cursos que suelen suponer que a través de la educación mediática los alumnos pasan de un estado inconsciente a otro consciente automáticamente, “en la práctica, a menudo provoca una situación en la que únicamente se presta atención en el aula a *una* lectura verdaderamente ‘crítica’, que

curiosamente tiende a ser la lectura del profesor” (2003, p. 174). Según su propia experiencia, este tipo de análisis solía degenerar en un ejercicio de los alumnos por adivinar qué es lo que pensaba el profesor y ser de esta manera mejor evaluado.

El teórico inglés sugiere entonces que la educación mediática no sólo debería concebirse como un ejercicio para fijar la atención de las deficiencias de los medios, ya se trate de deficiencias morales, ideológicas o estéticas; por el contrario debe pretender estimular a los alumnos a conocer la complejidad y diversidad de los disfrutes que pueden ofrecerles los medios. Señala que por sí solo el análisis no cambia necesariamente la actitud de los estudiantes a menos que se relacione con las propias experiencias e identidades de éstos. Su recomendación para plantear el análisis crítico es, precisamente, utilizar las experiencias propias a manera de producciones mediáticas, puesto que al ser el estudiante quien cree sus propias representaciones, se encontrará entonces en posición de investigar los temas mediáticos de manera más directa y con un talante más abierto y lúdico.

Para López (2000), en las aulas deben existir cuatro dimensiones importantes con sus respectivos factores para desarrollar un pensamiento crítico:

- a) Animar a los estudiantes a interactuar y cooperar
- b) Animar a los estudiantes a reunir información
 - Cuando el estudiante genera una respuesta incorrecta, el maestro lo anima a explorar el error y le enseña a no tener miedo a equivocarse.
- c) Demostrar actitudes de aceptación
 - El contacto visual es frecuente entre el maestro y el alumno, y de estudiante y estudiante
 - El maestro acepta todas las respuestas válidas que generan los estudiantes
 - El maestro aprueba los comentarios de los alumnos con inclinaciones de cabeza o con otras señales no verbales.
 - El maestro les pide que visiten biblioteca y librerías.
 - El maestro llama a cada alumno por su nombre

- El maestro los guía en la visita a museos, zoológicos, parques, exhibiciones, etcétera.
 - El maestro pide la realización de entrevistas
 - El maestro se mueve alrededor del salón
- d) Fomentar un clima de apertura
- Los alumnos trabajan en pares o en pequeños grupos
 - Los estudiantes ayudan unos a otros a analizar y resolver problemas
 - Los estudiantes se escuchan activamente unos a otros
 - Los estudiantes se responden unos a otros

Se necesitan crear formas de análisis que no dependan de la realización de lecturas concretas, consideradas como 'correctas', ni mucho menos de la imposición de la autoridad del profesor. Comenzar por reconocer que los textos pueden leerse de muchas formas distintas y que éstas no deben silenciarse ni suprimirse es un buen punto de partida para posteriores análisis y debates desarrollados en el aula y fuera de ésta.

iii.iii Sobre la capacidad creativa

Lo que siempre logra motivar a los alumnos, según estudios y la experiencia de este investigador inglés, es la oportunidad de hacer sus propias fotografías, noticias, y grabar o editar sus propias cintas de video cuando los materiales lo permiten. No obstante, esta oportunidad se ha visto limitada en otros cursos sobre educación mediática por el temor a la *imitación* de los productos mediáticos populares, lo que se dice terminaría por reforzar los placeres engañosos de la cultura popular, "la imitación se considera un proceso intrínsecamente irreflexivo, a través del cual simplemente serían interiorizadas y reproducidas las ideologías dominantes de los productos mediáticos" (Buckingham, 2003, pp. 198).

Es por tal razón que normalmente son valoradas positivamente las producciones de corte artísticamente estético y nada más; cuando en realidad el impulso a la libertad creativa del alumno tiene que observarse desde el lado mismo

de las complejas relaciones entre expresión creativa y habilidades técnicas, y de la importancia de la reflexión y autoevaluación de las mismas, mas no como la visión individualista que parece implicar que los individuos creativos nacen, no se hacen.

Para Buckingham la imitación es un proceso reflexivo, al contrario de como normalmente es visto. Y es que imitar, de acuerdo a este teórico, también exige y desarrolla un elevado nivel de habilidades analíticas y prácticas. Gracias a la forma en que está diseñado el modelo de enseñanza de David Buckingham, el producto realizado (en la primera fase) resultado de la creatividad y búsqueda de información de los niños, será muy probablemente manufacturado a través de la imitación.

Pero es a partir de aquí lo también interesante del modelo. Porque en la segunda etapa los niños dejarán de ser productores para comenzar a pensar como críticos sobre sus propios productos realizados. De esta forma, ellos retrocederán a la etapa de producción para 'ser exigentes' con sus obras, cuestionarlas, defenderlas, modificarlas y recrearlas; todo ello bajo la premisa de una libertad creativa que mueva al individuo a hacer de algo tan pequeño, un producto con mucho significado.

La producción de los alumnos no necesita contar con medios de elevada tecnología. Gran parte del trabajo interesante y valioso que todavía hoy se hace en las escuelas continúa realizándose con plumas, tijeras y pegamento, con sencillas grabadoras y cámaras de apuntar y disparar. De hecho, "la participación de los niños como seres creativos comienza desde que a su corta edad tienden a incluirse a sí mismos y a sus pares en las historias que cuentan o escriben, lo que les permite definir identidades y negociar amistades" (Buckingham, 2003, p. 203). Esta participación creativa no es sólo individualista, sino que fomenta el trabajo en grupo

que, aunque no sea estrictamente necesaria para la realización con éxito de producción mediática, la escasez de recursos técnicos en las escuelas parece hacerla inevitable.

iii.iv Sobre el poder del disfrute y el juego

No hay que negar que la experiencia de los jóvenes que crecen en el entorno mediático actual es ahora muy diferente que al que tiene la mayoría de sus profesores. El uso de las nuevas tecnologías como el internet, los celulares y los videojuegos está por demás inmersa en las vidas de los estudiantes más pequeños. De acuerdo a Funge (1998) se necesita reconocer que las representaciones mediáticas son más complejas, y las audiencias más sofisticadas que en épocas anteriores.

Como sugiere Roger Silverstone (citado en Buckingham, 2003), el placer y el juego son aspectos centrales de nuestra relación con los medios. En un primer momento, y de acuerdo al modelo propuesto por Buckingham, la producción mediática (primera fase) ofrecerá a los estudiantes un espacio en el cual explorar sus placeres e intereses emocionales en los medios, de una forma más subjetiva y lúdica que si sólo fuera un aprendizaje de conceptos críticos. Estas dimensiones lúdicas han sido llevadas a la práctica con bastante éxito sobre todo en niños pequeños (véase Dyson, 1997 y Willet, 2001).

Los niños deben sentirse estimulados en el proceso de enseñanza-aprendizaje. La producción es un ruedo donde los profesores ceden necesariamente algo del control a los estudiantes y muchas veces esto resulta placentero para ellos, en especial por tratarse de un trabajo que hacen en colaboración, "formar parte de un equipo, compartir el trabajo con pares, reírse en compañía de otros, ataviarse y disfrutar de chistes y bromas son aspectos absolutamente centrales en esta

actividad” (p. 253). El docente debe implementar pedagogías divertidas para la realización con éxito de la educación mediática.

Sin embargo, aunque se le debe dar la oportunidad al alumno de expresarse de forma divertida en sus producciones de forma tal que las disfrute, “sobre los profesores cae la responsabilidad de que el aula sea una comunidad que funciona y en la que reina el respeto mutuo” (Buckingham, 2003, p. 266) En este sentido, los profesores también tienen derecho a impedir comportamientos que puedan perturbar esta marcha positiva en el aula.

Un aspecto clave de la creatividad es el poder del disfrute, y precisamente en un ambiente de educación primaria los niños permiten un ambiente exploratorio hacia el juego, que al mismo tiempo proporciona una gama de situaciones potenciales de aprendizaje. Es por tal motivo que un estudiante estimulado y activo es más susceptible de buscar respuesta a los problemas que se planteen, de hecho, el juego “desarrolla creatividad, competencia intelectual, fortaleza emocional, estabilidad y... sentimientos de júbilo y placer: el hábito de estar a gusto” (Piers y Landau, 1982, 43).

La capacidad crítica, creativa y lúdica de los estudiantes debe ser fomentada no sólo en la educación mediática, sino en todas las áreas aplicadas de la educación. Las investigaciones realizadas por David Buckingham corresponden a un modelo que permite potenciar estas tres vertientes, en base a la libertad de los alumnos sobre explorar sus conocimientos previos sobre los medios de comunicación desde otras perspectivas, la activa y participante, así como generar un producto y cometerlo a crítica.

METODOLOGÍA

Enfoque metodológico

Para esta propuesta de implementación de estrategias didácticas sobre alfabetización mediática en las escuelas primarias públicas de México, se trabajó a partir de la investigación exploratoria y descriptiva. Dicho proceso metodológico facilitó la compenetración hacia el objetivo de investigación debido a que permitió seleccionar, adecuar o perfeccionar los recursos y procedimientos disponibles para una mejor obtención de datos.

El presente proyecto constó de tres fases, cada una de las cuales es importante en sí misma y proporcionó a la vez información para la toma oportuna de decisiones, por lo que es necesario describir en qué consistió cada una de ellas.

1. Fase exploratoria

Se seleccionaron dos grupos de sexto y uno de quinto grado en dos escuelas públicas de estrato socioeconómico bajo ubicadas en Nuevo León. A fin de obtener datos generales sobre las posibles instituciones, se recurrió a la base de datos de la Secretaría de Educación Pública del estado de Nuevo León para localizar escuelas primarias de clase baja que apoyaran el proyecto. El siguiente paso consistió en gestionar el acceso en dos de las instituciones encontradas con el directivo del instituto y los titulares de los tres grupos .

Ahora bien, ¿por qué esta investigación se enfocó en quinto y sexto grado? En primer lugar, mientras más delimitado esté el sector (receptor) al cual se dirigen, mayores oportunidades de conocerlo se tendrán, y por lo tanto más *ad hoc* a las exigencias de dichas estrategias didácticas. La metodología de Buckingham, además, sugiere que no se puede hablar de todos los niños como si de una

categoría homogénea se tratase: el significado de la infancia, así como la experiencia de esta última, depende evidentemente de diversos factores sociales, tales como el género, la raza o carácter étnico, la clase social, la situación geográfica y otros por el estilo (Buckingham, 2003). Por esta razón se debe establecer un grupo lo más homogéneo posible que se desenvuelva mayoritariamente en un mismo código cultural mediático. Las edades que competen al quinto y sexto año varían entre los 10 hasta los 12 años; precisamente se analizaron dos grupos de sexto grado de diferentes escuelas y uno de quinto para identificar si las actividades tenían el mismo resultado cuando se aplicaban en cualquiera de estos grupos.

Las escuelas primarias Gertrudis Bocanegra de Laso y Merced Garza Hinojosa de turno vespertino (1am a 6 pm) y la segunda de tiempo completo (8am a 5 pm), ambas ubicadas en el municipio de Monterrey, facilitaron sus grupos para la puesta en marcha del piloteo de las estrategias didácticas durante tres veces por semana, en un horario de 1:00 a 2:00 para el grupo de la primera, y de 9:00 a 10:00 (Grupo Sexto A) y de 10:00 a 11:00 (Grupo Quinto A) respectivamente para la segunda. Se acordó, en ambos casos, que las actividades serían pospuestas a corto plazo en caso de temporada de exámenes y prácticas para eventos especiales.

Emprendiendo el camino exploratorio, se llevaron a cabo varias juntas con los directivos y los profesores de grupo con la finalidad de proporcionarles información sobre el proyecto: en qué consistía, por qué era importante, cuál era su finalidad, cómo deberían actuar ellos como agentes educativos ante este determinado proyecto, así como elaborar preguntas y/o comentarios al respecto de la investigación.

La población estudiantil constaba de 20 alumnos para el grupo de la primaria Gertrudis Bocanegra de Laso, 38 alumnos para el sexto grado grupo A y 43 en el quinto año grupo A de la escuela Merced Garza Hinojosa, por lo que el total de niños con los que se trabajó en el proyecto fue de 101 estudiantes.

2. Fase de implementación (Piloteo de propuestas)

El enfoque de enseñanza-aprendizaje sobre alfabetización mediática de David Buckingham fue el utilizado en este proyecto. El investigador inglés toma como base la teoría de Vigotsky (1978) de un modelo dialógico y desde esta perspectiva apunta a un aprendizaje mediático que podría verse como un proceso que comprende tres etapas: la primera es la producción; la segunda es la enseñanza de conceptos teóricos sobre análisis del mensaje; y la tercera es la de reflexionar sobre sus propias producciones mediáticas y las del entorno cotidiano.

Este modelo fue el que guió el proceso de aplicación con respecto a las propuestas didácticas. Sin embargo, no sólo fueron tomadas en cuenta las actividades diseñadas o sugeridas por David Buckingham en sus investigaciones, también se recurrió a otros casos de actividades que han resultado exitosas en la práctica educativa de algunos países, como es el caso de Noruega, Italia y Canadá.

Se diseñaron 17 actividades y una autoevaluación, mismas que se replicaron en los tres grupos, sin embargo, por limitaciones tecnológicas y de infraestructura de una de las escuelas, dos de ellas no se llevaron a cabo, por lo que el resultado fue un total de 52 clases de una hora. A los maestros se les entregó un manual (véase Anexo 3) que contenía la siguiente información:

Introducción

- ¿Qué es el proyecto “Educación Mediática en México”?
- ¿A qué nos referimos con Educación Mediática?
- ¿Por qué es necesaria hablar de una alfabetización mediática en la sociedad?

- Y el profesor, ¿qué papel juega en las actividades de educación mediática?

Lecciones y Actividades

Rumbo al estrellato

Una misma historia contada al revés

Debate 1

Efectos positivos y negativos de los medios de comunicación

Todo depende del cristal con que se mira

Debate 2

Un rostro, un mensaje

¿Qué realidad hay detrás de esa fotografía que sólo deja ver un rostro?

Carta al editor

Cazadores de fantasmas

Debate 3

El A B C del Internet

Niños online

Creando un comic

Vamos a compartir con otros niños del mundo ¡La niñez mexicana en Radijojo!

Creando con Movie Maker

Debate 5

Autoevaluación

Lista de conceptos

Sitios de consulta e interés en línea

Lecturas sugeridas y bibliografía

Diario del Maestro

La aplicación de éstas fue puesta en marcha del 16 de septiembre del 2010 al 3 de marzo del 2011.

La primera etapa de la implementación, siguiendo el modelo de Buckingham, fue la de producción. En ella se necesitó la disponibilidad de alumnos y docentes

para llevar a cabo con éxito las actividades creativas de producción mediática, mismas que fueron de trabajo individual, en equipo o con la participación toda la clase. Las actividades fueron desarrolladas de forma interactiva y creativa, éstas guiaban al alumno a través del proceso de deconstrucción, analizando y creando los mensajes mediáticos. Las actividades estructuradas promovían la reflexión y el diálogo encaminado a reforzar las habilidades de alfabetización mediática. Cada actividad fue diseñada para proveer una oportunidad para la discusión.

Debido a que ésta fue una de las fases más complicadas en cuanto a disponibilidad y acceso a medios audiovisuales para la creación de productos mediáticos, pero sobre todo porque los alumnos requerían un esfuerzo creativo, artístico y de organización mayor al que normalmente están acostumbrados, a esta etapa se le destinó, en un primer momento, un lapso de tiempo más grande.

3. Fase descriptiva

En esta fase se dio respuesta a los objetivos específicos con la descripción de las actividades en cada etapa del modelo didáctico utilizado. Se tuvo a la mano el manual de estrategias didácticas con el contenido de las actividades tomando en cuenta los aprendizajes esperados, los conocimientos a desarrollar, las actividades específicas, la organización pedagógica del aula, el papel del docente, el uso del material y se le evaluó a cada una.

El método de recolección de datos consistió en la observación participante con un instrumento evaluador (véase Anexo 1) que comprendía la creatividad, el nivel crítico, el disfrute por parte del alumno y la dinámica y el rol del profesor durante la actividad. Por otro lado, se contaba también con un diario de campo (véase Anexo 2) donde se anotaban observaciones significativas cuando hubiesen, preguntas y/o sugerencias desde y para la propia investigadora. Los escritos y

productos que hacían los niños resultado de las actividades también fueron tomados en cuenta al momento de recolectar la información final. Cada clase, además fue grabada con una grabadora profesional.

Esta etapa permitió una mejor organización sobre las estrategias didácticas: mejorar y corregir posibles dificultades en el desarrollo de las mismas y lo más importante, depurar y adaptar las estrategias didácticas para su posible consideración dentro del Plan de Estudios de Educación Básica en México. Aquí se concluyó de manera más clara el lugar donde podrían ubicarse dichas estrategias didácticas dentro del Plan de Estudios de Educación Básica, así como sus principales ventajas y dificultades para dar paso al concentrado en el reporte final.

RESULTADOS

Dimensiones institucionales y pedagógicas

La escuela Merced Garza Hinojosa es una escuela pública primaria de completo (8:00 a 5:00 pm), situada en Monterrey, Fomerrey 21. El alumnado de la institución, según la directora de la misma institución, es típicamente de escasos recursos. Cuenta con centro de cómputo con aproximadamente treinta ordenadores; el programa Enciclomedia¹ se encuentra en buenas condiciones y está posicionada en el proyecto Escuela de Clase Mundial².

El programa Enciclomedia consiste en digitalizar el contenido de los Libros de Texto Gratuitos —que han sido el punto de partida de la enseñanza básica en México— y vincularlos con distintos recursos digitales e interactivos, de manera que el maestro y el alumno dispongan de un complemento didáctico adicional, con lo que se estimula y enriquece el proceso de enseñanza aprendizaje. (Consultado desde la Enciclomedia: <http://www.encyclomedia.edu.mx>)
El programa Enciclomedia es un proyecto que conjuga los esfuerzos de diferentes niveles de gobierno, autoridades educativas, escuelas, universidades, y empresas como Microsoft y Axtel, para impulsar un modelo que permita mejorar el nivel de los alumnos mediante nuevos procesos de enseñanza-aprendizaje apoyados en el uso de la tecnología.

productos que hacían los niños resultado de las actividades también fueron tomados en cuenta al momento de recolectar la información final. Cada clase, además fue grabada con una grabadora profesional.

Esta etapa permitió una mejor organización sobre las estrategias didácticas: mejorar y corregir posibles dificultades en el desarrollo de las mismas y lo más importante, depurar y adaptar las estrategias didácticas para su posible consideración dentro del Plan de Estudios de Educación Básica en México. Aquí se concluyó de manera más clara el lugar donde podrían ubicarse dichas estrategias didácticas dentro del Plan de Estudios de Educación Básica, así como sus principales ventajas y dificultades para dar paso al concentrado en el reporte final.

RESULTADOS

Dimensiones institucionales y pedagógicas

La escuela Merced Garza Hinojosa es una escuela pública primaria de completo (8:00 a 5:00 pm), situada en Monterrey, Fomerrey 21. El alumnado de la institución, según la directora de la misma institución, es típicamente de escasos recursos. Cuenta con centro de cómputo con aproximadamente treinta ordenadores; el programa Enciclomedia¹ se encuentra en buenas condiciones y está posicionada en el proyecto Escuela de Clase Mundial².

El programa Enciclomedia consiste en digitalizar el contenido de los Libros de Texto Gratuitos —que han sido el punto de partida de la enseñanza básica en México— y vincularlos con distintos recursos digitales e interactivos, de manera que el maestro y el alumno dispongan de un complemento didáctico adicional, con lo que se estimula y enriquece el proceso de enseñanza aprendizaje. (Consultado desde la Enciclomedia: <http://www.encyclomedia.edu.mx>)
El programa Enciclomedia es un proyecto que conjuga los esfuerzos de diferentes niveles de gobierno, autoridades educativas, escuelas, universidades, y empresas como Microsoft y Axtel, para impulsar un modelo que permita mejorar el nivel de los alumnos mediante nuevos procesos de enseñanza-aprendizaje apoyados en el uso de la tecnología.

Cuenta con Laptops otorgadas por la Fundación Slim. En esta escuela se llevaron a cabo las actividades en dos grupos: quinto y sexto.

La directora es muy participativa, ella apoyaba el presente proyecto y frecuentemente iba a los salones a darle seguimiento a las actividades. En las asambleas comentaba de la investigación y cuando había juntas con los padres de familia les mostraba los resultados de las actividades que se estaban realizando; mismos que muchas veces se publicaron en el periódico mural de la institución.

La escuela Gertrudis Bocanegra de Lazo es una escuela pública primaria de Turno Vespertino (1:00 a 6:00), está situada en el municipio de Monterrey y los alumnos que asisten a ella son de estrato socioeconómico bajo. No cuentan con centro de cómputo, Enciclomedia está inservible, la única computadora que está en los salones no funciona y los maestros llevan su laptop para uso personal, por lo que los niños no tienen acceso a este tipo de tecnología. En esta escuela se llevó a cabo el proyecto con los alumnos de sexto grado. El director creía en el proyecto; sin embargo, no se le dio un seguimiento a las actividades y el profesor encargado del grupo de sexto año simplemente ejecutó las actividades con menor disposición que la otra escuela estudiada.

Es muy peculiar el hecho de que, desde las observaciones hechas en esta investigación, el profesor juega un papel importante en el sentido más profundo que sostiene este proyecto: desarrollar alumnos críticos. Todo profesor es distinto aún cuando cuente con las mismas herramientas para enseñar, sobre todo en la manera en que imparte su clase. Por ello es de suma importancia que se describa a los profesores de los grupos analizados (véase Anexo 4), porque ello tendrá impacto en los resultados de este proyecto.

La profesora del sexto año de la escuela Merced Garza Hinojosa siempre llevaba su manual de actividades a la mano, se basaba en él pero no impartía la clase tal cual apuntaba la actividad, sobre todo cuando se trataba de organizar a los alumnos. La profesora proveía de información a los estudiantes explicándoles la actividad, gestionaba y dirigía las actividades grupales, se acercaba a los alumnos y preguntaba si tenían dudas.

Algunas ocasiones, al darles la explicación, terminaba por decirles qué hacer, lo cual representaba una brecha para la investigación, en el sentido de que no existiese una sola lectura. Es una persona muy creativa. Se puede observar esto porque frecuentemente pedía a sus alumnos trabajos en presentaciones distintas, le gustaba que los alumnos jugaran con las formas y los colores al tiempo de realizar y presentar un proyecto, ejemplo de ello son los constantes trípticos, dípticos y cartulinas que proporcionaba para que los estudiantes crearan sus productos y escritos.

Ella terminaba con cada actividad de una manera muy importante: la aterriza a la vida cotidiana y les pregunta a los niños cosas básicas como los porqués y los cómo, así como la relación que guardaban estos con la actividad que se acababa de realizar. Además, cada actividad la concluía con una evaluación por escrito donde los alumnos tenían que decir lo que habían aprendieron de la actividad, y es hacia este punto donde se puede observar un balance entre lo que no se había manejado en principio de la mejor forma, pues aquí cada alumno de forma individual hacía una reflexión sobre el tema visto y servía de base para apreciar más claramente si existía o no un análisis crítico por parte del estudiante.

En quinto año la profesora fue el ejemplo claro del desempeño docente que se buscaba de acuerdo al modelo que se manejó en esta investigación: guía, experto en el contenido y facilitador de información. Quedó claro que practicó la premisa que apuntaba el manual que se les entregó: “En la educación mediática no hay respuestas acertadas ni erróneas, normalmente los primeros tropiezos de los estudiantes respecto a su trabajo se valoran más porque sirven de punto de partida para la discusión y el pensamiento crítico.” El punto clave radicaba en empujar a los niños a pensar sobre pensar, cuestionar lo que estaban diciendo y justificar con argumentos válidos lo que cada uno pensaba.

Hay que empezar por describir a esta profesora como perfeccionista. No escatimaba en dar todo el material necesario para que en el salón de clases hubiera orden y todos tuvieran acceso a lo indispensable. Se podía notar que preparaba las clases con anticipación e incluso agregaba cosas en ella para facilitar la actividad a los niños. En este salón había capitanes de grupo, niños encargados o representantes de cada equipo a los cuales delegaba autoridad cuando lo creía conveniente. En cada actividad siempre estipulaba una determinada cantidad de tiempo “Tenemos 20 minutos para realizar el trabajo y 10 minutos para exponer” (Mariela, 5to año) Esta maestra es más autoritaria sobre el control y el orden en el salón, pero es la docente que más libertad de expresión y debate incentiva. Ella no lee literalmente las actividades del manual, mas bien las explica. No pone autoevaluación al final de cada clase, pero sí realiza los cuestionamientos que se incluyen para cada actividad. Funge como guía pues traza con precisión los objetivos y actúa como un experto en el contenido, se le nota que lo domina y se desenvuelve con flexibilidad, profundidad y significatividad.

En el sexto año vespertino el profesor no mostraba interés por las actividades. No leía las actividades antes de ponerlas en práctica, por lo que muchas de las veces no comprendía bien los objetivos de las mismas ni los resultados esperados. Él conocía las actividades al mismo tiempo que lo hacían los niños. Dirigía las actividades desde su escritorio e inusualmente iba a sus lugares a informarse sobre su desarrollo. Cuando los alumnos se notaban un tanto desorientados, el maestro volvía a explicar desde su escritorio. El maestro hacía las preguntas que venían en el manual, el problema aquí es que los niños eran muy poco participativos, se mostraban nerviosos. Cuando los niños debían exponer o participar en un debate, el profesor terminaba por dar los comentarios y de hecho era el que continuaba las respuestas de los alumnos. Aterrizaba las actividades con una conclusión, pero algunas veces no tenía nada que ver con el punto de la actividad. Prácticamente en la mayoría de las actividades era su voz la que guiaba la clase, una sola lectura, sin embargo, esto no se ve como un sesgo para la investigación, al contrario, da más herramientas para producir conclusiones más objetivas y válidas al respecto del proyecto en la práctica educativa mexicana.

Estrategias didácticas

Rumbo al estrellato

La primera actividad se titula *Rumbo al Estrellato* (véase Actividad 1 de Anexo 3), en ella los niños participaron como diseñadores de imagen de un artista determinado con la finalidad de hacerlo más famoso. Dependiendo del tipo de público al que querían llegar, los estudiantes agregarían o quitarían cosas sobre sus vestimenta, personalidad, género musical, etcétera.

Objetivos:

Que el alumno identifique el contexto que envuelve a una figura artística. Esas personas que ellos ven o escuchan, no siempre han sido de esa manera y pueden, en ocasiones, modificar información o su apariencia con el fin de generar más ganancias.

Resultados esperados:

El alumno sabe distinguir y/o poner en tela de juicio el cómo se maneja, se moldea o se acopla la información proveniente de las figuras artísticas que ellos normalmente frecuentan.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Los alumnos mostraron en esta actividad una actitud bastante alegre. Escogieron el tipo de audiencia que más llamaba su atención y disfrutaban modificando el personaje de tal forma que pudiera ganar más adeptos. El nivel de disfrute se notaba cuando estaban realizando el proyecto e incluso cuando pasaron al frente a presentar al nuevo personaje.

Respecto al nivel creativo surgió algo sumamente interesante para la investigación. Los niños se mostraron totalmente creativos respecto a cómo vestir a sus personajes o qué quitarle o agregarle, pero al final, parecería que estuviesen replicando el estereotipo de un artista pop o romántico que ellos recordaran. Por ejemplo, el cantante Mike que iba dirigido a las amas de casa "Mike/amas de casa: es guapo, musculoso. Se viste con Smoking, canciones de amor dedicadas. Los programas en los que aparecería es Al sabor del chef" (Eq. 1, 5) formaba una

réplica del famoso cantante Luis Miguel. Alexander Arjona, en cambio, quien iba a dirigido a jóvenes-hombres recordaba a Michael Jackson:

“A nosotros nos tocó Alexander Arjona y nuestra audiencia es la de jóvenes hombres. Le cambiaríamos la imagen de niño bueno por algo de estilo rock o pop: ropa negra, guantes negros o a veces blancos, lentes oscuros, y le pondríamos guitarra eléctrica, con sombrero, que sepa bailar muy bien”
(Equipo 3, 6M)

Al respecto hay que recordar lo que David Buckingham apunta en este caso: “Como es natural, los estudiantes poseen amplios repertorios de conocimientos sobre el ‘lenguaje mediático’. Todos ellos son ya ‘lectores’ competentes de los medios, aunque todavía tengan que convertirse en ‘escritores’” A pesar de que parezca entonces una imitación, dicha imitación ya no es más un proceso irreflexivo. Imitar exige y contribuye a desarrollar habilidades analíticas y prácticas.

“Esto es posible gracias al hecho de que el aprendizaje no consiste en una mera copia, reflejo exacto o simple reproducción del contenido que debe aprenderse, sino que implica un proceso de construcción o reconstrucción en el que las aportaciones de los alumnos desempeña un papel decisivo” (Coll, 1990, pág. 441)

Respecto al nivel crítico mostrado, los alumnos se les puede evaluar con un nivel crítico medio. Se trata de la convergencia entre el antes y el ahora de un artista, entre las posibilidades que ofrece el medio para convertir a una persona normal en lo que ellos quieran que la audiencia vea y no en lo que necesariamente es en realidad dicha persona.

En cierto punto los niños construyen los personajes y reconocen que deben hacer cambios, mismos cambios que los lleva a deconstruir un proceso: el proceso del surgimiento o manejo de ciertas características que rodean al lenguaje mediático. Es muy interesante lo que en todos los grupos hicieron con la cantante Layla, cuya imagen es árabe. En los tres grupos le quitaron la burka y la hicieron más “sexy” (H, 6) o más “moderna” (M, 5) con sus respectivas características: “Layla/Niños: Le quitamos la manta de la cabeza, pondríamos vestido escotado, color púrpura con una corona, tacones. Imagen: pelo suelto con rayos de color morado, aretes de bolita plata, el vestido con lentejuelas plateadas. Programas: En familia con Chabelo, TV Kids, Tiempo mágico. Género: infantil.” (Eq. 6, 5).

Siempre y cuando se les cuestione a los niños por qué proponen dichos cambios y se les estimule a pensar sobre el producto que están presentando, la reflexión aumentará. En este caso, la maestra de quinto grado preguntó a uno de los equipos por qué decidieron quitarle la burka y uno de ellos respondió:

“Alumno: Porque se supone que queremos que al público joven le guste, si lo dejáramos así como está tal vez no agradaría tanto y más bien se dirigiría a otro tipo de audiencia más tranquila como a niñas.

Maestra: ¿Y no puede haber algunos jóvenes que les guste así con la burka puesta?

Alumna: Sí, pero aquí no creo, en su país sí, tal vez sí, pero a nosotros nos interesan que le compren discos los de aquí.

Maestra: ¿Y poniéndola más mesurada, digamos sin escote, no les gustará a los jóvenes de aquí?

[...]

Alumno: Tal vez sí, si canta demasiado bien, no tiene porque vestirse cortito para que a la gente le guste. Es que a veces hacen eso para que a la gente le llame la atención, pero si canta bonito no importa”

Este tipo de cuestionamiento y análisis se distingue de la mera adquisición de datos (lo que hacen como audiencias), y los lleva a generar un pensamiento más crítico en el sentido que identifica y cambia suposiciones preestablecidas (al actuar como productores). Si bien los pensadores críticos tratan de imaginar y explorar alternativas, el juego de estos niños con respecto a la imagen de una persona en un determinado contexto es ya una muestra reflexiva de análisis mediático.

- Áreas de oportunidad:

Los profesores deben aterrizar las actividades poniendo ejemplos de la vida cotidiana para que los niños entiendan lo que se quiere reconocer con esta actividad. Por ejemplo cuando se termine la actividad hay que cuestionarlos sobre qué piensan de los artistas. Se puede poner como situación que piensen en un artista en específico y se pregunten si creen que exista una persona detrás de él que le fabrique una imagen, si creen que algunos artistas manipulan la información sólo para ganar más adeptos o si esto es imposible. Hay que recordar siempre que toda respuesta que den los alumnos es válida; si ellos contestaran, por ejemplo, que es imposible se les debe cuestionar el por qué y más que un juicio de valor, terminar la clase con otra pregunta.

Una misma historia, contada al revés

Esta actividad (véase Actividad 2, Anexo 3) proponía una situación simulada. Los estudiantes eran agentes publicitarios, de los mejores. El salón debería dividirse en dos equipos: un equipo haría la publicidad positiva sobre su escuela, el otro una publicidad negativa sobre la misma y la presentarían ante el grupo para discutirla, debatirían entre ellos para ver cuál convencía más. Con celulares y algunas cámaras fotográficas proporcionadas, los niños salieron por la escuela a tomar fotos.

Objetivos:

Que el alumno seleccione aquella parte o partes de toda una realidad para mostrarla. Lo hará dependiendo de lo que se acople a sus necesidades u objetivos a lograr.

Que el alumno presente el producto final de la mejor manera posible de acuerdo al mensaje que busca hacer llegar a su audiencia.

Resultados esperados:

Lograr que el alumno reflexione que detrás de lo presentado existen otras cosas no mostradas, mismas que pueden ser o no parte de una misma realidad.

Identifique que un mensaje es construido dependiendo del objetivo que tenga.

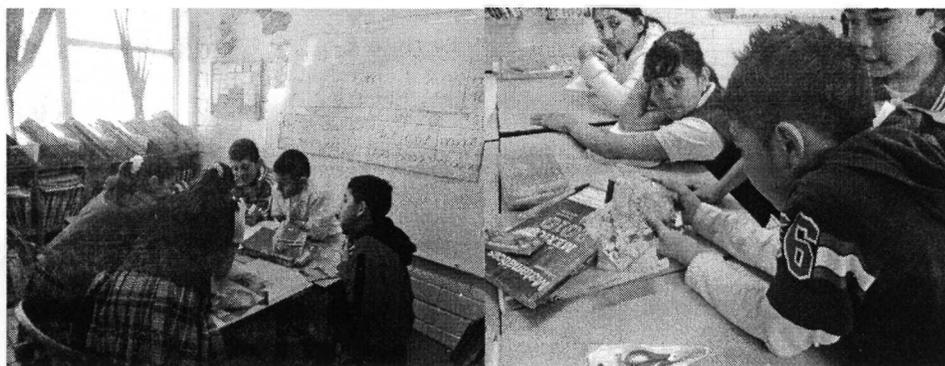
- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Los niños disfrutaron mucho esta actividad. El tomar fotografías les atrajo y divertía, el hecho de participar en equipos y tener la incentivo de la competencia es lo que más les empujó a crear algo de la mejor forma posible.

Esta es también una de las actividades que más explota la creatividad del alumno. Torrance (citado por de Sánchez, 1993) explica que “la conducta creativa ocurre en el proceso de llegar a ser consciente de problemas, deficiencias, vacíos en el conocimiento, elementos perdidos, de formular soluciones y de reformular hipótesis”, mismo proceso que se llevó a cabo en esta actividad desde el momento en que los niños salen del salón, identifican, disciernen, seleccionan, excluyen y finalmente ordenan su publicidad de una forma que les permitiera ser únicos o diferentes del otro equipo y que además convenza más. Empezaron por seleccionar

entre la gama de opciones cuáles fotos representaban mejor el mensaje que querían dar y en qué orden daba un mayor impacto. (véase figuras 3 y 4). Por último escribieron descripciones en las fotos y los comentaron.

Figuras 3 y 4: Alumnos de quinto y sexto años escogiendo el orden de las fotografías



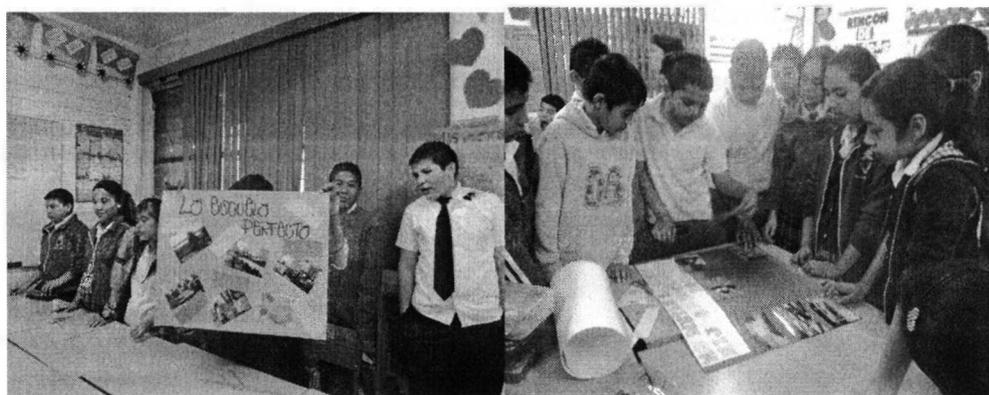
El nivel crítico mostrado por los alumnos en esta actividad fue alto. Basta con poner aquí una frase mencionada por uno de los niños del equipo de la publicidad negativa: “manipulamos algunas cosas para que nos ayudara y convenciéramos más” (H, 6), refiriéndose a que habían “tirado los botes de basura y tomamos la foto y luego estos dos se hicieron que se estaba agarrando a golpes, ahí tomamos otra foto”. Al ser observada esa actitud por parte del equipo contrincante, ellos hicieron una foto donde aparecían dos niños: “nosotros nos dimos la mano en señal de que somos muy pacíficos”.

Los de la campaña positiva en quinto grado dijeron:

“Tenemos computadora, tenemos foros para asamblea, tenemos educación física con maestros capacitados, tenemos áreas verdes, tenemos comedor saludable, tenemos cancha de basquetbol. La mejor escuela, el mejor lugar para aprender”. Los de la publicidad negativa portaban un gran título en su cartulina que decía: “¿Por qué no debes meter a tus hijos a esta escuela? Los baños están rayados, los tubos están tirados, los baños sin cuidar, las rejas están caídas y descuidadas, las computadoras están descuidadas y se dicen muchas groserías.”

Figuras 5 y 6

Publicidad positiva y negativa en sexto año



Publicidad positiva titulada “La escuela perfecta” Publicidad negativa: ¿Por qué no debes meter a esta escuela a tus hijos?

Al momento de la evaluación por escrito con los niños de sexto año vespertino, escribieron: “La publicidad influye mucho en las decisiones de la persona para comprar algo. La publicidad puedes ser mala o buena y las dos tienen mucho qué hablar sobre el producto. Aprendimos a hacer carteles publicitarios sobre la escuela y a mandar un mensaje de la escuela. Y trabajamos en equipo para

lograrlo, todos nos ayudamos. A mí me gusto que nosotros tuvimos el poder³ de hacer ver una cosa como muy buena o como muy mala.” (Daisy, 6 año). De este trabajo resultó que en todos los salones los niños manipularon, en poca o gran medida, parte de la realidad y lo dijeron al momento de exponer. Reconocieron que dependiendo de lo que se busque, se puede pintar una de las muchas realidades que hay e incluso aseveraron que “Los medios podrían hacer eso de seguro, profe, como el comercial que dice que hasta los ángeles caerán” (H, 6V)

- Las áreas de oportunidad

Ocurrió que como la actividad era un tanto larga, uno de los maestros no aplicó las preguntas de discusión que vienen al final de la actividad. Esto no se debe dejar pasar por alto, porque el punto es que los niños regresen sobre sus propias producciones y discutan de lo hecho, así como de lo aprendido.

Efectos positivos vs negativos de los medios de comunicación

A los niños se les proporcionó dos lecturas sobre dos posturas distintas: los efectos positivos y negativos de los medios de comunicación (véase Actividad 3 del Anexo 3). A la mitad del grupo se le entregó la lectura de los efectos positivos y a la otra mitad los efectos negativos. Una vez leída los equipo debían criticar la postura del otro y tratar de convencer al equipo contrario de que su visión era la correcta.

Objetivos:

³ La maestra de sexto grado normalmente usaba la palabra “poder” en sus clases. La usaba en sus frases a razón de incentivarlos: “ustedes tienen el poder de sacar buenas calificaciones” o “tienen el poder de buscar otras alternativas”, es por este motivo que los niños usaron en varias ocasiones la palabra poder cuando participaban en clase.

Que el alumno reconozca las ventajas y desventajas de los medios de comunicación.

Resultados esperados:

El alumno sabrá reconocer tanto aspectos positivos como negativos de los medios de comunicación.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Esta actividad tuvo un alto grado de disfrute, los niños eran muy participativos y debatían con el equipo contrario, buscaban argumentos y se cuestionaban mutuamente. Esto, además, motivaba su espíritu de creatividad puesto que buscaban a toda costa encontrar buenos argumentos para refutarlos. Agotaron los argumentos que venían en la lectura y buscaron en su vida cotidiana poner ejemplos, entre ellos salieron a relucir las bajas calificaciones en el lado negativo y lo mejor para entretenerse después de la tarea, en el positivo.

En cuanto a la autonomía crítica del alumno, esta se pudo observar en la evaluación por escrito que hicieron al final en los tres grupos. Algunos ejemplos se encuentran a continuación:

“Lo positivo. Yo entendí que los medios de comunicación facilitan que la información llegue a todo el mundo como en la televisión es buena para los niños porque hay programas educativos y el teléfono es bueno porque puedes llamar a largas distancias.

Lo negativo. Yo entendí que los medios de comunicación son malos porque en la televisión hay programas pornográficos y el teléfono te puede rastrear y te pueden robar como en la computadora tus datos y te secuestran por eso es malo” (José Alberto, 6 M)

“Lo positivo. “Los medios de comunicación como la televisión, el radio e internet mejoran los conocimientos generales y facilitan que la información llegue a todo el mundo. Noticias transmitidas en diferentes medios de comunicación nos ayuda a saber acerca de los acontecimientos del día a día en el mundo” (texto extraído de una de las lecturas proporcionadas a los niños).

Lo negativo. A veces pasan mucha violencia y mis compañeros la imitan y le pegan a los otros niños” (Estefanía, 6M)

“Lo positivo. Los medios de comunicación te informan de lo sucedido. Además son varios: tele, radio, carta, internet, etcétera. Te puedes sentir más conectada con el mundo. Son muy rápidos y recientes.

Lo negativo. A veces dicen mentiras y no la verdad. Provocan que los niños sean agresivos o que por estar viendo la tele tantas horas, se vuelven adictos y hasta obesos. A veces no tienen tan buena información. “ (Nancy, 6V)

“Lo negativo. Sirve para entretenerse de algo. Puede educarte si el programa que estás viendo o leyendo es educativo.

Lo positivo. A veces ponen programas *maldicientes* y eso no me gusta. Pueden echar mentiras. Que somos más obesos mientras no hagamos nada más que mirar la tele” (Brayan, 6,V)

“Lo bueno. Los medios de comunicación te sirven para saber lo que sucedió en otros lugares y a veces te informan noticias buenas y malas, algunas de esas noticias te pueden impresionar mucho y otras no, porque son cosas con poca importancia que a veces ¡No! Tienen importancia. Pero eso es lo que creen las personas. Que algunas noticia “No tienen importancia” y están equivocadas, porque cualquier noticia, buena o mala, con importancia o sin importancia, te sirve para saber lo que ocurre en nuestro mundo.

Lo malo. Los medios de comunicación en cierta parte son negativos ¿Por qué? Porque hacen que los niños se hagan adictos a la televisión y no respeten su horario de televisión y además de eso se hacen más violentos y agresivos. Bajan calificaciones en la escuela y le contestan a sus padres, familiares, maestros y amigos como lo ven en los medios.” (Fernanda Xitlaly, 6, M)

“Lo positivo. Que son medios que te ayudan a conocer más personas alrededor del mundo y ya estás informado de todos los hechos

Lo negativo. Que toda la información que tienen no es buena por ejemplo: la tele puede causar problemas psicológicos y físicos que el medio de comunicación más peligroso es el chat porque uno de vanidoso da toda la información personal” (Martha, 5, M)

Como apunta Pérez Tornero en su libro *La seducción de la opulencia*, “discernir entre el azar y la necesidad; entre la ficción y la realidad; entre lo cotidiano y el espectáculo; entre ilusión o deseo, es cada vez más difícil. ¡Esa es la cuestión! (Pág. 101). Con esta actividad se inicia el proceso para que los estudiantes reflexionen sobre discernir y repensar a los medios de comunicación. Se visualiza que se lograron los objetivos de la actividad: reconocer las ventajas y desventajas de los medios de comunicación en su vida diaria. A los niños les gusta conocer y distinguir la importancia de los medios de comunicación, pero también disfrutaban discutiendo sobre los posibles efectos negativos de estos.

- Áreas de oportunidad:

La actividad es bastante sencilla y no necesita mejorarse. Sin embargo, el profesor debe buscar que todos los estudiantes participen y fungir como moderador que guíe la actividad incluyendo preguntas que catalicen dichas participaciones.

Todo depende del cristal con que se mira

Al alumno se le pidió que leyera dos notas periodísticas sobre el Mundial de Fútbol en África 2010 (véase Actividad 5, Anexo 3) . El tema de que México se enfrentaría a Argentina en octavos de final fue cubierto por los dos países involucrados en sus respectivos periódicos de mayor demanda: El Clarín (periódico argentino) y el Universal (periódico mexicano), cubrió la misma noticia desde México. Los niños tratarían de observar los contrastes y similitudes en ambas, cuál era su tratamiento y por qué, cuál de los dos tenía la razón y por qué.

Objetivos:

Que el alumno realice un análisis textual comparando dos mensajes mediáticos que abordan el mismo tema.

Resultados esperados:

El alumno sabrá identificar las diferencias y reflexionará el porqué del tratamiento de cada nota.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Los que más disfrutaron fueron los hombres, las mujeres se notaban menos interesadas pero de igual forma comentaban de la nota. Sin embargo, ambas notas periodísticas eran extensas, por lo que los niños tardaban un considerable tiempo para leer ambas.

Esta actividad no exigió realmente un esfuerzo creativo, los niños comentaron de la nota pero bajo los propios argumentos de las notas y justificaron sus opiniones bajo lo que ellos creían.

El nivel crítico fue alto. Lograron encontrar semejanzas y diferencias, discernir de la información, cuestionar y reflexionar de por qué cada periódico actuaba de tal o cuál manera: “como que nos están hablando de la mismas cosas, pero diferente manera. Cada uno a su conveniencia” (H,6). Como apunta David Buckingham “El análisis textual exige una atención minuciosa a los detalles y rigor a la hora de plantear cuestiones. Hay que convencer a los estudiantes para que eviten la formulación de juicios inmediatos y animarlos a que apoyen sus puntos de vistas en pruebas válidas.”(Pág.121)

Cuando se les puso la situación de que “Cada periódico dedica un párrafo para hablar del director técnico del equipo opositor. Platica con tus compañeros cómo son descritos los técnicos en cada caso y por qué creen que cada periódico lo hacen de esa manera. ¿Cómo crees que sería si en lugar de hablar del técnico contrario, la nota describiera a su propio técnico? . Uno de los estudiantes respondió “ Hablarían bien porque si no avergonzarían a su técnico en un evento internacional y lo deben de apoyar y atacar al otro”, una niña le secundó “Hablarían cosas buenas de su equipo para no decepcionar a su país” a lo que el profesor respondió ¿están justificando entonces que el periódico hable mal del otro? y la estudiante respondió “pero es como lo de la audiencia a la que va dirigida, como los artistas que hicimos”.

Los alumnos formulan entonces un análisis contextual, el cuál también es importante en la reflexión. “El análisis detallado del contexto nos capacitará para comprender las conexiones entre formas particulares de lenguaje mediático y otros dos aspectos clave de la educación mediática: la producción y la audiencia” (Buckingham, pág. 124). Cuando se les plantea el cuestionamiento de “Si tú no fueses ciudadano de ninguno de estos dos países ¿a cuál le creerías más? ¿por qué? Una alumna de quinto grado responde “Yo le creo al primero que lea, porque tal vez sea el único que lea”, “Yo dudaría de los dos, pero más al que habla cosas malas porque presentiría que es nada más porque le quieren ganar” (H, 5)

Esta es una de las mejores actividades de análisis, porque se percibió que los niños notaron la diferencia entre los escritos y que de un mismo tema puede resultar cosas totalmente distintas de acuerdo al tratamiento que los medios de comunicación les quieran dar a su mensaje. La importancia de que así se forman los imaginarios es también muy importante, porque una persona extranjera al leer uno

de los dos periódicos se va a formar una imagen que quizás sea errónea o no del todo acertada, o sólo se muestre una de las dos perspectivas. Y es precisamente esto último lo que se discutió con esta estrategia didáctica.

- Áreas de oportunidad

Las lecturas deben ser más cortas porque se tardan mucho tiempo. Se puede además sacar a flote muchísimas preguntas más para que los alumnos debatan.

Un rostro un mensaje/ ¿Qué realidad hay detrás de esa fotografía que sólo deja ver un rostro?

Al alumno se le pidió que reflexionara sobre el tema de la inseguridad que se está viviendo actualmente en México⁴ y cómo está afectando sus vidas (véase Actividad 8, Anexo 3). La reflexión resultante debía ser representada a través de sus propios rostros plasmados en fotografías. Estos rostros (ya sea de frente o de perfil) deberían expresar un sentimiento, una emoción, un mensaje sobre el tema acordado. Se acordó podían utilizar manos, o algún instrumento externo que sea simbólico en el mensaje (posteriormente ellos debían explicar qué significa cada cosa de su fotografía), pero no se valía utilizar otros ángulos que no fuese el rostro mismo de los actores. Después, como parte del seguimiento de la lección anterior y ya con las herramientas necesarias se procedió a enmarcar la fotografía (véase Actividad 9, Anexo 3).

Objetivo:

Que el alumno participe en tres diferentes roles (productor, guionista y actor) y produzca un mensaje sobre un tema actual.

⁴ Desde el 2006 se inició abiertamente en México la llamada “lucha contra el crimen organizado”. La ola de violencia no se hizo esperar en la frontera norte del país, que sirve como vía para transportar la droga hacia Estados Unidos y donde Nuevo León ocupa un lugar importante de disputa para distintos carteles. El estado ocupa el cuarto lugar a nivel nacional en violencia y el noveno de América Latina. El doce de enero del 2011, el gobierno publicó una base de datos en donde se mencionaba la muerte de 34, 612 muertes en tan sólo cuatro

Resultados esperados:

El alumno sabe identificar la gama de posibilidades que tienen los productores de medios para componer un solo mensaje.

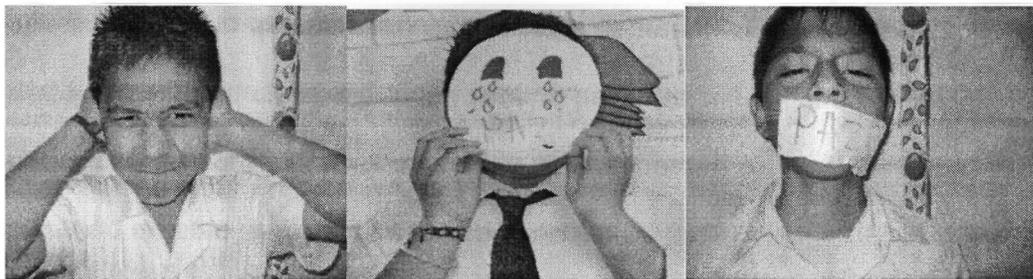
- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

A los niños les encantó la actividad. Disfrutaron mucho tomando las fotografías y además se podía observar que les daba gusto poder expresar lo que pensaban o sentían (véase fotografías 7 a 12). A los niños de esta edad no les gusta tanto participar en clase sino por otros medios, precisamente con las fotografías. Con el seguimiento de la actividad (Actividad 9) resultó por demás interesante, los niños mostraban sus fotos y hubo mucha participación cuando las presentaron.

El nivel de creatividad también fue alto. Entre ellos intercambiaban ideas sobre cuál sería su siguiente pose, buscaban el lugar ideal, borraban y tomaban la foto nuevamente, etcétera. El resultado fue más de 101 fotografías impresas y enmarcadas.

Figuras 7 -12: Fotografías realizadas por los estudiantes de quinto y sexto años





Con esta actividad los niños aprendieron muchas cosas, por lo que el nivel de reflexión fue bastante positivo. Aprendieron a producir un mensaje, detectaron que detrás de una imagen existen muchas otras cosas que quizás no estén en ella pero que son importantes, y además emitieron un mensaje justo como lo hacen los productores de medios.

Los niños se desenvolvían hábilmente con la cámara, proporcionaban a sus actores las herramientas necesarias, escogían los instrumentos que mejorarán el mensaje que querían dar, hicieron que toda una realidad fuera creada en una sola fotografía.

Cuando se les preguntó en la Actividad 9 por qué habían elegido esa posición, muchos de ellos respondía que porque estaban tristes o hartos de la inseguridad y que querían paz: “Para calmar las cosas como están ahorita, que quiero tranquilidad, menos balaceras, si se puede nunca balaceras.” (H, 6) “Porque ahora hay muchas balaceras, porque me asusto con escuchar la palabra arma o balacera, es una posición de alguien asustada.” (M,6V) “Que hay mucha violencia y por eso está triste” (M, 5)

Cuando se les preguntó sobre quién creían que estaba interesado en ver su imagen y por qué, algunos respondieron: “Los adultos, porque van a tratar de evitar la inseguridad y de proteger a sus hijos.” (M,6) “A las personas que están

interesadas en lo que piensan y sienten los demás.”(M,6) “A los adultos porque así te dan una idea de lo que pueden sentir o pasar los niños con toda la violencia.”

(M,5) “Las personas que viven en esta ciudad, porque ellos saben lo que está pasando en este país y todos estamos en esto.” (H, 6) “Los adultos para que ya detengan esto, que se cuiden mucho, para que cuiden a sus hijos” (H,5)

La mayoría de los alumnos pensaba que el haber desarrollado el papel de actor es el más fácil y el de guionista el más difícil, pero el de productor es el que definitivamente habían disfrutado más. Por último, los pequeños colocaron sus fotos en un periódico mural y al lado de algunas fotos colocaron mensajes !Ya basta! ¡Quiero volver a jugar tranquilo! ¡Quiero PAZI!, etc. Los niños se dieron cuenta que ellos también pueden ser partícipes de los medios de comunicación. Sobre todo en estos tiempos de crisis, donde a través de la fotografía, niños y niñas retrataron cómo se sienten respecto a la violencia que viven de cotidiano a raíz de la guerra de los últimos años.

- Las áreas de oportunidad:

El costo del material de impresión de fotos y son actividades extensas en cuanto al tiempo.

Carta al editor

Los maestros leyeron una lectura sobre cómo hacer cartas al editor de un medio de comunicación, qué es un editor y para que sirve (véase Actividad 9, Anexo 3). Después de la explicación, se les pidió que realizaran una carta al editor del medio que ellos quisieran hablando sobre las fotografías que tomaron, sobre sus posturas ante la inseguridad o haciendo un llamado o propuesta por la paz.

En una hoja cada niño escribió al editor menos de una cuartilla. Cuando finalizaron se procedió a enviar algunas cartas a diferentes medios. El resultado de ello fue un reportaje del periódico local más importante de la región, EL NORTE, en donde realizaron una nota sobre los niños fomentando una cultura de paz, una fotogalería por internet y otro reportaje con varias cartas de los niños que habían sido enviadas. Las notas aparecieron en un conjunto de notas por la paz.

Figura 13: Reportaje: Actúan niños por la paz

HERRAMIENTAS DEL ARTICULO

- escucha este artículo
- guardar en mi cajón
- formato de impresión
- tamaño de texto
- envíalo por e-mail
- aclaraciones
- comentarios al editor
- enlazar a facebook

NOTICIAS RELACIONADAS

- Opinan sobre la inseguridad

FOTOGALERIA

Su visión de la inseguridad
Alumnos de primaria abordan el tema.

BUSCADOR EN VIDA

LO MÁS VISTO EN VIDA

- Llevar la poesía a la calle artículo
- Su visión de la

Actúan niños por la paz

Lunes educativo
Daniel Santiago y Olivia Guzón
Monterrey, México (21 marzo 2011).- Escuelas, padres de familia y asociaciones civiles buscan desarrollar en los más chicos una cultura de paz a través de diferentes herramientas.

En una primaria, los pequeños muestran sus sentimientos con una expo fotográfica; en otra, juegos tradicionales como la bebeleche enseñan conceptos esenciales de convivencia, y en una más, un "violentómetro" ayuda a evitar las peleas.

Conoce sus casos.

Expresan su sentir en fotos

Niños con los ojos tapados, con caras tristes, rezando, nerviosos y hasta enojados, muestran las imágenes de la pequeña exposición "La niñez en tiempos de inseguridad", elaborada por alumnos de quinto y sexto año de la Primaria Merced Garza Hinojosa, de Monterrey.

Alumnos de quinto y sexto de la Primaria Merced Garza Hinojosa expresaron su descontento ante la inseguridad a través de fotografías y carteles.
Foto: Teresa González

La exposición, que se exhibe en el patio central de la escuela, fue coordinada por Isis Campos Martínez, egresada de la licenciatura en Letras Españolas del Tec de Monterrey, como parte de su proyecto de tesis de maestría en Comunicación.

"El proyecto busca que los niños se acerquen a los medios de comunicación para que puedan tener una voz y expresar cómo se sienten, y esta exposición es una de las actividades", comenta Campos Martínez.

El objetivo de la actividad era enviar un mensaje sobre la inseguridad que viven los niños en el Estado, a través de imágenes y palabras.

planetaria a la

RON MUECK

NACIDOS LIBRES

A partir del 6 de mayo 2011

VALUE ARRENDADORA

Fuente: www.ELNORTE.com

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Esta actividad fue también una de las que más disfrutaron los alumnos. Las cartas relataban experiencias, describían sus sentimientos, opinaban sobre la inseguridad y proponían paz. Prácticamente no necesitó guía de los profesores para desarrollarse, bastó una hoja y los niños comenzaron a escribir.

Fueron creativos en el sentido que la palabra escrita conlleva un arduo proceso de reflexión y creatividad, a continuación se presentan algunos ejemplos, mismos que fueron tomados por EL NORTE para elaborar el reportaje:

Sr. Editor

¡Estamos hartos!

¿Cómo puede ser posible? La inseguridad es la que está controlando todo. Por eso le pido, señor editor, que publique más cartas de opinión como ésta, para que todos sepan lo que opinamos los ciudadanos sobre la inseguridad, y no vean sólo balaceras y muertes, sino algo que nos ha infectado al país entero y que tenemos derecho a protestar.⁵

Me despido con un cordial saludo.

Atentamente:

Brayan Eduardo,

Sexto Grado.

Sr. Editor:

Soy Fernando Manuel y tengo 10 años de edad. Le quiero dar mi opinión acerca de la situación actual de delincuencia e inseguridad.

Pienso que en los medios no debe haber tantas imágenes de matanzas, robos o secuestros porque eso puede dañar la mente de los niños o jóvenes. Porque si los niños pequeños ven violencia, aprenden violencia.

Yo estuve investigando pláticas sobre el problema actual y muchos piensan que es bueno que nos informen sobre lo que pasa, pero también ya estamos cansados de ver violencia en todas partes.

En mi salón de clases nos tomaron fotos donde expresáramos lo que sentíamos sobre la inseguridad. Muchos de mis compañeros se tomaron tristes o pensativos. Yo me siento triste porque en mi colonia hay muchas balaceras, pero espero que gracias al ejército detengan a muchos delincuentes.

⁵ Las cartas fueron corregidas sintácticamente por los profesores de cada grupo y en cada caso fueron mostradas a los directores de los institutos antes de ser enviadas a los medios de comunicación.

Me despido con un abrazo y le agradezco que lea mi carta.

Fernando Manuel Hernández Meza.

10 años

Quinto grado

Sr. Editor, hola:

Le mando esta carta para darle mi opinión acerca de la inseguridad que estamos viviendo.

Pienso que el ejército está trabajando muy bien porque gracias a él poco a poco se está acabando esto.

En la escuelas hicimos unas fotos que representan lo que sentimos con esta inseguridad.

La maestra pidió que tomáramos una foto donde estamos cansados de esta inseguridad, yo hice una donde estoy como si lo que está pasando con la inseguridad fuera un dolor de cabeza.

Me gustaría mucho que la pudiera publicar.

Atte.

Sandra Milena

Quinto grado

Sr. Editor:

Buenas tardes, me llamo Juan Pablo y estoy en sexto grado de primaria.

Me gusta sus secciones del periódico. Me gustan la información completa que dan y la sección de monitos. Propongo que en la sección de seguridad no pongan mucha violencia porque a mucha gente no le gusta ver mucha sangre.

Adiós.

Atte.

Su amigo, Juan Pablo.

Sr. Editor:

Buenas tardes, me llamo Francisco Javier y tengo 12 años, en general me gusta las secciones de su periódico. Yo opino que en la sección de seguridad no pasen tantas imágenes en donde estén muertos porque hay gente que no le gusta eso y hasta pueden ya no comprar el periódico.

Bueno, eso es lo que yo opino.

Saludos de su amigo Francisco.

Buenos días:

Me llamo Arely y tengo 13 años. Le escribo esta carta porque me gustaría que publicara más sobre qué hacer si nos encontramos ante una situación de inseguridad y menos imágenes de muertos, mejor es que la gente esté informada de cuando pase algo sepamos qué hacer.

Por eso le pido y le agradecería que tomara en cuenta mis peticiones.

Muchas gracias.

Saludos cordiales,

Arely,

Sexto grado.

Sr. Editor:

En primer lugar le saludo cordialmente y espero que esta carta sea de su completo agrado.

Soy Ana Laura Casso y tengo 10 años, voy en quinto grado de primaria. Mi opinión sobre la INSEGURIDAD es que muchas personas les asusta oír o incluso hablar sobre la situación actual.

Yo he vivido una balacera y qué desesperanza y angustia fue que en cinco minutos podía haber una bala perdida y esa bala le podía caer a mis hermanos o a mí.

En las fotos que envió junto con esta carta expreso lo que siento acerca de inseguridad en el país.

Gracias por su tiempo para leer mi carta.

Atte.

Ana Laura Casso López Esqueda.

10 años

El derecho de las audiencias a expresarse, sobre todo en tiempos de crisis e inseguridad en el país debe ser tomado como un punto fundamental para la libertad de expresión. Fue muy interesante ver la reacción de los niños de ver sus fotografías y cartas publicadas, ver sus productos en un medio tangible, con audiencias reales. Estaban muy emocionados y leían una y otra vez sus cartas, veían muchas veces sus fotografías. Misión cumplida, sus mensajes habían llegado.

Figura 14: Cartas al editor publicadas en el reportaje “Opinan sobre la inseguridad”

HERRAMIENTAS DEL ARTÍCULO

- escucha este artículo
- guardar en mi colección
- formato de impresión
- versión de texto
- envío por e-mail
- comentarios
- comentarios al editor
- enviar a facebook

FOTOGALERÍA

Su visión de la inseguridad
Alumnos de primaria abordan el tema.

BUSCADOR EN VIDA

LO MÁS VISTO EN VIDA

- Llevar la poesía a la calle artículo
- Su visión de la inseguridad colección de fotos
- Llenan regios los museos artículo

Opinan sobre la inseguridad

EL NORTE | Staff
Especial (21 marzo 2011).- Alumnos de la Escuela Merced Garza Hinojosa, ubicada en el municipio de Monterrey, escribieron cartas a EL NORTE para manifestarse contra la inseguridad.

*¡Estamos hartos!
¿Cómo puede ser posible? La inseguridad es la que está controlando todo. Por eso le pido, señor editor, que publique más cartas de opinión como ésta, para que todos sepan lo que opinamos los ciudadanos sobre la inseguridad y no vean sólo balaceras y muertes, sino algo que nos ha infectado al país entero y que tenemos derecho a protestar.
Me despido con un cordial saludo.*

Alumnos de quinto y sexto de la Primaria Merced Garza Hinojosa expresaron su descontento ante la inseguridad a través de fotografías.
Foto: Especial

Brayan Eduardo, sexto grado
*Mi nombre es Itzel Suárez y tengo 11 años.
Mi opinión acerca de la violencia es que no es justo. Hay niños y jóvenes que son inocentes y los señores o jovencitos que participan en el crimen organizado los matan. También yo no entiendo por qué de repente empezó la inseguridad, y si fue por algún problema que hubo, nosotros no tuvimos la culpa. Además ya me harté de que Monterrey sea muy inseguro.
También quiero darle las gracias a los soldados, la Marina y los policías por todo lo que han hecho y espero que en monterrey vuelva a haber seguridad. La gente dice que todos los soldados, la Marina y los policías son del crimen organizado... ¡pues están muy equivocados!, ya que ellos han arrestado a los hombres y mujeres más peligrosos y han rescatado a muchas personas de ser secuestradas.
Gracias por su atención.*
Lourdes Itzel Suárez Lazcano, quinto grado
*Le mando esta carta para darle mi opinión acerca de la inseguridad que estamos viviendo.
Pienso que el ejército está trabajando muy bien porque gracias a él poco a poco se está acabando esto.*

DOMINIQUE LEMELIN

FUTBOL VIRTUAL CLAUSURA 2011

Gana

Fuente. www.ELNORTE.com

Además esta actividad logró incrementar ciudadanos activos mediáticamente, esto es, los niños tuvieron una voz, un lugar en los medios, ellos aprendieron que tienen derechos como audiencias y que los medios tienen una responsabilidad un con éstas.

- Áreas de oportunidad:

Esta actividad resultó bastante sencilla y fácil de realizar, por lo que no se encontró ningún área de oportunidad.

Cazadores de fantasmas:

En esta actividad se debatió sobre el papel de la tecnología en programas o situaciones verosímiles o ficticias.

Objetivos: Que el alumno reflexione sobre el lenguaje mediático y la tecnología

Resultados esperados: Lograr que el alumno se forme un criterio respecto a lo que ve y escucha en los medios de comunicación.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Los alumnos se mostraron bastante interesados en esta actividad, el tema les interesó de sobremanera. Traían a flote muchas de sus experiencias o las experiencias de sus círculos de amigos o familiares. El nivel de disfrute era claro desde el mismo detonador: hablar de fantasmas es para los niños un tema que potencia su creatividad y curiosidad.

En principio al preguntárseles sobre quiénes habían visto programas de fantasmas en la tele, habían leído algo o escuchado en la radio la mayoría de los estudiantes participaron. Entre que conjuntaban sus experiencias y aportabas cosas que no habían visto pero les habían contado, el inicio del debate en todos los casos, los profesores tuvieron que controlar en un primer momento todos los comentarios puesto que la mayoría de los niños querían participar. El nivel creativo en esta actividad se vio un tanto limitado por el hecho de que no ameritaba una reflexión o aportación desde el propio nivel profundo de concepciones creativas del alumno, sino mas bien parecía que los niños buscaban formar

situaciones distintas a las que sus compañeros estaban contando, con el fin de ser más originales o impactar más a los demás.

Cuando se inició con las preguntas sobre qué pensaban al respecto, sin habérseles enseñado los videos se tornó en una discusión bastante interesante, valga recalcar aquí nuevamente que todos los alumnos tenía algo que aportar al respecto. En sí, a partir de este primer acercamiento a lo que ellos pensaban respecto a este tema salió a flote el avance sobre autonomía crítica del alumno.

Se notó que la mayoría de las niñas en los tres salones eran, para los resultados de esta investigación más 'críticas' que los niños. La mayoría de los estudiantes que dijeron no creer en los fantasmas de la televisión fueron alumnas mujeres , que podía ser mentira porque en sí, aunque aún les de "miedo la oscuridad, no he visto un fantasma y puede que los productores [---], y así como nosotros que creamos cosas también podemos hacer como que somos fantasmas y tomarnos una foto, pero ahí nomás engañamos a la gente" (Alejandra, 6). Los niños, sin embargo, en su mayoría comentaban que era cierto, pero sus afirmaciones se basaban no en por el hecho de haber visto o escuchado algo en un medio, sino porque sus amigos o familiares cercanos les habían contado alguna historia al respecto.

Finalmente, cuando se les puso los videos sobre cómo hacer un video fantasma y el de la evolución Dove con tecnología, los maestro volvieron a integrar la preguntas de un principio y el nivel crítico, sobre todo entre diferenciar el papel de la tecnología en los productos mediáticos creció tanto en niñas como en niños, sin embargo hubo algunos estudiantes que dijeron que podrían "ser verdad lo que ponen ¿o de dónde lo agarraron ellos si no existen?" (Yair, 5) A lo que un compañero En general, después de ver los videos los niños se volcaron más a una discusión sobre la tecnología y se reconocieron la

importancia de esta en el quehacer mediático que implica hacer programas de ficción o no ficción para atraer más al público o demarcar la creatividad de estos mismos.

Áreas de oportunidad:

Los maestros deben estar atentos a que el tema se guíe hacia las preguntas con respecto a los medios de comunicación y no dejar que se caiga en que los niños sólo hablen de situaciones sobre fantasmas. El profesor debe estar atento a que todos participen, involucrarlos.

El ABC del internet & Niños online

En la clase los maestros comenzaron por discutir con los niños un poco de algunas premisas básicas para favorecer la seguridad en Internet (véase Actividad 11, Anexo 3). En la actividad consiguiente Niños online (véase Actividad 12, Anexo 3), se planteaban situaciones específicas en contextos determinados para reflexionar acerca de lo discutido en la actividad previa.

Objetivos:

Que el alumno reconozca que cualquier tecnología por sí misma es neutral y toma una connotación positiva o negativo dependiendo de su uso, pero especialmente en internet pueden surgir mayores riesgos.

Resultados esperados:

El alumno estará consciente de los riesgos con los que se puede encontrar en internet y qué hacer si una situación riesgosa se presenta.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Debido a que las situaciones que se planteaban en ambas actividades la mayoría de los niños las habían vivido o habían escuchado de alguien que las viviera, se observaba un ambiente de disfrute. Algunos niños reían de los comentarios de sus compañeros y complementaban con experiencias de ellos. Es importante recalcar que una de los resultados más importantes en este sentido es que los niños disfrutaban mucho hablar de su vida cotidiana, traer a la mesa sus vivencias, como sugiere Silverstone citado en Buckingham (2003), el disfrute y el juego son también una “oportunidad para afirmar nuestra individualidad, para construir nuestras identidades a través de los roles que asumimos y de las reglas o normas que seguimos” (p. 253).

En este tipo de actividades más teóricas que prácticas se nota una ausencia de creatividad en toda la extensión de la palabra, sí existe una fluidez y viabilidad en las ideas, pero la naturaleza de la actividad no se presta para que los niños exploren más posibilidades. Es por tal motivo que gran parte del valor del trabajo práctico reside en que les permite a los alumnos explorar su interés afectivo y subjetivo por los medios.

El nivel crítico entonces es difícil de definir en esta actividad, pero basta con decir que los alumnos respondieron a las situaciones que les fueron presentadas de una manera acertada si de protección por internet se trata. Entre la discusión surgió una participación de un alumno que decía “Maestra, en el Facebook siempre me agregan personas que no conozco y las admito”, a lo que la maestra responde “¿Y con esto que acabamos de ver, seguirás aceptándolos?”, no hubo respuesta por parte del alumno, de hecho ninguno de ellos opinó que si le seguían agregando personas desconocidas no los aceptarían como sus ‘amigos’. En el salón de quinto año una alumna respondió a un cuestionamiento similar “Puedo aceptarlo, porque

voy a borrar toda mi información personal y no sabrá nada de mí porque no ando publicando mis cosas”.

Los niños reconocieron que en internet todos “podemos echar mentiras” (H,6,V) , “podemos dar otra edad” (M,6,M).

En la evaluación de sexto, algunos alumnos hicieron los siguientes comentarios:

“Lo que aprendí sobre el Internet:

1. Que el internet puedes encontrar mucha información, pero a veces puede ser peligroso. Hay que consultarlo con la compañía de alguien que sepa sobre eso.
2. No debes poner información personal sobre ti
3. No debes aceptar a personas desconocidas como amigos
4. No platiques con personas desconocidas por medio de las redes sociales
5. No todas las personas desconocidas son quienes dicen ser
6. No debes abrir todos tus mensajes, puede que tengan virus.
7. No des tu contraseña a ninguna persona.
8. No pongas tu nombre completo en las redes sociales, ni teléfono.” (H, 6, M)

“Yo aprendí que cuando estamos en internet platicando con una persona que no conozcamos no hay que darle datos personales porque puede que sea malo y que le robe en la casa, te secuestre o secuestre a algún familiar, también aprendí que las contraseñas son algo propio que no las debes dar a nadie a menos que le tengas confianza.” (M,6.M)

Por lo tanto, con estos argumentos, se puede concluir que si existe un acercamiento a la autonomía crítica del alumno en estas actividades, esta se da por su experiencia personal, aplicando, sintetizando, evaluando y analizando sus propias interacciones con la tecnología.

- Áreas de oportunidad

Esta actividad no es tan práctica, se debe dar seguimiento después de un tiempo para saber si los estudiantes realmente han puesto en práctica las medidas de seguridad por internet.

Creando con Movie Maker

Los estudiantes crearon un mini video con imágenes, sonido y texto sobre los medios de comunicación y/o los derechos universales de los niños.

Objetivos: Que el alumno produzca un video en el que hable sobre los medios de comunicación o bien sobre los derechos universales de los niños.

Resultados esperados: El alumno recolecta información sobre los medios de comunicación o sobre los derechos universales de los niños y hace un video al respecto.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

La ventaja que se tenía radicaba que en la escuela Merced Garza Hinojosa los maestros y niños ya habían trabajado antes con este tipo de programas. El nivel de disfrute por parte de los alumnos es muy satisfactorio, el ir a la sala de cómputo siempre los emociona y buscar imágenes por la web también los motiva.

Se observó que el nivel de creatividad era alto. No había tantas computadoras así que los alumnos estaban sentados en pares o tercias, los niños que estaban frente a la computadora eran los que en sí desarrollaban el trabajo, pero los que estaban a sus lados les ayudaban a idear el texto o a escoger las imágenes apropiadas. Existía mucha originalidad, fluidez en las ideas, flexibilidad en la variedad de aportaciones en los equipos, de hecho, a pesar de ser un mismo tema, ninguno de los trabajos era idéntico, tal vez similar en el texto, pero sus secuencias de imágenes eran completamente originales.

Respecto al nivel crítico se pudo medir por su grado de deconstrucción de los productos. Pasaron al frente un total de seis equipos de dos salones, debido a que esta actividad no se pudo replicar en la escuela de turno vespertino por falta de equipo de cómputo. El orden en el manejo de el texto y las imágenes era importante en el mensaje que querían dar. Unas estudiantes, al hablar de los medios de comunicación hicieron un movie maker en forma de chiste que decía : “Mamá, mamá ¿me dejas ver la televisión?, a lo que la mamá respondía: sí, pero sólo verla. Posteriormente ellas mencionaban los diversos medios de comunicación –para ello ponían figuras de los mismos- y posteriormente terminaban con la frase: ¡dales un buen uso!” (Estefanía y Abirl, 6)

Áreas de oportunidad:

Se necesita contar con computadoras disponibles, además tener instalado el programa movie maker y saber transportarlo a otro tipo de archivos porque de lo contrario se puede perder la información.

Creando un cómic

My Pop Studio www.mypopstudio.com (véase Actividad 13, Anexo 3) es un sitio electrónico creado por investigadores de la Universidad de Temple, Canadá, con el objetivo que los profesores tengan una herramienta más en su camino hacia la educación mediática. Muchas son las actividades de este sitio, donde todos los usuarios se pueden registrar de forma gratuita, no obstante una de sus desventajas es que su contenido sólo está disponible en inglés. Es por tal motivo que la herramienta que se utilizó para este caso es la de Digital Studio, más precisamente la de Comic Maker, donde los niños crearon comics en español. Comic Maker permite a los estudiantes explorar los posibles problemas de medios digitales en la vida cotidiana mediante una tira de comics.

Objetivo:

Que el alumno produzca un cómic y genere un mensaje sobre los medios de comunicación

Resultados esperados:

El alumno sabrá crear una caricatura real con su propio mensaje, explorará posibilidades comunicativas.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

El simple hecho de usar las computadoras es lo que más animó a los niños en esta actividad y, por supuesto, el crear una caricatura también les parecía atractivo. Compartían comentarios, jugaban con el discurso de sus personajes en el cómic y comparaban con sus compañeros. En cuanto a la creatividad también hubo resultados muy positivos, a pesar de que el programa sólo permitía crear el cómic con dos “monitos –como ellos mismos les decían-” se mostraron muy ingeniosos en el resultado final.

Respecto a la autonomía crítica se observó que el alumno en primer lugar piensa en el mensaje que desea dar, una vez hecho esto construye su historia, lo que posibilita la reflexión de que así como un mismo texto puede leerse de muchas maneras, es porque también puede crearse desde una variedad extensa de posibilidades. El objetivo en esta actividad fue alcanzado de forma satisfactoria.

El alumno puede deconstruir el cómic de sus compañeros puesto que es consciente de las partes que lo conforman, del proceso que se involucró y el contexto inmediato en el cual fue formulado.

- Áreas de oportunidad:

Sólo las escuelas que cuentan con computadoras y acceso a internet son las que pueden realizar esta actividad. Otro punto importante es que algunas veces se prolongó la actividad porque la página estaba fuera de servicio, lo que complicaba las cosas.

Vamos a compartir con otros niños del mundo ¡La niñez mexicana en Radijojo!

RADIJOJO (<http://www.global-radio-kids.org/>) es el primer programa de radio hecho por niños de todos los continentes. Es un esfuerzo voluntario y sin ánimos de lucro que comienza en Alemania y que a la fecha se ha ganado el reconocimiento de varias organizaciones como la UNICEF. El objetivo es que los niños del mundo compartan sus experiencias y ayuden a otros a comprender e informarse de sus respectivos países, fomentando de esta manera el aprender el uno del otro y reconocer sus propios derechos. Los niños grabaron un escrito que ellos hicieron. Algunos desde su celular otros con grabadoras que les fueron facilitadas.

El producto final (dos archivos: audio y fotografía) fueron enviados a Thomas Röhlinger, director y productor de RADIJOJO, con quien la investigadora de este proyecto ya se había puesto en contacto, para que sean transmitidas en la estación de radio de RADIJOJO en Alemania, en la página de internet: <http://www.global-radio-kids.org/>

Objetivos:

Que el alumno tenga la posibilidad de participar en proyectos internacionales hechos por y para los niños de todos los continentes.

Resultados esperados:

El alumno podrá compartir un mensaje de su país al resto de los niños del mundo y él también conocerá de ellos.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Esta actividad tuvo un alto nivel de disfrute, desde el momento en que sabían de lo que se trataba el proyecto y que tendrían audiencias reales los niños se esforzaban por hacer mejor el trabajo, sobre todo porque en dos de los tres grupos los profesores dijeron que sólo iba a tomar en cuenta los más creativos.

Respecto a la creatividad los alumnos tuvieron un nivel muy alto. Desde la comida típica de México, las danzas típicas mexicanas, la descripción de Monterrey, costumbres y tradiciones en los estados, hasta la pintura mexicana, etcétera. Todos estos con un alto nivel de originalidad, fluidez, flexibilidad y viabilidad. A continuación se presenta uno de los muchos ejemplos que fueron grabados:

“Hola, soy Ana Laura. Tengo 11 años. Soy de Monterrey, Nuevo León, México.

Esta es una ciudad industrial. Yo les hablaré de sus costumbres, los días que se celebran son:

El día de la independencia,

El día de los muertos

La revolución mexicana

La navidad

La virgen de Guadalupe

Nuestras deliciosas comidas también son una cualidad de México, como por ejemplo: Mole, tamales, cabrito, tacos, migas norteñas, atole, chiles rellenos, etcétera.

En mi hermoso estado se baila la danza del Caballito, en Veracruz la danza de Negritos, en Durango la danza de la Palma, en Jalisco la danza de los Sonajeros, entre otros.

México no sólo es rico en tradiciones sino también en flora y fauna. En mi ciudad hay ojos de agua como es el Parque Santa Lucía, también hay parques turísticos como son Chipinque, La Pastora, Bioparque Estrella, etcétera.

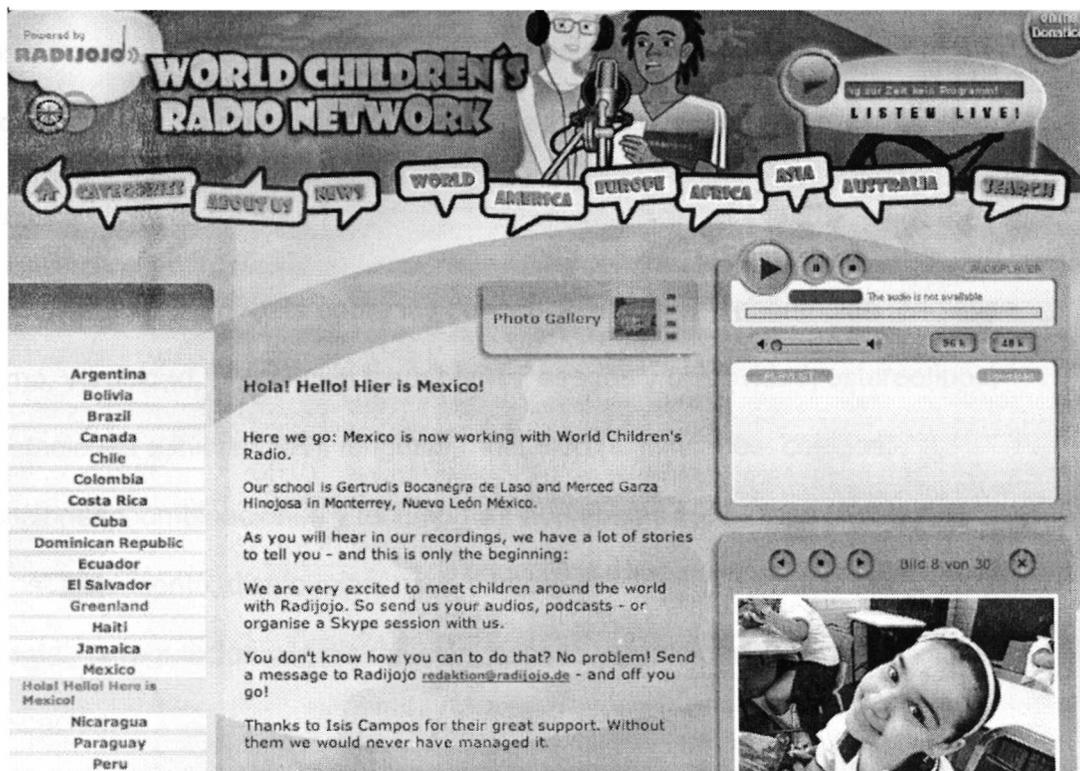
Se despide de ustedes Ana Laura. Sean felices amigos Radijojós.”

Se puede evaluar el nivel crítico como alto. Para estas alturas del proyecto, los niños ya reconocen más sobre el contexto de la producción y los conceptos mediáticos de distribución, códigos, estereotipos, etcétera.⁶ En realidad, han abandonado su papel de audiencias pasivas para ser miembros activos mediáticos reales, esto es, puede comenzar a hablarse de un metalenguaje. No crean por crear nada más, en esta actividad se les nota una reflexión consciente, se preocupan por el discurso que darán, muestra de ello es que en el texto de lo que dirían se tardaron un largo periodo de tiempo, sabían al tipo de audiencia al que iban dirigidos, y decidieron qué parte de la realidad mexicana querían que esos niños supieran.

Ellos son los productores y a la vez su propia audiencia, sus derechos como audiencia a la libertad de expresión se ve firmemente reflejado en esta actividad. Las reglas establecidas en la actividad, que fueron tomadas directamente del portal de RADIJOJO fueron conectadas por todos los profesores con las normas ‘gramaticales’ de los medios de comunicación, que no hace mucho se habían estudiado. Ellos, de acuerdo a las reglas de RADIJOJO, debían lograr ser comunicadores que se esforzaban por afrontar responsabilidades y con esa actitud obtendrían a cambio audiencias conscientes de las propias .

⁶ Se hablará de estos conceptos más adelante en el apartado de “Debates”, actividades en las cuales se ahondó en dichos términos.

Figura 15: Plataforma de México en Radijojo



Fuente. www.radijojo.de

- Área de oportunidad:

A veces no se tiene grabadoras a la mano, estas pueden ser sustituidas por el programa de grabación de una computadora o el grabador de sonido del celular. RADIJOJO es una estación alemana que tiene traductores que conocen el inglés y un poco de español, se debe mandar el audio, las fotos y si existiese la posibilidad, el escrito del audio (en español o en inglés) para que aparezca también en la página.

DEBATES

En estas actividades (véase Actividades 3, 6, 11 y 19 del Anexo 3) se le proporcionó una lectura al profesor y él explicó la clase. Posteriormente se les lanzó

a los alumnos una serie de preguntas por equipo, mismas que fueron tomadas del libro de David Buckingham, donde explica los cuatro conceptos claves sobre los medios de comunicación: representación, lenguaje, audiencias y producción. Se tomaron como eje los resultados de la actividades anteriores.

Objetivos:

Que el alumno debata sobre las concepciones de representación mediática (realismo, veracidad, presencias y ausencias, sesgos y objetividad, estereotipos, interpretaciones e influencias), lenguaje mediático (significados, códigos, convenciones, combinaciones y tecnología), audiencias mediáticas (fijación de objetivos, tratamiento, distribución, usos e interpretaciones) y producción (La tecnología, la regulación y la distribución, acceso y participación) en los medios de comunicación.

Resultados esperados:

El alumno conocerá conceptos importantes relacionados con los medios de comunicación, elaborando relaciones con los productos que ellos mismos realizaron con el fin de mejorar su comprensión analítica.

- Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

El primer debate tuvo muy poco nivel de disfrute, los niños se notaban aburridos y muchos de ellos se veían distraídos del tema. Probablemente se debía al estilo en el cual estaban planteadas la preguntas o a la dinámica con la cual estaba siendo impartidas por sus profesores. A partir del segundo debate, resultaron más productivos que el primero. Lo cierto es que los profesores de sexto año guiaron en esta ocasión la mayor parte del debate a través de preguntas. Los niños

fueron más participativos y se les podía ver interesados en los temas que se estaban tratando; disfrutaban más apoyar a sus compañeros en alguna idea, o incluso hacerles preguntas.

El nivel creativo se vio un tanto limitado al iniciar este tipo de actividad, aunque los alumnos lograron responder todas las preguntas, se notaban más interesados al momento de traer a la mesa situaciones y experiencias que vivieron en las pasadas actividades. Sin embargo la conclusión más notoria hacia este respecto fue que no sólo los alumnos tienen que tratar de ser creativos, sino también el profesor. En el grupo de quinto la profesora incentivaba la curiosidad de los niños con preguntas y los animaba a debatir. Eso los motivaba más. La maestra de quinto grado fue la que mejor se apegó al rol de desarrollar el pensamiento crítico mediante preguntas, así que cada vez que daban una respuesta los niños ella lanzaba otro cuestionamiento y hacía que se cuestionaran sobre lo que acababan de decir. Cuando argumentaban los alumnos tenían que hacerlo con juicios válidos y buscaba que dieran ejemplos, frecuentemente preguntaba ¿Alguien lo quiere ayudar? ¿Quién más quiere participar? ¿Qué dirías tú de eso que acaba de decir tu compañero? Y de esa manera hacía más inclusivo a todo el salón.

Esto se les explicó a los otros profesores, por lo que para los debates subsecuentes se vio reflejado en la fluidez y flexibilidad para generar ideas, no importa si estas resultaran 'buenas' o 'malas', erradicando así el mal hábito de una sola respuesta para cada pregunta.

Abordando el nivel crítico se concluye, al igual que los puntos anteriores, que en el primer debate fue poco productiva la reflexión de todos los alumnos ya que algunos ni siquiera participaron. Sin embargo, el que más destacó con respecto a

los demás fue el de quinto grado, debido a cómo fue manejado por la tutora se logró conseguir mayor análisis de los alumnos. Se puede observar entonces que en este tipo de actividad el papel del moderador, que en esta caso lo desarrolla el profesor, es posiblemente el punto clave para incrementar la participación y la reflexión crítica de los estudiantes.

Destacó por ejemplo en el primer debate, en el tema de los estereotipos, que los alumnos delimitaban y reconocían ciertos estereotipos de los medios y tenían ya una reflexión al respecto:

“ Alumno: Los grupos sociales son el de los pobres, clase media y ricos. En los ricos usan cosas de lujo como carro nuevo, en los medios con una casa mediana con un carro semi nuevo y en los pobres viven algunos entre la basura, en una casa de lámina.

Maestra: ¿Será esto cierto?

Alumno: “Sí porque yo he visto un señor que va por mi casa y va a los botes de basura.

Alumno 2: No, porque no todos tienen eso. Yo conozco una familia que también y que no recoge basura”

Maestra: ¿Son correctas estas representaciones que los medios nos dan de los grupos sociales?

Alumno 2: Pero a la vez sí y a la vez no porque en algunas dicen la verdad y en otras no.

Maestra: ¿Por qué dices eso, por qué en algunos dicen la verdad y otras no? ¿Cómo?

Alumno 2: Porque uno puede ver que a veces no es cierto así como le pintan a una persona. Como los candidatos, maestra, que cuando apenas andan en campaña dicen puras cosas buenas y al final de todo hasta los quieren mandar a la cárcel porque no eran tan buenas, como a Madero.

Alumno1: Ah, sí.

Maestra: Entonces, ¿pretenden los medios ser realistas, es decir, apegarse a la realidad?

Alumno2: Sí

Maestra: ¿Entonces qué pasa, por qué algunos mensajes parecen más realistas que otros?

Alumna: Algunos son más lógicos que otros.

¿Cómo más lógicos, explícame?

Alumna: Por ejemplo cuando se habla de los ovnis, pero hay quienes lo creen y quienes no porque no está completamente comprobado.

Alumno2: Y los ponen como verdes con ojos grandes pero qué tal que no son así.

Alumna2: Usan más la fantasía que la realidad y en la tele lo pasan mucho pero no por eso es todo cierto.”

Siguiendo con la capacidad crítica en esta actividad, se llega a ella a través de un proceso análisis sobre la propia experiencia: “Los prejuicios, las

predisposiciones y las malas interpretaciones están construidas a partir de inferencias ligadas a la experiencia previa y que deben ser reconstruidas mediante un proceso similar; como consecuencia, los estudiantes deben razonar por su propia cuenta, dialógica y dialécticamente. "(López, pág. 43)

En otro de los debates cuando se formuló el tema de los significados para saber cómo utilizan los medios diferentes formas de lenguaje para comunicar ideas o significados, varios alumnos fueron respondiendo como si de una lluvia de ideas se tratase: a través de imágenes, sonido, lenguaje oral, escrito y gesticulado.

La pregunta sobre las convenciones, sobre cómo se familiarizan las audiencias con estos usos lingüísticos, hasta ser aceptados de forma generalizada, los alumnos de sexto grado vespertino respondieron acertadamente:

"Repitiendo, maestro, muchos programas dicen las mismas cosas o pasan la misma canción una que esté de moda y la gente se acostumbra a oírla" (H,6,V)

"Los programas dan una manera de hablar y de opinar y la gente se acostumbra" (M,6,V)

"Depende de la edad que tiene el público y de los gustos" (M,6,V)

"Como el trabajo que hicimos ayer sobre las notas, los de argentina leyeron la nota de su periódico y lo aceptaron y los de México recibieron la de México y lo aceptaron. Bueno, yo ya no les creo tanto, porque el periódico de argentina también tenía razón en cierta parte porque sí le ganó a México." (H2,6,V)

La pregunta de los códigos sobre cómo se establecen las reglas <<gramaticales>> de los medios y qué sucede cuando se quebrantan estas reglas resultó un poco confusa, pero la maestra de quinto la supo explicar de una manera

bastante fácil: “No voy a transmitir lo que realmente yo no quiero decir. ¿Cómo puedo decirlo? Pues estableciendo ciertas reglas o normas de mi lenguaje para asegurarme que a mi público llegue el mensaje que verdaderamente yo quiero dar. No es lo mismo “No, van a salir al recreo, a No van a salir al recreo” ¿Por qué es distinto? ¿cómo funciona esto en los medios de comunicación? ¿Me pueden dar algún ejemplo?” A lo que una alumna respondió “Depende de lo que van a hablar o decir, por ejemplo lo de las estrellas que hicimos famosas pues no le podíamos decir a las amas de casa al muchacho con reggaetón y maldiciente porque a mi mamá no le gusta ese estilo de música ni a su mamá de ella. Pero sí les gustan las románticas , ¿sí, no?. Bueno debe haber algunas mamás que sí, pero a las nuestras no jajaja”.

Respecto a la tecnología, los alumnos saben identificar qué tipo de tecnologías se utilizan para producir y distribuir textos mediáticos “La computadoras, las cámaras, programas como movie Maker, o photoshop, el internet” (Eq.1, 6), dijeron además que es muy importante porque “con ella se pueden hacer muchas cosas, modificar cosas, crear cosas como en el video de Dove” (H,6)

Bajo la lupa de esta investigación, en los debates consecuentes sí se cumplieron los objetivos y se llegó a los resultados esperados. Los niños reflexionaron acerca de los medios de comunicación y sus distintas posibilidades. Hicieron conexiones con lo que se ha venido haciendo, las preguntas las descifran más rápido precisamente cuando hablan o recuerdan sus propias experiencias.

- Las áreas de oportunidad:

Algunos alumnos se confundieron un poco con las preguntas, estas deben ser menos complejas en cuanto a sintaxis y tratar de que los profesores den una

explicación más fácil y se apeguen al modelo de generar preguntas y guiar con ellas la actividad. Se pueden hacer preguntas más sencillas con igual de riqueza, para ello también se necesita la creatividad del profesor. Los maestros deben recordar siempre su papel de guías y moderadores en este tipo de actividades para no caer en una sola lectura, su propia lectura. Además se recomienda buscar que todos los niños participen.

Autoevaluación: Evaluación del disfrute, creatividad y autonomía crítica del alumno

Si bien el desarrollo de actividades didácticas de educación mediática en este proyecto busca como objetivo final el formar audiencias críticas, hay que recordar que fomentar la creatividad en los estudiantes es parte de un modelo crítico. En los meses en los que se llevó a cabo la investigación en las escuelas, la autora del presente trabajo quedó sorprendida del potencial creativo que tienen los estudiantes, y no precisamente porque lo hubiese subestimado, sino porque cada pequeño detalle era minuciosamente elaborado por ellos. Quizás era el ánimo de originalidad para diferenciarse de sus compañeros, o tal vez simplemente que los niños guardan consigo una conexión creativa de alto rendimiento.

Niños y niñas de la escuela Merced Garza Hinojosa siempre mostraban un valor agregado al presentar sus trabajos coloridos y llenos de formas; no sólo era el hecho de presentar el producto encomendado, sino además presentarlo de la mejor manera posible. Una razón por la cual se haya despertado su iniciativa creativa - más que en las otras materias, según la maestra de sexto grado- es que si todos los medios son construcciones, entonces dichas construcciones habrán de ser elaboradas cuidadosamente, porque reflejan muchas decisiones y son el resultado de diversos factores determinados.

Se apreciaba en los estudiantes de los tres grupos mucha flexibilidad, unos en mayor medida que otros. No tenían solo una respuesta correcta ante una situación planteada, sino que siempre estaban en busca de otras posibles respuestas; el resultado era la ambigüedad y variedad, lo heterogéneo, lo que daba más posibilidades para la discusión.

Como parte de la evaluación de estas actividades, se propuso una autoevaluación: “en otro lugar he sostenido que gran parte del valor de la escritura en este contexto deriva precisamente de su naturaleza individual y privada” (Buckingham, 2003, pág. 235). Aquí, a los estudiantes se les animó a reflexionar sobre el proceso de producción a la luz de las lecturas que hicieron ellos mismos de las obras que han producido en este curso. El escrito podía contener respuesta a uno o todas las siguientes preguntas, o bien comentar acerca de lo que ellos quisieran respecto a las actividades:

¿Han conseguido comunicar lo que se proponían?

¿Por qué tomaron determinadas decisiones y qué efectos han tenido éstas?

¿Cómo puede interpretar una audiencia lo que ellos han producido y qué pueden aprender ellos mismos de este hecho?

¿Cuál actividad te gustó más? ¿Por qué?

¿Cuándo ves un comercial o una publicidad, qué es lo primero que piensas?

En una autoevaluación es factible afirmar que desde el momento en que los niños no lo toman como una prueba o examen que hay que aprobar, es mayor el disfrute y su sentido de creatividad. De acuerdo a los comentarios de los estudiantes, se puede concluir a partir de esta actividad que, sino el cien por ciento

de los estudiantes, sí la mayor parte de los 101 alumnos demuestran un cierto nivel de autonomía crítica pues expresan, reconocen sus errores y cuestionan:

“En todos los trabajos que hemos hecho, cada quien puso lo que opinaba o expresaba. Algunas decisiones que tomamos fueron malas pero al final lo arreglamos”.

Publicidad:

Los publicistas hacen su trabajo dependiendo a la gente a la que se está dirigiendo y ellos mismos pueden aprender a socializar. Con este proyecto elaboramos publicidad e hicimos un anuncio de nuestra escuela y nos dimos cuenta que sí convencimos a unas personas, para hacerlo tuvimos que manipular algunas cosas. Cuando veo un comercial lo primero que pienso es que ese anuncio o comercial lo pasan porque quieren ganar más clientela.

Medios de comunicación: los medios de comunicación son muy útiles en la vida cotidiana, en este proyecto aprendimos lo importante de los medios de comunicación e hicimos un movie maker.

Lo que más me gustó: de todas estas actividades, bueno aunque no platique de todas ellas, fue el de la publicidad porque me gustó competir con mis compañeros para ver quién ganaba más personas que creían en ella.

Internet:

En una de las clases aprendimos que no debemos dar nuestros datos personales porque hay personas que te quieren hacer daño y te hacen creer que esa persona es de nuestra edad, por eso hay que tener cuidado en internet, porque aunque puede ser muy útil, también es muy peligroso.” (Fernanda, 6, M)

Cada persona interpreta un mensaje de forma distinta, dependiendo de su edad, cultura, experiencia en la vida, valores y creencias. Unas audiencias son capaces de aceptar ciertos mensajes y rechazar otros, basadas en sus propios antecedentes personales. Es aquí donde entra en juego la importancia de la producción, porque los alumnos sólo han de tener la experiencia de audiencia y no el del proceso que implica formular un mensaje.

Por ejemplo, sobre la tecnología y cómo afectan a los significados que éstas puedan crear, los niños apuntaron que “a los programas le ponen efectos y sonidos para que se vea algo” (M, 5) y “que los que hacen un mensaje pueden distorsionar las cosas con la tecnología, como el comercial de Dove” (M, 6) “Las caricatura son como el cómic que hice, pero yo no quise poner a pelear a mis dibujos” (H, 6) . Esto comprueba que, en cuestión de reflexión sobre el papel de las tecnologías en los medios de comunicación, los niños identifican aspectos que pueden ocurrir en la elaboración de un producto mediático. Esto es finalmente una muestra de pensamiento crítico: los estudiantes ofrecen sus propias ideas y exploran las ideas dadas en los textos.

Resultó además el reconocimiento de intereses comerciales: “Que un comercial o una publicidad te pone frases para que lo compres” (H,5) “Que algunos comerciales no son reales. No es verdad por ejemplo el comercial que dice que hasta los ángeles caerán”(H,5) “Que a veces echan mentiras para vender”(M,5). “Un mensaje puede ser todo verdad o no, todo depende de las decisiones que tome el que lo haga como guionistas o fotógrafos o periodistas como el que vino a la escuela a ver nuestra exposición, ellos pueden engrandecer o no darle importancia a las cosas como lo hicimos con la publicidad de nuestra escuela para ganarles a los demás”(M,5) “Ahora veo la tele porque me entretengo y aprendo y me divierte

saber que ponen mentiras para tener más publicidad y vendan algo”(H,6,V). Esta identificación y reflexión genera otra de mayor importancia: el cuestionamiento de la credibilidad en los medios.

Casi todos los medios son creados para producir utilidades; la publicidad es generalmente el medio más evidente de generación de intereses económicos, pero también lo son los patrocinios, premios etcétera. El que los estudiantes sepan reconocer que detrás de esos mensajes existen mensajes ideológicos y de valor, opiniones o prejuicios, sea cuales sean, representa también un nivel más en su capacidad crítica.

Con respecto a ello hubo varias muestras de reflexión, de análisis crítico: “que algunos son puras mentiras” (H,6) “Yo creía en todo lo que decían los anuncios de televisión pero ahora no les creo” (H,6,V) “Creo que lo hacen para tener más rating o público.” (H,6,V) “Todo lo que salía en la tele de que si marcas y compras el producto te ganas un IPOD, y ahora ya no creo en eso.” (M,5) “Ahora pienso que la televisión tiene muchas mentiras y además ponen mucha violencia” (H,5) “Que pueden estar diciendo mentiras o que pueden estar dejando algo importante fuera” (M, 6) “Que antes les creía todo pero ahora dudo de lo que sacan” (H,6) “Yo pensaba que todo eso era cierto, pero luego me di cuenta que algunas cosas pueden ser mentira.” (H,5) “Me pongo a pensar si lo que dice es verdad o mentira. Pienso que la publicidad a veces dice mentiras pero sirve mucho para informar” (M,6). El punto importante aquí es que en ningún momento a los alumnos se les dijo que así podían ser las cosas, más bien se les cuestionó, por lo que si sacaron todas estas conclusiones fue porque ellos mismos lo reflexionaron de tal manera.

Esto se consigue mediante un análisis de los textos mediáticos. Queda explícito que si lo logran identificar es por el hecho de que ellos mismos lo hicieron, jugaron con las posibilidades que les ofrecía el medio, excluyeron e integraron cosas dependiendo del mensaje que querían dar y por supuesto con un objetivo firme. Ponerse en los zapatos del productor les ayudó a comprender situaciones, regresar a su papel como audiencias les hizo ser más críticos.

De hecho, sobre la marcha de la producción mediática y la diferencia entre ser espectador y productor los niños opinaron: “que antes les creía porque yo solo veía, ahora somos productores vemos que son efectos, o sonidos o que dicen mentiras sobre algo que pasa como el de los fantasmas”(H,6,V) “Es diferente ser el productor tú decides qué hace el actor, y al ser audiencia tú nada más ves lo que hace el actor”(M,6,V) “Que no es el mismo pensamiento de la audiencia que el del productor” (H,5) “Cuando era productor yo sabía qué poner o qué le gustaría a la gente y de audiencia sólo opinaba sobre los programas”(H,6) “Que no es lo mismo porque los productores, por ejemplo deciden lo que quieren que se vea y la audiencia sólo puede ver esa parte.” (M,6,V) “No es lo mismo trabajar como productor que ser sólo audiencia. Te das cuenta de lo que pasa con el que hace el mensaje”(M, 5). Estas afirmaciones conllevan a pensar en un metalenguaje mediático, es decir, un conocimiento que permite identificar las formas, las estructuras de diferentes tipos de comunicación e implica, como apunta Luke (2000), una comprensión más amplia, por una parte, de contextos sociales, económicos e institucionales de comunicación y, por otra parte, de cómo estos mismos contextos afectan a las experiencias prácticas de las personas:

“En todas las clases aprendí a NO creerle todo a los anuncios y a comunicarnos con periódicos, televisión, radio, compu, etc. Yo aprendí mucho, el tema que más me gustó fue uno que tomamos fotos y era un proyecto que tú te puedes expresar y me gustó mucho trabajar con la maestra que viene porque nos enseña que los medios de comunicación son muy importantes porque nos actualizan en todo lo que pasa en el mundo y aparte también nos enseñan a ser personas críticas de todo lo que ellos nos muestran.” (Debany, 5)

Además, hubo un niño que escribió acerca de los celulares y videojuegos, sobre sus ventajas y desventajas. Lo que pareció totalmente interesante de este hecho es que no hubo ninguna actividad en la cual se hablara de los celulares y los videojuegos, mucho menos de sus ventajas o desventajas, prácticamente los videojuegos ni siquiera se mencionaron. El alumno participó con lo siguiente:

“Cuando veo un comercial veo que batallaron mucho para hacerlo porque en los comerciales algunas veces se batalla mucho para hacer que llame la atención de la gente, como la radio de España [Alemania] ese proyecto fue interesante porque quiero que lo pasen allá y ser conocido allá, también me gustó la foto porque era padre hacer todo eso conforme a la escuela, cómo ver el otro lado del internet lo malo y lo bueno era tan emocionante y los celulares son muy buenos y efectivos pero a mí me distraen mucho y los videojuegos son entretenidos pero igualmente que los celulares distraen a los niños” (Yahir, 6, M)

Esto es un ejemplo claro de autonomía crítica: el alumno reflexiona y evalúa su propia experiencia con otros medios de comunicación, no fue una lectura preestablecida que pudiera haberse formado a través de la lectura impositiva del profesor, mucho menos que el alumno adivinase lo que se pretendía escuchar de él para una mejor calificación; fue una opinión consciente y objetiva: “son muy buenos y efectivos pero a mí me distraen mucho”. Uno de ellos trajo a flote puntualmente a las leyes de los medios: “yo tengo la decisión sobre lo que veo en los medios, porque a veces son buenos y a veces son malos, y no respetan las leyes sino que las violan. Pero además no hay donde si me ofenden me pueda quejar, hay que hacer algo. Por eso me gustó esa actividad donde dijimos lo que era bueno hacer.” (M,6)

A pesar que uno de los maestros no cooperaba de la mejor manera sobre el modelo propuesto en esta investigación, para las actividades, muchos comentarios de los niños fueron positivos en cuanto a nivel crítico respecta, pero siempre se llegaba ahí cuando relacionaban sus propios trabajos, sus propias experiencias y lo extrapolaban a los medios de comunicación. Es difícil reconocer cuánta distancia crítica hubo con respecto al salón de quinto grado, donde la maestra siguió al pie de la letra el modelo propuesto; sin embargo se notaba en aquellos estudiantes una cierta limitación participativa, como esperando siempre convencer al profesor.

En esta autoevaluación los alumnos estaban seguros que no la calificaría el profesor, por lo que dijeron exactamente lo que pensaban. Hubo cosas muy interesantes sobre la credibilidad de los medios, pero a diferencia de los otros dos salones, fueron menos participativos en traer a la hoja más conceptos aprendidos durante el proyecto.

Conclusiones

Formación Cívica y ética: Autonomía crítica, creatividad y disfrute en la educación para los medios

Se concluye que las estrategias didácticas desarrolladas lograron un alto nivel de disfrute, creatividad y autonomía crítica por parte de los alumnos. Se desarrollaron un total de 17 actividades y cada una potenciaba tanto el pensamiento creativo como el crítico, el nivel de disfrute se notó un tanto frustrado en los debates; sin embargo, algunos niños muy participativos se veían bastante animados con los temas tratados en éstos.

Normalmente, el disfrute de una actividad potencia la creatividad y viceversa. Los alumnos en general disfrutaron las actividades, no obstante que se veían menos animados cuando había actividades más teóricas, como es el caso de los debates. Era un hecho que las actividades que más les habían gustado estaban entre la de las fotografías, el programa de radio, el movie maker y escribir las cartas al editor hasta la del internet, los fantasmas, etcétera. Por mucho se notó la preferencia de los pequeños por las actividades que resultaban ser más prácticas. A continuación una serie de afirmaciones al respecto:

“me gusta comunicar y saber lo que pasa” (H,5) “La de los derechos de los niños. Así puedo aprender más sobre el tema.” (M,6) “El de los derechos de los niños porque usamos el programa de Movie Maker” (H,6) “La actividad donde vimos lo del internet porque así me di cuenta de lo que puedo ver y lo que no puedo ver” (M,6,V) “La de la fotografía porque es más divertido estar tomando fotos” (M,6,V) “La información sobre el internet, porque te explica los

cuidados sobre el internet”(H,6) “La de las fotos porque expresábamos lo que sentíamos sobre una situación, yo me siento distinto con las actividades que hemos hecho.” (H,5) “La de tomarnos fotos porque está bien que la gente sepa lo que pasa en la actualidad.” (M,6) “Podíamos expresar lo que pensábamos en los debates y en las fotos lo que sentíamos” (M,5) “Donde nos tomamos fotos y pusimos caras de tristeza y de miedo porque ahí decimos lo que pensamos de la violencia.” (M,5)

Esto es muy importante desde el punto de vista del modelo de David Buckingham, debido a que no sólo es creativo u original aquella representación que no se parece en nada a lo popular, como ya se discutió en el marco teórico. La creatividad implica un proceso de fluidez en las ideas, de ser flexibles hasta en los posibles absurdos de esas ideas, la viabilidad para ser realizado en la práctica y desde luego la originalidad como resultado natural de una creatividad nata, pero que también se debe fomentar en el contexto externo de la misma.

Las estrategias didácticas evaluadas muestran una tendencia exitosa en cuanto al grado de nivel crítico propuesto. Sí parecen ser validadas y replicadas para la materia de Formación Cívica y ética dentro del plan de estudios de la SEP, pues cumple con los lineamientos sobre que los estudiantes, al desarrollar las actividades, reconocieron que los medios pueden generar distintas formas de mirar el mundo, introducir lenguajes, conceptos y modelos de vida. Como se apuntaba en el marco teórico de este trabajo, cuando se habla de los medios de comunicación en el Plan de Estudios, específicamente en la materia que se discute, se expone:

El desafío de la escuela es educar para que las alumnas y los alumnos se acerquen críticamente a la información que los medios de comunicación les

presentan y aprendan a servirse de ellos para conocer otras perspectivas y participar en asuntos de relevancia social. (p. 234)

De esta forma, se logró mantener en el total de las actividades al menos una de las ocho competencias básicas indispensables para dicho curso:

1. CONOCIMIENTO Y CUIDADO DE SÍ MISMO Los estudiantes reconocieron aptitudes sobre el cuidado de su salud, su integridad personal y el medio natural, sobre todo en la actividad relacionada con ser diseñadores de imagen, en donde hicieron comentarios sobre la posibilidad de que los artistas hacen cambios a su cuerpo para agradar, y que la mayoría de ellos no lo hacen por necesidad sino por afán.

2. AUTORREGULACION Y EJERCICIO RESPONSABLE DE LA LIBERTAD

Que consiste en la capacidad de los sujetos de ejercer su libertad al tomar decisiones y regular su comportamiento de manera autónoma y responsable, al trazarse metas y esforzarse por alcanzarlas. El ejemplo claro de esta competencia se dio en las actividades de las fotografías sobre su perspectiva de la violencia que aqueja al país, pero también con las cartas al editor, en ellas se buscó que los estudiantes fueran “personas proclives a responder ante situaciones que nos despiertan sentimientos y emociones, pero que, al mismo tiempo, tenemos la capacidad de regular su manifestación a fin de no dañar la propia dignidad o la de otras personas” (Programa de Formación Cívica y Ética, SEP, 2010)

3. RESPETO Y APRECIO DE LA DIVERSIDAD El ejemplo más claro de esta competencia fueron los programas de radio enviados a RADIOJOJO, pues en sí

mismo, la plataforma de este proyecto alemán confiere entre sus premisas la capacidad de los niños para reconocer la igualdad de las personas en dignidad y derechos, al tiempo que respetar y valorar sus diferencias en su forma de ser, actuar, pensar, sentir, creer, vivir y convivir. De hecho, esta actividad fue una de las que más gusto despertó en los niños, los cuales elocuentemente finalizaban la mayoría de sus grabaciones diciendo “Desde México para los niños del mundo”.

4. SENTIDO DE PERTENENCIA A LA COMUNIDAD, LA NACIÓN Y LA HUMANIDAD A través de actividades que incluso se llegaron a publicar, los estudiantes se pudieron dar cuenta que ellos pueden fungir como miembros activos y responsables de diversos grupos sociales, esto no sólo desde la familia, los grupos de amigos, la localidad, sino hasta ámbitos más extensos como la entidad, la nación y la humanidad. Esto los hizo sentirse “involucrados, responsables y capaces de incidir en los acontecimientos de su entorno próximo y con lo que les ocurre a otros seres humanos sin importar sus nacionalidades.” (Programa Formación Cívica y Ética, SEP, 2010)

5. MANEJO Y RESOLUCIÓN DE CONFLICTOS / 6. PARTICIPACIÓN SOCIAL Y POLITICA: En todas las actividades los estudiantes tomaron un sinnúmero de decisiones, de hecho, en la autoevaluación todos reconocen haber tomado decisiones de forma individual y en equipo, que algunas veces éstas no eran las mejores, pero que al final de cuentas habían logrado mejorarlas y llegar con éxito a donde pretendían, en una especie de enseñanza a base de prueba-error evaluada por ellos mismos. Estas competencias se refieren a la capacidad para resolver conflictos cotidianos sin usar la violencia, privilegiando el diálogo, la cooperación y la negociación, en un marco de respeto a la legalidad, y la mayoría de las actividades

implicaban que los niños dialogaran en equipo y tomaran decisiones en conjunto, por lo que habría que saber coordinarse y saber respetar la diversidad de opiniones.

También se observó una tendencia que “Involucraba, además, la capacidad de cuestionar el uso de la violencia ante conflictos sociales, de vislumbrar soluciones pacíficas y respetuosas de los derechos humanos, de abrirse a la comprensión del otro para evitar desenlaces socialmente indeseables y aprovechar el potencial de la divergencia de opiniones e intereses.” (Programa Formación Cívica y Ética, SEP, 2010). Prueba de ello era el entusiasmo mostrado por los estudiantes para realizar periódicos murales y hasta una exposición en el patio central de la escuela. Los ejercicios implicaban que los alumnos reconocieran “los conflictos como componentes de la convivencia humana, y que su manejo y resolución demanda de la escucha activa, el diálogo, la empatía y el rechazo a todas las formas de violencia. Asimismo, el desarrollo de esta competencia plantea que sean capaces de analizar los factores que generan los conflictos, entre los que se encuentran diferentes formas de ver el mundo y de jerarquizar valores.” (Programa Formación Cívica y Ética, SEP, 2010) y el de ser objetivos, como lo hicieron en la actividad de la publicidad positiva y negativa de la escuela, o al analizar la nota periodística sobre México.

7. APEGO A LA LEGALIDAD Y SENTIDO DE JUSTICIA / 8. COMPRENSIÓN Y APRECIO POR LA DEMOCRACIA: Estas competencias aluden a la capacidad de actuar con apego a las leyes y las instituciones como mecanismos que regulan la convivencia democrática y protegen sus derechos. Los niños a través de estas actividades aprendieron a conocer las leyes de los medios mexicanos, sobre todo aquellas que los involucran; conocieron los centros que existen para denunciar si

alguna de ellas está siendo violada por algún medio y el derecho que tienen como audiencias responsables y participativas.

La competencia sobre comprensión y apego a la democracia está muy ligada a la anterior, pues “Consiste en la capacidad para comprender, practicar, apreciar y defender la democracia como forma de vida y de organización política” (Programa Formación Cívica y Ética, SEP, 2010). En estas últimas es indispensable recordar que en varias de las estrategias didácticas se fomentó precisamente el sentido democrático para reconocer el derecho de las audiencias, como se explica mejor a continuación.

El derecho de las audiencias

El derecho a la libertad de expresión y a la libertad de información está reconocido como derecho humano en el Artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos. En una sociedad en tiempos de crisis, en una época donde el opinar representa un riesgo de vida o muerte no sólo para los que hacen comunicación sino para los que la reciben, la libertad de expresión se condena a una mera contradicción social.

Las estrategias didácticas generadas en esta investigación fomentaron audiencias participativas y existió la tendencia de los estudiantes hacia luchar por dar un voto a la expresión como audiencia que exigía pero que también conocía sus responsabilidades. Niñas y niños participaron transmitiendo su sentir, pretendiendo generar un mensaje de lucha por la paz, de lucha por su derechos como niños. Y es que, finalmente, los derechos de los niños en este país suenan ya a ironía: si tienen derecho a una familia, si tienen derecho a recibir educación, si tienen derecho a la salud, si tienen derecho a jugar ¿cómo pueden hacerlo si el patio donde imaginan y

la calle que comparten es tan peligrosa; si no importa qué tan buena salud física tengan, la mental está aturdida, abrumada de escuchar y ver tanta sangre? ¿cómo es posible tener derecho a una familia si a algunos les ha sido arrebatada sólo por el hecho de estar en el lugar equivocado, en el momento equivocado? ¿Y por qué no ver coartado su aprendizaje si afuera de sus propias escuelas, en horario de clases, se dan enfrentamientos y se dejan pruebas a manera de advertencia?. Como bien expresaba Lourdes Itzel de quinto año en su carta al editor, “No sé cómo empezó la inseguridad, pero si fue por algún problema que hubo, nosotros no tuvimos la culpa”.

Audiencias activas, audiencias conscientes, audiencias críticas, el punto es que a pesar de que los niños no tengan la culpa, es algo que están viviendo y por lo cual están siendo tan o más afectados que el resto de la población. Por ello, es preciso concluir que en esta investigación las estrategias didácticas diseñadas sí parecen cumplir su cometido de fomentar, en pequeña o gran medida, la participación de los niños en relación a los medios y su capacidad de tener voz en los medios y lo comprobaron tangiblemente al ser escuchados por el periódico más importante de la región. Así mismo los alumnos aprendieron a identificar distintos organismos que colaboran en la lucha por que existan mejores medios de comunicación, así como las leyes que rodean el sistema mediático. El intercambio entre ser ellos los que envían un mensaje y después ser su propia audiencia, es más que suficiente para que los niños identifiquen y reconozcan que pueden –y deben- fomentar el derecho a la libre expresión. El ser transmitidos o publicados en otros continentes como Alemania y África y ser escuchados y/o leídos por sociedades ajenas a la suya, es también un importante logro pues conforma un intento por generar una mayor comprensión entre distintas culturas y, desde luego, un acercamiento constante a la lucha por la paz mundial.

En la actualidad mundial, las nuevas tecnologías comunicacionales y la globalización “no sólo han alterado la percepción de tiempo y espacio, sino también ha cambiado la química de nuestra vida cotidiana y nuestra cultura.” (Pérez y Varis, 2010, 25). Estos autores han discutido un nuevo paradigma comunicacional y humanista, al que ellos mismo llaman “nuevo humanismo”. Con nuevo humanismo se refieren a la generación de un humanismo global y envolvente, humanismo que ha aceptando la diversidad y permite el acervo de información compartido de y para el mosaico cultural mundial. La alfabetización mediática en este caso toma un rol imprescindible que conecta la responsabilidad social de las audiencias, el respeto de las grandes empresas mediáticas y la solvencia de un cuerpo legislativo global en la interacción diaria entre la sociedad de la información.

No cabe duda que la alfabetización mediática pronto ha de convertirse en un verdadero movimiento internacional, exponen Pérez Tornero y Varis en el libro recientemente publicado por la UNESCO. Si se pretende que la educación en México deje de ser calificada como una de las principales en el mundo con rezago educativo, y sobre todo por ser un país tan diverso como las propias culturas del mundo, la educación y alfabetización mediática debe ser un tema urgente en la agenda política y educativa.

Existe una necesidad clara de incorporar la educación mediática en los planes de estudios de la educación en todos los niveles. En materia de comunicación, al país le resta mucho que discutir, aportar y cuestionar. Las estrategias didácticas de este proyecto mostraron en los tres grupos validez para fomentar en los planteles el método que se utilizó para pilotearlas y evaluarlas; los educadores pueden utilizarlas para replicarse en sus propias aulas si desean

fomentar el espíritu crítico, creativo y lúdico sobre los medios de comunicación en sus estudiantes.

Dimensiones institucionales y pedagógicas

En este proyecto destacó una situación respecto al rol del profesor preponderante para una conclusión vital. Y es que lo que parecía verse como un sesgo para la investigación, en realidad detonó un punto primordial que discutir: el rezago educativo en México desde la propia gestión del profesor.

En principio, las estrategias didácticas hechas en este trabajo y particularmente el tema de la educación mediática, se propusieron con la convicción de que en las aulas del sistema educativo mexicano se considerasen no ya como una opción, sino como una necesidad actual de alfabetización crítica. Para ello, se recurriría a la posible consideración de la Secretaría de Educación Pública para incluirlo como parte del currículo educativo.

Pero en este momento se detona otro cuestionamiento: si la educación mediática es aceptada como parte obligatoria e integral en los planes de estudios, ¿estarían los profesores mexicanos realmente preparados para impartirla?

Este es un cuestionamiento indispensable para este proyecto de acuerdo a los estatutos bajo los que está concebido, porque el modelo que se propone alude a un alumno casi autodidacta, a un profesor que funge como guía y no a aquel tutor que está acostumbrado a no ser cuestionado, a impartir una enseñanza pasiva, esto es, a que él proporciona la información y los alumnos la guarden, no existiendo pues un proceso reflexivo, analítico ni, por ende, crítico. Esto es preocupante porque el modelo arcaico y tradicional del profesor autoritario sigue tan vigente en las aulas

mexicanas como los propios cambios tecnológicos que se gestan día a día en el mundo, sobre todo en las sociedades más marginadas del país.

No obstante, las estrategias sugeridas en este manual son bastante flexibles en cuanto al papel de profesor se refieren, ya que es en los debates –momento en que los educadores fungen como moderadores- en las únicas donde se observó que se puede tener un sesgo, pues normalmente es en éstos cuando puede existir la sola lectura del profesor que guíe el debate. Sin embargo, esto se puede resolver con que el profesor tome su papel de guía y deje que los alumnos por sí mismos se enrolen participativamente, empujando al alumno a cuestionarse, imperando en general las voces de los estudiantes más que la de él.

Para que las estrategias didácticas realizadas en esta investigación logren su propósito de formar alumnos críticos, se necesitan maestros capaces de generar el debate, de dar por bienvenidas todas las ideas de los alumnos muy a pesar de que el profesor no piense lo mismo que el estudiante, porque la tarea radicará entonces en elaborar otro cuestionamiento que deje pensando no sólo al alumno sino a sí mismo. Estas estrategias necesitan profesores que no tengan miedo a los cambios, sin miedo a aceptar que el estudiante también tiene derecho a cuestionarlo, comprometidos realmente con formar ciudadanos educados, críticos y responsablemente participativos.

Queda claro que no todos los maestros se desenvuelven de la misma manera. Gracias a la comparación hecha en los tres grupos analizados, se puede observar que los profesores tienden a ser muy distintos, aún a pesar de contar con las mismas herramientas. Las profesoras de quinto y sexto grado de la primaria Merced Garza Hinojosa contaban con exactamente los mismos instrumentos, las

mismas posibilidades y el mismo modelo escolar, sin embargo cada una trabajaba a su estilo e impartía la clase a sus necesidades. Ninguna fue mejor que otra, si la maestra de quinto se apegó más al modelo didáctico que requería esta investigación, la profesora de sexto se preocupaba más por que todos sus alumnos participaran y conocer la opinión de cada uno de ellos. En ambos casos se notó que es factible hablar de que sus alumnos están ya iniciados en el proceso de alfabetización, no sólo en leer o escribir los medios, sino hasta cuestionarlos. Con el profesor que no se apegó al modelo, se puede concluir que a pesar de que los alumnos no participaron tan activamente y no mostraban la misma flexibilidad y fluidez en las ideas, sí lograron detectar lo que envuelve a los mensajes que emiten los medios de comunicación, precisamente porque desarrollaron producciones mediáticas en la práctica e identificaron las herramientas y la gama de posibilidades para generar un solo texto mediático, prueba de ello son los comentarios de sus mismas autoevaluaciones.

La creatividad y el análisis crítico se refieren a un proceso y no a un producto. Se puede tener un producto que a nadie le parezca original y nada reflexivo, pero el proceso que siguió el autor para llegar a él agrupó una serie de decisiones y generó pensamientos de diversas índoles. Por ello, las actividades prácticas y los productos resultantes de las mismas siempre eran reflexionadas después por los mismos alumnos tratando de lograr un distanciamiento, dicho distanciamiento daba lugar a la generación de más ideas, de mayor cuestionamientos sobre ellas.

Futuros estudios deberán incluir las actividades en un mayor número de escuelas y de distinto estrato socioeconómico. En el desarrollo de habilidades de alfabetización mediática de esta investigación hechas a alumnos de clase baja, se observó una tendencia que facilitaba en los estudiantes deconstruir discursos

mediáticos y más allá de ello, a tratar de entenderlos e interpretarlos; además se buscó la oportunidad de disfrutar la forma estética y creativa de cada uno, así como del trabajo en equipo. Ser crítico y creativo van de la mano, y es que ser crítico implica también fluidez, flexibilidad, viabilidad y originalidad en las ideas. Ambas, pueden conformar un ciclo reflexivo, exactamente el ciclo al que se pretendía culminar en las investigaciones de David Buckingham.

ANEXOS

Anexo 1

Fecha	
Escuela	
Grado	
Turno	
Tiempo	
Profesor	
Evaluador	

Nombre de la actividad: _____

ALUMNOS

ACTITUD	Indicadores	0 ⁷	1	2	3
R E S P O N S A B	Trae y utiliza los materiales necesarios para las prácticas				
	Trae y utiliza su manual de prácticas				
	Es puntual en las actividades				

⁷ 0= Nunca; 1= Irregularmente, 2= Regularmente 3= Siempre

I L I D A D	Sigue de manera puntual los procedimientos establecidos en el manual				
----------------------------	--	--	--	--	--

ACTITUD	Indicadores	0	1	2	3
C R E A T I V I D A D	<p><i>El alumno presenta fluidez en la elaboración del producto</i></p> <p>(La fluidez, es la cantidad de ideas que una persona puede producir respecto a un tema determinado. Por ejemplo, el número de soluciones que hay para un problema dado en un tiempo determinado)</p>				
	<p><i>El alumno es flexible con las opiniones e ideas de sus compañeros respecto al producto que se está elaborando</i></p> <p>(La flexibilidad, es la variedad y heterogeneidad de las ideas producidas; nace de la capacidad de pasar fácilmente de una categoría a otra, de abordar los problemas desde diferentes ángulos)</p>				
	<p><i>El alumno es original en cómo presenta el trabajo y su forma de abordarlo</i></p> <p>(La originalidad, es la rareza relativa de las ideas producidas: de una población de cien personas sólo a dos o tres se les ocurre tal idea; allí el pensamiento es original. Cabe recordar que la creatividad a menudo hay que buscarla no precisamente en el qué, sino en el cómo.)</p>				
	<p><i>El producto que presenta el alumno es realizable en la práctica</i></p> <p>(La viabilidad, es la capacidad de producir ideas y soluciones realizables en la práctica. Hay muchas ideas que teóricamente son muy acertadas, pero que resultan difíciles o imposibles de realizar.)</p>				
	<p><i>Los alumnos generan lluvia de ideas ("dejan volar su imaginación" ante el producto.</i></p>				

ACTITUD	Indicadores	0	1	2	3
C R I T I C A	El alumno participa durante la clase				
	El alumno cuestiona y debate a partir de una premisa dada				
	El alumno explica a partir de argumentos válidos y justifica sus ideas				
	El alumno se cuestiona a sí mismo sobre algo que él piensa				
	El alumno deconstruye un mensaje dado y es consciente de las partes que lo conforman				

ACTITUD	Indicadores	0	1	2	3
D I S	Mantiene una actitud participativa en distintos ambientes de aprendizaje				
	Muestra disposición para aprender				

F R U T E	Entienden y aplican las técnicas de aprendizaje que el profesor facilita de forma divertida				
	Identifica la diferencia entre procesar información y comprender y construir un significado				
	Refuerza sus valores y enriquece su calidad humana				
	Reconoce el disfrute de los medios de comunicación como ventajas				

PROFESOR

ACTITUD	Indicadores	0	1	2	3
	El discurso verbal y gesticulado del profesor cuando da una explicación es inclusivo para la mayoría de los estudiantes				
	El profesor realiza recorridos entre los alumnos para revisar sus avances y aclarar dudas				
	El profesor se intenta que todos participen				
	El profesor hace preguntas para estimular la curiosidad				
	El profesor inicia la actividad dando contexto				

D I N A M I C A					
	El profesor termina la clase aterrizando con comentarios de lo visto en la actividad				
	El profesor habla menos que los estudiantes				
	El profesor lanza preguntas, mas que dictar la clase.				
	El profesor se cuestiona a sí mismo delante de sus alumnos para ejemplificar.				
	El profesor pide a los estudiantes que realicen ejercicios de reflexión al final de la clase				
	El profesor pide a los estudiantes que realicen escritos donde documenten su progreso del aprendizaje dado				
	El maestro dice a los alumnos que están "mal" sobre alguna opinión o idea que tengan				

ROL DEL PROFESOR DURANTE LA ACTIVIDAD	
Guía: traza con precisión los objetivos a lograr	

Experto en contenido: dominio de los contenidos, trata con flexibilidad, profundidad y significatividad	
Facilitador: provee orientación, información, contribuye a superar barreras de aprendizaje y flexibiliza la secuencia y los ritmos	
Moderador: gestionando y dirigiendo actividades grupales, ligando con la autodirección en el aprendizaje	
Controlador de los procesos: Analizador crítico de las experiencias formativas, controla los procesos y utiliza los recursos	
Evaluador: verifica los resultados de aprendizaje y retroalimenta el nivel de dominio de los conocimientos y competencias	

AMBIENTE

ACTITUD	Indicadores	0	1	2	3
A M B I E N E	El alumno es libre de expresión				
	Existe un ambiente cordial y respetuoso				
	El director se interesa por el proyecto				
	El maestro se interesa por el proyecto				

T E	La colocación de los escritorios es la adecuada				
	Los materiales son los correctos				
	El espacio es suficiente				

ACTIVIDAD

¿Se cumplieron los objetivos?

Si

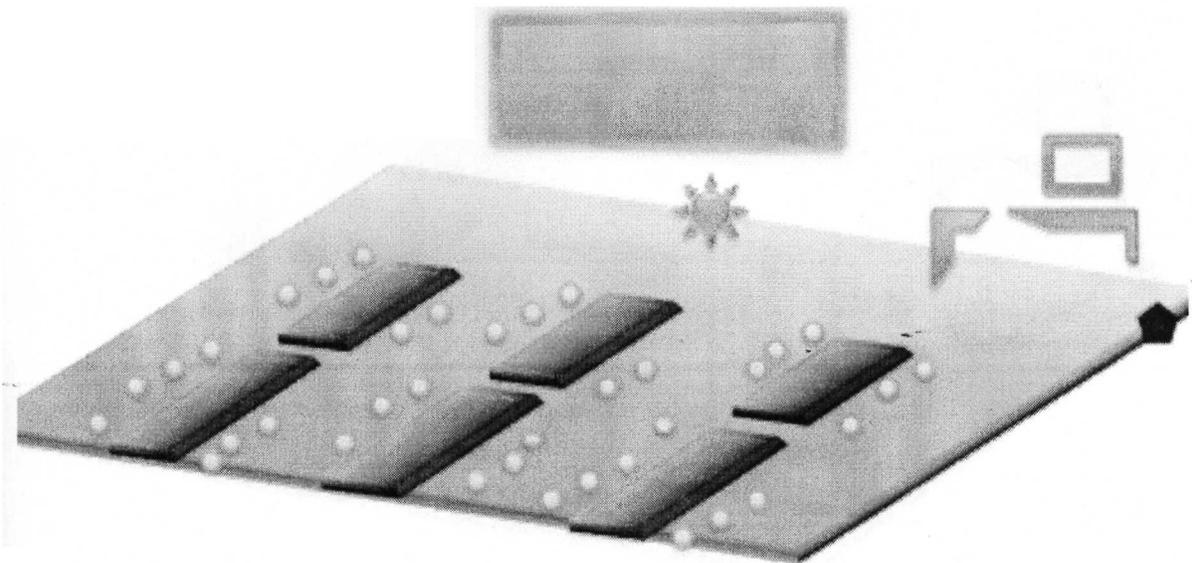
No

¿Por qué?

Competencias SEP:

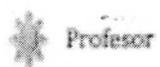
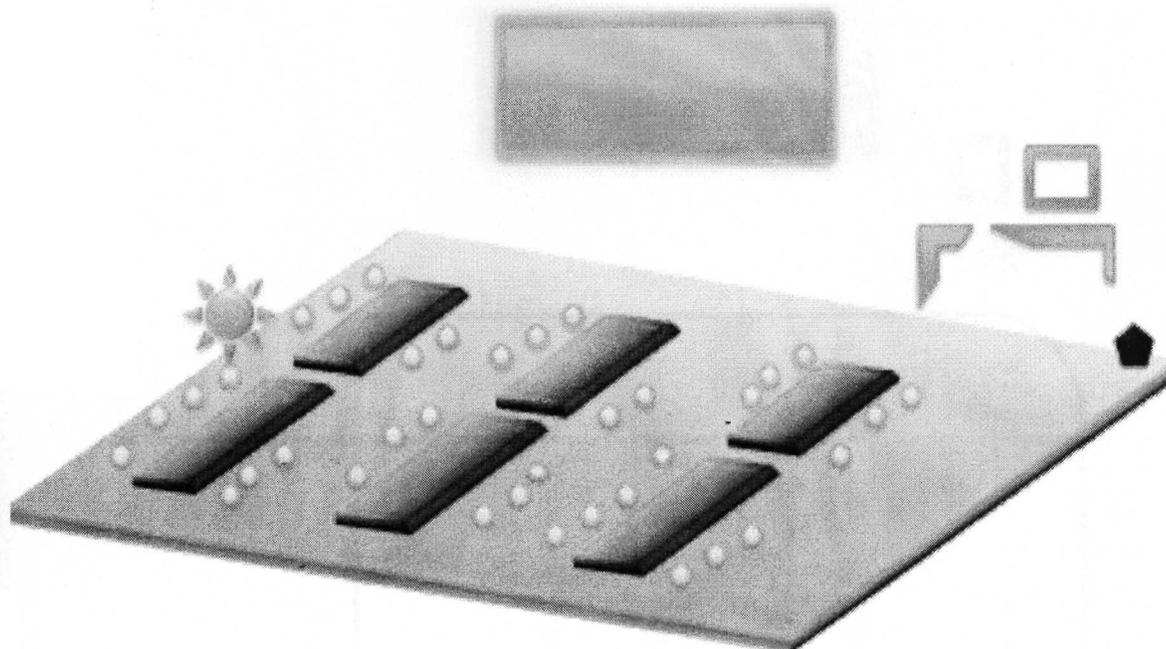
ANEXO 4

Salón Sexto Grado Merced Garza Hinojosa



-  Profesor
-  Computadora
-  Escritorios
-  Alumnos
-  Pizarrón
-  Investigadora
-  Mesas

Salón Quinto Grado escuela Merced Garza Hinojosa



Profesor



Computadora



Escritorios



Alumnos



Pizarrón

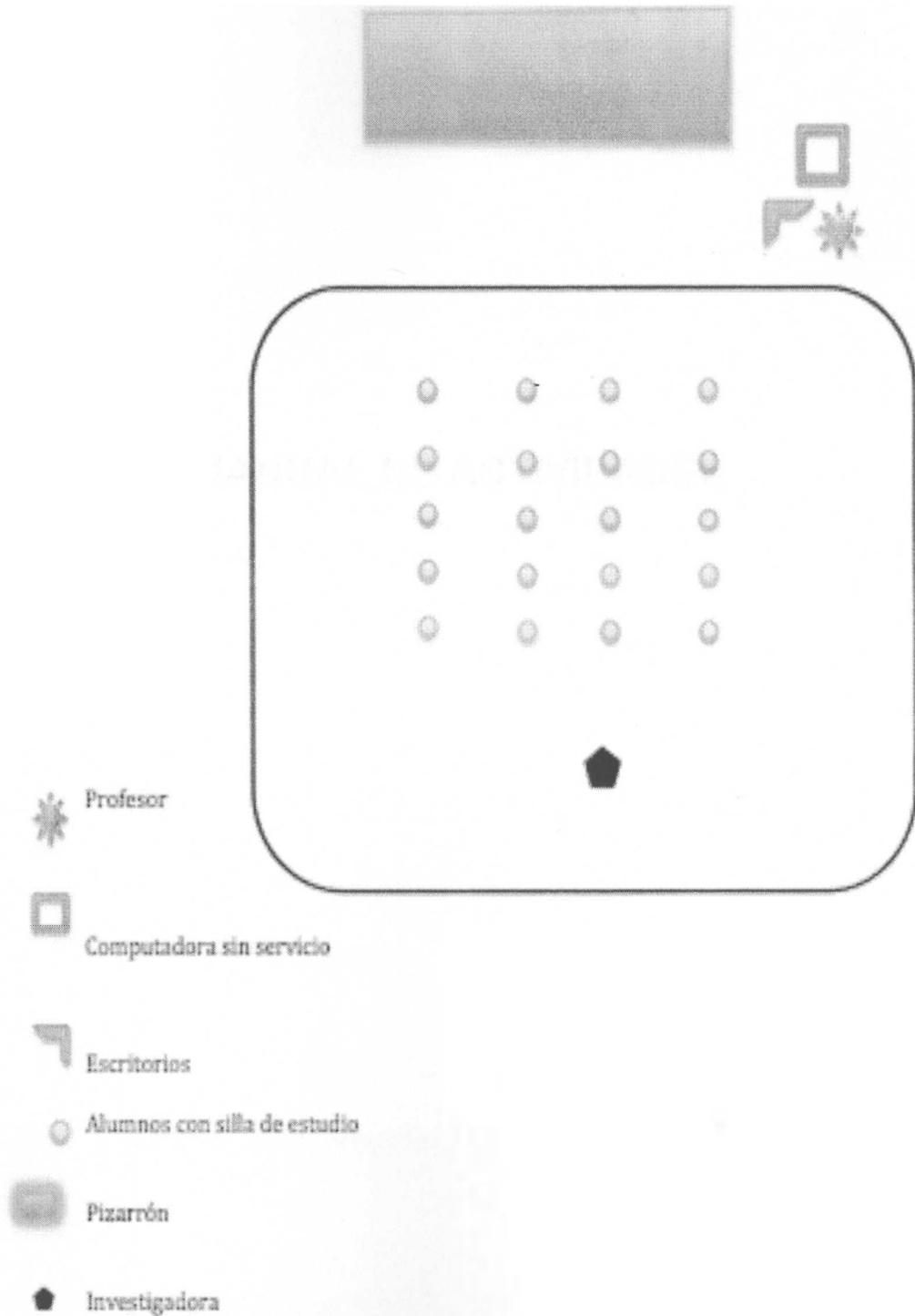


Investigadora



Mesas de equipo

Sexto vespertino Gertrudis bocanegra de Laso



ANEXO 3

MANUAL DE ACTIVIDADES



EDUCACIÓN *DEBATE* **CREATIVIDAD** ¿CÓMO? **CRÍTICA** ¿POR QUÉ? **DISFRUTE** ¿DÓNDE?

EDUCACIÓN MEDIÁTICA EN MÉXICO



TECNOLÓGICO DE MONTERREY

Manual de actividades

Monterrey, NL. México

2010

TABLA DE CONTENIDO

INTRODUCCIÓN	3
¿Qué es el proyecto “Educación Mediática en México”?	3
¿A qué nos referimos con educación mediática?	4
¿Por qué es necesario hablar de una alfabetización mediática en la sociedad?	5
Y el profesor, ¿qué papel juega en las actividades de educación mediática?	6
Actividades en Clase	7
Rumbo al estrellato	8
Una misma historia contada al revés	10
Efectos positivos y negativos de los medios de comunicación	11
Debate 1	14
Todo depende del cristal con que se mira	15
Debate 2	21
Un rostro un mensaje	22
¿Qué realidad hay detrás de esa fotografía que sólo deja ver un rostro?	24
Carta al editor	26
Cazadores de fantasmas	28
Debate 3	29
El A B C del Internet	30
Niños online	32
Creando un cómic	34
Vamos a compartir con otros niños del mundo ¡La niñez mexicana en Radiojojo!	35
Creando con Movie Maker	37
Debate 4	38
AUTOEVALUACIÓN	41
LISTA DE CONCEPTOS	42
SITIOS DE CONSULTA ONLINE	43
LECTURAS DE AMPLIACIÓN SUGERIDAS	44
DIARIO DEL MAESTRO	45

INTRODUCCIÓN

¿Qué es el proyecto “Educación Mediática en México”?

Educación mediática en México es un esfuerzo de investigación que busca reforzar a través de actividades creativas, la habilidad para desarrollar el pensamiento crítico acerca de la televisión, los periódicos, radio, la publicidad y medios online; está dirigido principalmente a niñas y niños del sexto grado de primaria de las escuelas públicas de México. Busca promover positivamente el desenvolvimiento creativo y crítico del estudiante, e incrementa la conciencia del rol que juegan estos en el mundo de los medios, sobre todo para la promoción de la salud y sus derechos como ciudadanos.

Cada actividad ha sido diseñada para proveer una oportunidad para la discusión. Educadores en Español, Educación Cívica y Ética, Artes, Comunicación y Tecnología encontrarán en estas actividades un valor agregado para sus programas de enseñanza. Usando estas actividades, los educadores (en la escuela y después de ella) pueden ayudar a transformar las clases sobre el desarrollo del pensamiento crítico en una rica y divertida experiencia de aprendizaje.

Las presentes actividades han sido desarrolladas de forma interactiva y creativa, éstas guían al alumno a través del proceso de deconstrucción, analizando y creando los mensajes mediáticos. Las actividades estructuradas en este documento promueven la reflexión y el diálogo encomendado a reforzar las habilidades de alfabetización mediática. Así que te invitamos a que uses las preguntas de discusión que se muestran en cada actividad para promover la reflexión y el pensamiento crítico. Además, puedes reforzar dicho pensamiento animando a los alumnos a explicar el resultado de sus trabajos, escuchando cuidadosamente y haciendo preguntas de ‘por qué’.

¿A qué nos referimos con educación mediática?

La educación mediática tiene que ver con la enseñanza y el aprendizaje *acerca* de los medios y no se debe confundir con la enseñanza *por medio de* o *con* los medios como instrumentos de aprendizaje. “Naturalmente esas herramientas educativas también ofrecen versiones o representaciones del mundo y, por ese motivo, los educadores mediáticos han tratado a menudo de poner en tela de juicio el uso instrumental de los medios de comunicación como ‘recursos didácticos’” (Buckingham, 2003, p. 21). Y aunque no es lo mismo hablar de educación mediática que de los medios como fuente de enseñanza, la educación mediática puede establecer un diálogo fructífero en el que ambas partes se complementen. La educación mediática es una línea de investigación que ya ha tenido antecedentes importantes en países como Inglaterra, Estados Unidos, Australia y Canadá.

La *educación* mediática es el proceso de enseñar y aprender acerca de los medios de comunicación que capacitará a los jóvenes para que, como consumidores de los medios, estén en condición de interpretar y valorar con criterio sus productos; al mismo tiempo les capacita para convertirse ellos mismos en productores de medios, forjando así su capacidad creativa. El resultado de la educación mediática será la *alfabetización* mediática, esto es, el conocimiento y las habilidades finales que adquieran los alumnos.

La alfabetización mediática para David Buckingham comprende la adquisición de un metalenguaje en el que tanto estudiantes como profesores abandonan posturas preestablecidas en su papel de hablar como audiencias y en su lugar actuar como críticos mediáticos. En otras palabras, que hablen en un lenguaje que permita describir cómo funciona el lenguaje mediático, porque tal vez conozcan intuitivamente qué ‘significa’ o el uso de una convención mediática, pero no cómo se alcanza ese significado.

En la educación mediática no hay respuestas acertadas ni erróneas, normalmente los primeros tropiezos de los estudiantes respecto a su trabajo se valoran más porque sirven de punto de partida para la discusión y el pensamiento crítico.

¿Por qué es necesario hablar de una alfabetización mediática en la sociedad?

El entretenimiento mediático, la cultura popular, la colocación del producto, la publicidad y la interacción social online tienen una influencia en el desarrollo social, mental, físico y emocional en niños y jóvenes. Un estudio reciente mostró que el 70% de las personas que trabajan con niños y jóvenes (incluyendo educadores y líderes de asociaciones altruistas) creen que en la actualidad los niños no están bien equipados para lidiar con los nuevos medios digitales y el ambiente publicitario. Pocas herramientas educativas están disponibles para direccionar esta necesidad.

Es cierto que actualmente existe una necesidad de aumentar la concientización de todos los ciudadanos sobre las múltiples formas de mensajes difundidos por los medios, sobre todo cuando éstos son parte intrínseca de la vida de las personas. Las estadísticas sobre exposición mediática deben ser tomadas en cuenta por los sistemas educativos, no con el fin de crear en las personas una especie de repudio hacia la televisión o las nuevas tecnologías; sino porque hablar de Alfabetización mediática, es hablar de democracia: es formar a una ciudadanía plena y activa. Y es que la democracia depende de la participación activa de los ciudadanos en la sociedad, una sociedad que se vale los medios de comunicación para obtener las habilidades y comprender el flujo diario de la información difundida a través de éstos.

Millones de niños y gente joven al rededor del mundo están en este preciso instante navegando en Internet buscando alguna forma de entretenimiento e información. Padres, profesores y sociedad son piezas agentes de influencia en la formación de actitudes sobre nutrición, belleza, relaciones sociales, cultura popular, comportamientos de la salud, y por supuesto, las propias interpretaciones de los mensajes mediáticos en niños y jóvenes. Los educadores pueden extender el aprendizaje mediático, el pensamiento crítico y habilidades comunicativas sobre la educación mediática, mientras provén una oportunidad formar sociedades alfabetizadas mediáticamente, generando así un mayor sistema democrático.

De acuerdo a Piette (1996), la única forma de garantizar que los alumnos desarrollen auténticamente una competencia intelectual mediática consiste en considerar la enseñanza del pensamiento crítico en el corazón mismo del proyecto educativo, de forma que se produzca un cambio fundamental en el modelo de enseñanza. La importancia de la alfabetización mediática en la sociedad para integrarse en las aulas de educación primaria es, precisamente, colaborar en la búsqueda de un sistema que se ajuste a la cotidianidad de una niñez inmersa en la proliferación de tecnologías mediáticas globalizantes y totalmente interactivas.

Y el profesor, ¿qué papel juega en las actividades de educación mediática?

Es pieza fundamental, pues fomentará en el alumno una puerta más hacia la crítica y la creatividad. Es importante que el educador sepa, no obstante, que muchos de los cursos sobre educación mediática que tienden al proteccionismo y que presumen que a través de ella se habilita a los estudiantes y los libera de los valores e ideologías que, según se supone, les imponen los medios, han fracasado. El argumento es sencillo y a la vez complicado: buena parte de lo que suele calificarse de análisis crítico en estos cursos, no es en realidad bastante crítico.

Y es que, según explica al respecto David Buckingham, el objetivo primario de la educación mediática no es simplemente generar una conciencia y comprensión crítica, sino la autonomía crítica del alumno. Más precisamente, los cursos que suelen suponer que a través de la educación mediática los alumnos pasan de un estado inconsciente a otro consciente automáticamente, “en la práctica, a menudo provoca una situación en la que únicamente se presta atención en el aula a *una* lectura verdaderamente ‘crítica’, que curiosamente tiende a ser la lectura del profesor” (2003, p. 174). Según su propia experiencia, este tipo de análisis solía degenerar en un ejercicio de los alumnos por adivinar qué es lo que pensaba el profesor y ser de esta manera mejor evaluado.

El teórico inglés sugiere entonces que la educación mediática no sólo debería concebirse como un ejercicio para fijar la atención de las deficiencias de los medios, ya se trate de deficiencias morales, ideológicas o estéticas; por el contrario debe pretender estimular a los alumnos a conocer la complejidad y diversidad de los disfrutes que pueden ofrecerles los medios. Señala que por sí solo el análisis no cambia necesariamente la actitud de los estudiantes a menos que se relacione con las propias experiencias e identidades de éstos. Su recomendación para plantear el análisis crítico es, precisamente, utilizar las experiencias propias a manera de producciones mediáticas, puesto que al ser el estudiante quien cree sus propias representaciones, se encontrará entonces en posición de investigar los temas mediáticos de manera más directa y con un talante más abierto y lúdico.

Se necesitan crear formas de análisis que no dependan de la realización de lecturas concretas, consideradas como ‘correctas’, ni mucho menos de la imposición de la autoridad del profesor. Comenzar por reconocer que los textos pueden leerse de muchas formas distintas y que éstas no deben silenciarse ni suprimirse es un buen punto de partida para posteriores análisis y debates desarrollados en el aula y fuera de ésta.

Actividades en Clase

Nombre de la actividad:

Rumbo al estrellato

- ✓ *Tema:* Televisión
- ✓ *Duración:* 40 min.
- ✓ *Material:* Copias de la página 9.
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno identifique el contexto que envuelve a una figura artística. Esas personas que ellos ven o escuchan, no siempre han sido de esa manera y pueden, en ocasiones, modificar información o su apariencia con el fin de generar más ganancias.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno sabe distinguir y/o poner en tela de juicio el cómo se maneja, se moldea o se acopla la información proveniente de las figuras artísticas que ellos normalmente frecuentan.

Se formarán seis equipos a los cuales se les asignará uno de los tres personajes que aparecen en la siguiente página y se designará un tipo de audiencia.

- Posibles tipos de audiencia: Hombre-joven; Niños; Niñas; Mujer-joven; Mujer-adulta; Hombre-Adulto; Personas de la tercera edad./ Ciudadanos mexicanos; ciudadanos extranjeros.

Al alumno se le planteará la siguiente situación:

Estos tres cantantes están tratando de volverse famosos y atractivos para cierto tipo de audiencias. Ellos te contratan como diseñador de imagen, ya que tú conoces bien su trayectoria artística, estás familiarizado con la audiencia a la que se quiere dirigir y cómo hacerlo más atractivo para dicho nicho. De acuerdo al cantante que te fue asignado, lee la lista de cosas que ya lo caracteriza y enlista otras características de tu personaje que pienses lo harán verse mejor según la audiencia a la cual quieren llegar, por ejemplo a qué tipo de género musical pertenece, cómo se viste, estado civil, edad, si cambiarías o no algo de su apariencia, etcétera.

¡SÉ CREATIVO!, Recuerda que entre más fans gane, más exitoso tu trabajo habrá sido.

NEXT PAGE

- Personajes 

Discusión: El equipo presentará ante el grupo el personaje con las características agregadas, y se discutirá posteriormente por qué seleccionaron las características nuevas para el diseño de imagen de su artista.

¿Cuándo es el mejor momento para presentar al 'nuevo personaje'? ¿en qué tipo de programa reaparecería con estas nuevas características? ¿Por qué? ¿Qué otros tipos medios de comunicación utilizarías para promocionar su nueva imagen?

**Nombre:***Layla Koothrappali***País de origen:** Arabia

Historia: Inició su carrera como cantante a los 13 años de edad. Ha sido merecedora de dos premios por participar en todos los eventos escolares que incluían numeros musicales y a la medalla 'Lyric' a nivel estatal por componer la canción titulada 'Rosas en el mar'.

Nombre:*Mike Becker***País de origen:** USA

Historia: Es un apasionado de los deportes desde pequeño. Formó parte de una banda de rock cuando tenía 11 años y se retiró a los 15. Su última aparición ya como solista en la television fue en el programa de concursos 'American Idol'.

Nombre:*Alexander Arjona***País de origen:** México

Historia: Su padre se desempeñaba como director de orquesta en la Orquesta Sinfónica de Toluca, mientras que su madre era violinista concertino de la misma; de ahí que Alexander heredara el amor por la música y, pese a su corta edad, está ya listo para lanzar un disco que ha sido patrocinado por Estudios Televisa.

Nombre de la actividad:

Una misma historia contada al revés

- ✓ *Tema:* Publicidad
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Material:* Cámara fotográfica (o cámara de celular); Cartulinas; Impresión de fotos; Resistol.
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno seleccione aquella parte o partes de toda una realidad para mostrarla. Lo hará dependiendo de lo que se acople a sus necesidades u objetivos a lograr. Que el alumno presente el producto final de la mejor manera posible de acuerdo al mensaje que busca hacer llegar a su audiencia.
- ✓ *Resultados esperados:* Lograr que el alumno reflexione que detrás de lo presentado existen otras cosas no mostradas, mismas que pueden ser o no parte de una misma realidad. Identifique que un mensaje es construido dependiendo del objetivo que tenga.

Al alumno se le pedirá que piense que él es un productor de publicidad. Como es de los mejores, la escuela le ha pedido a su equipo que haga un producto que publicite lo mejor de sus instalaciones y ambiente estudiantil, en un intento de la institución por aumentar la población escolar y disminuir la deserción. La meta es hacer un collage con fotos y comentarios cortos que describan el por qué todos tienen que venir a estudiar a esta escuela: la escuela IDEAL.

Pero otro equipo planea contradecir dicha publicidad, debido a que ellos saben que no todo es perfecto en la institución, y que hay cosas que también deben de saber los estudiantes que estén interesados en acudir a esa escuela. Así que ellos retratarán la otra cara de la moneda acerca de la institución. Buscarán posibles problemas que afectan en ese momento a las instalaciones y el ambiente estudiantil; las posibles áreas de mejora. La meta es hacer un collage con fotos y comentarios cortos que describan qué no les gusta o qué les gustaría mejorar de su escuela.

Discusión: Ambos trabajos se presentarán en clase y entre todos discutirán quiénes quedaron más convencidos de la publicidad. ¿Qué tan difícil fue escoger las tomas fotográficas en cada caso? ¿en qué se basaron para tomar las fotografías en cada caso? ¿Cuál parte de la publicidad (collage final) fue más difícil de componer: las fotografías, los comentarios que las acompañaban, el orden en el collage)? ¿Por qué? ¿Los espectadores de la publicidad identifican los mismos mensajes que ellos quisieron plasmar? ¿Por qué sí o por qué no?

Trata esto: Como tarea, puedes pedirle a tus alumnos que escriban en un pequeño ensayo, de acuerdo a la publicidad que hayan hecho, qué cosas les faltarían por retratar para considerar la realidad de su escuela en dicha publicidad: tanto lo bueno como lo malo y que respondan a la pregunta ¿Qué pasa si sólo se le menciona a alguien una de las dos realidades?

Discusión: ¿Creen que los comerciales o anuncios publicitarios actúen mostrando sólo una realidad? ¿Por qué sí y por qué no?

Nombre de la actividad

Efectos positivos y negativos de los medios de comunicación

- ✓ *Tema:* Posturas sobre los medios de comunicación
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno reconozca las ventajas y desventajas de los medios de comunicación.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno sabrá reconocer tanto lo positivo como lo negativo de los medios de comunicación.

Contexto:

“Sobre el rol social y político que los medios de comunicación juegan, existen dos visiones distintas y hasta opuestas: la pesimista, la optimista:

De acuerdo con la visión pesimista, los medios, en un extremo, exageran, magnifican y sobre-dimensionan los conflictos; y, en el otro, los relegan o manipulan, cuando así convienen a los grupos de poder y a sus propios intereses sectoriales. En ambos casos, tienden a operar como anuladores de la iniciativa social, y de la opinión libre e independiente de los ciudadanos.

Según la versión optimista, “los medios de comunicación han contribuido al despertar de la sociedad civil, en tanto permiten el acceso necesario a la información, cuyo impacto en la toma de decisiones resulta trascendente. También han acompañado el proceso de dilución de las barreras culturales que representan fronteras divisivas. De esta manera, el espíritu de tolerancia y respeto entre diversas formas de vida se ha propagado y fortalecido” (CIDEPRI).”

Se dividirá al grupo en dos equipos: los de la visión pesimista sobre los medios y los de la visión optimista y se les asignará la lectura correspondiente, se les pedirá que piensen en ejemplos de su vida diaria y que recuerden las actividades realizadas con anterioridad en este manual. Entre ellos tratarán de convencer al equipo contrario que su visión es la correcta. Tú como maestro puedes lanzar preguntas a ambos equipos para que desde sus posiciones las respondan, guiándote por la siguiente lista de cuestionamientos:

Los efectos positivos de los medios de comunicación

Los medios de comunicación como la televisión, radio e Internet mejoran los conocimientos generales y facilitan que la información llegue a todo el mundo. Noticias transmitidas a través de diferentes medios de comunicación nos ayudan a saber acerca de los acontecimientos del día a día en el mundo. Noticias, telefilmes y documentales giran en torno a las cuestiones sociales, aumentando de esta manera una conciencia social en los niños y desarrollando su preocupación hacia la sociedad.

Con la prensa, además de la actualizarnos con las últimas noticias y la información, también contribuyen a la mejora de nuestro vocabulario. Los periódicos son los mejores iniciadores en el desarrollo de hábitos de lectura en los niños. A través de los medios impresos, se ofrece al público en general una plataforma para dar información actualizada sobre la ciudad, el intercambio de puntos de vista sobre distintos temas que enfrenta la sociedad y el compartir una ideología en escala más grande.

Los medios de comunicación son el mejor medio para la propagación rápida de las noticias sobre incidentes importantes o eventos que tienen lugar. Lo que pasó en el rincón más remoto del mundo puede llegarnos en cuestión de minutos, gracias a los medios de comunicación. La velocidad que la tecnología ha logrado es útil en tiempos de crisis, cuando los medios de comunicación se utilizan para la transmisión de noticias que necesitan atención inmediata.

La investigación ha revelado que los medios de comunicación son responsables de influir en una parte importante de nuestra vida cotidiana. Los medios de comunicación contribuyen a una transformación en los valores culturales y sociales; pueden provocar un cambio en las actitudes y creencias del hombre común. La naturaleza persuasiva de los contenidos presentados en los medios de comunicación influye en los pensamientos y el comportamiento del público en general. Los medios de comunicación tiene un impacto directo sobre el estilo de vida de la sociedad.

La reciente llegada de las redes sociales, los blogs en el mundo de los medios y las prácticas análogas a las encuestas públicas y el periodismo ciudadano, han llevado a la creación de una sociedad mediática. Este concepto se ha fortalecido en la relación entre los medios de comunicación y el hombre común. Los medios de comunicación ha traído consigo una importante transformación en la forma en que las sociedades los utilizan. Los medios de comunicación le han dado al hombre una excelente plataforma para presentarse ante el mundo y contribuir a su manera en el escenario mundial cambiante. Los medios de comunicación se ha encargado de hacer del mundo un lugar más pequeño y armónico para vivir, donde todos podemos conocernos.

Sobre la realidad

Un medio de comunicación es una institución que produce y reproduce una realidad pública, y plasman la realidad del contexto social-político. Pueden transformar cualquier hecho real en la materia prima de un mensaje-noticia, en un producto, que a su vez pasa a alimentar el circuito de la información. La noticia tiene un sentido y una función que se ha hecho imprescindible como vínculo social e inter subjetivo que permita reunir la pluralidad cultural de los miembros de una comunidad, y generar una historia común, una identidad y un discurso propio en el que puedan reconocerse.

Los efectos negativos de los medios de comunicación

La violencia en la televisión y el cine es perjudicial para los niños. Cuarenta años de investigación han llegado a la conclusión de que la exposición repetida a niveles altos de violencia en los medios de comunicación les enseña a algunos niños y adolescentes a recurrir a la violencia, no como último sino como primer recurso para resolver los conflictos interpersonales con violencia, y, a muchos otros, a ser diferentes a esa solución. Los niños que ven televisión durante más horas son más agresivos y pesimistas, menos imaginativos y empáticos, tienden a ser más obesos y no son tan buenos estudiantes como los niños que ven menos televisión. Cada vez es mayor la preocupación por el hecho de que se ha mantenido oculta la "historia real" de la violencia en los medios de comunicación y sus efectos en los niños.

El problema reside en que los adolescentes frecuentemente no saben cómo o no pueden distinguir entre lo que es bueno en los medios y lo que es dañino. Algunos se pasan horas interminables frente al televisor o enchufados a sus audífonos, alimentándose pasivamente de todo lo que ven y oyen—violencia, sexo, maldiciones, estereotipos y personajes e historias totalmente fuera de la realidad. Sabemos por los estudios como el que dirigieron George Comstock y Erica Sherrar que el ver demasiada violencia en la televisión parece aumentar los comportamientos agresivos en los niños y que el exponerse frecuentemente a la violencia hace que ésta sea menos sorprendente y más fácil de aceptar.

Los alumnos que reportan que ven más televisión que sus compañeros generalmente sacan peores notas en la escuela y califican peor en los exámenes estandarizados. "En cualquier discusión que tengamos en el aula es muy obvio quienes ven más televisión que otros," explica la maestra Sherry Tipps. "A los alumnos con menos motivación en el salón de clase, menciónales algún programa de televisión y de repente reaccionan."

A medida que los adolescentes maduran, las horas excesivas de televisión, los juegos electrónicos y el uso de la computadora resultan en una acumulación de consecuencias negativas. Los niños americanos se pasan más horas con los medios de comunicación que con su trabajo escolar. Los alumnos del séptimo grado, por ejemplo, se pasan un promedio de 135 minutos al día viendo televisión y sólo 57 minutos haciendo tarea. Además de los efectos negativos académicos y psicológicos, también existen malos efectos físicos. Según estudios recientes del Médico General de los Estados Unidos, el número de adolescentes obesos en el país ha aumentado dramáticamente en las últimas dos décadas. Estar pasado de peso puede contribuir a varias enfermedades serias, tales como la diabetes.

Existen otras influencias negativas en los medios de comunicación. Por ejemplo, recientemente se ha visto un aumento en el número de anuncios en las revistas, incluyendo anuncios para productos nocivos como alcohol y tabaco, que están dirigidos específicamente a los adolescentes.

La realidad vs. "la realidad"

Se dice que los medios de comunicación no reflejan la realidad, más bien la crean. El ataque de un grupo de extraterrestres es inventado por asesores del gobierno de Estados Unidos para cubrir un escándalo gubernamental que sufre la actual presidencia. Una de las personas ayudante del dirigente americano afirma: 'si lo dice la televisión es cierto'. La sociedad ha entrado en una fase en donde la realidad es aquello que aparece en la pantalla del televisor, los diarios, revistas o es oído en la radio. La elección de los temas, la manera en que será tratado, lo que se proyectará y lo que será excluido, lo que será tratado como importante y lo que será ignorado —son decisiones que el escritor, el director, el cámara y el productor han hecho. El programa resultante nos mostrará la vida sucediendo desde su punto de vista. Desde este ángulo, podemos afirmar que los medios de comunicación son un gran factor de homogenización social. La televisión, además

de su poder de generar conformidad, emocionalidad y cierta superficialidad, concentra un alto poder de crear "tranquilidad" social y una fuerte capacidad, de fortalecer los valores existentes.

Nombre de la actividad:

Debate 1

- ✓ *Tema:* Medios de comunicación
- ✓ *Duración aproximada:* 30 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno debata sobre las concepciones de representación mediática (realismo, veracidad, presencias y ausencias, sesgos y objetividad, estereotipos, interpretaciones e influencias) de los medios de comunicación.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno conocerá conceptos importantes relacionados con los medios de comunicación, elaborando relaciones con los productos que ellos mismos realizaron con el fin de mejorar su comprensión analítica.

Se le pedirá al alumno que de tarea investigue las siguientes preguntas sobre los medios de comunicación. Ya en el debate del día siguiente se tomará como eje los resultados de la actividad ¿Estrellas de televisión?, los alumnos al estar compartiendo la búsqueda de información que hicieron el día anterior, retomarán dicha actividad y darán algunos ejemplos de lo que están mencionando.

El realismo: ¿Pretende los texto mediáticos ser realistas? ¿Por qué algunos textos parecen más realistas que otros?

La veracidad. ¿Cómo pretenden los medios decir la verdad? ¿Cómo tratan de parecer veraces?

Las presencias y las ausencias. ¿Qué cosas se incluyen y se excluyen del mundo mediático? ¿Quién habla y quién se ve reducido al silencio?

Los sesgos y la objetividad. ¿Los textos mediáticos, ¿respaldan determinadas visiones del mundo?

¿Comunican valores morales o políticos?

Los estereotipos. ¿Cómo representan los medios de comunicación a los diferentes grupos sociales? ¿Son correctas estas representaciones?

Las interpretaciones. ¿Por qué aceptan las audiencias determinadas representaciones mediáticas como verdaderas, o rechazan otras como falsas?

Las influencias. ¿Las representaciones mediáticas influyen en las visiones que nosotros tenemos de determinados grupos sociales y temas?

Nombre de la actividad:

Todo depende del cristal con que se mira

- ✓ *Tema:* Periodismo
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Material:* Copia de los notas periodística que se encuentran abajo de la actividad
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno realice un análisis textual comparando dos mensajes mediáticos que abordan el mismo tema.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno sabrá identificar las diferencias y reflexionará el porqué del tratamiento de cada nota.

Al alumno se le pedirá que lea las siguientes notas periodísticas sobre el Mundial de Futbol en África 2010. El tema de que México se enfrentaría a Argentina en octavos de final fue cubierto por los dos países involucrados en sus respectivos periódicos de mayor demanda: El Clarín (periódico de argentina), publicó la noticia en Argentina y el Universal (periódico mexicano), cubrió la misma noticia desde México. Veamos cómo manejan una misma noticia, un mismo tema, estos dos periódicos. Después de leer las notas, se le someterá al alumno a un cuestionario.

1. ¿Cuál es el tema común principal que tratan las dos notas?

R: México enfrentará a Argentina en octavos de final en el mundial de futbol África 2010

2. ¿Se le da el mismo tratamiento a México en el periódico argentino que en el mexicano? ¿Y viceversa?
 - a) Sí
 - b) No
 ¿Por qué?

3. Compara estas dos frases sobre el desempeño del equipo mexicano:

“Argentina encontrará a un adversario golpeado y lleno de dudas. La derrota con Uruguay disparó pesimismo en tierras aztecas, envolvió en críticas al entrenador y también a un par de jugadores. El equipo no otorga garantías atrás y carece de profundidad adelante.” El Clarín, Argentina

“Este partido ha causado gran expectativa a nivel nacional e internacional, pues tanto se ha hablado del equipo trae la escuadra Argentina, como se ha hablado del mejoramiento que México ha tenido en sus filas, como por ejemplo la presencia del mexiquense Pablo Barrera, que tras jugar en el partido contra Francia dejó a más de uno con la boca abierta, incluyendo a los clubes del Manchester United, Lazio y Tottenham.” El Universal, México

Discusión: ¿El equipo mexicano mejoró (de acuerdo a El universal) o carece de profundidad y está lleno de dudas (de acuerdo a El Clarín)? ¿Cuál de los dos periódicos tiene la razón? ¿Por qué?

3. Compara estas dos frases sobre el desempeño de los directivos técnicos de cada equipo:

“2 TECNICO APUNTADO. “¡Terco!” tituló el diario La Prensa haciendo referencia a Javier Aguirre. Lo señalan no sólo por la inclusión de Blanco, sino también por mantener entre los 11 a Guillermo Franco y por haber excluido en el entretiempo ante Uruguay al zurdo Andrés Guardado, quien hasta ahí era el destacado en México. Tampoco agrada que haya utilizado tres capitanes distintos en tres partidos.” El Clarín, Argentina.

“El propio Maradona, Director Técnico de la selección de Argentina, reconoció en conferencia de prensa que tendrán un partido difícil, mencionando que jugadores como Rafa Márquez, Cuauhtémoc Blanco, Giovanni Dos Santos, Andrés Guardado, son jugadores mexicanos “que a uno lo preocupan”; sin embargo confía en su equipo podrá lograr la victoria esta tarde, y aseveró que el equipo Albiceleste, teniendo como uno de sus jugadores claves a Lionel Messi, debe ganar este partido y la Copa Mundial Sudáfrica 2010 como un “deber histórico” El Universal, México.

Discusión: Cada periódico le dedica un párrafo para hablar del director técnico del equipo opositor. Platica con tus compañeros cómo son descritos los técnicos en cada caso y por qué creen que cada periódico lo hacen de esa manera. ¿Cómo crees que sería si en lugar de hablar del técnico contrario, la nota describiera a su propio técnico?

4. Compara estas dos frases sobre el desempeño del jugador MEXICANO Cuauhtémoc Blanco:

“1 CUAUTHEMOC BLANCO REPROCHADO. Había ingresado desde el banco ante Sudáfrica y Francia, partido en el que anotó el gol del triunfo de penal. Ante Uruguay, en forma sorpresiva, fue titular y capitán. No rindió. Lo sacaron. Y está en la mira: cuestionan al entrenador por ponerlo desde el arranque con 37 años.” El Clarín, México.

“Pero por otra parte, para México y en especial para Cuauhtémoc Blanco, leyenda en el futbol mexicano, esto también sería un sueño, una vez que Blanco anunció en conferencia de prensa que este será su último mundial, y por lo tanto no habría mejor manera de cerrarlo que obteniendo las mayores victorias posibles, y ¿por qué no?: hasta obtener el título de la Copa Mundial Sudáfrica 2010, pues como Blanco lo aseguró “tenemos un equipo para ganar”. El Universal, México.

Discusión: Cuál de los dos periódicos enaltece a Cuauhtémoc Blanco? ¿Cuál lo critica? ¿Cuál de los dos periódicos dice la verdad? ¿En qué argumentos se basan para describirlo de tal forma? Si tú no fueses ciudadano de ninguno de estos dos países ¿a cuál le creerías más? ¿por qué?

Nota publicada en El Clarín, periódico argentino.

Los 10 problemas de México

26/06/10 - 06:27

Argentina encontrará a un adversario golpeado y lleno de dudas. La derrota con Uruguay disparó pesimismo en tierras aztecas, envolvió en críticas al entrenador y también a un par de jugadores. El equipo no otorga garantías atrás y carece de profundidad adelante.

Por: ENRIQUE GASTAÑAGA Pretoria.

Enviado especial

Tumultuosa es la realidad de México. Esa esperanza total que había despertado al vencer a Francia se transformó con la derrota ante Uruguay en un cóctel de desconfianzas e inconvenientes. Justo cuando en octavos se le viene Argentina, el mismo rival que la eliminó en 2006, con un 10 de técnico en el banco que fue el número uno del mundo como futbolista y con otro 10 en la cancha que hoy es el mejor jugador del planeta. Vaya paradoja, ese número a México lo acosa. Es que padece un decálogo de problemas en estas horas. A pedir de Messi y de Maradona.

1 CUAUTHEMOC BLANCO REPROCHADO. Había ingresado desde el banco ante Sudáfrica y Francia, partido en el que anotó el gol del triunfo de penal. Ante Uruguay, en forma sorpresiva, fue titular y capitán. No rindió. Lo sacaron. Y está en la mira: cuestionan al entrenador por ponerlo desde el arranque con 37 años.

2 TECNICO APUNTADO. “¡Terco!” tituló el diario La Prensa haciendo referencia a Javier Aguirre. Lo señalan no sólo por la inclusión de Blanco, sino también por mantener entre los 11 a Guillermo Franco y por haber excluido en el entretiempo ante Uruguay al zurdo Andrés Guardado, quien hasta ahí era el destacado en México. Tampoco agrada que haya utilizado tres capitanes distintos en tres partidos.

3 FRANCO BURLADO. “¿Ven? Los argentinos no son perfectos”, puso en su portada el diario Record en uno de los tantos reportes de las últimas horas. Hacen foco en Guillermo Franco, por supuesto. El ex San Lorenzo y Villarreal, que ahora juega en el West Ham, aún no convirtió en el Mundial. Y de “9” no lo quieren más. Exigen en ese lugar a una de las últimas perlas mexicanas, a Javier Hernández, Chicharito, 22 años, de Chivas, quien entró en los tres partidos en los segundos tiempos y le marcó un gol a Francia. Es una variante probable. Pero aún nada hay confirmado.

4 PELEA DE GUARDADO Y EL DT. El interesante zurdo no sólo copa la escena en México por su exclusión ante Uruguay. También Guardado protagoniza rumores de conflictos con Aguirre y con uno de sus ayudantes, Mario Carrillo. El propio jugador intenta ponerle paz al infierno. Del DT dijo: “Platicó (charló) conmigo, se aclararon las cosas y se dejó todo en calma. Se dijo que ahí me jaló las orejas y me regañó, que me puso las cosas en claro y que es el que manda, y no fue así. Compartimos opiniones. El grupo está muy fuerte”. Y del ayudante de campo, expresó: “No somos amigos, pero el trato es cordial”.

5 POLITICOS METIDOS. Eric Rubio es secretario de la comisión de Comunicaciones de la Cámara de Diputados. El también juega su Mundial e insiste en México para que Aguirre rinda cuentas públicamente por los cambios que hizo ante Uruguay. Pide que argumente la inclusión de Blanco, la exclusión de Guardado y la no titularidad de Hernández.

6 HINCHAS PESIMISTAS. Los mexicanos no creen en su México. Imaginan que será imposible cruzar esa barrera llamada Argentina. Al técnico y a los jugadores les molesta semejante pesimismo. Por eso ayer, en la conferencia de prensa que exige la FIFA con dos futbolistas respondiendo, dos experimentados como el

capitán Rafael Márquez y el arquero “Conejo” Pérez insistieron solicitando fe a la gente. Más que elocuente fue Rafa Márquez: “Eso en el país no pasa nada más que en fútbol, sino también en otras cosas fuera de este deporte. Necesitamos cambiar en México. Necesitamos ser mejores en todos los sentidos para ser grandes. Esta mentalidad de pesimismo no va”. Y cerró casi desafiante: “¿Y si es Argentina qué? Se le puede ganar”.

7 DEFENSA FRAGIL. Ha sufrido México atrás. A veces se empecina en salir jugando y la pierde. Le duelen los pelotazos cruzados. Es vulnerable atrás. No es un tema menor si enfrente se halla un ataque impiadoso como el de Argentina. ¿Aprovecharán esas falencias Messi y compañía? Por lo pronto, los mexicanos les tienen un respeto supremo a todos los delanteros que mañana enfrentarán, y en especial a Lionel. Por algo Franco a Clarín le dijo que para detener a Messi la única forma es “pegarle un tiro”.

8 ATAQUE CON POCO GOL. Si algo le sobra a México es posesión de pelota. La maneja, la controla, lateraliza. Sin embargo, a pesar de su dibujo 4-3-3, le falta un ítem clave: no profundiza. Carece de contundencia. Su principal referencia de área, Franco, no anotó. Ante Sudáfrica, el gol vino desde atrás, de Rafa Márquez. Y con Francia llegó desde el banco, primero vía Chicharito Hernández (delantero) y después de penal, a través de Blanco. Y punto.

9 ¿VELA RECUPERADO? El pibe de 21 años que pertenece al Arsenal inglés salió lesionado en el primer tiempo ante Francia y no jugó ante Uruguay. Recién ayer Cristian Vela empezó a tocar la pelota. En México lo esperan ilusionado. Si el delantero externo llega, habrá que ver cómo.

10 GIO FRENADO. Es tal vez una de las máximas luces ofensivas el ex Barcelona y ex compañero de Messi, hoy en el Galatasaray de Turquía. Sin embargo, Giovanni dos Santos todavía no iluminó como México lo espera, excepto un rato con Francia. Y con Uruguay, Fucile lo borró. Desean que contra Argentina despierte.

Nota publicada en El universal, periódico mexicano.

México va por todo contra Argentina; Barrera puede ser pieza clave

En unos minutos el esperado partido entre México-Argentina se llevará a cabo; el TRI espera salir de su "maldición" y superar positivamente esta etapa, aunque el equipo Albiceleste busca ganar la Copa "por historia"

ARGELIA GÓMEZ

27 de junio 2010

Esta tarde México se jugará el todo por el todo en el partido que tendrá contra Argentina en el estadio Soccer City de Johannesburgo, buscando por supuesto obtener su clasificación a octavos de final de la Copa del Mundo Sudáfrica 2010.

Este partido ha causado gran expectativa a nivel nacional e internacional, pues tanto se ha hablado del equipo trae la escuadra Argentina, como se ha hablado del mejoramiento que México ha tenido en sus filas, como por ejemplo la presencia del mexiquense Pablo Barrera, que tras jugar en el partido contra Francia dejó a más de uno con la boca abierta, incluyendo a los clubes del Manchester United, Lazio y Tottenham.

El propio Maradona, Director Técnico de la selección de Argentina, reconoció en conferencia de prensa que tendrán un partido difícil, mencionando que jugadores como Rafa Márquez, Cuauhtémoc Blanco, Giovanni Dos Santos, Andrés Guardado, son jugadores mexicanos "que a uno lo preocupan"; sin embargo confía en su equipo podrá lograr la victoria esta tarde, y aseveró que el equipo Albiceleste, teniendo como uno de sus jugadores claves a Lionel Messi, debe ganar este partido y la Copa Mundial Sudáfrica 2010 como un "deber histórico".

Pero por otra parte, para México y en especial para Cuauhtémoc Blanco, leyenda en el futbol mexicano, esto también sería un sueño, una vez que Blanco anunció en conferencia de prensa que este será su último mundial, y por lo tanto no habría mejor manera de cerrarlo que obteniendo las mayores victorias posibles, y ¿por qué no?: hasta obtener el título de la Copa Mundial Sudáfrica 2010, pues como Blanco lo aseguró "tenemos un equipo para ganar".

Aunque algunos mexicanos tienen una visión lastimosamente pesimista, y creen que este mundial se repetirá la maldición de no salvarse en los octavos de final, el técnico mexicano y los jugadores mantienen la esperanza, y lucharán por obtener los mejores resultados.

El director técnico de México, Javier Aguirre, dijo en conferencia de prensa: "Todos nos dan por muertos, ya veremos que pasa, pero vamos a intentar a romper la historia".

Por su parte Rafael Márquez también enfatizó: "Es Argentina, ¿y qué? Se le puede ganar, hay que pensar con esa mentalidad para ser mejores; ante Argentina debemos hacer un partido perfecto, porque atraviesa por un gran momento, con grandes jugadores y una gran ofensiva, pero también tiene sus debilidades, y toca encontrarlas", agregó.

En Alemania 2006, Argentina eliminó a México del Mundial. Los aztecas quieren revancha y saben que esta es la mejor oportunidad para cobrársela.

Cuauhtémoc Blanco señaló en días pasados: "Que nos avienten el que sea, nosotros estamos bien mentalizados. Creo que no tenemos problemas si enfrentamos a Argentina y si nos toca jugar ante ellos va a ser un gran partido. No les tenemos miedo".

Con respecto al equipo que jugará esta tarde, todo indica que Javier Aguirre incluirá en sus filas a Efraín Juárez, Rafael Márquez, Giovanni Dos Santos, Andrés Guardado, Javier Hernández "El Chicharito", y probablemente a la nueva joya del TRI, el mexiquense Pablo Barrera.

Por la gran expectativa que este partido ha causado en los aficionados mexicanos, ya se anunció que se montarán fuertes dispositivos de seguridad, para evitar los desmanes que se pudieran suscitar durante y posteriormente al partido, principalmente en la zona centro de la ciudad, donde se colocaron pantallas gigantes para que los aficionados puedan disfrutar del partido.

Pero el estado de México no se queda atrás, pues se tienen previstos operativos que resguarden la seguridad de las personas que acudan a los diversos municipios a ver el partido en las pantallas gigantes.

Nombre de la actividad:

Debate 2

- ✓ *Tema:* Medios de comunicación
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno debata sobre las concepciones de lenguaje mediático (significados, códigos, convenciones, combinaciones y tecnología) de los medios de comunicación.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno conocerá conceptos importantes relacionados con los medios de comunicación, elaborando relaciones con los productos que ellos mismos realizaron con el fin de mejorar su comprensión analítica.

Se le pedirá al alumno que de tarea investigue las siguientes preguntas sobre los medios de comunicación. Ya en el debate del día siguiente se tomará como eje los resultados de la actividad ¿Estrellas de televisión?, los alumnos al estar compartiendo la búsqueda de información que hicieron el día anterior, retomarán dicha actividad y darán algunos ejemplos de lo que están mencionando.

Los significados. ¿Cómo utilizan los medios diferentes formas de lenguaje para comunicar ideas o significados?

Las convenciones. ¿Cómo se familiarizan las audiencias con estos usos lingüísticos, hasta ser aceptados de forma generalizada?

Los códigos. ¿Cómo se establecen las reglas <<gramaticales>> de los medios? ¿Qué sucede cuando se quebrantan estas reglas?

Las opciones: ¿Qué efectos son atribuibles al hecho de escoger determinadas formas de lenguaje, como un tipo particular de toma fotográfica?

Las combinaciones. ¿Cómo se transmite un significado por medio de la combinación y secuencia de imágenes, sonidos o palabras?

Las tecnologías. ¿Cómo afectan las tecnologías a los significados que puedan crearse?

Nombre de la actividad:

Un rostro un mensaje

- ✓ *Tema:* Mensajes mediáticos
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Material:* Cámara fotográfica. Hojas blancas, Plumones
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno seleccione aquella parte o partes de toda una realidad para mostrarla. Lo hará dependiendo de lo que se acople a sus necesidades u objetivos a lograr. Que el alumno presente el producto final de la mejor manera posible de acuerdo al mensaje que busca hacer llegar a su audiencia.
- ✓ *Resultados esperados:*
Lograr que el alumno reflexione que detrás de lo presentado existen otras cosas no mostradas, mismas que pueden ser o no parte de una misma realidad. Identifique que un mensaje es construido dependiendo del objetivo que tenga.

Al alumno se le pedirá que piense en el tema de la **inseguridad que se está viviendo actualmente y cómo está afectando sus vidas**. Este mensaje debe ser representado a través de sus propios rostros plasmados en fotografías. Estos rostros (ya sea de frente o de perfil) deberán expresar un sentimiento, una emoción, un mensaje sobre el tema acordado. Se puede utilizar manos, o algún instrumento externo que sea simbólico en el mensaje (posteriormente ellos deberán explicar qué significa cada cosa de su fotografía), pero no se vale utilizar otros ángulos que no sean el rostro mismo de los actores.

Ejemplos:



¡SEAN CREATIVOS Y DIGAN LO QUE PIENSAN A TRAVÉS DE FOTOGRAFÍAS!

Así, se conformarán grupos de tres personas y se les asignará a cada uno los siguientes roles:

1. **Productor:** En el mundo de la comunicación, un productor es la persona que se encarga de la fase de producción de una obra audiovisual o radiofónica, de encontrar los lugares, hacer los contactos, buscar la financiación y, en general, de conseguir todas las herramientas y medios necesarios para la realización de un determinado proyecto.

El productor es una pieza clave dentro de un proyecto, pues es quien define el tiempo y los elementos técnicos y humanos requeridos para llevarlo a cabo, a la vez que aclara, desde un principio, lo que es y lo que no es viable; es decir, tiene una visión general de todos y cada uno de los elementos que han de conjugarse para

llevar a término una producción. En esta actividad, el productor es el camarógrafo quien tratará de captar el momento ideal, de acuerdo al mensaje que se quiere dar, para tomar la foto. Se vale equivocarse y repetir la foto hasta que quede perfecta, pero para ello, deberá consultarlo con el guionista y el actor.

2. Guionista: Un guión es un texto que contiene las indicaciones de todo aquello será dicho en la obra. Por lo tanto, un guionista es la persona encargada de pensar en lo que se quiere decir o transmitir en la obra, ya sea de forma escrita, hablada, o gesticulada. Un ejemplo es el diálogo que entablan los personajes de caricaturas; la cara de tristeza que pone un personaje de telenovela al recibir una mala noticia, etc.

3. Actor: Es la persona encargada de representar e interpretar audiovisualmente lo que el guionista estableció previamente con el guión.

El equipo conformado por tres personas rotará de rol, procurando así que al alumno que le haya tocado trabajar el papel del actor, ahora pueda ser productor, y al que fue productor sea guionista la siguiente vez; así sucesivamente hasta que a los tres miembros del equipo se les permita posicionarse en cada uno de los roles.

Cada equipo tomará la decisión de cuál de las tres fotografías expresa mejor el mensaje que querían dar, o si todas lo hacen. Se le deberá informar al profesor cuáles fueron las elegidas y éste se encargará de imprimirlas, ya sea en papel fotográfico o normal, debido a que será utilizados en la próxima lección.

Para la siguiente lección se les encargará a los niños que traigan papel cartulina negro, hojas blancas, tijeras, pegamento.

Nombre de la actividad:

¿Cuál es el más difícil?

¿Qué realidad hay detrás de esa fotografía que sólo deja ver un rostro?

- ✓ *Tema:* Mensajes mediáticos
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Material:* Fotografías impresas de la sesión anterior, papel cartulina negro, hojas blancas, tijeras, pegamento.
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno seleccione aquella parte o partes de toda una realidad para mostrarla. Lo hará dependiendo de lo que se acople a sus necesidades u objetivos a lograr. Que el alumno presente el producto final de la mejor manera posible de acuerdo al mensaje que busca hacer llegar a su audiencia.
- ✓ *Resultados esperados:*
Lograr que el alumno reflexione que detrás de lo presentado existen otras cosas no mostradas, mismas que pueden ser o no parte de una misma realidad. Identifique que un mensaje es construido dependiendo del objetivo que tenga.

Como parte del seguimiento de la lección anterior y ya con las herramientas necesarias se procederá a enmarcar nuestro producto fotográfico. Los niños que conformaron el equipo de tres, nuevamente se reunirán y tendrán que escoger entre los siguientes marcos para presentar sus fotografías:

1

2



Academy 1.85
en 4 perforaciones



Super 35
en 3 perforaciones

Con el material que se les pidió de tarea deberán enmarcar, asemejando los marcos anteriores, las fotografías elegidas. Antes de pasar a presentar en breve sus trabajos se les pedirá que piensen en por qué eligieron esa fotografía y la posición del rostro o el simbolismo de cada cosa que salga en la foto.

Cuando pasen al frente el profesor podrá hacer alguna o todas de las siguientes preguntas:

¿Por qué elegiste esa posición?

¿Qué quiere decir tu fotografía?

¿Qué realidad hay detrás de esa fotografía que sólo deja ver un rostro?

¿En qué medio de comunicación (TV, Internet, Cine, Publicidad, Periódico, Revista, etc.) mandarías a publicar tu fotografía si te dieran la oportunidad de hacerlo y por qué?

¿Cuál rol (productor, guionista, actor) disfrutaste más y cuál menos? ¿por qué?

¿Cuál es el rol más difícil y el más fácil? ¿por qué?

¿Quién crees que esté interesado en ver tu imagen y por qué?

Discusión: Los otros equipos también pueden participar en la discusión y crítica de fotografía de sus compañeros. Pueden, por ejemplo, sugerirles posiciones o compartir experiencias con ellos.

Trata esto: Como tarea puedes pedir que escriban un ensayo sobre su producto fotográfico terminado donde describan más a detalle ¿Qué realidad hay detrás de esa fotografía que sólo deja ver un rostro?

Trata esto: Las fotografías enmarcadas pueden presentarse en un periódico mural escolar, para que todos los alumnos en la escuela vean los mensajes fotográficos de sus compañeros. Las fotos, si se requiere, pueden ir acompañadas de un pie de página con un pequeño mensaje de los niños acerca del tema de INSEGURIDAD.

Nombre de la actividad:

Carta al editor

- ✓ *Tema:* Derechos de las audiencias
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno produzca una carta de opinión dirigida al editor de algún medio de comunicación
- ✓ *Resultados:* Lograr que el alumno sepa que tiene derecho a expresarse en los medios de comunicación, y estos últimos a prestarle atención.

Los editores de muchos periódicos proporcionan un espacio para que el público exprese su opinión a través de las columnas de cartas al editor.

Las encuestas que se han llevado a cabo muestran que estas cartas están entre los artículos que más se leen en el periódico. Cuando una carta tuya aparece en una página editorial, probablemente tienes la mayor audiencia posible.

Las cartas al editor proporcionan una de las maneras más influyentes a través de las cuales los ciudadanos activos pueden expresar sus ideas sobre asuntos de interés general.

He aquí algunas sugerencias que podrían ayudarte a escribir un tipo de carta que tenga una mayor oportunidad de ser publicada:

1. Si es posible, escribe en computadora y a doble espacio. Escribe sólo de un lado del papel.
2. Expresa tu pensamiento con toda la claridad y precisión que te sea posible. Los redactores generalmente prefieren cartas que no tengan más de 200 a 250 palabras; aunque las cartas más largas son aceptadas si se piensa que otros lectores pudieran tener suficiente interés en ellas.
3. Trata un solo tema en tu carta. Esta debe ser sobre la realidad actual y digna de ser una noticia. Asegúrate de que el sentido que quieras transmitir esté claro. Usa palabras simples cuando le sea posible. Escribe en palabras, oraciones y párrafos cortos para hacer la lectura más fácil.
4. Planea muy cuidadosamente la primera oración. Hazla corta e interesante. Si comienzas refiriéndote a una noticia, editorial o carta en el periódico, tu carta será más interesante para el editor. Esto sin embargo no es siempre posible ni es absolutamente necesario.
5. Si escribes para criticar, comienza con una palabra de apreciación, alabanza o apoyo. No seas sólo crítico, termina tu carta con alguna sugerencia constructiva.
6. Evita utilizar un lenguaje violento. Una presentación calmada y constructiva de tu pensamiento es más persuasiva que una queja. Es posible ser franco pero amistoso.
7. Si es el caso, ayuda a llevar el mensaje de la verdad que fue omitida o pasada por alto al reportar una noticia o un editorial. Tú le puedes dar un valioso servicio al público presentando noticias y puntos de vista que podrían ordinariamente recibir poca o ninguna atención en la prensa.
8. No dudes en utilizar una experiencia personal que venga al caso para ilustrar un punto. Cuando se relata ésta bien, puede ser muy persuasiva.
9. Haz un juicio moral sobre los asuntos que confrontan a la nación y al mundo en sus cartas. Apela al sentido de justicia, misericordia y equidad de los lectores.
10. También puedes hacer cambios apropiados en tus cartas y enviarlas a otros redactores de periódicos en otras ciudades. Por regla general, no debe enviar exactamente la misma carta a diferentes periódicos en la misma ciudad. El New York Times, por ejemplo, y muchos otros periódicos, tienen como norma no publicar cartas que han sido enviadas a otros periódicos.
11. Siempre firma tu nombre en la carta. Puedes utilizar un nombre de pila o tus iniciales para la publicación de la carta, pero el redactor debe conocer la fuente de ésta.

12. No Te des por vencido muy pronto ni dejes de buscar para saber si tu carta fue publicada. Puede que no lo sea durante diez días o aún más tiempo. No te sientas frustrado si tu carta no es publicada, ya le llegó al editor y esto vale de algo; ya expusiste tu manera de pensar. Quizás hayan recibido demasiadas cartas sobre el mismo tema y no han podido publicar la tuya. Inténtalo de nuevo. Si una sola carta tuya, de diez que envía, es aceptada, habrás logrado llegar a una audiencia lo suficientemente grande como para hacer que tu esfuerzo merezca la pena.

(Sugerencias tomadas de internet: <http://www.vidahumana.org/vidafam/spissues-old.html>)

Actividad:

Pide a tus alumnos que realicen una pequeña reflexión acerca de la inseguridad en el Estado y así conformen una carta al editor de un periódico local, la carta debe contener:

- Pequeña reflexión acerca de la inseguridad y violencia, lo que piensan de ésta o el sentimiento que les provoca.
- Que hagan referencia al trabajo que realizaron con fotografías explicándolo e invitando al editor a darle cobertura a esas imágenes que dicen más de mil palabras. (*¿Por qué es importante que los niños expresen su sentir acerca de la inseguridad a través de imágenes*)
- Un agradecimiento por la información tan relevante que su periódico proporciona a la sociedad y su reconocimiento por dar voz a todos los miembros que conforman una sociedad.

Nombre de la actividad:

Cazadores de fantasmas

- ✓ *Tema:* Lenguaje mediáticos
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno reflexione sobre el lenguaje mediático y la tecnología
- ✓ *Resultados esperados:*
Lograr que el alumno se forme un criterio respecto a lo que ve y escucha en los medios de comunicación.

Comienza por sentar a los alumnos en círculo. Después lanza al aire la pregunta sobre quién cree en los fantasmas y por qué. Los alumnos comenzarán a dar sus respectivas opiniones al respecto, es momento entonces de guiar el tema haciendo los siguientes cuestionamientos:

¿Han visto programas de fantasmas en la tele, han leído algo o escuchado en la radio o visto por internet?

¿Qué piensan al respecto?

¿Es verdad lo que pasan? ¿Por qué sí o por qué no?

Con lo que hemos visto hasta el momento, ¿podrán ser esos fantasmas un producto creado o es que los productores encontraron un fantasma real?

A la mitad de la clase, se les pone los siguientes video en Youtube:

Time-lapse beauty / Dove evolution commercial

<http://www.youtube.com/watch?v=omBfg3UwkYM>

How to make a ghost video

<http://www.youtube.com/watch?v=skXos1JPngk>

Ahora vuelve a recapitular las preguntas:

¿Qué piensan al respecto de estos videos?

¿Qué piensan de los fantasmas que han visto en la tele después de ver estos videos? ¿Por qué?

¿Cómo ayuda la tecnología a los medios de comunicación?

Trata esto: Pon a tus alumnos que con una grabadora graben distintas voces y con ellos hagan una historia. La historia la pueden escribir y pasar a presentarla ante el grupo, con la grabadora en mano podrán hacer efectos especiales de acuerdo a las voces que hayan grabado.

Nombre de la actividad:

Debate 3

- ✓ *Tema:* Medios de comunicación
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno debata sobre las concepciones de audiencias mediáticas (fijación de objetivos, tratamiento, distribución, usos e interpretaciones) en los medios de comunicación.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno conocerá conceptos importantes relacionados con los medios de comunicación, elaborando relaciones con los productos que ellos mismos realizaron con el fin de mejorar su comprensión analítica.

Se le pedirá al alumno que de tarea investigue las siguientes preguntas sobre los medios de comunicación. Ya en el debate del día siguiente se tomará como eje los resultados de las actividades anteriores, los alumnos al estar compartiendo la búsqueda de información que hicieron el día anterior, retomarán dichas actividades y darán algunos ejemplos de lo que están mencionando.

Fijación de objetivos. ¿Cómo apuntan los medios a determinadas audiencias? ¿Cómo tratan de apelar a ellas?

Tratamiento. ¿Cómo hablan los medios a las audiencias? ¿Qué suposiciones se hacen los productores de medios acerca de las audiencias?

Distribución. ¿Cómo llegan los medios de comunicación a las audiencias? ¿Cómo conocen las audiencias lo que está a su alcance?

Usos. ¿Cómo utilizan las audiencias los medios en su vida cotidiana? ¿Cuáles son sus hábitos y pautas de utilización?

Interpretación. ¿Cómo interpretan las audiencias los medios? ¿Qué sentido les dan?

Disfrute. ¿Qué alegrías obtienen las audiencia de los medios? ¿Qué les gusta o les disgusta de ellos?

Diferencias sociales. ¿Qué papel tienen el sexo la clase social, la edad, el trasfondo étnico en el comportamiento de la audiencia?

Nombre de la actividad:

El A B C del Internet

- ✓ *Tema:* Seguridad online
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno reconozca que cualquier tecnología por sí misma es neutral y toma una connotación positiva o negativo dependiendo de su uso, pero especialmente en internet pueden surgir mayores riesgos.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno estará consciente de los riesgos con los que se puede encontrar en internet y qué hacer si una situación riesgosa se presenta.

Comienza en la clase por discutir un poco de las siguientes premisas para favorecer la seguridad en Internet...

A.

¿Le hablas a un extraño en la calle ?

Reglas: Di 'No'. Escapa o dile a alguien

¿Le abres la puerta a un extraño para que entre a tu casa?

No, nunca abras la puerta a extraños

Las mismas reglas se aplican a Internet.

Dile tus padres o a un adulto si alguien que no conoces trata de hablarte en internet.

B.

El navegar en Internet es como salir en Halloween

- ✓ La cara de todos se esconde
- ✓ A menos que sepas qué vestuario llevan tus amigos (nombre en línea), no sabrás a ciencia cierta si estás hablando con alguno de ellos o con alguien a quien no conoces.
- ✓ Cualquier extraño puede pretender ser tu amigo y no hay manera de saber si son realmente porque están detrás de la máscara de la computadora.

C.

Sitios webs apropiados

Estos deben ser aprobados por los padres, tutores o maestros. Si te topas con algún sitio que te haga sentir avergonzado o incómodo por lo que ves o dice, cuéntale a tus padres o a tu maestro.

D.

Correo electrónico y mensajes

- ✓ No abras correo electrónicos de extraños
- ✓ No abras correo electrónicos con archivos adjuntos
- ✓ No proporciones a cualquier persona tu cuentas de correo electrónico (a menos que lo conozcas)
- ✓ Si alguien usa una mala palabra, dile a un adulto

E.

Dar información

No proporcionar información personal como:

- ✓ Nombre
- ✓ Dónde vives (ciudad o la dirección)
- ✓ Número de teléfono
- ✓ Fecha de Nacimiento
- ✓ Altura
- ✓ Peso
- ✓ Foto
- ✓ Nombre del padre
- ✓ Escuela

La información que sí puedes dar:

- ✓ Gustos o disgustos

Ten cuidado con los nombres en línea. Procura no dar mucha información en el nombre que utilices, por ejemplo.

Sunygr114

Sweetie15

Goldguy17

90tampa

Sí...

¿Puedes decirle a alguien si te gusta el color azul? ¿Si te gusta la pizza? ¿El tipo de mascotas que tiene? ¿Tu película favorita?

No...

¿Tu sala de cine favorita?

¿Tu playa favorita?

¿Nombre de tu profesor?

¿Nombre de tus padres?

Ten cuidado formar parte de las llamadas “cadenas” de correo electrónico, algunos pueden hacer pública tu información personal o vender tu correo a compañías para que te envíen publicidad.

F.

Reunión de personas en Internet

Si alguien le pide conocerte... dile a algún adulto inmediatamente

No entrar en las salas de chat sin el conocimiento previo de tus padre

Nunca concretes una reunión cara a cara con alguien que solo conoces en línea (Tú no tienes forma de saber si realmente esa persona es una alguien de 15 o un hombre de 50 años de edad).

G.

Contraseñas

Tu contraseña es personal, es una identidad propia, la contraseña es secreta y sólo se comparten con el padre o tutor.

Nombre de la actividad:

Niños online

- ✓ *Tema:* Seguridad online
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno reconozca que cualquier tecnología por sí misma es neutral y toma una connotación positiva o negativa dependiendo de su uso, pero especialmente en internet pueden surgir mayores riesgos.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno estará consciente de los riesgos con los que se puede encontrar en internet y qué hacer si una situación riesgosa se presenta.

Se les presenta a los niños las siguientes situaciones:

Cindy ha estado hablando en línea con una niña llamada Julia desde hace ya un par de días. Julia le ha dicho a Cindy en donde vive, cuántos años tiene, a qué escuela va, etc. Julia le pide a Cindy que le diga a qué escuela asiste...

¿Está bien que Cindy le de esa información?

(¿Qué otra cosa no debería Cindy decirle a Julie?)

Miguel está hablando con su amigo Chris por el messenger, ambos están estudiando para un examen. Chris le dice a Miguel que ellos deben reunirse antes de la clase para repasar mejor para la prueba...

¿Está esto bien?

(¿Debe preguntarle e informárselo a su padre solo para asegurarse?)

Jennifer está hablando con un amigo en línea cuando se recibe un mensaje desde su computadora diciendo que hay problemas con cuenta de correo y que necesita escribir su contraseña de nuevo en línea...

¿Debería hacerlo?

(¿Qué debe hacer?)

Jake está hablando con un amigo que conoció en Internet. Este amigo se ofrece a ayudarlo a terminar su tarea y le pide a Jake su número de teléfono...

¿Está bien que Jake le proporcione a esta persona su número de teléfono, aún cuando esto tenga que ver con tarea?

(¿Qué debería hacer?)

Allison ha estado hablando con Linda en línea durante varios meses. Linda dice que ella tiene la misma edad que Allison, y que vive cerca. Linda quiere conocer a Allison en el centro comercial para ir de compras juntas...

¿Debería Allison aceptar ir?

(¿Qué crees que debe hacer Allison primero?)

Jeff tiene un correo electrónico de alguien a quien él no conoce y tiene un archivo adjunto...

¿Debe de abrirlo?

(¿Qué debería hacer?)

Tina recibe un mensaje electrónico de una mujer que dice su nombre es la Sra. Anderson, y que es una maestra de matemáticas. La Sra. Anderson quiere saber a qué escuela va a Tina y el nombre de su maestro...

¿Debe Tina responderle?

(¿Qué debe hacer?)

Pablo está en línea cuando salta a su vista un mensaje que dice que acaba de ganar un Xbox! Lo único que le piden es que envíe su dirección y número de teléfono para que le hagan llegar su premio...

¿Debe Pablo dar la información?

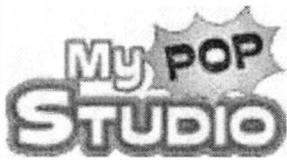
(¿Qué debería hacer?)

Trata esto: Hagan carteles de Seguridad en Internet, publíquenlos en zonas estratégicas de la escuela y hasta pueden hacer concursos de carteles.

Nombre de la actividad:

Creando un cómic

- ✓ Tema: Animación digital
- ✓ Duración aproximada: 45 minutos
- ✓ Material: Computadora, Internet
- ✓ Objetivo: Que el alumno produzca un cómic y genere un mensaje sobre los medios de comunicación
- ✓ Resultados esperados: El alumno sabrá crear una caricatura real con su propio mensaje, explorará posibilidades comunicativas.



My Pop Studio es un sitio electrónico creado por investigadores de la Universidad de Temple, Canadá, con el objetivo que los profesores tengan una herramienta más en su camino hacia la educación mediática. Muchas son las actividades de este sitio, donde todos los usuarios se pueden registrar de forma gratuita, no obstante una de sus desventajas es que su contenido sólo está disponible en inglés. Es por tal motivo que la herramienta que utilizaremos para este caso es la de Digital Studio, más precisamente la de Comic Maker, donde podemos crear comics en español.

Comic Maker permite a los estudiantes explorar los posibles problemas de medios digitales en la vida cotidiana mediante una tira de comics.

1. Ir a www.mypopstudio.com,
2. Registrarse
3. Ir a la pestaña de Digital Studio
4. Ir a Comic Maker.
5. Dar click en Create you own (Crea tu propio comic)
6. Al finalizar las cuatro escenas del comic se dará click en Finish your Comic
7. Finalmente se puede imprimir o mandar sus historietas a la misma pagina para su aprobación para ser publicado en el sitio

Con esta actividad los beneficios de aprendizaje pueden extenderse de dos maneras: mediante el fomento de los estudiantes a crear cómics que reflejan una serie de dilemas de los medios de comunicación en la vida cotidiana, y haciendo que comentarios sobre otras historietas publicadas en el sitio.

Se le asignará a los estudiantes la tarea de crear un comic con alguno de los siguientes escenarios sobre los problemas potenciales de los medios de comunicación en la vida cotidiana vida:

¿Alguna vez discutiste con tus padres sobre el uso del televisor o computadora?

¿Has estado alguna vez en una pelea con un amigo por un malentendido con respecto a un mensaje instantáneo o mensaje de texto?

Nombre de la actividad:

Vamos a compartir con otros niños del mundo ¡La niñez mexicana en Radiojojo!



- ✓ Tema: Radio
- ✓ Duración aproximada: 45 minutos
- ✓ Material: Computadora, Internet
- ✓ Objetivos: Que el alumno tenga la posibilidad de participar en proyectos internacionales hechos por y para los niños de todos los continentes.
- ✓ Resultados esperados: El alumno podrá compartir un mensaje de su país al resto de los niños del mundo y él también conocerá de ellos.
- ✓

RADIOJOJO (<http://www.global-radio-kids.org/>) es el primer programa de radio hecho por niños de todos los continentes. Es un esfuerzo voluntario y sin ánimos de lucro que comienza en Alemania y que a la fecha se ha ganado el reconocimiento de varias organizaciones como la UNICEF. El objetivo es que los niños del mundo compartan sus experiencias y ayuden a otros a comprender e informarse de sus respectivos países, fomentando de esta manera el aprender el uno del otro y reconocer sus propios derechos.

Temas:

En Radijojo todos los temas son bienvenidos: la escuela, el día a día, la vida, la vida familiar, los derechos del niño, el medio ambiente, juegos, deporte, música, animales, chistes, cuentos - cualquier cosa que lo que se sean de interés para los niños.

Las reglas:

Las reglas son sencillas, pero también importantes:

- * Respeto por los demás y por los derechos de las Naciones Unidas-de los niños.
- * La no glorificación de la violencia o las drogas.
- * No temas de política.
- * No hacer prejuicios hacia las personas con un color diferente de piel, religión o cultura.
- * No discriminación o insultos hacia las niñas, niños pequeños o niños con discapacidades.
- * Grabación NO mayor a 10 minutos.

Material:

Una grabadora de sonido (o un celular que grabe sonido)

Cámara fotográfica (o un celular que tome fotos)

Ejemplo: Pedir a los niños que describan los juegos que más les guste jugar y los escriban en una lista.

Ejemplo: Pedir a los niños que digan el platillo favorito que les guste comer, de preferencia que sea comida mexicana.

Ejemplo: ¿Cómo me describo yo como niño mexicano? ¿Qué pienso de los niños de Europa?

Después de elaborar la lista, se dividirá el salón en cuatro equipos:

- Un equipo manejará la grabadora de sonido,
- Otro equipo serán los que participarán con las voces,
- un equipo tomará las fotos de los niños hablando (o en su defecto jugando, en el caso del Ejemplo 1; foto del platillo que se menciona (Ejemplo 2), o algo representativo del tema del cual se esté hablado), incluso algunos pueden recomendar poses.
- y el último estará atento con la lista escrita del tema que se haya elegido, esto para dictar al equipo que hará las voces y asegurarse que nada se les esté olvidando.
- El profesor coordinará la operación y decidirá quién pasa primero a hablar, etc.

Ideas: Para empezar o terminar, pueden por ejemplo decir de qué escuela son y de qué parte de México, de qué grupo, etc. O bien pueden entre todos mandar un saludo a RADIJOJO desde México.

El producto resultando será editado a computadora por el profesor, en compañía de los niños para que todos puedan ser partícipes del producto que será enviado . También serán enviadas en un archivo .ZIP las fotografías tomadas que se hayan escogido para acompañar el audio, éstas no deberán editarse.

El producto final (dos archivos: audio y fotografía) se enviará a Thomas Röhlinger, director y productor de RADIJOJO al correo: roehlitom@yahoo.de, con quien los autores de este proyecto ya se han puesto en contacto, para que sean transmitidas en la estación de radio de RADIJOJO en Alemania y en la página de internet: <http://www.global-radio-kids.org/>

Nombre de la actividad:

Creando con Movie Maker

- ✓ *Tema:* Tecnología/Videos
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno produzca un video en el que hable sobre los medios de comunicación o bien sobre los derechos universales de los niños.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno recolecta información sobre los medios de comunicación o sobre los derechos universales de los niños y hace un video al respecto.

Los alumnos irán a la sala de cómputo y abrirán el programa Movie Maker. Abrirán el navegador y comenzarán a buscar imágenes que puedan utilizar de acuerdo al tema del video. Crearán un discurso y lo unirán con las fotos en el programa. También puede complementar con sonidos y música, pero siempre citando a los autores de las mismas.

Una vez hecho esto los alumno pasarán a exponer su trabajo, pasará el que quiera exponer y no se les obligará.

En este punto la maestra le pide a al menos cinco estudiantes que uno por uno diga qué entendieron del producto que acaban de presentar, ¿cuál es el mensaje que su compañero quería dar? ¿por qué creen que su compañero ordenó y seleccionó de tal forma?

Después el estudiante que está presentando su trabajo dirá lo que él quiso decir y por qué ordenó y seleccionó de la manera en que lo hizo? ¿por qué consideró ordenar de cierta o tal manera una imagen o el discurso, o el propio sonido?

El resto de los alumnos comentarán sobre el trabajo de sus compañeros, cada opinión que den, el profesor les preguntará ¿por qué dices eso? ¿cómo llegaste a esa reflexión? ¿cómo crees que se pueda mejorar el trabajo de tu compañero?

Nombre de la actividad:

Debate 4

- ✓ *Tema:* Medios de comunicación
- ✓ *Duración aproximada:* 45 minutos
- ✓ *Objetivos:* Que el alumno debata sobre las concepciones de producción (La tecnología, la regulación y la distribución, acceso y participación) en los medios de comunicación.
- ✓ *Resultados esperados:* El alumno conocerá conceptos importantes relacionados con los medios de comunicación, elaborando relaciones con los productos que ellos mismos realizaron con el fin de mejorar su comprensión analítica.

En primera instancia los maestros leerá para sí el siguiente apartado de leyes respecto al sistema de comunicaciones en México y escogerá algunas o todas para explicarlas a sus estudiantes_

Ley federal de radio y televisión

TEXTO VIGENTE

Última reforma publicada DOF 19-06-2009

Conociendo las leyes de los medios donde nos mencionan a niños:

Artículo 10.- Compete a la Secretaría de Gobernación:

I.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión se mantengan dentro de los límites del respeto a la vida privada, a la dignidad personal y a la moral, y no ataquen los derechos de tercero, ni provoquen la comisión de algún delito o perturben el orden y la paz públicos;

II.- Vigilar que las transmisiones de radio y televisión dirigidos a la población infantil propicien su desarrollo armónico, estimulen la creatividad y la solidaridad humana, procuren la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional. Promuevan el interés científico, artístico y social de los niños, al proporcionar diversión y coadyuvar a su proceso formativo.

Artículo 11.- La Secretaría de Educación Pública tendrá las siguientes atribuciones:

I.- Promover y organizar la enseñanza a través de la radio y la televisión;

II.- Promover la transmisión de programas de interés cultural y cívico;

III.- Promover el mejoramiento cultural y la propiedad del idioma nacional en los programas que difundan las estaciones de radio y televisión;

IV.- Elaborar y difundir programas de carácter educativo y recreativo para la población infantil. *Fracción adicionada DOF 11-01-1982*

V.- Intervenir dentro de la radio y la televisión para proteger los derechos de autor; *Fracción reformada DOF 11-01-1982 (se recorre)*

VI.- Extender certificados de aptitud al personal de locutores que eventual o permanentemente participe en las transmisiones;

Fracción reformada DOF 11-01-1982 (se recorre)

VII.- Informar a la Secretaría de Gobernación los casos de infracción que se relacionen con lo preceptuado en este artículo, con excepción de la fracción IV, a fin de que imponga las sanciones correspondientes, y

Fracción reformada DOF 11-01-1982 (se recorre)

VIII. Coordinar el funcionamiento de las estaciones de radio y televisión pertenecientes al Gobierno Federal, con apego al artículo tercero constitucional cuando se trate de cuestiones educativas; y

IX. Las demás que le confiera la ley.

Artículo 59-TER. La Programación General dirigida a la población infantil que transmitan las estaciones de radio y televisión deberá:

- I.** Propiciar el desarrollo armónico de la niñez.
- II.** Estimular la creatividad, la integración familiar y la solidaridad humana.
- III.** Procurar la comprensión de los valores nacionales y el conocimiento de la comunidad internacional.
- IV.** Promover el interés científico, artístico y social de los niños.
- V.** Proporcionar diversión y coadyuvar al proceso formativo en la infancia.

Los programas infantiles que se transmiten en vivo, las series radiofónicas, las telenovelas o teleteatros grabados, las películas o series para niños filmadas, los programas de caricaturas, producidos, grabados o filmados en el país o en el extranjero deberán sujetarse a lo dispuesto en las fracciones anteriores.

La Programación dirigida a los niños se difundirá en los horarios previstos en el reglamento de esta Ley.

Artículo adicionado DOF 11-01-1982. Reubicado DOF 19-06-2009 (antes Artículo 59-Bis)

Artículo 67.- La propaganda comercial que se transmita por la radio y la televisión se ajustará a las siguientes bases:

- I.-** Deberá mantener un prudente equilibrio entre el anuncio comercial y el conjunto de la programación;
- II.-** No hará publicidad a centros de vicio de cualquier naturaleza;
- III.-** No transmitirá propaganda o anuncios de productos industriales, comerciales o de actividades que engañen al público o le causen algún perjuicio por la exageración o falsedad en la indicación de sus usos, aplicaciones o propiedades.
- IV.-** No deberá hacer, en la programación referida por el Artículo 59 Bis, publicidad que incite a la violencia, así como aquella relativa a productos alimenticios que distorsionen los hábitos de la buena nutrición.

Fracción adicionada DOF 11-01-1982

Artículo 68.- Las difusoras comerciales, al realizar la publicidad de bebidas cuya graduación alcohólica exceda de 20 grados, deberán abstenerse de toda exageración y combinarla o alternarla con propaganda de educación higiénica y de mejoramiento de la nutrición popular. En la difusión de esta clase de publicidad no podrán emplearse menores de edad; tampoco podrán ingerirse real o aparentemente frente al público, los productos que se anuncian.

Artículo 69.- Las difusoras comerciales exigirán que toda propaganda de instalaciones y aparatos terapéuticos, tratamientos y artículos de higiene y embellecimiento, prevención o curación de enfermedades, esté autorizada por la Secretaría de Salubridad y Asistencia.

17 de 44 LEY FEDERAL DE RADIO Y TELEVISIÓN

CÁMARA DE DIPUTADOS DEL H. CONGRESO DE LA UNIÓN Última Reforma DOF 19-06-2009

Secretaría General Secretaría de Servicios Parlamentarios Centro de Documentación, Información y Análisis

Artículo 70.- Sólo podrá hacerse propaganda o anuncio de loterías, rifas y otra clase de sorteos, cuando éstos hayan sido previamente autorizados por la Secretaría de Gobernación. La propaganda o anuncio de las Instituciones de Crédito y Organizaciones Auxiliares y de las operaciones que realicen, deberá contar con la autorización de la Secretaría de Hacienda.

Artículo 71.- Los programas comerciales de concursos, los de preguntas y respuestas y otros semejantes en que se ofrezcan premios, deberán ser autorizados y supervisados por la Secretaría de Gobernación, a fin de proteger la buena fe de los concursantes y el público.

Artículo 72.- Para los efectos de la fracción II del artículo 5o. de la presente ley, independientemente de las demás disposiciones relativas, la transmisión de programas y publicidad impropios para la niñez y la juventud, en su caso, deberán anunciarse como tales al público en el momento de iniciar la transmisión respectiva.

Después se les explicará a los niños que cuando alguno de ellos note alguna violación o infracción de cualquiera de estas leyes tiene derecho a expresarlo a través de dos formas:

A través de la página de la SEGOB, organismo a nivel nacional:

http://www.rtc.gob.mx/NuevoSitio/opinion_cudadana.php

o A favor de lo mejor, un observatorio de medios local:

<http://www.observamedios.com/main.asp?CatID=Home&InfoID=home>

Posteriormente se procederá a comenzar con el debate, que debe incluir evidentemente la relación entre lo que se acaba de abordar, así como las producciones que ellos hicieron:

La tecnología: ¿Qué tecnologías se utilizan para producir y distribuir textos mediáticos? ¿Qué importancia tienen las tecnologías con respecto al producto final?

Las prácticas profesionales: ¿Quién elabora los textos mediáticos? ¿Quién hace cada cosa y cómo trabajan juntos?

La industria: ¿Quién es el propietario de las empresas que compran y venden los medios? ¿Cómo consiguen obtener beneficios?

Las conexiones entre los medios: ¿Cómo se comportan de hecho las empresas para vender los mismos productos a través de diferentes medios?

Regulación: ¿Quién controla la producción y distribución? ¿Hay leyes que regulen estos procesos y qué efectividad tienen?

Circulación y distribución: ¿Cómo consiguen los textos llegar a sus audiencias? Por lo que a estas últimas se refiere ¿Hasta qué punto eligen y controlan los textos?

Acceso y participación: ¿Qué voces se escuchan en los medios? ¿Quiénes se ven excluidos y por qué?

AUTOEVALUACIÓN

Como parte de la evaluación de estas actividades, se propone una AUTOEVALUACIÓN, ¿a qué nos referimos con esto?

Aquí, a los estudiantes se les anima a reflexionar sobre el proceso de producción a la luz de las lecturas que hacen ellos mismos y otras personas de las obras que han producido en este curso. El escrito debe contener respuesta a las siguientes preguntas:

¿Han conseguido comunicar lo que se proponían?

¿Por qué tomaron determinadas decisiones y qué efectos han tenido éstas?

¿Cómo puede interpretar una audiencia lo que ellos han producido y qué pueden aprender ellos mismos de este hecho?

¿Cuál actividad te gustó más? ¿Por qué?

¿Cuándo ves un comercial o una publicidad, qué es lo primero que piensas?

LISTA DE CONCEPTOS

Actor: Persona que interpreta un papel en el teatro, el cine, la radio o la televisión.

Audiencia: Número de personas que reciben un mensaje a través de cualquier medio de comunicación. / Público que atiende los programas de radio y televisión, o que asiste a un acto o espectáculo.

Audiovisual: Que se refiere conjuntamente al oído y a la vista, o los emplea a la vez. Se dice especialmente de métodos didácticos que se valen de grabaciones acústicas acompañadas de imágenes ópticas.

Autoevaluación: Evaluación que alguien hace de sí mismo o de algún aspecto o actividad propios.

Cine: Técnica, arte e industria de la cinematografía.

Cámara: Aparato que sirve para hacer fotografías o video, y que consta de un medio óptico, el objetivo, y de un medio mecánico, el obturador

Cómic: Serie o secuencia de viñetas con desarrollo narrativo.

Distribución: Reparto de un producto a los locales en que debe comercializarse./ Asignación del valor del producto entre los distintos factores de la producción.

Estereotipo: Imagen o idea aceptada comúnmente por un grupo o sociedad con carácter inmutable./ Fijar mediante su repetición frecuente un gesto, una frase, una fórmula artística, etc.

Guión: Texto que contiene las indicaciones de todo aquello será dicho en la obra

Guionista: La persona encargada de hacer el guión de la obra, estos es, pensar en lo que se quiere decir o transmitir en la obra, ya sea de forma escrita, hablada, o gesticulada.

Internet: Red informática mundial, descentralizada, formada por la conexión directa entre computadoras u ordenadores mediante un protocolo especial de comunicación.

Interpretar: Explicar o declarar el sentido de algo, y principalmente el de un texto./ Explicar acciones, dichos o sucesos que pueden ser entendidos de diferentes modos

Lenguaje mediático: Conjunto de señales que dan a entender algo en los medios de comunicación. /Estilo y modo de hablar y escribir de los medios de comunicación

Medios de comunicación: instrumento o forma de contenido por el cual se realiza el proceso comunicacional o comunicación. Usualmente se utiliza el término para hacer referencia a los medios de comunicación masivos (MCM, medios de comunicación de masas o *mass media*); sin embargo, otros medios de comunicación, como el teléfono, no son masivos sino interpersonales.

Noticia: Hecho divulgado

Objetividad: Pertenciente o relativo al objeto en sí mismo, con independencia de la propia manera de pensar o de sentir.

Online: En línea dentro de Internet.

Periódico: Publicación que sale diariamente.

Producción: Acción de fabricar, elaborar cosas útiles

Producto mediático: Obra producida por un medio de comunicación.

Radio: Emisión radiotelefónica destinada al público.

Representación mediática: Figura mediática, imagen o idea que sustituye a la realidad.

Realista: Que actúa con sentido práctico o trata de ajustarse a la realidad.

Revista: Publicación periódica por cuadernos, con escritos sobre varias materias, o sobre una sola especialmente.

Secuencia: Serie o sucesión de cosas que guardan entre sí cierta relación

Subjetividad: Pertenciente o relativo a nuestro modo de pensar o de sentir, y no al objeto en sí mismo

Texto mediático: Es el mensaje, enunciado o conjunto coherente de enunciados orales o escritos o visuales producidos por los medios de comunicación.

Veracidad: Que dice, usa o profesa siempre la verdad.

SITIOS DE CONSULTA ONLINE

❖ My Pop Studio

- <http://www.mypopstudio.com/>

❖ Radiojojo

- <http://www.radiojojo.de/>

❖ Educación y medios masivos de comunicación, un punto de vista

- <http://www.unidad094.upn.mx/revista/40/edumasi.htm>

❖ Por un manifiesto sobre educación mediática

- <http://www.manifestoformediaeducation.co.uk/category/david-buckingham/>

❖ Constructing the «Media Competent» Child: Media Literacy and Regulatory Policy in the UK

- <http://www.medienpaed.com/05-1/buckingham05-1.pdf>

❖ Guillermo Orozco Gómez: "Debemos formar audiencias críticas y activas" - Crónica Z

- <http://www.youtube.com/watch?v=qwsGjiqMsHo&feature=related>

❖ NIÑOS, ADOLESCENTES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- <http://www.svnp.es/Documen/comunica.htm>

LECTURAS DE AMPLIACIÓN SUGERIDAS

- Eco, U. “Crónicas de la aldea global”, en *La estrategia de la ilusión*. Buenos Aires, Lumen-de la Flor, 1993.
- Mc Luhan, M. *La comprensión de los medios*, Barcelona, Paidós, 1964. Cap. 1. Entel, A. “Frankfurt y el milenio” en *Escuela de Frankfurt: Razón arte y libertad*. Eudeba, 2005.
- Casullo, N. y Forster, R y Kaufman, A. “Tradición crítica y Escuela de Frankfurt” y “La crisis de la racionalidad moderna”. *Itinerarios de la modernidad*, Buenos Aires, Eudeba, 1999.
- Wolf, M. *La investigación de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós, 1º parte: Contextos y paradigmas.
- Mc. Luhan, M. *El medio es el mensaje*. Barcelona, Paidós, 1964
- Ducrot, O. y Todorov, T. “El discurso de la ficción” en *Diccionario enciclopédico de las ciencias del lenguaje*. Buenos Aires, Siglo XXI,
- Cassetti, F. *Análisis de la televisión*. Barcelona, Paidós, 1999. Caps. 10 a 12.
- Barthes, R.: “El análisis estructural de los relatos”, en *La aventura semiológica*, Barcelona, Paidós, 1982.
- Castillo, P. y Gastaldi, L. (2005). Estado de la educación en medios en el currículo escolar en Iberoamérica. *Comunicar*, (24), 13-20.
- Craggs, C. (1992). *Educación mediática en las escuelas primarias*. London: Routledge.

Bibliografía

- Buckingham, D. (2003) *Educación en Medios: Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona: Paidós.

Todos los derechos reservados ®

Monterrey, NL. México, 2010

Tecnológico de Monterrey, Campus Monterrey



30002007422876

<http://biblioteca.mty.itesm.mx>