



TECNOLOGICO DE MONTERREY

EGE[®]

Escuela de Graduados en Educación

UNIVERSIDAD TECVIRTUAL

ESCUELA DE GRADUADOS EN EDUCACIÓN

**Medios masivos de comunicación escritos, una propuesta de integración al
currículo para alumnos de sexto grado en nivel básico**

Tesis que para obtener el grado de
Maestría en Educación con acentuación en Desarrollo Cognitivo

presenta:

Verana Dafne Medina Soriano

Asesor tutor:

Mtra. Saraí Márquez Guzmán

Asesor titular:

Dra. Yolanda Heredia Escorza

México, México

Noviembre, 2012

Dedicatorias

A mis abuelos, por ser un ejemplo de amor, honestidad y sabiduría.

A mi madre, por la fortaleza de sus actos.

A mis hermanos, que me han acompañado en mis éxitos y fracasos.

A Azul y Ámbar, por ser la luz de mi vida.

Medios masivos de comunicación escritos, una propuesta de integración al currículo para alumnos de sexto grado en nivel básico

Resumen

Los medios masivos de comunicación actuales presentan un sinnúmero de inconvenientes por su inagotable emisión de mercantilismo y consumo desmedido; no obstante es posible encontrar en ellos atributos que pudiesen ser motivo de estudio en diversas áreas curriculares. Es precisamente en este trabajo de investigación donde se realiza una profunda labor de análisis sobre los medios de comunicación y la manera en que han ido evolucionando para invadir cada vez con mayor ímpetu los rincones de la vida personal de los individuos. Esta irrupción de espacios, captura la atención de los individuos provocando que en cierta medida se disminuya su capacidad de razonamiento crítico respecto al contenido que los medios transmiten convirtiéndolos en una fuente altamente confiable de información. Motivo de este conflicto se presenta en este trabajo de investigación un programa de actividades que permitan integrar a los medios de comunicación en el currículo escolar. Son alumnos de sexto grado de una escuela primaria estatal y algunos padres de familia los que conforman la población de estudio a los cuales con una metodología de enfoque cualitativo y por medio de la aplicación de entrevistas y registro de observaciones se generan una serie de datos que son convertidos posteriormente en información relevante para la generación de resultados. Con la exposición de resultados se reconoce que los medios de comunicación pueden ser utilizados como un eficiente recurso didáctico para el conocimiento de las problemáticas que afectan el entorno real del alumno.

Índice

Introducción	7
Capítulo 1 Planteamiento del Problema	16
Antecedentes	21
Definición o planteamiento	25
Objetivos	26
Justificación	27
Limitaciones	34
Capítulo 2 Marco Teórico	39
¿Desinforma la información?	39
Diversas perspectivas de una misma realidad	41
La influencia del contenido mediático	47
La familia y los medios	49
El impacto de los medios de comunicación escritos en el público infantil	55
La escuela y los medios	58
Pensamiento crítico	62
Capítulo 3 Metodología	67
Método de investigación	68
Marco contextual	70
Espacio geográfico	70
<i>Población</i>	71
<i>Actividades económicas</i>	71
<i>Cultura</i>	72
<i>Tradiciones</i>	73
<i>Escenario actual</i>	75
<i>Entorno escolar</i>	76
Participantes	79
Técnicas e instrumentos de obtención y recogida de datos	81
Secuencias didácticas	86
<i>Actividad 1</i>	87
<i>Actividad 2</i>	89
<i>Actividad 3</i>	90
<i>Actividad 4</i>	92
<i>Actividad 5</i>	93
<i>Actividad 6</i>	95
<i>Actividad 7</i>	97
<i>Actividad 8</i>	98
<i>Actividad 9</i>	99
Procedimiento para recolectar datos y transformarlos en investigación	102
Análisis de datos	105
Capítulo 4 Análisis y discusión de resultados	108
Codificación de datos	110
Reporte de entrevistas	111
Entrevistas a madres de familia	111

<i>Caso 1</i>	111
<i>Caso 2</i>	113
<i>Caso 3</i>	114
Entrevistas a alumnos	116
<i>Caso 1</i>	116
<i>Caso 2</i>	117
<i>Caso 3</i>	118
Análisis de resultados	120
Escolaridad e ingresos económicos de los participantes	120
Características del periódico mayormente consumido por la población estudiada	122
Rendimiento académico de los alumnos	123
Análisis respecto a las preguntas de investigación y objetivos	125
Capítulo 5 Conclusiones	134
Principales hallazgos	136
Recomendaciones	143
Futuras investigaciones	146
Apéndices	148
Apéndice A	148
Apéndice B	149
Apéndice C	152
Apéndice D	153
Apéndice E	154
Apéndice F	155
Apéndice G	156
Apéndice H	157
Apéndice I	158
Apéndice J	159
Apéndice K	160
Apéndice L	161
Apéndice M	162
Referencias	163
Curriculum vitae	168

Introducción

En el mundo actual es común que los niños y adolescentes de todos los sectores de la sociedad se encuentren expuestos constantemente a los medios de comunicación. Estos, ocupan una parte considerable dentro de la vida habitual de los individuos, para constatarlo solo hace falta recordar la cantidad de ocasiones que durante un solo día se encuentran en contacto con algún medio, ya sea el periódico por la mañana, la radio en camino al trabajo, el Internet mientras se labora, la televisión al llegar al hogar. Estos medios representan ahora más que unas simples herramientas de entretenimiento.

Desde la perspectiva educativa, mucho se ha debatido sobre la crisis de valores por las que actualmente atraviesa la sociedad. Diversos son los factores que han dado origen a esta problemática, como podría ser la educación inicial que se imparte en el hogar, o la constante exposición a los contenidos mediáticos que influyen las conductas y conocimientos de los individuos. En estos prevalece la idealización de un estilo de vida fácil, donde el ser estético, adquirir determinados productos e imitar lo que en estos se visualiza, ofrece el camino a la popularidad y la felicidad. La publicidad que en los medios se transmite, tiene el mismo propósito. En ellos se pretende relacionar la compra de artículos con el bienestar personal y familiar así como con el reconocimiento social.

No se pretende que el lector perciba a los medios como nocivos o benéficos en su totalidad, simplemente se brinda una perspectiva que sienta las bases para comprender la necesidad de una educación sobre el contenido de los medios de comunicación. Como

consumidores es necesario se disponga de la educación pertinente para la selección y análisis crítico del contenido en los medios.

En concreto, en el presente trabajo se realiza un análisis inicial de los medios de comunicación en general para posteriormente centrarse en el periódico como medio de comunicación escrito. El periódico, es un medio creado principalmente para el mercado adulto; dentro de los periódicos se ofrecen gran cantidad de contenido que abarcan temas diversos. Al igual que otro tipo de producto, las empresas buscan diversas estrategias para mantenerse dentro de la preferencia de los consumidores. Es debido a esto que en ocasiones el contenido expuesto en el periódico no posee la prudencia o seriedad necesaria para abordar diversos hechos. La facilidad con que se puede tener acceso a un periódico provoca que los menores tengan la posibilidad de contemplar notas que no son precisamente elaboradas para este sector de la población.

En los medios no siempre se ofrece información verídica y confiable, de ahí la importancia de que el alumno deba contar con el criterio suficiente para diferenciar una información de calidad de la que no lo es y así elaborar un juicio crítico. Es esencial que estos identifiquen aquellas versiones producidas, actuadas y elaboradas de aquellas que realmente forman parte de su realidad.

Los niños deben de ser conscientes que detrás de la transmisión de un programa televisivo, la publicación de un artículo o la elaboración de la publicidad existen profesionales cada vez más expertos en conocer lo que motiva a los individuos para ofrecerles entonces, cualquier contenido o producto que pueda satisfacer las preferencias o necesidades. El sector infantil al no haber construido completamente su capacidad de

análisis y razonamientos, resulta fácilmente vulnerable a verse influido por lo que en los medios se transmite.

Como consumidores es necesario comprender que lo que los medios de comunicación muestran como información es solo un fragmento de la realidad y que los directores y editores que se guían por diferentes intereses, son los que deciden sobre los contenidos a presentar para influenciar de determinada manera al público.

La escuela es un espacio de integración y convivencia que debe tener una apertura hacia el entorno donde se desenvuelven los alumnos. En ocasiones algunos contenidos curriculares parecen encontrarse alejados de la realidad que el individuo experimenta cotidianamente. Dentro del aula, el trabajo se orienta exclusivamente a contenidos teóricos señalados en un programa educativo. Sin embargo, al salir de la escuela, el alumno se enfrenta a una realidad que nada tiene que ver con lo revisado en su libro de texto. Morduchowicz (2003) considera que la escuela se ha separado del mundo exterior enfocándose a la tarea de transmitir la cultura erudita donde el saber es objetivo y preciso. Por su parte, Moreno y Fernández (2006) expresan que la influencia de los medios de comunicación genera un nuevo tipo de alumno que se convierte de manera involuntaria en un receptor de un tipo de saberes e información que no se encuentran disponibles en el aula. Dentro del estudio contextual que se realiza en este trabajo, se hace referencia a la situación socioeconómica en que los alumnos motivo de este estudio se encuentran insertos, en el cual, el acceso a las tecnologías de la información a la que constantemente los libros de texto y las actividades hacen referencia se torna difícil.

A lo largo de estas páginas se pretende otorgar una visión clara y lo más completa posible sobre el gran poder que poseen los medios de comunicación en la sociedad y la

manera en que la labor docente puede intervenir para la formación de alumnos críticos de la información mediática que reciben.

Mediante los medios de comunicación se genera un proceso de educación sin lugar a dudas, los efectos positivos o negativos que de estos se generen es tema de gran debate aún, no obstante una educación para los medios donde los alumnos se conviertan en receptores analíticos y críticos de los contenidos mediáticos se vuelve necesario al encontrarse los niños y adolescentes diariamente en contacto con estos. Debemos reconocer que un niño al no poseer las mismas experiencias de vida que un adulto puede ser mayormente vulnerable a este tipo de contenidos.

El presente trabajo se divide en cinco apartados. A lo largo del primer capítulo se expone la manera en que los medios masivos han ido ganando espacios de la vida individual o colectiva de las personas incidiendo en la forma en que estos perciben la realidad incluso en la manera de relacionarse con los demás integrantes de la sociedad.

Los medios masivos de comunicación tienen el propósito fundamental de informar; sin embargo, la acelerada creación de diversas fuentes de entretenimiento los orilla a participar en una intrincada lucha para obtener ganancias y rentabilidad emitiendo contenidos de dudosa calidad cuyo único objetivo sea el seducir al público espectador por medio de notas sensacionalistas y amarillistas que atraigan la atención.

El desarrollo de tecnologías de la comunicación ha vuelto factible que los mensajes y la información pueda ser compartida de manera global en un instante, lo que representa una ventaja desde el punto de vista informativo. No obstante, los ideales y estereotipos de un estilo de vida que no corresponden a muchas sociedades son

presentados en estos mismos medios ante espectadores que nada tienen que ver con esa realidad y que sin embargo tratan de incorporar a sus prácticas cotidianas esos modelos de vida.

La escuela como institución de formación, educación y transmisora de conocimiento, se ha constituido como eje fundamental dentro de cualquier sociedad debido a que dentro de esta se adquieren los conocimientos necesarios para la formación de ciudadanos responsables y activos laboralmente. Presentando estos argumentos, se expone que un espacio de socialización y conocimiento fundamental como la escuela, para ser efectiva en su labor de enseñanza, debe de retomar elementos de la realidad para ser analizados y estudiados por los maestros y alumnos. Los medios masivos de comunicación como un aspecto de la cotidianidad deben ser utilizados para análisis y reflexión desde un punto de vista crítico, reflexivo y creativo.

Dentro de todo estudio es esencial conocer los alcances que se pretenden lograr así como los recursos que con los que se cuenta para obtenerlos. La misma importancia posee el determinar los obstáculos o limitaciones que con mayor probabilidad tuviesen la posibilidad de encontrarse a lo largo del trabajo y que pudiesen entorpecer o retrasar la investigación, con su identificación es posible contar con las estrategias que es necesario tomar para evitar esto último.

A lo largo del segundo capítulo se realiza un estudio teórico donde se establece la manera en que los medios de comunicación han ido ganado gran popularidad entre la población hasta convertirse en una fuente de información y trasmisora importante de actitudes y valores. Los medios forman parte de las vivencias diarias, a través de estos se adquiere gran parte de la información que en algunos casos se convierte en la única

fuente a la que se puede tener acceso, entonces al no poseer otro sistema con el cual contrastar los contenidos se convierte en un sistema confiable no solo de entretenimiento sino de aprendizaje de modelos de vida y conductas a imitar.

Algunos autores citados expresan que el deseo de conseguir audiencia y por ende poder económico se encuentra por encima de la verdad y la objetividad. Los medios reconocen que para permanecer al aire es urgente captar audiencia y publicidad. Esta realidad es conocida por los individuos, no obstante se termina por aceptar como parte de la normalidad aquello que en los medios se expone convirtiéndolos en los espectadores que no demandan mayor calidad en lo ofrecido.

Pareciera que los mismos medios son los que marcan las pautas a seguir sobre lo debiera ser importante para la sociedad, las personas entonces olvidan sus intereses individuales y su sentido crítico por unirse a los del colectivo. Intentando no generalizar, se debe subrayar que el contenido mediático influye en los individuos de acuerdo a los recursos culturales y económicos que posean. La posibilidad de acceso a otras experiencias educativas, culturales y de esparcimiento, ofrecen la oportunidad de reducir los efectos negativos que de los medios se derivan.

Las personas de sectores económicos más vulnerables solo cuentan con la opción de entretenerse delante del televisor. Las limitadas oportunidades culturales así como las problemáticas sociales como la inseguridad en la vía pública, que antes podía considerarse como espacio de socialización, juego y esparcimiento para los niños hoy en día representa un riesgo lo que conlleva nuevamente a ocupar el hogar como el único espacio de juego.

Gran parte de la información que los niños conocen proviene de otros entornos diferentes a la escuela y el hogar, mucho de lo que conocen o hablan proviene de los medios de comunicación en donde se muestra una construcción colectiva de la realidad.

Desde una perspectiva histórica educativa, los medios y sus efectos han sido reconocidos como parte de la realidad social, de este modo, después de un proceso de censura y parcial aceptación, en algunos países europeos han sido integrados en el currículo escolar.

En México, la escuela no puede ignorar a los medios de comunicación debido a que forman parte de las actividades cotidianas de todos los miembros de la sociedad y por ello su estudio se reconoce como necesario cuando se conoce la enorme influencia que un medio posee sobre las ideas y actitudes de los niños y adolescentes.

En el tercer capítulo se describe el método y las estrategias para realizar la investigación respecto a los medios de comunicación desde una perspectiva innovadora. Debido a que el estudio pretende poseer un enfoque descriptivo, exploratorio y no generalizable la metodología seleccionada fue la cualitativa.

Se busca en primera instancia analizar la naturaleza del problema para posteriormente plantear una intervención adecuada que beneficie a la población. Este estudio en particular pretende examinar el uso de los medios de comunicación desde un entorno familiar y la manera en que la adquisición de determinados medios de comunicación escritos en el hogar, influyen la manera en que el alumno conoce e interpreta la realidad social desde el punto de vista de los medios.

La población conforma una muestra no representativa debido a que los resultados no poseen la intención de generalizarse a otros entornos. Se busca entender a la

población y brindar una alternativa de solución a través del diseño y aplicación de una serie de secuencias didácticas que logren insertar al alumno en el conocimiento de los medios masivos escritos y el propósito informativo y económico que estos persiguen.

Dentro del capítulo se realiza una amplia descripción del contexto geográfico, poblacional, económico y cultural que predomina en el municipio donde se realiza el estudio. Se describe también la situación actual de vivienda, interacciones sociales e inseguridad.

La observación de la realidad objetiva y registro de datos así como de conductas verbales y no verbales de los participantes son técnicas fundamentales para los estudios cualitativos, a través de estas se puede obtener abundante información. Otra técnica de la que el estudio se apoya es en la aplicación de entrevistas semiestructuradas que contribuirán a obtener mayor precisión en los datos obtenidos de la observación. Dentro de la entrevista se realizan las preguntas de formato multicotómas basadas en hechos con el fin de clasificar a los participantes y posteriormente las preguntas basadas en opinión.

Se desarrollan nueve secuencias didácticas que fueron implementadas dentro del aula para introducir a los alumnos de manera paulatina en el conocimiento y uso del periódico. Los propósitos de las actividades fueron retomados del plan y programa de estudio vigente.

Debido a que la recolección de datos se realiza por medio de diversos métodos su análisis se realiza por medio de la triangulación. La codificación de los mismos se ejecuta en dos niveles, en el primero de ellos se da la tarea de categorizar o clasificar los datos para ubicarlos dentro de categorías comunes. En el segundo nivel las categorías se

integran de acuerdo a su similitud para conformar temas o subtemas que se desarrollan en dentro del mismo capítulo.

Por último, en el capítulo cinco se presentan la conclusión del estudio, en este se plantean los principales hallazgos que se generaron de toda la investigación y aplicación del estudio. Se realizan algunas recomendaciones y se proponen sugerencias para futuras investigaciones.

Capítulo 1

Planteamiento del problema

“Los medios de comunicación social son un logro de la civilización” (López, 1998, p. 7). Una de las características de los medios actuales de comunicación, es que no solo son emisores de información sino que se han convertido para algunos individuos en serias fuentes de conocimiento. En el desarrollo de este capítulo se presentan los antecedentes de la investigación, mencionando el origen de la problemática que condujo a estudiar el tema. Después se expone la definición o planteamiento de la investigación que se presenta por medio de preguntas, las cuales obtendrán una respuesta en el desarrollo del capítulo siguiente. Posteriormente se presentan el objetivo general y los objetivos específicos expresando así, lo que se pretende realizar en este trabajo. Se aborda después la justificación del estudio, planteando la relevancia del trabajo. Por último en las limitaciones se establece las dificultades temporales y circunstanciales con las que se enfrentó el desarrollo del trabajo.

La comunicación es una acción cotidiana que los individuos desarrollan desde temprana edad. Esta habilidad cognitiva fue producto de años de evolución, en donde el ser humano prehistórico adquirió la capacidad de estructurar sus ideas y pensamientos en representaciones y posteriormente manifestarlos a través de la palabra.

De acuerdo a Corominas (1999) la comunicación llega a través de dos vías: la primera y más común, es la que se produce en la interacción directa de dos personas, sin ninguna clase de intermediario y donde suelen manifestarse ideas y opiniones a un

receptor en donde se incluyen no solo palabras sino gestos, ideas, expresiones, letra escrita o dibujos. Y la segunda es aquella que se da a través de un intermediario como un teléfono o la televisión. A consecuencia de la invención de los medios masivos de comunicación, surge una nueva forma de comunicación denominada masiva.

“La comunicación masiva es la que transcurre desde una persona o un grupo de estas a través de un aparato transmisor (un medio) hacia vastos públicos o mercados” (Biagi, 2006, p. 7). Hoy en día, diversas tecnologías hacen posible que la comunicación pueda presentarse entre personas que no se encuentran dentro de un mismo espacio geográfico. A través de estas, es factible remitir mensajes a diversos destinatarios en un instante y los pensamientos son compartidos de manera inmediata por decenas o cientos de amigos. Los medios de comunicación representan un conducto por el cual es posible dar a conocer a los consumidores la realidad y perspectiva propia sobre diversos hechos.

Para López (1998), con los medios de comunicación es posible experimentar un sinnúmero de experiencias tales como el conocer instantáneamente acerca de diversos acontecimientos en diferentes partes del mundo, lo que trae como consecuencia un aumento en el caudal de información y conocimientos.

De acuerdo a Blazquez (1994), los medios masivos de comunicación ejercen una influencia en la forma de pensar y en el comportamiento tanto individual como social. Por esta influencia, las personas terminan hablando sobre lo que aparece en la televisión o los titulares de las revistas y periódicos. Expone que hoy en día se puede ser analfabeto, no saber leer y escribir y aun así emitir ideas y opiniones condicionadas por el contenido que se transmite en los medios.

Los medios de comunicación representan una actividad de placer y una fuente primaria de información política, cultural y social, debido a que modifican y afectan la manera en que las personas perciben y comprenden la realidad, pues casi todo lo que se conoce del entorno llega a través de la imagen de realidad que los medios construyen de esta (Morduchowicz, 2004).

Biagi (2006) indica que a lo largo del día, una persona promedio se encuentra en contacto con los medios de comunicación más de la mitad del tiempo que pasan despiertos. Algún tipo de medio masivo entra en contacto con los individuos todos los días a toda hora, dejando huella en su manera de pensar sobre distintos aspectos de la vida social.

Los medios de comunicación se han convertido en un poderoso instrumento de socialización a la par de la familia y la escuela pues moldean sentimientos, las creencias, entrenan los sentidos y contribuyen a la constitución de una imagen social colectiva (Echeverría, 2009).

De acuerdo a Morduchowicz (2004), los medios ejercen tres formas de poder. Su primera manifestación es el poder de establecer la agenda; es decir, la capacidad que tienen los medios para decidir los contenidos que serán expuestos al público. El segundo poder se refiere a la manera en cómo hacer para que los contenidos lleguen a la audiencia. Por último, el poder de representar la realidad, la cual se deriva de la repetición constante de determinado tema, lo cual provoca que los individuos terminen por aceptar esta representación como parte auténtica de la realidad.

Para Biagi (2006), los medios son negocios colosales cuya fuerza central es el deseo de generar ganancias monetarias ofreciendo al público dos productos sumamente consumidos: información y entretenimiento.

Son entonces los medios de comunicación un instrumento que ha logrado influir en la manera en que los individuos acceden al conocimiento, al incorporar en sus prácticas cotidianas los modelos de imitación presentados en los medios. “Los medios, son siempre educativos en la medida en que influyen sobre lo que los niños aprenden y la manera en que aprenden. Es decir; sobre el proceso donde se mezclan la razón y la emoción, la información y la representación” (Morduchowicz, 2005, p. 101).

Aun con la influencia evidente que poseen los medios masivos de comunicación, durante la instrucción escolar, el estudio de estos apenas si ocupa cierto espacio dentro de algunas materias y su uso llega a ser espontáneo y desarticulado. En algunas materias se sugiere el uso de Internet para complementar las clases o tareas escolares; sin embargo, el acceso a este tipo de tecnologías depende sin duda de las características del centro escolar y capacidad económica familiar.

Morduchowicz (2003) considera que la escuela se ha separado del mundo exterior enfocándose a la tarea de transmitir la cultura erudita donde el saber es objetivo y preciso. La enseñanza que se imparte es igual para todos y se precisa una evaluación sistemática, lo que permite que se adapte mejor a este modelo educativo individuos de sectores económicos más favorecidos. En los medios escritos y audiovisuales se habla acerca de todos los temas de una manera homogénea influyendo en todos los niveles de cultura. En estos se transmite lo rápido y lo efímero; se enaltece la información emocional y sensacional más que lo racional y lo abstracto.

López (1998) expone que un individuo es analfabeto funcional cuando aun conociendo la lectura y escritura, no se poseen mayores soportes de conocimiento que los que le ofrecen los medios de comunicación, lo que genera incompetencia para entender y explicar lo que sucede en el mundo actual. En este contexto, la alfabetización consiste en mejorar la lectura para interpretar y recrear los mensajes mediatizados desde una perspectiva de concientización, participación y crítica.

Dentro de la escuela es necesario propiciar una educación para los medios con el fin de generar en los alumnos una lectura crítica, reflexiva y analítica de aquellos mensajes que provienen de diversos medios de comunicación. También es necesario hacer hincapié en que los alumnos adopten este tipo de mensajes con el propósito de que ellos construyan sus propios medios de expresión fomentando así, la creatividad y capacidad para ofrecer alternativas ideológicas (Torregrosa y Martínez, 2006).

Ante el proceso de cambio que experimenta nuestra sociedad, el papel socializador de los medios de comunicación es elemental debido a que la información a la que cada individuo tiene acceso, resulta la base para su formación. Es precisamente en dos ámbitos esenciales, la escuela y los medios, donde se transmite esta información así como los conocimientos. El papel de la escuela será entonces, el de proporcionar a los usuarios las herramientas para utilizar estos medios de manera crítica e incluso creativa (Moreno y Fernández, 2006).

No obstante; desde el punto de vista de Morduchowicz (2003) los saberes mediáticos y los escolares parecen oponerse, entonces el docente tiende a adquirir posiciones extremas. Por un lado, puede mantener la tradición escolar distanciada de la realidad social e ignorar la influencia de los medios. Puede también introducir

parcialmente algunos medios, especialmente a la prensa escrita que utilizándolo como texto escolar se puede ligar al aprendizaje de vocabulario y gramática. Por último, el docente puede integrar a los medios solo a través de conversaciones superficiales sobre temas de actualidad pero sin exponer exigencia alguna sobre la formación o construcción de conocimientos.

En el proceso de socialización de un menor participa en primera instancia la familia, posteriormente intervienen los amigos y los maestros; sin embargo, por su poder de difusión, los medios de comunicación actuales poseen cada vez mayor injerencia en el desarrollo social del individuo que aunado a diversos conflictos sociales como la inseguridad, provoca que cada vez sean más los niños que encuentren en los medios una fuente de compañía y entretenimiento.

Antecedentes

A lo largo de muchos siglos, las sociedades han sido educadas para transmitir sus valores y maneras de pensar, utilizando mecanismos diferentes a los de la escuela. Sin duda, la educación ha poseído otro tipo de prácticas y de instituciones que de manera formal o no, han sido completamente reconocidas. Tal es el caso de la Iglesia, la cual poseyó una notable autoridad en diversos aspectos sociales y económicos en Europa durante los siglos XV a XVI y en América hasta el siglo XVIII. Esta institución incluyó el aspecto educativo de los individuos, no en el sentido propio de educar intencionadamente para el conocimiento del mundo y las ciencias, sino con el único fin de transmitir la fe católica (Álvarez, 2003).

Este autor resalta que al momento en que las funciones del Estado se normaron y poseyeron atribuciones dentro de la sociedad, la educación de la población se convirtió en un asunto fundamental y sus prácticas se fueron escolarizando surgiendo así nuevos sujetos, el alumno y el maestro, así como una nueva institución, la escuela.

La escuela se convirtió entonces, en el único medio reconocido a través del cual el Estado podía expandir la civilización, induciendo al individuo a formar parte del sistema económico que el capitalismo y sociedades industriales exigían para el progreso de la misma. La tradición oral y las prácticas ancestrales se convirtieron en sinónimo de analfabetismo. El pensamiento práctico y la lógica formal eran ahora nuevos signos de conocimiento que requería la modernidad.

Con este breve panorama histórico, se pretende plantear la manera en que la escuela logró constituirse como la única institución reconocida por el Estado y la sociedad, donde los individuos tienen la posibilidad de adquirir y expandir conocimientos determinantes para su vida.

No obstante “el desarrollo propio de la modernidad creó nuevos escenarios en contextos fundamentales donde se produjeron múltiples tipos de aprendizajes tan o más eficaces que los que agenciaba la escuela” (Álvarez, 2003, p. 250).

La educación actual, se ha esparcido a otros ámbitos, la escuela ya no es la única responsable de la educación y transmisora de conocimientos. El entorno, el Internet y los medios de comunicación poseen ahora un papel educador por la inmensa cantidad de información que en estos circula y la cantidad de códigos y símbolos que en ellos existen y se transmiten. Para la gran mayoría de la población, la prensa, la radio y la televisión

representan actualmente, las únicas fuentes de información y de conocimiento ordinario (Blazquez, 1994).

Biagi (2006) indica que los libros, periódicos y revistas fueron por un par de siglos los únicos medios de comunicación y fue hasta la primera mitad del siglo veinte cuando cuatro nuevos medios se introdujeron en la vida social de los individuos: cine, discografía, radio y televisión. Estos últimos, en combinación con el Internet, se han planteado como instituciones modulares de la sociedad al afectar directa o indirectamente a la cultura, los hábitos de consumo y la política de los individuos.

Morduchowicz (2005) realiza un recuento de la manera en que los medios se han ido imponiendo en nuestra sociedad y cómo han sido percibidos desde el punto de vista pedagógico. Tradicionalmente los medios fueron considerados como influencias negativas que amenazaban la cultura, dichas influencias eran mayormente ejercidas en los niños, entonces la escuela adoptó una postura defensiva y hostil hacia esta amenaza. Debido a que la cultura y el conocimiento estaban exclusivamente direccionados a personas privilegiadas, el poder de los medios representó un desafío al masificar y popularizar el saber a las personas de diversos sectores sociales. Ante esto, la escuela adoptó dos posturas, la primera fue la indiferencia, pues se consideró que estos medios no tenían relación con la esencia educadora y protectora de los valores sociales que en la escuela se pretendía. Por el otro lado al percatarse del inminente crecimiento y poder que representaban los medios, se realizó un pronunciamiento abierto y defensivo contra los medios y sus influencias negativas. Este tipo de pedagogía proteccionista ante los medios es motivo de diversos debates de los cuales no ha surgido un veredicto sobre el efecto genuino que producen sus contenidos sobre los niños.

Las formas de trasmisión y apropiación de saberes han cambiado, debido especialmente a que la influencia de las nuevas tecnologías de comunicación e información ha traído consigo modificaciones culturales. La escritura y posteriormente la imprenta no destruyeron el conocimiento como temían algunos, pero transformaron la relación con el saber. De igual manera las nuevas tecnologías han modificado las condiciones de transmitir, adquirir y otorgar sentido al conocimiento (Morduchowicz, 2003).

Peñalva y Coca (1998) efectuaron un análisis respecto a la calidad de contenidos en los diarios mexicanos. Para estos autores, no existe medio más respetado por el gobierno y empresarios que aquellos que están dirigidos a las clases populares ya sea en prensa o televisión, debido a que son estratégicos al momento de influir en sus decisiones. Y es que la población mexicana se constituye por un 45% de personas sumidas en pobreza, con lo que resulta fácil comprender que la composición de los medios enfocados a este sector sea abiertamente pobre. Señalan que en el año de 1997, aunque en la capital mexicana existían cerca de 37 periódicos, un diario como *La Prensa* representaba por sí solo un 33% del total de ejemplares de vendidos, 150 000 ejemplares en promedio, casi el doble que periódicos considerados más serios como *La Jornada*, *Reforma* o *El Universal* y es que las noticias que aparecen en este diario poseen un tinte completamente amarillista. El consumo cultural y por ende del tipo de medios de comunicación adquiere significaciones muy diversas de acuerdo al medio social al que pertenezca. No es posible pensar que la elección de los medios y la interpretación de los mismos sea semejante en individuos de diferentes clases sociales (Morduchowicz, 2005).

Lo importante para estos medios sensacionalistas “es tener algo de qué hablar de forma llamativa, sea lo que sea, aunque para ello haya que aparcar los principios éticos y morales” (Blazquez, 1994, p. 20).

El mercado que pretende captar los medios de comunicación, ya no solo se limita exclusivamente a los adultos quienes poseen la capacidad económica para adquirirlos. Ahora los niños y adolescentes representan un segmento atractivo a conseguir, pues se consideran como consumidores potenciales. “La diversidad de expectativas familiares, la desigualdad cultural y el acceso inequitativo a las actividades lúdicas, generan una relación especial entre los niños de sectores populares y los medios de comunicación” (Morduchowicz, 2005, p. 103).

Torregrosa y Martínez (2006) consideran que el hecho de que exista una creciente investigación académica y producción bibliográfica respecto a la relación medios de comunicación- escuela, contribuye a la toma de conciencia institucional y profesional sobre la validez de continuar en esta línea de estudio como proceso de capacitación docente y la implementación de estos medios, así como de las nuevas tecnologías de la información.

Definición o Planteamiento

La influencia y poder de penetración que actualmente poseen los medios masivos de comunicación es innegable. Existen referencias que aluden a los medios escritos y visuales como fuentes potenciales no solo de entretenimiento, sino como modelos de imitación y educación para niños y adolescentes. Si se otorga una mirada al contenido que manejan los medios de comunicación escrita que son adquiridos por la población de

nivel cultural y económico bajo, se notará una seria deficiencia en la calidad de los mismos.

Se exponen en este apartado las preguntas de investigación que orientarán el estudio y que serán respondidas a través de las distintas fases que conforman el trabajo, así como con la recopilación de información en fuentes primarias y secundarias.

¿Son los medios masivos de comunicación una fuente confiable de información que conduzcan a su integración por medio del diseño y aplicación de secuencias didácticas a alumnos de sexto grado de una escuela primaria estatal a un aprendizaje efectivo?

¿Es posible dejar de percibir a los medios de comunicación como un elemento que interfiere en la educación para convertirlo en una herramienta de aprendizaje?

¿Los medios pueden representar más que un recurso para el diseño de actividades para convertirse en un recurso didáctico aplicable a contenidos diversos en materias curriculares correspondientes a sexto grado de nivel primaria?

Objetivos

Objetivo general:

Que los alumnos de sexto grado en nivel básico interpreten la información contenida en medios de comunicación escritos desde un punto de vista analítico y crítico con fines de aplicación a diversos aspectos de su vida.

Objetivos específicos:

Introducir a los alumnos en el estudio de contenidos que colaboren a la comprensión de los medios de comunicación impresos, los elementos que los componen así como el uso que se hace de estos.

Seleccionar consciente y adecuadamente a los medios de acuerdo a la información que desee consultar.

Introducir a los alumnos en el análisis crítico de artículos periodísticos y de algunos mensajes publicitarios contenidos en medios impresos.

Retomar modelos de comunicación para la elaboración de los mismos dentro del centro escolar en base a aspectos de su vida cotidiana formando un puente de comunicación entre alumnos y padres de familia de la comunidad como involucrados y partícipes en la solución.

Formular secuencias de trabajo donde se integre al periódico como elemento didáctico en diferentes asignaturas de sexto grado de primaria.

Justificación

La educación de los niños y adolescentes, no es una tarea exclusiva de las instituciones de enseñanza. Los contenidos programados dentro de un currículo, no son

tampoco los únicos conocimientos y saberes que el niño adquirirá en sus primeros años de vida. La familia obviamente posee un papel fundamental en la educación del niño simplemente porque es el primer círculo social y afectivo en que un individuo se ve inserto. Sin embargo, los contenidos mediáticos, sea cual sea su calidad, son una fuente inevitable de aprendizaje debido a su innegable poder de penetración.

La influencia de los medios de comunicación visuales y escritos, genera un nuevo tipo de alumno que se convierte de manera involuntaria en un receptor de un tipo de información que no se encuentra disponible en el aula, lo que demanda una relación dialéctica que posibilite la interacción del tipo de estructura informal que se produce en los medios y la sistemática y jerarquizada que se presenta en el aula (Moreno y Fernández, 2006).

Una educación en medios implica, como plantea Morduchowicz (2005), todas aquellas prácticas en donde se estudian en cualquier nivel y circunstancia diversos aspectos que compongan y evalúen a los medios de comunicación. También implica analizar el lugar que han ocupado y actualmente ocupan los medios de comunicación dentro de la sociedad, así como la repercusión y consecuencias de su consumo y la manera en que se estos generan una modificación en la manera de percibir el entorno.

Los educadores deben comprender que los medios de comunicación tanto visuales como escritos, representan una realidad constante y tangible para la comunidad en que estén insertos los alumnos y que no es posible prohibirles la exposición de los mensajes mediáticos. Aunque en muchas ocasiones los contenidos que se ofrecen en los medios son de limitada calidad, es imposible que se prescinda de estos y tampoco se puede

esperar que este contenido se modifique, debido a los intereses comerciales que en los medios se persiguen.

“Es urgente que la escuela se plantee cómo prepara a los alumnos en el conocimiento, crítica y dominio de los principales medios a través de los que nuestra sociedad se comunica e interactúa” (Corominas, 1999, p.82).

Si los alumnos se encuentran más interesados en las últimas novedades de su personaje favorito o en terminar de coleccionar las estampas que rellenarán el álbum de su caricatura estelar, que en determinar el área de los polígonos, es necesario plantearse la posibilidad de iniciar un trabajo vinculatorio entre situaciones que al alumno le interesen y que se encuentren presentes en su realidad, con contenidos curriculares dentro del ámbito escolar.

Torregrosa y Martínez (2006) expresan algunas razones por las que es necesario otorgar como prioridad a la función educativa, la formación de individuos educados para los medios. Mencionan que, principalmente existe una saturación y excesivo consumo de los medios de comunicación escritos y audiovisuales lo que genera una gran influencia sobre la conciencia del individuo. Asimismo, la creciente penetración de los medios en procesos y acontecimientos fundamentales así como la transmisión de información mayormente manipulada, hacen necesaria una educación que enfrente a las exigencias del futuro.

En definitiva, la cantidad de tiempo libre que los alumnos disfrutan es mayor que el tiempo que pasan dentro de la escuela, entonces elementos presentes en la vida popular, serán aspectos valiosos para abordarlos dentro del aula, lo que los convertirá en un efectivo instrumento de aprendizaje.

El enfoque que se propone en este trabajo no es el de percibir a los medios escritos como un factor que interfiere en la práctica educativa, sino que a través de la vinculación se instauren como conducto de aprendizaje, principalmente debido a que los medios ya se encuentran insertos en la escuela puesto que los alumnos ingresan a esta después de haber estado expuestos diariamente a los contenidos mediáticos, lo que en definitiva influye en sus saberes y comportamientos. El presente estudio, tal y como se plantea en el título, se enfoca hacia los medios de comunicación impresos; no obstante gran cantidad de literatura citada se orientan hacia los medios audiovisuales, por ser estos a los que más frecuentemente recurren los espectadores. De esta manera, dicha literatura se convierte en un referente para abordar a los medios de comunicación escritos, que también poseen gran poder de influencia dentro de la población.

La realidad en que el alumno se encuentra inserto, debería ser la base para la planeación de contenidos que se pretendan abordar dentro del aula. Los acontecimientos inmediatos y concretos ofrecen una oportunidad para realizar actividades en clase. Entonces los medios se convierten en una herramienta que acerca la realidad social a la escuela, contribuyendo a formar individuos con una actitud crítica y valorativa de la sociedad de la que ellos mismos forman parte (Feria, 2006).

La educación escolar debe retomar aquellas experiencias culturales que experimentan los alumnos en términos del tiempo que invierten así como de la información y conocimientos que adquieren de los medios visuales y escritos, los cuales deben legitimarse y profundizarse dentro del aula para convertirse en preguntas, análisis e interpretación (Morduchowicz, 2003). Con el desarrollo de este estudio, se sugiere que los conocimientos que los niños adquieren de su entorno familiar, cultural y social,

incluyendo asimismo a los medios escritos de comunicación, sean retomados en el aula como punto de crítica y análisis para la dirección de aprendizajes.

La necesidad de plantear intervenciones educativas respecto a los medios de comunicación, explica Corominas (1999), debe postularse desde una perspectiva crítica no en el sentido de culpabilizar a los medios por la información que emite, sino por lo que la integración personal de conocimientos pueda incitar en los alumnos su capacidad de creación e interpretación de la información que proviene de los medios comparándola con las experiencias y opiniones propias, es decir estimulando el sentido crítico.

Dentro de las prácticas escolares existe un distanciamiento y desconfianza con respecto a la cultura popular, incluyendo a los medios de comunicación; y es que aunque este es un espacio donde existen un sinnúmero de contradicciones, es también uno de los pocos espacios donde, de acuerdo a su percepción, los individuos sienten que les pertenece al hablar de ellos y con ellos (Morduchowicz, 2005). Los consumidores de medios de comunicación visuales o escritos, poseen la conciencia de que la información emitida por estos, no es completamente veraz. No obstante, el gusto por los mismos no disminuye, debido a que son una fuente segura de entretenimiento trivial y accesible.

Para Corea y Lewkowicz (2004), las instituciones familiares y escolares reproducen discursos que divergen de la experiencia mediática. Los medios son ahora una institución donde se generan destrezas que difieren del contexto escolar, lo que representaría un fracaso para la escuela en este aspecto; sin embargo el discurso mediático puede constituir un dispositivo de generación de capacidades. Ejemplifica el aburrimiento que los alumnos muestran dentro de una clase debido a que esta se basa en una cultura de letra mientras estos se encuentran saturados de una lectura de imágenes.

Se propone entonces en este estudio, que si bien, los programas y currículo que se encuentran oficialmente instituidos no pueden ser modificados y deben ser acatados de acuerdo a las disposiciones establecidas, la práctica y experiencias dentro de la clase, sí.

Corea y Lewkowicz (2004) indican que es común escuchar por parte de los docentes que los alumnos leen de manera inadecuada, lo que provoca que tengan dificultad al seguir instrucciones, posean innumerables faltas ortográficas y la redacción sea poco coherente; sin embargo, faltaría agregar que no leen de acuerdo a los requerimientos que una institución escolar necesita. Y es que leer y escribir en la era digital es una acción más compleja y heterogénea que épocas anteriores donde estas habilidades eran mayormente homogéneas e institucionalizadas. No es solo leer y escribir la letra, ahora se integran las imágenes e incluso estas tareas poseen distintos soportes, por ejemplo, la escritura del chateo difiere enormemente de la escolar.

La lectura crítica de los medios informativos escritos implica no solo recibir la información, sino educar para analizar y reflexionar el pensamiento como receptores. Se trata de que los alumnos posean la capacidad de interpretar los diversos tipos de mensajes que en los medios se exponen y en la escuela utilizar estos recursos expresivos para aumentar su capacidad y competencia comunicativa (Torregrosa y Martínez, 2006). Debido a la constante exposición a una cantidad enorme de información que se recibe por parte de los medios visuales y escritos de comunicación, resulta propicio que exista un espacio educativo donde se brinde una guía a los individuos, para que este ramal informativo sea observado, analizado y razonado con el objetivo de conocer su verdadero propósito para con los consumidores.

Se debe poseer con una visión crítica de esta información, un alumno bien formado ha de conocer y poder opinar con argumentos sobre diversos acontecimientos que son transmitidos por los medios escritos (Torregrosa y Martínez, 2006). Aunque la visión que se posee de los medios visuales y escritos es de aquella que se expone como una influencia negativa, se intenta transformar esta perspectiva debido a que son una fuente innegable de aprendizaje, solo se trata de plantear lo qué se aprende y cómo se aprende.

Es imposible negar la influencia que poseen los medios, ya sean visuales o escritos, sobre los individuos y el papel trascendental que juegan en la vida cotidiana de los niños de la actualidad. La escuela, al aceptar esta realidad puede también aceptar el rol tan significativo que los niños les otorgan dentro de su vida cotidiana y tomarlos como herramienta de comprensión de la cultura. “La escuela debe convertirse en un espacio de investigación y crítica donde el legado cultural sea evaluado reflexivamente y enriquecido con los aportes del presente” (Morduchowicz, 2005, p. 111).

El contenido que ofrecen los medios sobrepasa a los que se exponen dentro de la institución educativa, por lo tanto es normal que la atención de los niños se centre en aspectos mediáticos más que en los escolares. Por tanto, se pretende abordar contenidos que vayan más allá de lo académico con el propósito de que los alumnos realicen un análisis, selección y aplicación adecuada de los contenidos mediáticos. “La educación en medios pretende analizar la manera en que las audiencias incorporan y resignifican los mensajes de los medios” (Morduchowicz, 2004, p. 37).

Si uno de los objetivos de la educación es enseñar para la vida, entonces resulta lógico que los medios escritos se integren a los contenidos, principalmente en dos

sentidos, el primero como instrumento didáctico para incorporar muchos de los aspectos del currículo, por ejemplo en el campo formativo del lenguaje y la comunicación es posible generar diferentes tipos de texto de acuerdo con la intención y el tipo de medio que se pretenda utilizar. El segundo se refiere a que actualmente la información de la que se vale el alumno para construir sus conocimientos, no proviene solo de los libros de texto sino de diversos medios de comunicación, se propone así, un sentido formativo en donde a los medios se les otorgue un espacio dentro del proceso enseñanza aprendizaje del alumno quien al conocer su estructura y funcionamiento logrará fomentar su sentido crítico (Moreno y Fernández, 2006).

“Los alumnos deben descubrirse a sí mismos y a los demás como audiencias de los medios. Deben entender sus propios gustos y el placer que reciben de los medios que eligen y la manera en que estos se relacionan con la cultura popular” (Morduchowicz, 2003, p. 111).

En lo que respecta a lo citado por el autor, se plantea además no ser solo espectadores o consumidores de medios masivos de comunicación, sino que se propone otra manera de aproximarse a través de la elaboración de medios escritos dentro de la institución educativa, permitiendo que los alumnos se expresen y otorguen puntos de vista sobre eventos que ocurren no solo dentro del centro escolar, sino de su comunidad. La participación de los alumnos en problemáticas en las que se encuentran directamente involucrados, les brindará una perspectiva de pertenencia como constructores y colaboradores de la solución.

Limitaciones

Como señala Martínez (1998), el diseño de cualquier proyecto debe ser ejecutable y realizable; es decir, se deben establecer los recursos con que se dispone, pero de igual manera, se deben considerar los inconvenientes u obstáculos con que todo investigador puede encontrarse para el desarrollo de su trabajo.

Dentro de la educación básica, específicamente en nivel primaria, se encuentran instituidos más de cien programas que abarcan diferentes aspectos académicos, culturales y sociales y que se pretende sean abordados desde el ámbito escolar para su posterior impacto en la sociedad. Se mencionarán algunos de estos con el propósito de identificar algunas limitaciones principalmente temporales para la aplicación de este estudio.

En primera instancia, se mencionará el Programa Nacional de Lectura que pretende mejorar las competencias lectoras en los alumnos y que se rige por ciertos lineamientos y criterios, en este se especifican actividades diarias de lectura, así como exposiciones, círculos lectores y recreación de cuentos. De este programa se deriva el Programa Estatal de Lectura y la Estrategia 11+5 que detalla acciones de trabajo continuo dentro del aula y que es evaluado mensualmente.

El Programa de Activación Física que el Gobierno Federal implementó como medida de prevención contra la obesidad y el cual promueve y difunde al ejercicio como fuente de salud y energía para los maestros y alumnos. Este programa exige media hora diaria de ejercicio físico a realizar dentro de la institución educativa, los ejercicios deben ser dirigidos por parte de los docentes a los alumnos de la institución. Esto requiere que el docente independientemente de planear sus actividades pedagógicas

prepare sesiones físicas de acuerdo a las especificaciones planteadas por el programa acordes a la edad y características de la población escolar.

En particular, la escuela primaria motivo de la investigación se encuentra inscrita a un programa piloto con duración de tres años sobre la enseñanza del inglés tanto a alumnos como a docentes de la institución. La Asignatura Estatal Lengua Extranjera: Inglés pretende ser implementada como materia curricular a partir del ciclo escolar 2012 – 2013. Actualmente al Programa Nacional de Inglés en Educación Básica es instruido por un profesor en inglés quien se ocupa de los diversos grupos durante una hora, dos veces por semana. En este programa se pretende desarrollar las competencias básicas para fomentar la práctica social del lenguaje en los alumnos. El trabajo con los docentes por otra parte, aspira a la adquisición de conocimientos básicos del lenguaje para su posterior implementación en la enseñanza, donde el profesor de la materia posea la responsabilidad de brindar asesoramiento y apoyo dentro de las clases impartidas por el docente.

También la institución participa en el “Programa Escuelas de Calidad”. Programa derivado de los acuerdos de la Alianza por la Calidad de la Educación, el cual anualmente otorga a las instituciones inscritas una cantidad económica para atender los rezagos en la construcción y mantenimiento del edificio escolar, para la compra de mobiliario así como para la adquisición de recursos didácticos y equipo técnico que contribuya a la mejora en educación. Este estímulo financiero requiere un trabajo extra por parte del equipo docente y directivo pues deben cumplirse ciertos requerimientos administrativos y de práctica pedagógica que son analizados en informes anuales de acuerdo a diversos criterios.

Se cuenta también con las múltiples convocatorias a concursos, que más que promover la participación, limitan la cantidad de tiempo para el desarrollo de otras actividades especificadas en el Programa de estudios. Aunque las actividades derivadas de las convocatorias poseen cierta vinculación con contenidos programáticos es imposible sean aplicados con continuidad. Algunos ejemplos de ello serían los concursos en matemáticas, la “Olimpiada del conocimiento” o el “Parlamento de los niños” que obligan a que el docente deba prestar mayor atención a un solo alumno durante el tiempo que se determine para su preparación.

Estas múltiples actividades, aunadas a las ya establecidas, limitan enormemente el horario laboral que consta de cuatro y media horas efectivas diarias. El calendario escolar, así como los periodos de evaluación marcan un ritmo de trabajo en la planeación y aplicación de secuencias didácticas que es imposible ignorar, limitando enormemente el tiempo de generación y aplicación de actividades creativas que el docente pudiese planear para contribuir a la adquisición de conocimientos prácticos en los alumnos.

Específicamente en el desarrollo de este proyecto sobre la educación para los medios, existen contenidos que por su estructura y temática no podrán ser abordados dentro de una secuencia didáctica, un ejemplo de ello serían los temas económicos que se tratan dentro de algunos medios impresos y que se configuran con un lenguaje especializado. El contenido del trabajo deberá ser planteado desde una perspectiva del alumno donde sean utilizados aquellos medios a los que estos tengan acceso y sean compatibles con el nivel escolar y lenguaje que los alumnos utilicen.

Los padres de familia pudiesen convertirse en un factor que limitara la veracidad del estudio. En algunas ocasiones tienden a manipular la exactitud de sus respuestas

respecto a su labor educativa dentro del hogar por temor a sentirse evidenciados. En la aplicación de diversos programas, se ha solicitado el apoyo de los padres de familia para que en casa se otorgue el respectivo seguimiento de las actividades programadas. Al cuestionarles sobre el trabajo realizado manifiestan resultados poco evidenciables y que algunas ocasiones son contradichos por los propios alumnos.

La relación diaria que los padres de familia mantienen con la docente del grupo que al mismo tiempo funge como investigadora del presente estudio, pudiese confundirlos respecto a la influencia de las respuestas para el trato con el alumno o los prejuicios que piensen se pudiesen derivar.

Un factor más que debemos apuntar es el directivo de la institución quien puede presentar resistencia al momento de plantearle el motivo de investigación. Es normal que diversos conflictos puedan surgir como parte inherente de toda relación humana y el entorno laboral no es la excepción. En este caso en particular, los conflictos y roces entre diversos actores de la institución, incluyendo el directivo, provocan antipatía y desconfianza. Por tal motivo, se buscó el momento apropiado para darle a conocer al director escolar el presente estudio evitando que considere las problemáticas que pudiesen presentarse por encima de los beneficios.

En la realización de este capítulo se muestran los argumentos por los que es relevante la realización de este trabajo de investigación. A través de los primeros cuatro apartados se presenta de manera secuencial el fundamento de la investigación hasta el planteamiento de lo que se pretende abarcar y obtener. En el capítulo siguiente se procede a realizar una investigación documental que conducirá a sentar las bases teóricas de la definición o planteamiento presentados.

Capítulo 2

Marco Teórico

Los medios de comunicación masiva a los que diariamente los individuos se encuentran expuestos influyen, sin duda en la manera en que estos perciben la realidad. Se expone en este capítulo el resultado de una investigación documental que permite explicar teóricamente las bases en las que se sustenta el trabajo. Por medio de una revisión de la literatura se exponen los estudios y hallazgos de diversos autores que han trabajado sobre este tema.

¿Desinforma la información?

Los medios de comunicación en masas o también llamados medios de comunicación colectiva se refiere a todos aquellos medios que de manera simultánea o diferida hacen llegar un mensaje a una gran cantidad de personas, por lo que su producción y distribución se denomina masiva (Alonso, 2004).

Para Buckingham (2005) los medios no ofrecen una visión real de lo que ocurre en el mundo, ofrecen conductos a través de los cuales pueden transmitir de manera indirecta representaciones o imágenes del mundo otorgando entonces una versión selectiva de los sucesos que ocurren en el mundo.

En la actualidad, los medios de comunicación escritos y visuales se han convertido en la ventana para conocer sobre los sucesos que ocurren de manera global. La información que transmiten diariamente es de tal cantidad que es imposible asimilarla, la

velocidad con que es generada nos incapacita para procesarla. “Una consecuencia de la sobredosis de información es la simplificación de los mensajes y la invasión de esta forma comunicativa en todos los ámbitos de la vida humana” (Riviére, 2003, p. 32).

Esto último se convierte en una paradoja debido a que, mientras más cantidad de información se posea, más desinformados se encuentran los individuos, pues se comprende menos acerca del entorno. La cultura que llega a través de los medios provoca que solo se ofrezca una información por encima de las cosas, impresionando con hechos que se sabe inciden fuertemente, sin censura ni esfuerzo por profundizar en los acontecimientos. “Se sabe un poco de todo, pero sin apenas estructura” (López, 1998, p. 30).

Se ha terminado por depender de los medios, mismos que forman parte de las experiencias diarias. Participan sin duda en todos los ámbitos sociales y culturales contemporáneos. Es común que a lo largo del día se pase de un medio a otro sin tregua, incluso se maneje más de un medio a la vez, comenzando con la televisión, se pasa a la radio, se hojea el diario mientras se busca la conexión a Internet.

Esta es una realidad constante, Silverstone (2004) menciona que estos medios se han convertido en intermediarios de las conversaciones e interacciones habituales. Todo tipo de programas, el contenido de las revistas, la vida privada de figuras públicas forman parte de nuestras conversaciones cotidianas.

Martínez (2006) refiere que desde finales del siglo pasado hasta la década de los 30 se les atribuía a los medios, principalmente a la prensa escrita, una gran influencia para moldear la conducta de los individuos. Hoy en día, en los medios de comunicación

masiva se incluyen ocho tipos de empresas: libros, revistas, periódicos, discografía, radio, cine, televisión e internet (Biagi 2006).

Diversas perspectivas de una misma realidad

El inminente poder que los medios de comunicación han alcanzado se ve reflejado en el seguimiento de tendencias que la población sigue y consume. Todos los medios compiten por captar la atención de la audiencia acudiendo al amarillismo, sensacionalismo y escándalo. Buscan enganchar al público por medio de imágenes o palabras, quienes sin cuestionar imitan los estereotipos que estos imponen. En la prensa escrita, “las noticias se escogen por su capacidad de impacto y de los acontecimientos solo se escogen sus dimensiones más impactantes y complejas; es decir, se trivializan y descontextualizan” (Férres, 2006a, p. 4).

En los medios de comunicación existe un lenguaje no explícito sobre la realidad, se muestra “una visión de la realidad desde la perspectiva de los intereses que controlan y disfrazan la información. Se da una visión desinformada, de manera que se conozca lo que debe conocerse y desconozca lo que no debe conocer” (Guinsberg, 1998, p. 87).

Cada medio selecciona y controla las noticias que transmiten para darles una forma más sentimental que racional, informando lo que selectivamente les parece más oportuno. Los mensajes apelan a la emoción de los espectadores pero nunca a la razón (López, 1998).

“Se trata de sorprender al lector a costa de la propia realidad, que es manipulada y desfigurada en beneficio del negocio. Los medios de comunicación parecen impunes y el ciudadano un elemento excesivamente frágil” (Peñalva y Coca, 1998, p. 68).

Existen legislaciones que intentan regular el contenido mediático a los que niños y jóvenes se ven expuestos día con día; sin embargo, baste observar los anuncios publicitarios de periódicos y revistas y la programación de la televisión, para percatarse que los códigos reglamentarios y éticos son violados continuamente por el fin único de conseguir audiencia y rentabilidad económica a cualquier coste. “La rentabilidad social se encuentra por encima del bienestar social o cualquier otro valor educativo” (García, 2006, p. 127). Idea que es compartida por Blazquez (1994, p. 30) cuando menciona que “el ideal de la verdad y de la objetividad es sustituido por el éxito económico. Lo que prevalece no es la conquista de la verdad, sino el lucro y el poder económico”

Señala Blazquez (1994) que algunos profesionales de los medios pasan por alto sus responsabilidades éticas justificando los contenidos que ofrecen al mencionar que al público se le otorga lo que pide. Sin embargo; no se reconoce que lo que aparentemente lo que el público desea es aquello sobre lo que los mismos medios han generado como necesidad a través de eslóganes publicitarios, la repetición de trivialidades y el discurso constante a través de la prensa, radio y tele.

Resulta contradictorio constatar que los medios de comunicación estén perdiendo credibilidad entre su audiencia: noticiarios que ofrecen notas manipuladas, imágenes de cuerpos retocados, publicidad de productos milagro; y sin embargo, se termina por consumir lo que se ofrece. Basta con completar una vuelta a todos los canales que en televisión abierta y por cable se ofrecen para llegar a la conclusión de que no hay muchas opciones para ver y sin embargo los individuos continúan como espectadores insatisfechos que terminan por aceptar un poco de entretenimiento. El discurso

homogéneo que se repite una y otra vez dentro de los medios produce un tipo de receptor aburrido: el consumidor (Corea y Lewkowicz, 1999).

Blazquez (1994) acusa a los medios de omitir los temas y las noticias más difíciles, de ocultar de manera deliberada aquella información que por su trascendencia debería darse a conocer y de perturbar noticias nuevas o conflictivas con las importantes. En los medios se observa un reflejo de los valores sociales y al mismo tiempo, son los que de acuerdo a sus propios intereses y condicionantes imponen tendencias y modas (Riviére, 2003).

Para Tyner y Lloyd (1995) el contenido de los medios se orienta a dos enfoques, la realidad o la fantasía. El objetivo de aquellos contenidos que se basan en la fantasía busca prioritariamente entretener y divertir a la audiencia. Aquellos contenidos orientados a la realidad suelen ser por lo general de naturaleza informativa, como los noticiarios; no obstante, que para tener mayor éxito deben cumplir también con la función de entretener. Hay que tener en cuenta también que ningún contenido poseerá la cualidad de ser completamente objetivo debido a que cada medio proporcionará una versión elaborada de la realidad de acuerdo a intereses propios.

Alonso (2004) reconoce que los medios educan implícitamente la manera de ver, pensar y actuar de los individuos; sin embargo, lo hacen de una manera simplista y estereotipada. Las representaciones que hacen de la realidad los medios, implica una selección de aspectos que se determinan de acuerdo a criterios e intereses determinados. Dichas selecciones crean estereotipos en la medida en que se presentan una y otra vez como formas o imágenes que son representativas de un grupo.

Pocos son los medios que se interesan en ofrecer información concreta y verídica, estos han dejado de ser un elemento cultural y educativo para convertirse en plataformas empresariales al servicio de unos cuantos conglomerados internacionales. Es prácticamente común observar en los medios toda clase de publicidad, considerando que los individuos solo son consumidores y no individuos conscientes de lo que adquieren. Ya Peláez (2006) explica los códigos y normativas que debieran regir toda actividad comunicativa; sin embargo, expresa que los intereses económicos y el éxito basado en escándalos terminan por primar cualquier manual o código establecido.

Guinsber (1998) expone que los medios dedican mayor espacio a noticias atrayentes, tal es el caso de notas policiales, de accidentes y espectáculo, porque captan mayor atención que aquellas que poseen un carácter político – social. Los medios se han convertido en escaparates de entretenimiento. Los individuos “se consideran a sí mismos, con toda naturalidad, como una mercancía y su existencia mediática resulta imprescindible para venderse como producto” (Riviére, 2003, p.126).

Los medios de comunicación masiva son ahora empresas que ofrecen espectáculos, en especial aquel espectáculo que se inmiscuye en la realidad, tramas de la vida cotidiana que se convierten en asuntos de dominio público. Tal es el caso de los talk shows y reality shows, “se exalta el escapismo y prevalece el romance, la violencia, el melodrama, en los medios se corrompe y degrada el gusto del público para crear audiencias que disfrutan la diversión barata y trivial” (Blazquez, 1994, p. 24).

Este estilo realista que cada vez es más frecuente en los programas televisivos, para Marks (1999) es la razón principal por la cual los niños sean tan vulnerables a los mensajes que aquí se transmiten, y es que conforme los niños van creciendo adoptan

nuevas definiciones de la realidad televisiva, pero la creencia de que lo exhibido en los contenidos mediáticos representa en algún grado la realidad social, no se modifica. Por otro lado, cuando los niños encuentran semejanzas en personajes que aparecen en televisión con aquellos con los que se relaciona en la vida real la asociación que se genera los llevará a considerar el programa con mayor dotación de realidad.

Para los medios se trata entonces, de captar y acaparar la atención del público utilizando diversas argucias y eso resulta más difícil aún, debido a la creciente cantidad de nuevos medios que se unen a la larga lista ya existente. Los programas pueden mantenerse al aire, solo si logran captar audiencia y publicidad. Lo que hace suponer que la formación de consumidores críticos y cultos es lo que menos le conviene a los medios, si su objetivo final es convertirlos en consumidores (García, 2006).

Para Corea y Lewkowicz (1999) una de las características actuales de los medios masivos es su régimen de totalización; es decir, dentro de estos se puede decir y ver de todo, se puede opinar de todo y es posible mostrar de todo por lo que resulta sumamente difícil constituirse como sujeto social sin ser partícipes de la actividad mediática.

El periódico es un medio comunicativo que no se ve exento de esta situación, Peñalva y Coca (1998) identifican que ante la dificultad económica y editorial de crear periódicos especializados que cubran los gustos de cada uno de los consumidores, buscan ampliar sus secciones otorgando mayor espacio e importancia a las notas menos serias que finalmente resultan ser las más llamativas.

Los medios modernos han debilitado en los individuos su capacidad de asombro, es por eso que los contenidos que ofrecen buscan influir en ellos a través de la sugestión y la emoción para lograr debilitar su capacidad crítica (Echeverría, 2009).

En comparación con el texto impreso, la televisión presenta con frecuencia un ritmo rápido por encontrarse siempre en continuo movimiento, lo que limita la capacidad de reflexión del espectador. De acuerdo a Marks (1999) la televisión podría generar un estilo de pensamiento impulsivo más que uno reflexivo. Explica que, los programas televisivos deben ser procesados al ritmo que el programa determine, lo que genera que en muchas ocasiones el espectador no disponga del tiempo para persistir en la comprensión de los mismos.

A través de un largo estudio, García (2006) analiza algunos de los mensajes e ideales más recurrentes en los medios visuales y escritos, los cuales aparecen tanto implícita como explícitamente insertos en la publicidad, artículos y programación: culto al cuerpo y la belleza, mercantilismo sexual, consumo, individualismo, cómo conseguir todo invirtiendo el menor esfuerzo, falta de respeto intergeneracional, imitación, desprecio al intelecto y empobrecimiento del vocabulario, entre otros.

López (1998) enumera una serie de conductas que los medios desarrollan a través de su contenido. En primera instancia estos generan una creación de ilusión generando en los espectadores un concepto fragmentario de la realidad por medio de representaciones ficticias sobre la realidad que debería ser. Una falsa idea del mundo informando solo de aquellas noticias que provocan efectos determinantes en la actitud que se posee ante la vida. Por último, producen un aislamiento producto de un medio que es unidireccional dificultando la experiencia verbal.

Los medios buscan superar la identificación que los individuos poseen con algunos de sus protagonistas a través de un sentido de pertenencia que se fomenta a través de vínculos afectivos y que posibilita una mayor aceptación de los contenidos que ofrecen,

hasta que en determinado momento ya no solamente se percibirá como un consumidor, sino como miembro activo de quienes lo producen (Guinsber, 1998).

Un ejemplo de esto es el aparente diálogo que se crea entre los programas de televisión o secciones de revistas y periódicos donde se invita al público a llamar, participar, sugerir, crear o mostrar sus talentos. Este sentimiento de pertenencia generará una familiaridad que posteriormente se verá convertida en un vínculo emocional que lo convertirá en un evidente blanco de persuasión.

La influencia del contenido mediático

Para López (1998) la naturaleza del auditorio es la que caracteriza a los medios de comunicación. Dicho auditorio posee las características de ser grande lo que provoca que el comunicador no pueda interactuar con los consumidores. La audiencia también es heterogénea debido a que la comunicación dirigida hacia un auditorio exclusivo queda excluida. Por último menciona que el auditorio debe ser anónimo pues el mensaje no se destina a nadie en particular.

De acuerdo a Rivieré (2003), el contenido mediático se ve determinado por tres ejes: la audiencia y sus características, la empresa a la que pertenezca el medio (y sus intereses) y la cultura en que se desarrolla la sociedad en general. Es evidente que la cantidad de información a la que un individuo accede variará de acuerdo a los recursos con que disponga, “nuestras respuestas a los medios, varían según los individuos y a través de los grupos sociales, de acuerdo con el género, edad, etnia y nacionalidad” (Silverstone, 2004, p.26).

Los niños de estatus social bajo imitan con mayor consistencia aquellos valores mostrados por la televisión en comparación con los niños de estatus social alto (Casas, 2003). Los hogares donde se ofrece mayores posibilidades culturales poseen mejores elementos para contrarrestar el contenido negativo de los medios de comunicación, entonces estos medios se convierten en todo elemento intelectual al que logran tener acceso los niños de bajo nivel económico. Blazquez (1994) identifica que los medios que más influencia poseen son precisamente los que manejan un contenido sensacionalista y que están destinados por lo general a la clase media y baja. Mientras que los medios masivos poseen una amplia cobertura, en algunas ocasiones la escuela no alcanza a cubrir sectores poblacionales vulnerables que los medios masivos sí.

Las familias que viven en un ambiente cultural más débil son mayores consumidores de televisión, mientras que las que acceden a un nivel económico mayor, tienen la posibilidad de invertir en la práctica de diversas actividades culturales: viajes, campamentos, deporte. La gente de bajo nivel educacional tiende a pasar su tiempo libre observando grandes cantidades de programas de entretenimiento. Estas familias, recurren menos a los medios de comunicación escrita por lo que su ambiente comunicacional se centra exclusivamente en la televisión (Tuyaret, 2009).

Morduchowicz (2005) explica que dentro de los sectores económicos medio y alto, se poseen mayores posibilidades de recurrir a actividades culturales, recreativas y deportivas para ocupar el tiempo libre; sin embargo, en los sectores populares los medios de comunicación son mayormente consumidos precisamente porque adquiere un carácter compensatorio debido a que en muchas ocasiones es el único puente de acceso para la adquisición de nuevos saberes, prácticas y aprendizajes.

Alonso, Matilla y Vázquez (1996) ofrecen una explicación a este fenómeno desde el punto de vista social y familiar. Los autores exponen que gran cantidad de espacios públicos de juego dentro de las ciudades y áreas conurbadas resultan cada vez menos atractivos debido al deficiente mantenimiento que se les ofrece. La calle se ha ido cerrando como espacio de convivencia y juego, principalmente por la amenazante delincuencia que prevalece en la vía pública. Como respuesta a esto, la dinámica mercantil ha montado llamativos espacios cerrados de juego, camas elásticas, piscinas de pelotas, toboganes y redes dentro de centros comerciales o restaurantes ofrecen a los niños la oportunidad de desenfrenarse.

Las condiciones dentro del hogar no son distintas, debido a que el espacio en el diseño arquitectónico de los hogares actuales ha tendido a disminuir, los espacios donde el niño pueda liberarse y desarrollarse a través del juego activo también se ven limitados. Aunado a lo mencionado, cada vez son más las cantidades de parejas que deciden tener un solo hijo. El niño al no contar con la presencia de hermanos con los cuales inventar opciones de distracción queda desvalido ante la televisión como un lugar donde imaginativamente puede desarrollar su libertad lúdica. Los padres no desmotivan esta acción, al contrario tienden a agradecer la ayuda que la televisión les presta para tranquilizar a los niños en sus ánimos de juego, utilizando diversos programas como método de entretenimiento fácil para los niños.

La familia y los medios

El primer referente de aprendizaje con el que un niño cuenta es la imitación, y los modelos más cercanos que se le presentan son indudablemente sus padres y

posteriormente se amplía a otros ámbitos sociales. Anteriormente la familia era determinante en el proceso de aprendizaje del menor, por medio de la transmisión de relatos y experiencias, la narración de cuentos y la ejemplificación constante el niño iba moldeando su mapa mental y moral. Hoy, la familia ha dejado de ser la fuente primordial de donde el niño construye significados, la constante exposición a los medios de comunicación masivos ya sean visuales o escritos, transforman el significado y configuración de modelos tanto positivos como negativos (Ferrés, 2006b).

La educación que antes se consideraba tarea exclusiva de la escuela y los padres de familia, hoy en día ha sido relevada por los medios de comunicación. Antes de ingresar a la escuela, los niños tienen contacto cotidiano con todo tipo de publicidad, revistas y programas televisivos que le brindan una educación sin esfuerzo, además de ofrecer “el enaltecimiento de divertirse aprendiendo en un sentido superficial, como patrimonio de la industria contemporánea del *entertainment* y de los mensajes publicitarios de diferentes productos” (Carbonell y Tort, 2006, p.115).

Los medios se han convertido en una escuela donde se aprenden e imitan modelos de conducta, se moldean necesidades y se instruye sobre las relaciones sociales. Estos son ahora un poderoso aparato educativo, no en el sentido de suministrar conocimientos e información formal, sino en la transmisión de ideologías y en la creación y formación del tipo de hombre necesario para completar una estructura social donde prevalezcan los intereses dominantes (Guinsberg, 1998).

De acuerdo a López (1998), el conocimiento actual se encuentra mayormente influido por los medios que por la educación. Para este autor, los medios poseen un

poder enorme dentro de las culturas poniendo de relieve algunos elementos mientras desvalorizan otros, lo que los hace funcionar a través de valores propios.

Para Sevillano (2002) es necesario considerar el hecho de que los medios de comunicación influyen tanto en nivel consciente como en el inconsciente del consumidor, lo que sin duda provoca cambios en su inteligencia y en las actitudes culturales así como en los valores presentes en la sociedad.

Los individuos se han convertido en un instrumento de los medios, mismos que educan modificando los hábitos, ideas o costumbres, principalmente porque imponen los ideales de vida que los individuos aspiran a lograr. “La motivación central de las programaciones, es producir la identificación del público con quienes aparecen como figura estelares” (Guinsberg, 1998, p. 101).

Es claro que los medios poseen conciencia de la influencia que ejercen sobre los miembros de la sociedad, es por eso que día con día buscan acaparar su atención con personajes populares que poseen un referente estético a seguir. Tuyaret (2009) enfatiza que los medios están tomando el papel de padres, en estos se presentan el modelo a imitar que conduce al niño a la inserción en la sociedad y le muestra una apariencia de lo real.

Para los niños, la principal fuente de información suelen ser los medios de comunicación. “De toda la información con que cuenta un alumno de edad escolar, solo el 20% proviene de la escuela y el 80% restante de la familia, calle y medios de comunicación” (Aguaded, 2007, p. 71).

“La cultura infantil busca sus propias formas de expresión a edades cada vez más tempranas” (Sander, 1990, citado por Casas, 2003). Los niños se han convertido en un

nicho de mercado con un potencial impresionante que los medios han sabido aprovechar. Esta vulnerabilidad que presentan los niños ante los mensajes transmitidos por los medios visuales y escritos, son producto de un conjunto de factores, el debilitamiento en las relaciones familiares, el contraste entre los medios y la educación formal así como la relajación de los valores ha debilitado en papel socializador de la familia y la escuela ocupando los medios ese lugar (Guinsberg, 1998).

Los niños y adolescentes asimilan elementos del entorno familiar, escolar y social que le rodean y que son compatibles con sus semejantes, lo que representa una formación de experiencias completamente personales. Mientras que en los medios de comunicación se construye un mundo general en donde la información se transmite de la misma manera lo que genera una construcción colectiva de imágenes y representaciones (Guinsberg, 1998).

Durante los últimos años, las posibilidades y oportunidades en áreas educativas y laborales han aumentado para el mercado femenino, lo que ha reducido la influencia de la familia en el entorno cuando se limita la cantidad de tiempo que los padres pasan en casa para convivir con sus hijos.

Esta situación de parcial abandono es la justificación ideal de los medios para ofrecer a los niños un sinnúmero de productos que tienen la posibilidad de compensarlo. La sobreabundancia de actividades a las que los adultos recurren para entretener al niño genera en este una sensación de insuficiencia que exige sea llenado con regalos y premios. Se origina en estos un consumo desmedido de modas, marcas y héroes que de no conocer o adquirir implicaría una marginación con todas las consecuencias que eso significa (Guinsberg, 1998).

Actualmente los niños acceden fácilmente a todo tipo de información y pareciera que los padres no intervienen en eso, utilizan el internet, el teléfono celular, hojean el periódico y consumen horas enteras de su tiempo en ver televisión en donde aprenden modelos de conducta a seguir. Casas (2003) manifiesta que hoy en día, los niños observan cantidades exorbitantes de información e imágenes, muchas de las cuales se saben perjudiciales para su bienestar. Los adultos por su parte se han visto impotentes ante la avalancha de mensajes y se han rendido ante los medios, principalmente la televisión, por lo que interactúan muy poco con el niño y su relación con este medio.

De esta manera, los niños “terminan por creer en una realidad en la que no viven” (Guinsberg, 1998, p. 90) y actúan según los estereotipos que se les presentan, baste observar los dibujos animados japoneses donde se despliega una gran cantidad de violencia, publicidad que incita a los niños a adquirir productos que los convertirán en niños felices o que los provoca a realizar conductas inapropiadas para ver realizados sus deseos consumistas.

No todos los padres actúan de igual manera ante la cantidad y calidad de medios que los niños consumen. Es posible ejemplificar familias en donde se estipulan normas y reglas sobre horarios de televisión, se supervisa el contenido de medios escritos que los niños consumen en casa y se controla el tiempo y contenidos que pueden observarse en Internet. Sin embargo, predominan los hogares donde estos aspectos no son considerados por los padres, no existen medidas de control dentro del hogar en cuanto al consumo de medios, los niños pueden disponer de la televisión e Internet según su propio criterio. Los padres por su parte aceptan y hasta buscan en los medios un escenario de entretenimiento para mantener bajo control a los niños y así desprenderse

momentáneamente de la responsabilidad de educarlos para dedicarse a otras labores que les exigen mayor atención.

Carbonell y Tort (2006) no se equivocan al apuntar que los espacios de crecimiento personal y social de la infancia cambian. El modelo familiar se transforma y con ello la manera de cuidar y educar a los niños. “Las personas que permanecen mucho tiempo frente a una computadora o televisor pierden talentos necesarios para estar con otros y aquellos que construyen una perspectiva del mundo a través de la televisión tienen una visión más hostil de la realidad” (Tuyaret, 2009, p. 9). Esta situación se refleja en las pobres relaciones sociales que muestran los niños. En los patios escolares es común observar en estos, actitudes cada vez más egocéntricas y menos solidarias.

Evidentemente el consumo de los medios escritos de comunicación por parte de los padres de familia, influenciarán en la percepción que tengan los niños sobre estos, así como en la cantidad y calidad que estos adquieran posteriormente. “La influencia de los medios, no es puntual ni concreta, sino general, masiva y global, impactando en todas las fases del desarrollo evolutivo del niño” (Froufe, 2006, p. 4).

Los padres, hermanos mayores y demás integrantes de la familia que se encuentren en contacto directo con un niño pequeño, se convertirán en los principales modelos de imitación al que el niño tiene contacto. De estos aprenderá el tipo, calidad y cantidad de medios de comunicación a los que se puedan acceder, ya sea el periódico, revistas, televisión o Internet será una herramienta que en casa se podrá utilizar como un beneficio informativo o como un elemento mercantil que los medios conocen y que actualmente explotan.

Guinsberg (1998) expone que, aunque la familia es el círculo de imitación por excelencia, el ambiente social y los medios de comunicación ofrecen modelos potenciales de imitación; sin embargo, como seres dotados de imaginación y fantasía, se tiende a imitar modelos que en realidad no existen, seres de leyenda, héroes, superhombres que transmiten la imagen ideal. Los medios utilizan a estos modelos para dotarlos de una carga emocional de adoración y admiración que logre ligar al público con el protagonista.

Los padres deben comprender que entre más dominio posean los medios de comunicación mayor responsabilidad poseen para educar a los niños y guiarlos en ese intricado escenario que se les presenta, el cual sin lugar a dudas modifica sus creencias, costumbres y valores así como el comportamiento en un modelo de imitación. Las concepciones morales, éticas, culturales, políticas, religiosas que son inculcadas y practicadas en el hogar se ven amenazadas por los contenidos que en los medios se exhiben (Fraufe, 2006).

Marks (1999) aconseja a los padres permanecer pendientes de la cantidad de tiempo que los niños pasan frente al televisor para restringirles su uso y fomentar por otro lado a utilizar otros medios, principalmente los escritos con el fin de incrementar la reflexión e imaginación.

El impacto de los medios de comunicación escritos en el público infantil

Casas (2003) expone que los niños se han convertido en consumidores de imágenes y ello ha formado parte de su estilo de vida desde hace ya varios años. En conjunto, los medios han inventado nuevos bienes culturales que ejercen un dominio

sobre los niños que paulatinamente, los involucra en un cambio radical de los hábitos de consumo y valores. Guinsberg (1998) diferencia dos maneras en que los medios visuales y escritos, influyen a los niños; la directa que se elabora intencionalmente para el consumo infantil. Y la indirecta, que se cimienta en el medio familiar al actuar como modelo y vehículo de los mensajes masivos.

López (1998) atinadamente explica que el sistema económico – social que persiste actualmente en las sociedades se basa en el consumo. Su aumento favorece la producción y por tanto la economía lo que provoca que el consumismo se vea fomentado. El consumismo irracional se ha logrado gracias a la participación de los medios de comunicación, los cuales han fabricado una identificación entre el consumo y la felicidad.

La publicidad es el soporte de los medios de comunicación; a través de ésta es posible informar a los consumidores sobre nuevos productos e ideas, no obstante en muchos casos suele ser engañosa, errónea y exagerada con el fin de incitar al consumismo. La razón por la que la publicidad dirigida a la audiencia infantil es motivo de controversias, se debe a que se conoce que las capacidades cognitivas de los infantes se encuentra en proceso de desarrollo y de igual manera, el sistema de valores aún se encuentra en proceso de formación, por tanto es mucho más factible que los mensajes publicitarios los manipulen más fácilmente que a un adulto (Tyner y Lloyd, 1995).

En el desarrollo de la publicidad a lo largo de la historia McLuhan (2009) apunta que ésta se vio reforzada a fines del siglo XIX con el invento del fotograbado. Las imágenes posibilitaron el aumento considerable en el tiraje de periódicos y revistas, que a su vez se vio traducido en mayor cantidad y rentabilidad de los anuncios. Hoy en día

los publicistas recurren a técnicas más sofisticadas para logran atraer la atención de la audiencia. “Existen profundas estructuras psicológicas y existenciales que son comunes para todas las personas, independientemente de la cultura o lugar donde viven. La muerte, la razón de vivir, la identidad, el hogar y el origen, etc. La publicidad puede tocar alguna de esas cuerdas, provocando un cambio en nuestra conducta” (Graviz y Pozo, 2000, p. 72).

Cada imagen que se presenta dentro de un anuncio en un medio visual o escrito posee un objetivo, para ello, los creadores publicitarios hacen uso constante de los conocimientos psicológicos de las personas intentando que un producto sea asociado con ideas positivas con la deliberada intención de despertar las fantasías. “El esfuerzo creativo en la publicidad consiste en reformular las partes positivas de determinada marca, de manera que el mensaje funcione eficazmente, llamando la atención del grupo al que se dirige para que éstos valoren positivamente el producto de modo tal que se grave en la memoria de la gente por mucho tiempo e incentive la decisión de compra” (Graviz y Pozo, 2000, p. 73). En la actualidad, es prácticamente imposible que pueda concebirse una publicación que no contenga algún tipo de publicidad.

La publicidad de productos para el consumo infantil puede tener como destinatario a los padres o a los niños directamente. La tendencia creciente indica que el público infantil para el caso de productos infantiles se privilegia sobre el público adulto postulando así al niño directamente como consumidor (Corea y Lewkowicz, 2009).

Dentro de los hogares ya no es posible concebir la dinámica familiar sin que los medios se encuentren presentes. Para Silverstone (2004) los recuerdos de la biografía propia se incorporan a la de los medios, las evocaciones del hogar como espacio

mediatizado se ligan a experiencias buenas o malas. Se piensa en recuerdos de la infancia o adolescencia en función de un programa, una canción o alguna historieta que formaba parte de la vida cotidiana. De ahí el poder de los medios, aún por banales que parezcan ejercen una considerable influencia dentro de los hogares.

Desde la perspectiva de Corea y Lewkowick (2004) el poder de los medios posee un trasfondo social donde la inseguridad y la desaparición de lugares de encuentro entre niños y adolescentes para el juego y la socialización generan en estos un entorpecimiento en sus relaciones sociales esenciales para la transferencia de modelos de conducta y ritos de juego. Los niños recurren entonces a los medios escritos o visuales, como vía de conexión a cualquier tipo de información.

La publicidad ha obtenido un sentido alfabetizador trasladando la cultura de los ideales individuales hasta el complejo mundo del ícono colectivo. Las opiniones y argumentos individuales se han visto desvirtuados ante el despliegue de una forma de vida en la que todos se encuentran incluidos a través de anuncios que proveen una perspectiva que refiere en su gran mayoría solo a asuntos triviales e irrelevantes (McLuhan, 2009).

La escuela y los medios

Es imposible escapar del medio virtual en el que los individuos se encuentran diariamente inmersos, principalmente los niños, “esta nueva generación que desde que tiene uso de razón se encuentra rodeada de objetos electrónicos y que transitan de manera permanente y veloz entre el mundo real y virtual” (Carbonell y Tort, 2006, p.

76). Incluso en la escuela se precisa de introducir a los alumnos en el uso intensivo de las denominadas Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Dada la problemática planteada, recientemente en muchos países se ha enfatizado la necesidad de educar a los individuos, principalmente a los niños para que estos cuenten con los elementos para abordar contenidos escritos, televisivos y publicitarios desde la perspectiva de la creatividad y la comunicación lo que en consecuencia disminuirá la clara negatividad que representan sus contenidos.

“A partir de los años setentas se desarrollaron en diferentes países de Europa y América Latina una corriente educativa teórico – práctica cuyo objetivo central fue la formación de receptores con una visión crítica ante los contenidos de los medios de comunicación” (Alonso, 2004, p. 15). La autora identifica tres grandes momentos históricos de este movimiento. El primer enfoque surge en la década de los cincuentas y en este se abordó a los medios fue desde un estilo vacunador y proteccionista debido a que su enseñanza se presentaba en un tono denunciante y defensivo sobre todo para la audiencia infantil.

En la década de los sesentas, los medios fueron percibidos como neutrales, es decir que era necesario una evaluación y discriminación de los mismos, desechando los que poseían solo un valor comercial y persiguiendo aquello que poseían cierto nivel estético y cultural; no obstante, el estilo continuó siendo proteccionista al pretender influir y mejorar los gustos y preferencias de los alumnos. Por último, a finales de los setentas se reconoció que los medios no son el reflejo de la realidad sino una forma de representación del conocimiento que es necesario aprender a decodificar, por lo que la enseñanza se enfocó a la formación del pensamiento reflexivo y crítico de los medios.

La escuela puede ser el lugar donde se enseñe a los niños a ser críticos respecto a lo que consumen, “la pedagogía ha planteado en las últimas décadas del siglo XX una apertura de la escuela hacia su entorno” (Carbonell, 2006, p. 112) lo que supone que dentro de esta, se discutan realidades y problemáticas del entorno que nos rodea. Ya en países Europeos y Norteamericanos desde hace varios años y más recientemente en América Latina, se han implementado políticas oficiales en materia educativa para educar para los medios desde sus niveles básicos.

Beltrán (2009) ejemplifica a Australia, país que desde la década de los setentas desarrolló un currículum para la enseñanza de medios en nivel primaria y secundaria. A fines de esta misma década en Canadá se desarrolló un currículo obligatorio para la enseñanza de medios, capacitación de los profesores y la elaboración de guías para la enseñanza de medios.

Sin embargo, las experiencias en México no resultan tan favorecedoras, aunque Martínez (1999, citado por Beltrán, 2009) menciona que dentro del sistema educativo mexicano se ofrecen cursos de actualización al docente que incluye la formación audiovisual con el objetivo de ajustar las necesidades educativas de niños y jóvenes a las exigencias de esta nueva era digital. La realidad que perciben los maestros que se encuentran en contacto directo y cotidiano con los alumnos así como de su contexto cultural, es que esta meta se encuentra muy lejos de ser alcanzada, sobre todo en sectores económicos bajos.

Ahora los niños tienen la posibilidad de acceder rápidamente a cualquier cantidad y tipo de información, lo que podría hacer pensar que se encuentran inmersos en una sociedad mayormente informada que generaciones anteriores; no obstante, mayor

información no trae consigo mayor capacidad de observación y profundización de los temas, Aguaded (2007) apunta el papel trascendental de los medios de comunicación dentro de la educación, misma que busca el cambio y la actualización de una sociedad profundamente mediatizada por las nuevas tecnologías de la información y comunicación.

“El volumen de información que se recibe de diversos medios requiere dotar a los individuos de elementos de análisis crítico, de selección de información y de utilización de la misma de forma adecuada” (Sevillano, 2002, p. 263). Los niños son ahora receptores de todo tipo de información que se da fuera del aula, lo que conlleva a la necesidad de brindarles una formación en donde los medios de comunicación y tecnologías de la información sean implementadas para analizar sus implicaciones sociales y culturales, así como de distinguir sus aplicaciones y limitaciones.

El papel de la escuela actual no puede limitarse únicamente a transmitir conocimientos. La educación formal requiere de una comprensión de la realidad social y de la manera en que los alumnos de hoy, se convertirán en ciudadanos que participarán activamente en funciones que transformen y desarrollen nuevas culturas tecnológicas, científicas y humanísticas. En este sentido, la escuela no puede dejar de lado la incidencia que poseen los medios de comunicación sobre los alumnos, los cuales ahora son parcialmente educados por lo que de manera intencional o no, proyectan dichos medios.

En las escuelas, se continúan ejerciendo los modelos unidireccionales de enseñanza, donde el profesor es el poseedor y transmisor de conocimiento y a su vez, los alumnos son receptores pasivos de dichos saberes. Sevillano (2002) sugiere que el

maestro debe abordar una actitud abierta a los acontecimientos que se generan dentro de la sociedad. En los medios de comunicación se encuentra una fuente innegable de conocimiento de los sucesos que ocurren en el mundo. En ellos se producen enormes cantidades de información, lo que requiere por parte de los profesores un esfuerzo de adaptación y actualización permanente.

Es necesaria una educación que no deje vulnerables a los alumnos frente a las estrategias de que hoy disponen los medios para encubrir sus intereses y disfrazarlos de opinión pública, que forme ciudadanos autónomos capaces de leer publicidad y su utilidad, que tome distancia de los productos de moda, que piense con sus propias ideas y no con las ideas que circulan a su alrededor (Morduchowicz, 2003).

Tyner y Lloyd (1995) explican que cualquier plan de estudios referente a los medios de comunicación debe necesariamente abordar dos ideas básicas. La primera es la que apunta que todos los mensajes son percepciones o realidades construidas por un pequeño grupo de individuos cuyo único propósito es provocar determinado efecto en la audiencia. Y la segunda se refiere a que cada medio posee ventajas y limitaciones inherentes (ya sea de espacio o tiempo) que afectan al mensaje transmitido.

Pensamiento crítico

El descubrimiento, desarrollo y puesta en práctica del pensamiento crítico dentro de la formación escolar reclama de los alumnos una actitud de apertura hacia el conocimiento donde estos se pregunten continuamente sobre el porqué de los hechos. “Su formación, genera mentes activas y científicas, habituando a los alumnos al ejercicio del razonamiento, la detección de falacias, la curiosidad intelectual, el saber y la

solución de problemas” (Baños, Vázquez, Juárez, Molina, Rodríguez y Pérez, 2011, p. 36).

Contrariamente a los métodos educativos de la enseñanza tradicional donde en los alumnos muestran una conducta pasiva y el maestro era el guía y poseedor de conocimiento dentro de la clase, la puesta en práctica del pensamiento crítico exige el impulso de mentes críticas para desarrollar un genuino deseo de aprender y la curiosidad para conocer constantemente lo que ocurre. La era de la comunicación trae consigo una cantidad asombrosa de información que se genera y transforma continuamente. Anteriormente los conocimientos tenían la cualidad de ser perdurables, actualmente la información generada día con día puede volverse obsoleta en poco tiempo. El pensamiento crítico reconoce que los conocimientos pueden ser provisionales por lo que es esencial seguir indagando continuamente.

Hoy en día todas profesiones funcionan a través de la aplicación del conocimiento científico; por lo que el desarrollo de procesos para su adquisición es un elemento irremplazable y urgente en el proceso de enseñanza - aprendizaje cuestión fundamental para el desenvolvimiento de los individuos como elemento de una sociedad

Es precisamente esta constante oleada de información la que reduce la capacidad de búsqueda y análisis en los alumnos. Se acepta lo que se ofrece como información sin cuestionarlo, dando por hecho que poco queda por descubrir. De esta manera los individuos terminan convirtiéndose en receptores pasivos (Montoya, 2007).

La educación a través de diversas estrategias de enseñanza debe otorgar las bases para la formación de un pensamiento crítico donde los alumnos aprendan a pensar de

manera autónoma, con curiosidad por conocer la verdad e indagar constantemente sobre la realidad que acontece en el mundo.

Montoya (2007), puntualiza que el pensamiento crítico favorece el desarrollo integral del ser humano pues ofrece la facultad de liberarse de cualquier enajenación. Desarrolla la habilidad de asimilar la información que le circunda de manera cada vez más intensa.

Con la enorme cantidad de información que circula diariamente a través de los medios de comunicación visuales o escritos, los individuos deben aprender a informarse de los hechos con el uso de los medios apropiados para así, brindar una opinión fundamentada de los problemas y sucesos que le rodean o afectan directa o indirectamente.

El contexto escolar, puede convertirse en el lugar donde se enseñe a los alumnos a formarse una actitud crítica ante los medios. En diversos países el proyecto e implementación de medios como instrumento de educación formal es una realidad. En México la modalidad de telesecundaria, la producción de gacetas informativas o culturales en diversas universidades, la difusión de canales culturales, en la escuela primaria la instalación de Enciclomedia y la modalidad de educación virtual y a distancia que implementan algunas universidades son un ejemplo de esto.

Sin embargo; hasta el momento, la manera en que la escuela pretende aproximarse a los medios ha sido la equivocada, pues intentan hacerlo desde un enfoque discursivo, abstracto, narrativo y racional y no desde la perspectiva que se privilegia en los medios, que es la del espectáculo, imágenes y emociones (Ferrés, 2006b).

Las escuelas “siguen viendo en los medios únicamente una posibilidad de ilustrar lo que se dice y desaburrir la enseñanza, de amenizar unas jornadas presas de la inercia más insoportable” (Morduchowicz, 2003, p. 25).

La información a la que se accede actualmente ya no procede solo de libros; ahora, las imágenes, páginas virtuales, textos digitales y publicidad exige un proceso de asimilación y comprensión. “El desarrollo de las tecnologías audiovisuales exige un nuevo modo de aprendizaje interpretativo de los lenguajes icónicos” (Fruofe, 2006, p. 3). El consumo masivo e indiscriminado de los medios no trae consigo un conocimiento de los códigos del lenguaje audiovisual, provocando un situaciones de indefensión ante dichos mensajes (Aguaded, 2007).

McLuhan (2009) menciona que tanto el anuncio como el artículo ilustrado dentro de los mensajes publicitarios proporcionan grandes cantidades de información instantánea lo que se traduce en la necesidad natural de que se proporcione una educación en el campo de la percepción y tipografía.

Por otro lado, Marks (1999) apunta que la televisión es un medio que debería ser mayormente utilizado dentro de las escuelas para comunicar información; no obstante, su uso debe ir acompañado de reflexiones en clase dirigidas por el profesor lo que constituiría un buen elemento de análisis sobre lo visto en este medio.

No se puede sugerir que los medios de comunicación son responsables de productos o servicios incluyendo la publicidad que se genera. Dentro de esto medios existe una gama de recursos que pudiesen ser explotados como medio de información eficiente. “La unión de imagen y sonido, la posibilidad de contemplar sucesos en tiempo

real, posibilidad de conocer realidades remotas, para integrar diferentes artes, generar emotividad” (García, 2006, p. 118).

Los alumnos inevitablemente forman parte de una sociedad global, donde la tecnología y comunicación permiten maravillarse diariamente con nuevos descubrimientos; sin embargo, en sociedades donde los niños no tienen posibilidad de acceder a elementos culturales que le otorguen una visión de los vertiginosos cambios sociales que experimenta nuestro planeta ¿Dónde está su papel dentro de estos cambios? ¿Cómo los interpretan? ¿Participan de alguna manera o se convierten en simples espectadores?

Probablemente Sevillano (2002) da respuesta a estas cuestiones al afirmar que las nuevas tecnologías de información y comunicación han dividido aún más a las estructuras sociales, geográficas y políticas ya existentes introduciendo ahora la división tecnológica. Por un lado, se perciben sociedades que poseen acceso a información de poder y por otro, aquellos sectores poblacionales que bien por motivos tecnológicos o culturales, se encuentran al margen de la información y comunicación.

En este capítulo se ha realizado un análisis exhaustivo de investigación, tratando de otorgar diferentes puntos de vista de la problemática presentada desde la perspectiva de diversos autores. La literatura analizada persigue explicar los antecedentes de esta investigación para brindar al lector un panorama de lo que hasta el momento se ha obtenido del tema y aquello que necesita ser profundizado. En el siguiente capítulo se describe el aspecto científico y metodológico en que se basa el desarrollo del presente estudio.

Capítulo 3

Metodología

Todo trabajo de investigación necesita de un fundamento metodológico que le brinde un sustento científico en la aplicación del estudio. En este capítulo se realiza una descripción detallada del entorno en que se desenvuelven los integrantes de la comunidad motivo de la investigación, así como de las características propias de los participantes. Se determinan los instrumentos que se utilizaron para obtener datos y el procedimiento para transformarlo en investigación.

La naturaleza del estudio es etnográfica, buscando describir de una manera exacta el entorno y estilo de vida de los participantes. Se hace una descripción de las técnicas para la obtención y recogida de datos dentro del estudio de acuerdo al enfoque antes expuesto así como el método de registro.

Se plantea el uso de otras herramientas de investigación, tal es el caso de las entrevistas semiestructuradas, en las cuales se utilizaran preguntas de hechos en la modalidad de preguntas multicotómas y preguntas de opinión.

Por último, se plantea el método que se utilizó para el análisis de los datos así como la codificación de los mismos, la cual se desarrolló en dos niveles buscando en el primer nivel integrar los datos en categorías para posteriormente compararlos ubicando los datos en categorías o formulando otras nuevas. En el segundo nivel se hizo una comparación de las categorías en cuanto a similitudes y diferencias para agruparlas en temas o subtemas.

De esta manera, la selección y desarrollo de estos temas, conducirán a la interpretación de los resultados y la generación de una conclusión.

Método de investigación

La metodología de investigación “describe y analiza los métodos que sirven para formar un criterio científico utilizado en la conducción de cualquier investigación” (Eyssautier, 2008, p. 220).

El tema de los medios de comunicación y su influencia en niños y adolescentes ha sido un fenómeno ampliamente estudiado. Sin embargo, la perspectiva que se ha manejado ha sido en su mayoría la de los medios audiovisuales, principalmente la televisión precisamente por ser el medio que más poder de penetración posee dentro de los hogares.

Hernández, Fernández y Baptista (2010) señalan que una buena investigación puede abordar una problemática que haya sido examinada repetidamente pero desde una perspectiva innovadora o diferente.

Dentro de este estudio se abordaron los medios masivos de comunicación escritos, se analizó de qué manera los alumnos motivo de la investigación, comienzan a acercarse a diversos medios impresos, ya sea revistas o periódico, de qué manera la decisión de compra de la familia influye en estos.

Así, desde el criterio de Hernández et al. (2010) respecto a la investigación, el planteamiento de la misma se convierte en un tema ya investigado pero menos estructurado y formalizado.

La metodología de investigación posee un enfoque cualitativo debido a que el interés radica en “comprender y profundizar los fenómenos explorándolos desde la perspectiva de los participantes en un ambiente natural y en relación con el contexto” (Hernández et al., 2010, p. 364). En este enfoque se intenta recopilar y analizar información de diversas maneras posibles centrándose en la exploración detallada y no en datos numéricos o representativos (Blaxter, Hughes y Tight, 2008).

Estos mismos autores plantean una serie de características que distinguen a los estudios cualitativos. Mencionan que lo que se persigue, es comprender el comportamiento de los individuos utilizando la observación no controlada. El enfoque se orienta al descubrimiento exploratorio, descriptivo e inductivo y cada estudio de casos es único, por lo tanto los resultados no pueden ser generalizables. De esta manera, los resultados de este estudio “no intentan generalizarse a poblaciones más amplias, sino que se dirigen a la comprensión de vivencias en un entorno específico, cuyos datos emergentes aportan al entendimiento del fenómeno” (Hernández et al., 2010, p. 368).

La naturaleza del estudio es etnográfica intentando analizar, describir e interpretar las ideas y conocimientos de un grupo social. El diseño del estudio es realista, de acuerdo a la clasificación de Hernández et al. (2010), en donde se realizó una recolección de datos tanto cualitativos como cuantitativos del entorno donde se realizó el estudio para generar resultados estadísticos y narrativos del fenómeno de estudio.

Martínez (1998) explica que en los estudios etnográficos se pretende describir de manera realista y fiel, el estilo de vida de un grupo de personas que viven en grupo y cuyas relaciones se encuentren reguladas por la costumbre o ciertos derechos y

obligaciones. Se intenta comprender el sistema de interacciones que se presentan en la unidad social que se estudia.

La investigación acción es un enfoque al que los investigadores a pequeña escala recurren con mayor frecuencia debido a su orientación práctica. En este tipo de investigación se examina la naturaleza de la problemática para posteriormente generar y analizar la información obtenida al paralelo de planear una intervención adecuada para transformar el entorno proporcionando resultados que favorezcan tanto al investigador como a los participantes (Blaxter et al. 2008). Se propone que posterior a esta investigación se formule una propuesta de integración de los medios escritos de comunicación a situaciones didácticas dentro del contexto escolar.

Marco Contextual

Espacio geográfico. Ixtapaluca es un municipio perteneciente al Estado de México ubicado al oriente del mismo. El municipio posee una superficie de 327.4 km², al norte colinda con los municipios de Chicoloapan y Texcoco, al sur con el municipio de Chalco, al este con el estado de Puebla y al oeste con el municipio de Los Reyes la Paz.

Ixtapaluca posee ciento veinticinco localidades, muchas de estas poseen aún características rurales y otras más pertenecen a zonas marginales. Existe solo una zona residencial de estrato económico alto ubicado en la localidad de Acozac, la cual se encuentra muy cerca de la cabecera municipal.

El centro de Ixtapaluca, en los últimos años ha sufrido una drástica transformación pasando de ser una región predominantemente agrícola, a una zona con características semiurbanas.

La gran extensión de tierras para uso exclusivo de la agricultura y ganadería, así como la relativa cercanía con el Distrito Federal, proporcionaron al territorio el atractivo suficiente para que diferentes constructoras realizaran la edificación de enormes unidades habitacionales. Esto sin duda modificó seriamente el paisaje así como las características de la población.

Población. Según datos del Instituto Nacional de Geografía y Estadística (INEGI, 2010) en el municipio se cuenta con una población total de 467, 361 habitantes. 227 846 corresponde a la población total de hombres y 239 515 de mujeres.

De 117 619 hogares, cerca del 6% aún tienen piso de tierra, 9% no cuentan con servicio de agua potable, 5% no disponen de servicio de drenaje y 3% no tienen acceso a la energía eléctrica

Actividades económicas. Debido a las características propicias del suelo, la actividad a la que principalmente se dedicaban los habitantes era al cultivo del trigo y la avena primordialmente. También el maíz, frijol y la alfalfa verde formaban parte de la agricultura de la región. Actualmente con la construcción de unidades habitacionales y centros comerciales, las actividades se han diversificado de acuerdo a las nuevas condiciones del municipio.

Cultura. El municipio posee pocos elementos culturales o recreativos a los que tanto niños como adultos puedan asistir, existen siete bibliotecas públicas y tres parques públicos de juegos infantiles.

Las bibliotecas poseen un acervo bibliográfico no actualizado y el escaso equipo de cómputo existente en algunos casos se encuentra averiado. Una mínima parte de los alumnos de la institución tienen conocimiento de la ubicación de la biblioteca más cercana. Los que en alguna ocasión la han visitado lo han realizado a petición de tareas escolares más no por interés propio.

Los parques públicos han sido descuidados por las diversas administraciones municipales y en consecuencia se han visto deteriorados. Vegetación seca, juegos estropeados y abundante basura es lo que se percibe en estos. Para los niños y padres de familia en definitiva estos parques no representan un lugar de esparcimiento o convivencia.

Dentro de algunas unidades habitacionales y por iniciativa de los vecinos, las áreas verdes y de juegos han logrado ser mantenidas en buenas condiciones, no obstante su uso se restringe a residentes de la unidad.

Existen también dos zonas arqueológicas ubicadas en Acozac y Tlapacoya respectivamente, las cuales pueden ser visitadas por el público en general. No obstante, la falta de promoción así como de recursos económicos provoca que estas zonas estén parcialmente abandonadas y muestren claros signos de deterioro.

En Ixtapaluca se encuentra un aviario que es reconocido por ser uno de los más grandes y diversos a nivel mundial. “El Nido” es un santuario de más de 300 especies de aves, algunas de las cuales se encuentran en peligro de extinción. Anteriormente solo

académicos e investigadores en la materia tenían acceso al lugar, no obstante, con el paso del tiempo se ha abierto el espacio para que el público en general conozca esta labor altruista y coopere a través del pago de su acceso con la conservación y manutención del lugar. Los planteles educativos del municipio así como de diversas partes del Estado de México organizan visitas guiadas a este espacio de conservación de la fauna. Dentro del lugar los guías organizan actividades de concientización sobre el medio ambiente y cuidado de las especies. Sin embargo, pocas son las familias de los alumnos del plantel educativo que de manera voluntaria visitan el lugar.

Tradiciones. Son tres las principales fiestas religiosas que se celebran en Ixtapaluca, todas ellas en honor al Santo patrono del lugar. La fiesta más importante es la dedicada al “Señor de los Milagros”, esta celebración tiene una duración oficial de quince días dando inicio el 17 de mayo.

Esta fiesta inicia con la realización de un novenario que concluye con una celebración en casa del mayordomo, quien ofrece comida, bebida y música a los asistentes. Al día siguiente se realiza una procesión para la cual se adornan las calles del lugar con tapetes de aserrín multicolor. La procesión hace un largo recorrido por las colonias aledañas a la iglesia principal acompañada por una gran concurrencia quienes caminan entonando cantos religiosos. También una banda musical de viento acompaña el recorrido y constantes cuetes se hacen sonar durante el trayecto. Al anochecer, concluye la procesión y se ofrece una misa en honor al Santo a la que asiste una gran cantidad de lugareños.

En la cabecera municipal se coloca una gran feria de juegos mecánicos que permanece varios días después de terminada la fiesta. Las familias oriundas del lugar veneran a este santo patrono y es común que el día de la procesión los alumnos que pertenecen al pueblo y a la zona habitacional no asistan a clases debido a que en compañía de sus familiares acostumbran a hacer el recorrido y posteriormente festejar en el pueblo.

Los docentes de la institución se muestran flexibles ante esta circunstancia debido a que esta fiesta es una tradición que inició desde hace más de cien años y que ha logrado ser preservada en la zona, por lo tanto, al ser integrantes de la comunidad es importante que los alumnos conozcan y participen en estas fiestas con el objetivo de preservar de la manera más fiel posible las tradiciones de la región.

Para concluir la fiesta se quema el tradicional castillo de fuegos artificiales que consiste en una construcción simbólica de un castillo elaborada con finas varas de madera y fuegos artificiales de variadas formas y colores que es encendido a las once de la noche para admiración de los presentes. Por último se realiza un gran baile en donde se invitan a reconocidos artistas o agrupaciones del género de la banda, cumbia y salsa.

La segunda gran fiesta se celebra en agosto, en esta se venera al santo patrono San Jacinto en la localidad de San Jacinto y la tercera fiesta en orden de importancia es la que venera al “Señor de la Misericordia” y es festejada en Semana Santa. Ambas celebraciones poseen los rasgos de la fiesta principal, procesiones, misas, bailes, feria y fuegos artificiales son comunes durante estas celebraciones.

Aunque estas son alguna de las fiestas más representativas, cada municipio posee sus propios santos y por lo tanto sus propias celebraciones que presentan algunas

variaciones en la manera de celebrar de acuerdo a las características de la población y del lugar.

Escenario actual. El centro de Ixtapaluca ha sufrido un cambio demográfico radical en los últimos quince años. Diversas constructoras de zonas habitacionales han atraído a miles de habitantes de otras regiones y municipios. Las unidades habitacionales han sido construidas sobre zonas agrícolas que en su mayoría han ido desapareciendo para dar lugar a cuantiosas viviendas y centros comerciales.

El auge poblacional así como de construcción ha traído como consecuencia la creación de diversas fuentes de empleo; sin embargo, también se han generado problemáticas sociales como el desabastecimiento de servicios públicos y el hacinamiento que genera la interacción familiar o vecinal en espacios tan pequeños. Baste mencionar que el promedio de construcción de las casas-condominio que proliferan en esta zona es de 50 metros cuadrados para una familia compuesta en promedio por cuatro integrantes (INEGI, 2010).

Las interacciones sociales son un conflicto también. Hace no muchos años Ixtapaluca era una zona completamente rural, donde la mayor parte de la gente laboraba en el campo para la cosecha de alimentos propios y como medio de subsistencia debido a que vendían su producto a diversos proveedores del Distrito Federal. El ritmo y estilo de vida eran propios de una zona rural. Ahora el ambiente es completamente distinto debido a que junto con la llegada de un sinnúmero de familias de diversas localidades a la región han sobrevenido problemáticas de delincuencia e inseguridad. El tránsito vehicular también es uno de los aspectos que es imposible ignorar.

El municipio se encuentra situado entre la autopista de cuota México – Puebla y la carretera federal México – Cuautla. Asimismo, por el centro del municipio atraviesa la carretera federal México – Puebla. La saturación de la población trae consigo conflictos de vialidad. Actualmente el acceso al Distrito Federal presenta notorias complicaciones especialmente en días laborales a temprana hora y el regreso por la tarde muestra la misma situación. Al ser el único acceso de entrada a la ciudad para los autobuses, cargamentos y tráileres que provienen de Puebla y de la zona portuaria de Veracruz, es prácticamente común que sobre la autopista se presenten serios accidentes que complican aún más la situación.

Entorno escolar. La escuela motivo de este estudio, se encuentra localizada en la localidad de Los Héroe en el Municipio de Ixtapaluca. Los Héroe es una gran unidad habitacional, una de las primeras en ser construidas en la zona hace cerca de diecisiete años. Dentro de esta unidad existen dos escuelas de nivel preescolar, cinco de nivel primaria, dos de nivel secundaria y una de nivel medio superior. Dentro de la unidad también se cuenta con un mercado, iglesia y un centro comercial.

La escuela primaria en donde se realiza el estudio posee una matrícula de 228 alumnos inscritos en el turno matutino y 112 en vespertino. Cerca del 80 % de la población estudiantil pertenecen al grupo de familias que llegaron a radicar a la zona a partir de la construcción de la unidad habitacional y el porcentaje restante pertenecen al pueblo.

Las familias que habitan en la unidad provienen de municipios del Estado de México y otros pocos de Puebla, Oaxaca y Veracruz. Con la construcción de esta unidad

habitacional, estas familias encontraron una posibilidad de adquirir un patrimonio en una zona de relativa cercanía al Distrito Federal.

La estructura de cada uno de los condominios se describe a continuación: cuenta con 50 metros cuadrados de construcción que se conforma por sala, cocina, comedor, dos recamaras, un y medio baños, área de lavado y un lugar de estacionamiento en la zona común.

La comunidad pertenece a un nivel socioeconómico bajo. Los padres de familia laboran como obreros, policías, conductores de transporte de pasajeros o de carga y solo algunos poseen una carrera universitaria que les permite ubicarse como encargados de área de algunas empresas. Las madres de familia en su gran mayoría son amas de casa y solo algunas laboran como secretarias y realizando ventas por catálogo.

La escuela primaria pertenece al sistema estatal, su funcionamiento inició en el ciclo escolar 1999 - 2000 contando entonces con doce grupos. Al pasar de los años la matrícula ha ido disminuyendo, por lo que actualmente en la institución solo se cuenta con diez grupos, dos de ellos pertenecen a primer grado con 19 y 20 alumnos respectivamente, uno a segundo con 34 alumnos, dos a tercero con 20 y 21 alumnos, dos a cuarto grado con 23 y 22 alumnos, dos a quinto con 19 y 18 alumnos y uno a sexto grado que cuenta con 32 alumnos.

El edificio se conforma por dos plantas dentro de las cuales, diez son salones de clases, un centro de cómputo, una biblioteca y la dirección escolar. Por algunos años, la principal problemática a la que se ha enfrentado la escuela es a la falta de recursos económicos, estos inconvenientes se procura sean subsanados con la participación de los padres de familia.

Al inicio de ciclo escolar se solicita a los padres de familia aporten una cantidad de dinero que servirá de concepto de cuota de inscripción. Se explica a los padres que el dinero que se recaba se destina al mantenimiento del edificio, papelería y servicios de la dirección (teléfono e internet).

Aunado a esta cooperación, la planta docente ha buscado otras estrategias para obtener recursos para el plantel. A partir del ciclo escolar 2009 - 2010, la escuela se encuentra inscrita al Programa Escuelas de Calidad (PEC), lo que ha permitió el acondicionamiento de un centro de cómputo y la adquisición de 17 equipos de cómputo. El profesor que se contrató para impartir la clase de computación no pertenece al sistema, por lo que los padres de familia deben aportar en cada clase la cantidad de cinco pesos por alumno. De esos cinco pesos cuatro se destinan al sueldo del profesor y uno para mantenimiento de los equipos.

El deficiente servicio de electricidad ha sido un problema que constantemente crea conflictos dentro de la institución. Durante el ciclo escolar 2005 – 2006, los equipo de Enciclomedia fueron instalados en cuatro aulas que pertenecían a quinto y sexto grado. Fue entonces cuando se cayó en cuenta que la corriente eléctrica era insuficiente pues no daba abasto a todas las aulas que contaban con estos equipos. Era necesario por tanto, programar en cada aula el uso de los mismos para evitar que el tener varios equipos encendidos al mismo tiempo provoque una baja en la corriente eléctrica.

Con el acondicionamiento y puesta en marcha del salón de cómputo ha sido necesario realizar varias composturas de luz, lo que ha generado un considerable gasto a la institución debido a que el ayuntamiento no ha ofrecido alguna alternativa de solución.

Otro aspecto es el mantenimiento del edificio que mensualmente requiere de la compra de artículos de aseo y anualmente de pinturas, focos, e impermeabilizante cada cuatro años.

Gracias al trabajo docente y apoyo de padres de familia, se han logrado organizar algunas kermeses. Con el beneficio obtenido se han adquirido pintarrones para todas las aulas y diez mesas y cuarenta sillas de plástico y metal para la biblioteca escolar.

Actualmente la inseguridad en la comunidad está creciendo de manera alarmante, algunos profesores han sido víctimas de la delincuencia al salir de la institución. El ayuntamiento apoya de manera esporádica con el envío de una patrulla para realizar vigilancia en el horario de entrada y salida de los alumnos. No obstante frente a la institución existe también un sitio de bicitaxis cuyos conductores muestran constantemente conductas impropias para los alumnos como drogadicción o uso de lenguaje obsceno.

Participantes

En los estudios cualitativos, lo que se persigue es la profundidad; no se pretende que los datos arrojados sean la representación de una población; es decir, su finalidad no es la generalización en términos de probabilidad. Por tanto no existen parámetros definidos para el tamaño de la muestra, debido precisamente a que estas muestras no pueden ser utilizadas para representar a una población (Hernández et al. 2010).

Para Martínez (1998), en la investigación etnográfica la muestra estadística no se considera apropiada cuando no se pretende la generalización como objetivo importante.

Propone entonces utilizar la muestra intencional en donde se plantean una serie de criterios pertinentes que sean comunes entre los participantes.

Con el muestreo intencional se pretende que independientemente de ofrecer resultados, se brinden sugerencias de cambio en la institución, implementando el uso de los medios escritos a situaciones didácticas.

La muestra por tanto, se define como no probabilística de acuerdo al criterio de Hernández et al. (2010); la clase de muestra utilizada es la homogénea, donde se seleccionan participantes que posean el mismo perfil, características y comparten rasgos similares, centrándose en resaltar situaciones o episodios en un grupo social.

Para Naghi (2010) este tipo de muestreo se denomina convencional o accidental debido a que se recopilan datos de participantes que se consideren más convenientes, por lo tanto no puede ser representativo de una población en general.

Se realizó una descripción general del contexto en que la población se encuentra inserta debido a que en un estudio etnográfico no se puede restringir a lo que ocurre dentro de un salón de clases, sino que debe considerar el contexto económico, social, cultural e histórico de la comunidad (Martínez, 1998).

Los participantes de este estudio son alumnos y padres de familia de sexto grado de una Escuela Primaria Estatal ubicada en el municipio de Ixtapaluca en el Estado de México.

Los alumnos cuentan con edades de entre los diez y catorce años, pertenecen a un estrato económico bajo y dentro de su comunidad existen pocos elementos culturales a los que puedan acceder, ya sea bibliotecas, parques o clubes. De acuerdo al estudio familiar y económico que se realiza al inicio de cada ciclo escolar, los padres de familia

son en su mayoría empleados y algunos laboran en el comercio. Las madres de familia por su parte son amas de casa y en algunas ocasiones adquieren trabajos temporales ya sea de secretarias o realizando ventas por catálogo.

Esta breve descripción ofrece una perspectiva general del nivel de influencia que los medios de comunicación pueden ejercer sobre las familias que serán participantes en la investigación. Ya en el primer capítulo se hizo referencia a que en entornos donde predomina el bajo poder adquisitivo, los individuos son mayormente vulnerables a los contenidos mediáticos debido precisamente a que no poseen otras alternativas de entretenimiento.

El propósito del estudio a los padres de familia tuvo la finalidad de conocer el clima familiar que predomina en el hogar y de esta manera comprender aspectos en el desenvolvimiento y rendimiento académico del alumno que de otra manera serían difíciles de identificar.

Técnicas e instrumentos de obtención y recogida de datos

Dentro de los estudios cualitativos, las anotaciones son una técnica fundamental para el registro de las observaciones. Dentro de este estudio, se realizaron tres clases de anotaciones según la clasificación de Hernández et al. (2010). Las anotaciones de observación directa que narran descriptivamente las percepciones del contexto y participantes. Las anotaciones interpretativas consienten emitir las interpretaciones de lo que se percibe. Y por último, las anotaciones temáticas permiten generar nuevas ideas, preguntas o especulaciones sobre algunas conclusiones preliminares.

Se recurrió también a la bitácora o diario de campo donde se fueron vaciando las anotaciones, observaciones, puntos de vista o conclusiones preliminares.

Una de las principales herramientas en las que se debe basar un estudio cualitativo es la observación, conforme a la clasificación de Zorrilla (2003) la tipología de observación que se utilizó de acuerdo a los medios utilizados es la observación no estructurada que se caracteriza por ser libre y simple. De igual manera, de acuerdo a la participación del observador se llevo a cabo una observación participante de tipo natural debido a que el investigador pertenece a la comunidad donde se encuentra inserto el grupo que se estudia.

Aplicando la observación se posee la oportunidad de llevar a cabo el estudio en su propio ambiente natural, lo que constituye una ventaja ya que es posible identificar abundantes y detallados datos que de otra manera serían difíciles de reconocer.

Naghi (2010) señala que a través de la observación se puede obtener información en el momento preciso en que ocurren los hechos, además de poder estudiar sucesos que de otra manera parecerían irrelevantes. La desventaja que posee es la subjetividad con que el observador pudiese plasmar sus anotaciones que generalmente se registra de acuerdo a la percepción y juicio del mismo.

Otra problemática que pudiese presentar la observación es la reactividad, Wimmer y Dominick (2001) reconocen que el mismo proceso de ser observado puede influir en la conducta de los participantes que se estén observando. Plantean entonces la estrategia de triangulación de datos para disminuir el efecto de la reactividad empleando otros datos recogidos en otros medios; por ejemplo, los cuestionarios con el fin de obtener mayor precisión.

Hernández et al. (2010) proporcionan algunos elementos que es necesario distinguir para obtener una percepción fiel de la realidad, los cuales surgen naturalmente de la misma inmersión y observación. Se señala como primer elemento al entorno físico que consiste en una descripción detallada del entorno, así como el ambiente social y humano que incluye las formas de organización y las características de los participantes.

El tipo de información que predominantemente se persigue “es aquella que mayor relación tenga y más ayude a descubrir las estructuras significativas que dan razón de la conducta de los sujetos en estudio” (Martínez, 1998, p. 50). Se destacan entonces aquellas conductas verbales y no verbales que presenten los participantes así como sus interacciones entre estos y con el investigador, además de incluir registros o documentos que añadan información relevante.

De la observación de este último elemento se distinguirán las actividades sociales y colectivas que abarcan las prácticas comunes y funciones de los participantes. Por último, debemos contemplar los hechos relevantes ocurridos en el ambiente y a los individuos. Conforme se va profundizando en el estudio, “las observaciones se van enfocando para responder al planteamiento, las pláticas son cada vez más dirigidas y las anotaciones más completas” (Hernández et al., 2010, p. 443).

Las ideas que se posean sobre cierto fenómeno, no deben distorsionar o perturbar la realidad objetiva del fenómeno de estudio; para lograrlo, es necesario recoger la información de la manera más completa y detallada posible, adoptando “un estilo de ingenuidad que permita ver cada aspecto del fenómeno como si fuera nuevo y no familiar y, por tanto, potencialmente significativo” (Martínez, 1998, p. 50).

De acuerdo a las características del estudio, la observación fue directa debido a que el investigador desempeña una participación completa con el medio y la gente que lo conforma, se mezcla totalmente en el ambiente para formar parte de la dinámica. Hay que recordar que el investigador se desempeña como docente frente al grupo de alumnos de sexto grado motivo del estudio.

La entrevista, dentro de este tipo de estudios cualitativos, resulta ser más íntima, flexible y abierta que en los estudios cuantitativos. Para Naghi (2010) en la entrevista se le realizan preguntas a una persona con el fin de captar sus conocimientos u opiniones sobre algún tema en específico, la información que se derive de esta, se utilizará para los fines que el entrevistador haya planteado con anticipación. En este intercambio de información entre el investigador y participantes “se logra una comunicación y la construcción conjunta de significados respecto a un tema” (Janesick, citado por Hernández et al. 2010, p. 418).

Las entrevistas son sumamente valiosas en el sentido de que las respuestas que se obtengan del entrevistado serán el factor que confirme o invalide la hipótesis (Naghi, 2010). En este caso, las entrevistas semiestructuradas permitirán al investigador basarse en una guía de preguntas específicas y asuntos generales; sin embargo, conforme la entrevista se vaya desarrollando se posee la libertad de introducir preguntas adicionales para profundizar en un tema y clarificar conceptos. Además es posible adecuar el orden de las preguntas para cada uno de los entrevistados, de igual manera es posible adaptar el lenguaje (Hernández et al. 2010). Al respecto Naghi (2010) estipula que la entrevista personal posee la ventaja de la profundidad y detalle de la información que se vaya

obteniendo, de igual manera es posible ir añadiendo datos no contemplados en la entrevista para enriquecer la información.

Al inicio de la entrevista se plantearon preguntas basadas en hechos con el propósito de obtener información objetiva de los entrevistados y que contribuya a la clasificación de los mismos. Se utilizó el formato de preguntas multicótomas las cuales son preguntas de alternativa fija para que el entrevistado elija la opción que más se acerca a su posición (Naghi, 2010). Una vez que se hayan planteado las preguntas de hechos, se recurrió a las preguntas de opinión en donde el participante refleja su postura respecto a los medios de comunicación (Eyssautier, 2008).

También se realizaron preguntas abiertas para ejemplificar, en las cuales los entrevistados poseen la libertad de contestar las preguntas utilizando palabras propias posibilitando investigaciones más profundas.

El orden de las preguntas de acuerdo a Hernández et al. (2010) parte de las generales y fáciles, para abarcar después las complejas, posteriormente se plantearan las preguntas sensibles y para finalizar se emitirán las de cierre.

En este estudio en particular, se aplicó una entrevista que posee 20 reactivos. El formato de las primeras cinco preguntas son multicótomas y fueron contestadas por el propio participante. A lo largo del cuestionario se plantearon preguntas de hecho y de opinión, las respuestas de los cuestionamientos siguientes fueron registradas por la investigadora.

En el caso de los alumnos, se aplicó un cuestionario que posee 8 reactivos que de igual manera plantean preguntas de hechos y opinión, las respuestas fueron registradas por la investigadora.

Una fuente de información que también fue utilizada para complementar el estudio son los documentos escritos. En específico se utilizarán las boletas de calificación de grados anteriores para conocer los antecedentes académicos de los alumnos.

Secuencias didácticas

De acuerdo a los objetivos de este trabajo, es esencial que a los alumnos se les introduzca en el conocimiento y análisis del periódico como medio de comunicación escrito. Las secuencias de trabajo presentadas a continuación fueron desarrolladas con la intención de conducir a los alumnos de una manera secuencial en el uso y familiarización del periódico como un instrumento de conocimiento de su entorno inmediato y del mundo en general.

En cada una de las secuencias se especifican los objetivos que se pretenden lograr, la mayoría de estos fueron relacionados con aquellos propósitos que señala el Plan y Programa de Estudios en nivel primaria para sexto grado en la materia de español. Se puntualiza el desarrollo de las actividades, de igual manera se ofrece el proceso de evaluación, el material a utilizar y el tiempo destinado al desarrollo de cada una. Es necesario agregar que los formatos del material complementario al periódico, se encuentran en los apéndices señalados.

La realización de estas actividades comienza a la par de la aplicación de las entrevistas. Debido a lo limitado del tiempo con el que se puede contar para el desarrollo de actividades extras dentro de la institución escolar, cada una de estas secuencias fue programada para aplicarse semanalmente. El hecho de que la profesora desempeñe el papel de investigadora en este caso, posee una ventaja en lo que respecta a los horarios

de clase, debido a que es posible que estos sean ajustados de acuerdo a lo requerido por la secuencia.

Propósito general. Conoce, analiza e interpreta los elementos fundamentales que integran a una publicación de comunicación masiva (periódico).

Actividad 1. Tema. Conociendo al periódico

Objetivo. Identifica la estructura del periódico, las partes que lo conforman y se habitúa al manejo de este.

Se familiaricen con la estructura del periódico así como de su función informativa.

Actividades. Preguntas generadoras ¿Qué es un periódico? ¿Para qué sirve un periódico? Explicar que al igual que un libro que se compone de portada, índice, introducción, texto y ejercicios, el periódico también posee una estructura determinada ¿Conocen las partes del periódico?

A los alumnos se les solicita con anticipación el periódico de su elección o el que puedan conseguir. Se especifica que no importa que no sea de una fecha reciente, lo importante es que se encuentre completo.

Se explica a los alumnos los propósitos de la sesión.

Debido a lo engorroso que pudiese resultar el manejo del periódico se solicita a los alumnos trabajar en el suelo para tener la posibilidad de extender completamente el periódico.

De manera libre comienzan a hojearlo, se les otorga un espacio de diez minutos para observar lo que les parezca interesante. Se solicitará que observen atentamente las secciones del periódico y cuál es el contenido de cada una de estas.

Socializar sus hallazgos.

Dar a conocer el nombre de cada elemento al momento que lo hojean y solicitar que lo identifiquen:

Cabecera. Anuncia el nombre del periódico, la ciudad donde se publica, fecha.

Titulares. Palabras que se utilizan para atraer la atención del lector.

Firma. Nombre del reportero

Datación. Lugar dónde se realizó la noticia y fecha en que se recogió.

Sumario. Primera líneas de la noticia que de manera resumida explican la nota.

Comentario. Opinión de un escritor sobre determinado tema.

Editoriales. Posición del editor de la publicación respecto a los acontecimientos del día.

Secciones. Tema por el cual se agrupan las noticias

Publicidad. Anuncios publicitarios sobre diversos artículos y servicios.

Se realiza un repaso general haciendo cuestionamientos directos.

Evaluación. A cada alumno se le otorga un ejercicio (Apéndice D) donde deberá recortar y colocar el nombre en el lugar correcto de algunas de las partes que conforman a una noticia de periódico.

Material. Periódico

Ejercicio (Apéndice D)

Tiempo. 1 hora 30 minutos

Actividad 2. Tema ¿Por qué leo lo que leo?

Objetivo. “Identifica distintos tipos de información provista en un texto” (SEP, 2009, p. 26).

Identifica las diversas temáticas que se retoman en un periódico.

Descripción. Llevar el registro de los periódicos que se adquieren en casa y lo que le llama la atención de estos.

Actividades. Preguntas generadoras ¿Qué medios de comunicación conoces? ¿Cuáles son los medios de comunicación masiva? ¿Cuál es la diferencia entre estos dos? ¿Cuál medio consideras más eficiente para enterarte de diferentes acontecimientos que ocurren en el mundo? ¿En tu casa leen el periódico? ¿Por qué?

Explicar a los alumnos los objetivos de la actividad.

Solicitar que durante una semana completa, lleven un registro del número de veces que en casa se compró el periódico así como el nombre de la publicación.

En casa deberán tomar 20 minutos para observarlo e identificar algún elemento que les llame la atención (noticia, imagen, publicidad) una vez hecho esto redactar por escrito el porqué de su elección.

Terminada la semana los alumnos llevarán sus escritos y los periódicos utilizados a la clase para vaciar su información a un esquema (Apéndice E).

Una vez terminado, recortar de cada periódico aquello de lo que comentaron para agregarlo a la hoja del esquema.

Socializar sus resultados.

Evaluación. El alumno reconoce sus preferencias e identifica el motivo de su elección.

Material. Periódicos

Hoja de ejercicio (Apéndice E)

Tiempo. 20 minutos diarios en casa

Para trabajo en aula 1 hora 30 minutos

Actividad 3.Tema. ¿Cuál elijo?

Objetivo. Identificar las diferencias en el contenido que se aborda en diversos medios de comunicación escritos de acuerdo al público que quieran captar.

Identificar el contenido de diarios sensacionalistas y aquellos que muestren poseer mayor seriedad.

Conocer e interpretar el lenguaje escrito y visual de diferentes publicaciones.

“Leer, comprender e identificar ideas centrales de diferentes tipos de texto de mediana dificultad” (SEP, 2009, p. 26).

Descripción. Mostrar diferentes tipos de periódicos para identificar aquellos cuyo propósito sea entretener y los que busquen informar.

Actividades. Preguntas generadoras. ¿Qué es lo que se pretende informar en los periódicos? ¿Consideras que todas las personas pueden leer el mismo periódico? ¿Por qué?

Dar a conocer al grupo los propósitos de la actividad.

Mostrar dos tipos de periódicos uno sensacionalista y otro de mayor seriedad.

Organizar equipos y otorgar tiempo a los alumnos para que observen sus principales características.

Realizar una lluvia de ideas para otorgarles adjetivos a cada uno de las publicaciones. En el pizarrón se realiza una tabla de doble entrada con los rubros

“Periódico *El Metro*” y “Periódico *El Universal*” para que un integrante de cada equipo coloque un adjetivo en cada columna; ejemplo: atractivo – aburrido.

Socializarán sus observaciones respecto al tipo de noticias que se tratan en cada publicación, los temas que se abordan y las imágenes que las acompañan.

Eligen una noticia de cada periódico para leerla e identificar ideas principales. De ser necesario utilizar diccionario para aclarar términos que desconozcan.

Con la información analizada de cada noticia, realizar el ejercicio (Apéndice F)

Eligen un nuevo adjetivo para cada columna y solicitar a un integrante del equipo lo escriba en la columna en el espacio correspondiente, ejemplo: cruel – complejo.

Promover que los alumnos comprendan que cada periódico se dirige a un sector específico de la población otorgando a cada nicho lo que demanda de acuerdo a sus características económicas, educativas y culturales.

Evaluación. Mencionar las características de los individuos a los que se dirige cada uno de los diarios.

Material. Periódicos

Diccionario

Hoja de ejercicio (Apéndice F)

Tiempo. 2 horas

Actividad 4. Tema. ¡Comparemos el mensaje!

Objetivo. Estudiar las diferentes perspectivas de una misma noticia en diferentes periódicos.

“Puede notar contradicciones, semejanzas y diferencias entre dos textos de mediana dificultad sobre un mismo tema” (SEP, 2009, p. 26).

Descripción. Mostrar diferentes medios que hablen sobre la misma noticia, analizar la información que proporciona cada uno e identificar aquel que sea más completo.

Actividades. Preguntas generadoras ¿Alguna vez has escuchado diferentes versiones de una misma historia? ¿Por qué ocurre esto?

Explicar que al igual que con las personas, en los periódicos pueden manejarse diversas versiones de un mismo acontecimiento, que es posible que se omitan o agreguen datos para hacer más interesante la publicación.

Dar a conocer a los alumnos el propósito de la actividad.

Se ubica a los alumnos por equipo, a cada uno de estos se les proporciona dos periódicos de la misma fecha. Uno de los periódicos proporciona información sensacionalista y otro aborda temas de mayor seriedad.

Solicitarles que para cada publicación se llene la ficha de identificación (Apéndice K)

Leerán la noticia de ambos periódicos y con la información que logren rescatar realizarán la hoja de ejercicio (Apéndice G).

Se comentarán las semejanzas y diferencias que presenta cada periódico para plantear conclusiones sobre aquella publicación que muestre información más completa y con mayor contenido.

Evaluación. Integrará la información de ambos periódicos para narrar el acontecimiento de manera más específica.

Material. Periódicos

Ficha de identificación (Apéndice K)

Hoja de ejercicio (Apéndice G)

Tiempo. 2 horas.

Actividad 5. Tema. ¿Cómo leer lo que no tiene palabras?

Propósito. Inferir información implícita de un texto.

Crear un texto propio organizando la información escrita en párrafos estructurados.

Descripción. Proporcionar una imagen de un periódico para que los alumnos escriban un texto propio para posteriormente contrastarlo con la nota periodística a la que pertenece la imagen.

Actividades. Preguntas generadoras ¿Para qué sirven las imágenes dentro de un texto? ¿Qué relación tienen las imágenes con el texto que lo acompaña? ¿Por qué algunos textos no poseen imágenes?

Explicar que el contenido de toda publicación es seleccionado cuidadosamente por editores capacitados a fin de provocar ciertos efectos en la audiencia. El periódico, al ser un medio principalmente visual, acude constantemente a imágenes para provocar alguna emoción.

Se organizará al grupo en equipo de tres integrantes. En cada equipo se proporcionará una imagen extraída de un periódico.

A partir de lo observado en la imagen, los alumnos comentarán el texto que se imaginan acompaña a la imagen.

Utilizarán la imagen para elaborar una nota periodística apoyándose en la hoja de ejercicio (Apéndice H).

Se especifica que en las notas periodísticas debe aparecer al inicio una introducción que expone de manera general la fecha y lugar de los acontecimientos, el suceso y los involucrados. Posteriormente se produce el cuerpo de la nota donde los aspectos mencionados en la introducción se desarrollan.

Será necesario que hagan uso de auxiliares descriptivos para otorgar mayor impacto a la nota.

Exponer que el uso adecuado de los signos para separar oraciones, el uso de mayúsculas al inicio de cada oración y al escribir nombres propios y la acentuación adecuada de las palabras son recursos de gran utilidad en la presentación de los trabajos escritos. En caso de tener duda en la escritura de una palabra, se motivará el uso del diccionario.

Al terminar el ejercicio socializarán su producto, los compañeros de otros equipos podrán tomar la palabra para comentar sobre aspectos que es necesario mejorar ya sea en la redacción o presentación y sobre aquello que consideren es adecuado a los propósitos de la actividad.

Al terminar la participación del equipo, el profesor leerá en voz alta la nota a la que realmente pertenece la imagen.

Los alumnos comentarán las diferencias y posibles coincidencias.

Evaluación. Reflexionar sobre los elementos de la imagen que los llevó a considerar que su nota periodística era la adecuada para esta y analizar de la manera en que las publicaciones utilizan las imágenes para acaparar la atención del consumidor.

Material. Periódicos

Hoja de trabajo (Apéndice H)

Diccionario

Tiempo. 2 horas.

Actividad 6. Tema. Me informo y opino

Objetivo. Reconocer y evaluar aquella información que resulta relevante de la que no lo es.

Descripción. El alumno escribirá una reseña sobre alguna sección del periódico que sea de su preferencia, mencionará el contenido, la presentación, los gráficos, y de qué manera contribuye al contenido y mensaje global.

Actividades. Se inicia la sesión exponiendo el objetivo de la actividad.

Se comenta de manera general sobre el tema de la reseña que ha sido trabajado en ciclos escolares anteriores.

Se especifica que para escribir una reseña es necesario poseer un sentido crítico de las diferentes fuentes que lee.

Se integra a los alumnos por equipo y a cada equipo se le proporciona un periódico. Llenar la ficha de identificación (Apéndice K)

Cada integrante elegirá una sección del periódico para realizar en casa la actividad a continuación descrita.

Durante una semana, el alumno deberá leer diario dos noticias que correspondan a la sección del periódico que eligió.

Para cada noticia deberá identificar las ideas centrales y realizará un resumen de la información de manera variada.

En la hoja de trabajo (Apéndice I) deberá agregar comentarios sobre la presentación de la información, las ilustraciones y gráficos.

Al terminar la semana el alumno integrará la información añadiendo una opinión general sobre la manera en que se presenta la información en las noticias en el diario. También agregará comentarios sobre datos o información que él considera, podría añadirse a la nota periodística.

Evaluación. Presenta su informe correctamente redactado donde se incluye el resumen de cada noticia, así como la opinión que se solicitan en la hoja de trabajo (Apéndice I). De manera general emite un comentario sobre lo que considera relevante de la sección periodística, su relevancia y recomendaciones a lectores.

Material. Periódicos

Hoja de trabajo (Apéndice I)

Ficha de identificación (Apéndice K)

Diccionario

Tiempo. 1 hora diaria en casa

2 horas para socializar los hallazgos y elaborar el producto final.

Actividad 7. Tema. ¿Comprar o no comprar?

Objetivo. Analizar el papel que desempeña la publicidad dentro de la prensa.

Interpreta mensajes publicitarios insertos en publicaciones escritas (Sevillano y Bartolomé, 2001).

Descripción. Realizar un conteo de la cantidad de publicidad que posee un periódico e identificar los elementos que la integran así como el tipo de destinatario al que se dirige.

Actividades. Preguntas generadoras ¿Para qué sirve la publicidad? ¿Dónde la podemos encontrar? ¿Recuerdan algún tipo de publicidad que hayan visto en el periódico? ¿De qué trata? ¿Pueden recordar elementos más precisos como colores, frase, imágenes?

Dividir al grupo por parejas, se les proporciona un periódico con cuyos datos deberán llenar la ficha de identificación (Apéndice K).

Pedir que hojeen el periódico y comenten el tipo de publicidad que encuentran y la publicidad que no se encuentra presente, preguntar ¿Por qué crees que no aparece ese tipo de publicidad?

Exponer que dentro de las empresas existe un grupo de expertos en publicidad que conoce el perfil de consumidor de la publicación y que por medio de estudios logran conocer sus gustos y preferencias. Esto les auxilia para determinar los productos y servicios que son anunciados pues son los que poseerán mayor probabilidad de ser adquiridos.

Cada pareja elige alguna publicidad del periódico y la recortan.

Explicar que dentro de la publicidad existen mensajes implícitos y explícitos que será necesario identificar para conocer las verdaderas ventajas del producto y las necesidades que cubre. De la misma manera, la imagen y los colores poseen un papel fundamental en el atractivo del anuncio.

Solicitar que realicen la hoja de trabajo (Apéndice J) analizando cuidadosamente todos los aspectos que la publicidad contiene y considerando la explicación anteriormente dada.

Evaluación. Será expuesta la hoja de trabajo, en los aspectos en los que alguna pareja posea dificultad de identificar otros equipos podrán intervenir para enriquecer la exposición.

En el último rubro “¿Qué cambiarías o añadirías?” deberán presentar elementos creativos.

Material. Periódicos

Hoja de trabajo (Apéndice J)

Ficha de identificación (Apéndice K)

Tiempo. 2 horas

Actividad 8. Tema. ¿Qué hay en la noticia?

Objetivo. Identificará datos relevantes de las notas periodísticas.

Descripción. Analizar el quién, qué, dónde, cuándo, por qué y cómo de los acontecimientos (Sevillano y Bartolomé 2001).

Actividades. Preguntas generadoras ¿Cuál es la función que posee el periódico? ¿Cuál es la información que se debe proporcionar en una para considerar que es completa?

Con anterioridad se solicita a los alumnos lleven a clase un periódico que no sea amarillista.

Utilizar la información del periódico para llenar la ficha de identificación
(Apéndice K)

Explicar que para redactar una noticia, es necesario contar con la información necesaria que dé respuesta a estos requerimientos: quién, qué, dónde, cuándo, por qué y cómo de los acontecimientos.

Solicitar se reúnan en parejas, elegir una noticia de la sección que prefieran.

En la noticia deberán identificar y subrayar con distintos colores cada uno de los elementos antes mencionados

Material. Ficha de identificación (Apéndice K).

Tiempo. 1 hora y media

Actividad 9. Tema. Integro lo aprendido

Objetivo. Elaborar un guión de trabajo para redactar noticias por medio de diferentes técnicas como la observación y entrevista.

Realizar una publicación con noticias o acontecimientos escolares o de la comunidad

Descripción. Sondearan a integrantes de la comunidad para conocer los contenidos que suponen sería relevante tratar en un periódico. Con la información obtenida se creará una publicación.

Actividades. Explicar a los alumnos que se desarrollará un proyecto a lo largo de tres sesiones. Comentar que durante la actividad se tendrá la posibilidad de observar, analizar y escribir de todo.

Sesión 1. Tema. ¡A investigar!

Con anticipación se entrega a cada alumno un formato (Apéndice L) que deberá llenar con información obtenida de la opinión de integrantes de la escuela y de la comunidad con el propósito de generar una perspectiva sobre aquello que sería interesante escribir.

Integrar a los alumnos en equipos de 5 integrantes, reunir la información recabada por cada integrante en una nueva hoja de trabajo (Apéndice L).

Elegir un tema sobre el cual trabajar, este deberá tratar sobre algún tema o problemática de la localidad o institución educativa. Realizar un esquema de los apartados que se deberán desarrollar.

Acordar sobre los libros, enciclopedias, revistas o información de internet que cada integrante consultará y compartirá en el salón de clases para el desarrollo del proyecto.

Material. Apéndice L

Tiempo. Una hora

Sesión 2. Tema. Integrando y redactando.

Indicar que una vez elegido el tema a investigar, de este es posible desarrollar una noticia, una opinión o contar una anécdota que se relacione. Subrayar la importancia de incluir aquellos aspectos que debe contener una nota periodística.

Asignar a cada integrante una responsabilidad: recopilador de información, secretario, responsable de las imágenes, investigador y editor (aquel que brindará la presentación adecuada a la nota).

Integrar la información con que cada integrante cuenta y comenzar a desarrollar en borrador la primera versión de su proyecto, para comenzar, se apoyarán en el formato (Apéndice M) donde se especifica los elementos a desarrollar.

Contemplar que la nota es importante incluir el relato y opinión de los involucrados. El investigador tendrá la posibilidad de acercarse a un integrante de la institución para realizar una consulta sobre lo antes mencionado.

Realizar el reporte de lo investigado para incluirlo en la nota periodística. Determinar el tipo de discurso que se utilizará para la redacción, ya sea en discurso directo o indirecto.

Dentro de la redacción se deben incluir aspectos como el quién, qué, dónde, cuándo, por qué y cómo de los hechos.

Entregar el borrador para revisión.

Material. Hoja de ejercicio (Apéndice M)

Material de investigación: libros, enciclopedias, diccionario, revistas, fotografías.

Tiempo. 2 horas.

Sesión 3. Tema. ¡Mi primer reportaje periodístico!

Redactar nuevamente el reportaje realizando los ajustes necesarios de acuerdo a las observaciones sugeridas.

Utilizar nuevamente el formato para realizar el reportaje.

Evaluación. Presentación de la nota periodística.

La redacción deberá ser coherente, se estructurará con un orden lógico (introducción, desarrollo y conclusión) y deberá incluir los elementos como el quién, qué, dónde, cuándo, por qué y cómo de los acontecimientos.

Apoyo de imágenes que se relacionan con la noticia.

Uso adecuado de los signos ortográficos y las mayúsculas.

Material. Hoja de ejercicio (Apéndice M)

Material de investigación: libros, enciclopedias, diccionario, revistas, fotografías.

Tiempo. 2 horas.

Procedimiento para recolectar datos y transformarlos en investigación

El presente estudio comenzó con la recopilación de datos secundarios en el desarrollo del marco teórico; es decir, se recurrió a diversas fuentes de información para investigar sobre el tema en cuestión. En las fases posteriores, es tarea del investigador generar datos primarios que lo llevarán a encontrar respuestas a las preguntas planteadas. Esta clase de datos son creados por el investigador por lo que pueden ser controlados y adaptados para la adecuada toma de decisiones (Naghi, 2010).

De acuerdo a su clasificación, se generaron datos primarios de carácter mixto debido a que se obtuvo información a través de instrumentos que requieran participación directa del investigador con los participantes pero también se basó en la observación y análisis de documentos.

Hernández et al. (2010) menciona que dentro de una investigación cualitativa, en primera instancia se debe explorar y evaluar el contexto para cerciorarse de que es el apropiado para la investigación, esto conducirá a una reflexión sobre si existen

situaciones que pudiesen entorpecer el estudio, por ejemplo, que tan cómodo se percibe el investigador dentro de ese ambiente, la familiaridad del mismo o el cómo manejar situaciones en las que los participantes conozcan al evaluador sin que se vea afectada la investigación.

Posteriormente, es indispensable obtener acceso al ambiente donde se encuentran insertos los participantes motivo de la investigación. Wimmer y Dominick (2001), advierten que el nivel de dificultad para acceder a diferentes ambientes y realizar una investigación depende de dos factores: lo público que pueda ser el lugar; por ejemplo un parque que es completamente público o una recámara familiar que se convierte en un espacio íntimo; así como la disposición que presenten los individuos que serán observados.

Para este estudio en particular se recurrió a las autoridades escolares que poseen la facultad de conceder la entrada al espacio de estudio. Al director escolar se le expuso la investigación que se pretendía realizar, la justificación, los participantes, el método de estudio y el tiempo que se pretendía abarcar. De la misma manera se explicó el proyecto manifestándoles el interés para contribuir a la solución de una problemática.

El investigador decide cuánto revelar acerca de la naturaleza de la investigación, por lo que la explicación que se ofrece a los individuos que son el objeto de estudio puede variar dependiendo de la manera en que esa respuesta puede afectar el desarrollo del estudio o incluso los resultados (Martínez, 1998; Wimmer y Dominick, 2001). Por lo tanto y debido a que los padres de familia podían sentirse juzgados solo se les ofreció una explicación general del objeto de estudio para evitar en lo posible el problema de la reactividad.

“Es importante hablar de la investigación, salvo en los casos que afecte los resultados, en cuyo caso se recomienda elaborar una versión que sea lo más cercana a la verdad, pero no obstrusiva” (Hernández et al., 2010, p. 373). El estudio sobre el nivel de penetración de los medios impresos dentro del hogar, así como el tipo y preferencia de compra que se realiza puede verse falseado por parte de los padres por temor a sentirse evidenciados, viéndose afectados los resultados.

Una vez realizada esta exposición, Hernández et al. (2010) recomienda comenzar a observar todos los aspectos explícitos e implícitos que ocurren dentro del ambiente sin imponer puntos de vista personales. Las observaciones deben abarcar aspectos del ambiente cultural, económico, social, de expresión así como historias de los participantes. Se deberá ir registrando todos los datos observados mediante una bitácora o diario de campo para comenzar a generar datos.

Es característico que dentro de este tipo de estudios, las observaciones iniciales sean generales o incluso dispersas; no obstante, conforme transcurre la investigación, se van identificando los aspectos de interés que se vinculan con el planteamiento del problema (Hernández et al. 2010).

En este estudio cualitativo se buscó obtener datos dentro de ambientes naturales y cotidianos de los participantes, a través de diversas herramientas con la finalidad de analizarlos y comprenderlos para así, responder a las preguntas de investigación (Hernández et al. 2010).

De esta manera, los primeros pasos para esta investigación fueron la recolección de datos a manera de observaciones generales y anotaciones informales. Posteriormente la recolección obtuvo una visión más formal a través de la aplicación de técnicas como

la entrevista y recolección de documentos. De manera paralela se realizaron continuas reflexiones sobre los datos que se fueron recolectando para irlos contrastando con los ya obtenidos.

Por último, en la fase de resultados se persiguió encontrar congruencia con las hipótesis que se fueron elaborando a lo largo del estudio, para generar significados que den cumplimiento a los propósitos del análisis (Hernández et al. 2010).

Hernández et al. (2010) sugieren tres actividades fundamentales para la organización de la información y preparación de los datos para el análisis de los mismos. La primera actividad consiste en volver a revisar todo el material que ha sido recabado. A continuación se realiza una transcripción del mismo de la manera más fiel posible. Como tercera actividad se organiza el material mediante algún criterio que se considere adecuado de acuerdo al material y la manera en que fue recolectado.

Análisis de datos

Los datos que se obtuvieron en el transcurso del estudio se analizaron con el objetivo de responder al planteamiento del problema y generar entendimiento sobre el fenómeno estudiado (Hernández et al. 2010).

Los resultados “no intentan generalizarse a poblaciones más amplias, sino que se dirigen a la comprensión de vivencias en un entorno específico, cuyos datos emergentes aportan al entendimiento del fenómeno” (Hernández et al. 2010, p. 368).

Debido a que los métodos de recolección son variados, al análisis de datos se le denominó triangulación de datos.

En el caso de los estudios cualitativos, la recolección y análisis de datos ocurren en paralelo. Los datos que se adquieren y que incluyen documentos, textos, narraciones o anotaciones tienen la posibilidad de irse estructurando conforme se van obteniendo.

Se obtienen entonces, datos mediante tres fuentes: observaciones, bitácora o anotaciones y recolección enfocada que se compone de entrevistas y documentos.

La codificación de datos fue en dos niveles, tal como lo sugiere Hernández et al. (2010). En este proceso se identifica un criterio relevante a consideración del investigador cuando este lo crea oportuno. En el primer nivel se identifican unidades para codificarlas en categorías y posteriormente estas categorías se analizan con fines comparativos con la intención de encontrar similitudes y diferencias lo que conducirá a la tarea de ubicarlos dentro de categorías comunes o generar una nueva.

Categorizar significa “clasificar, conceptualizar o codificar mediante un término o expresión que sea claro e inequívoco, el contenido o idea central de cada unidad temática” (Martínez, 1998, p. 75).

Las categorías que surjan, deben contener una relación lógica con los datos que contienen, asimismo deben poseer un significado que se relaciona con el planteamiento del problema. La tarea principal en este proceso de categorización es que “a segmentos que comparten naturaleza, significado y características, se les asigna la misma categoría y código, los que son distintos se ubican en diferentes categorías y se les proporciona otros códigos” (Hernández et al. 2010, p. 450).

En el segundo nivel se examinan las unidades que componen cada categoría, sin importar las fuentes de donde surgieron. Las categorías se comparan en cuanto a similitudes y diferencias con el propósito de integrar aquellas que contengan patrones

que aparecen de manera repetida, ya sea de manera temporal o causal y agruparlas en temas y subtemas (Hernández et al. 2010).

La selección de temas conducirá a interpretar los resultados y generar una teoría, la cual “emana de las experiencias de los participantes y se fundamenta en datos” (Hernández et al. 2010, p. 469).

Los estudios etnográficos “más que dirigirse a la verificación de hipótesis o intuiciones, están orientados hacia el descubrimiento de nuevas hipótesis y teorías” (Martínez, 1998, p. 45).

En el desarrollo de este capítulo se expresa de manera específica la manera en que se lleva a cabo el proceso de investigación desde un punto de vista científico. Esto brinda al trabajo un sustento metodológico que aunado con el desarrollo teórico brindan a la investigación la formalidad que requiere todo trabajo de investigación. En el siguiente capítulo corresponde describir y analizar aquella información que se obtuvo de la aplicación de las técnicas e instrumentos aquí expuestos.

Capítulo 4

Análisis y discusión de resultados

A través del desarrollo de este capítulo se exponen aquellos datos que se obtuvieron a lo largo de la investigación, los cuales se encontraron completamente relacionados con el planteamiento del problema y objetivos expuestos en el capítulo uno. Se comienza con el reporte de las entrevistas aplicadas a los participantes de la investigación para posteriormente realizar el análisis de los resultados de acuerdo a las técnicas especificadas en el capítulo correspondiente a la metodología.

Las exigencias de vivir en sociedad precisan una formación académica que brinde a los individuos las estrategias para desenvolverse en cualquier ámbito y adquieran habilidades que le permitan resolver problemas de orden práctico. Considerando estos retos, a partir de las reformas que se realizaron en educación preescolar en el 2004 y en educación secundaria en el 2006, se establecieron los lineamientos que permitieron construir una reforma educativa RIEB (Reforma Integral de la Educación Básica) en el 2007 en la cual se “retoma la noción de competencias, la cual permita atender los retos que enfrenta el país y coadyuve a lograr una mayor articulación y mejor eficiencia entre preescolar, primaria y secundaria” (SEP, 2009, p. 7).

Son dos los elementos centrales de esta Reforma, la primera se refiere a una articulación coherente entre los currículos de los tres niveles de educación básica, preescolar, primaria y secundaria integrándola “de manera que muestren mayor coherencia entre los enfoques y contenidos de las asignaturas” (SEP, 2009, p. 16). Y por

otro lado, se integran al currículo las competencias, las cuales se manifiestan al poner “en práctica conocimientos, habilidades, actitudes y valores para el logro de propósitos en contextos y situaciones diversas” (SEP, 2009, p. 11) y que idealmente deben ser desarrolladas en todas las asignaturas para contribuir al perfil de egreso.

Es precisamente en el perfil de egreso, donde se plantean los rasgos deseables que todo estudiante debe mostrar al concluir con la educación básica. En estos rasgos se incluyen el desarrollo de competencias, así como la adquisición de conocimientos, habilidades, actitudes y valores para enfrentar de manera eficiente diversas tareas. Uno de los rasgos menciona específicamente que todo alumno deberá contar con la capacidad de “buscar, seleccionar, analizar, evaluar y utilizar la información proveniente de diversas fuentes” (SEP, 2009, p. 14).

Específicamente en la materia de español, los contenidos se encuentran dispuestos en proyectos didácticos, los cuales abordan propósitos, temas, aprendizajes y actividades secuenciadas y relacionadas para el desarrollo de competencias comunicativas. Con el desarrollo de proyectos, se pretende realizar actividades que posean significado para el alumno lo que se logra con la participación completa y activa del mismo en el desarrollo del proyecto. Asimismo se espera que el trabajo de aula pueda ser contextualizado a otros ámbitos.

No obstante, dentro de los proyectos programados en la materia de español en sexto grado, el único acercamiento de los medios de comunicación se presenta en el bloque I “Hacer un guión de radio” en donde se pretende que los alumnos comprendan algunas especificaciones técnicas así como el conocimiento de algunos conceptos propios del tema. El proyecto no aborda bajo un enfoque crítico a los contenidos de la

radio, sino a la estructura del guión como una herramienta de presentación de información que puntualiza las acciones a seguir dentro de un programa de radio.

Se sugiere que conociendo los “grados de formalidad e informalidad de los programas de radio, el léxico técnico propio” (SEP, 2009, p. 52) y las diferencias con un guión de teatro los alumnos puedan elaborar un programa de radio donde se incluyan principalmente secciones musicales, publicidad y bloques informativos.

Codificación de datos

De acuerdo a lo expuesto en el capítulo 3 sobre metodología, los datos fueron analizados en dos niveles. En el primer nivel se identificaron unidades para codificarlas en categorías y posteriormente estas categorías se analizaron con fines comparativos con la intención de encontrar similitudes y diferencias lo que condujo a la tarea de ubicarlos dentro de categorías comunes o generar una nueva.

Las categorías que surgieron, poseían una relación lógica con los datos que contienen, asimismo poseían un significado que se relacionaba con el planteamiento del problema.

Categorías

- Nivel de escolaridad e ingresos económicos.
- Actividades culturales y recreativas a las que el alumno tiene acceso.
- Frecuencia de compra de periódico dentro del hogar.
- Periódico por el que se tiene preferencia.
- Frecuencia de lectura del periódico por parte de los padres de familia.

- Opinión sobre el contenido del periódico por parte de la madre de familia.
- Aquellos elementos del periódico que el alumno conoce.
- Noticias que más llamen su atención.
- Opinión sobre el contenido del periódico por parte del alumno y cómo podría mejorarlo.

En el segundo nivel se examinaron las unidades que componen cada categoría, sin importar las fuentes de donde surgieron. Las categorías se compararon en cuanto a similitudes y diferencias para integrarlas en subtemas con aquella información que apareció de manera repetida.

La información que se ubicó, condujo a la interpretación de resultados. En este caso y para la triangulación de datos se analizó e integró la información procedente de diversas fuentes con el fin de dar respuesta a las preguntas de investigación.

Reporte de entrevistas

Tres fueron las madres de familia a las que se les aplicaron la entrevista. Dentro de esta se solicitó en primera instancia, que comentaran sobre las condiciones familiares y económicas que en su hogar se presentan.

Entrevista a madres de familia.

Caso 1. La primera madre de familia entrevistada es casada, pertenece a un rango de edad de entre los 31 a 40 años de edad, su nivel de escolaridad es secundaria concluida. Actualmente no labora, comenta que antes de tener hijos trabajó en una tienda

de ropa, primero como vendedora y después como encargada. Tiempo después realizó la misma función en una panadería.

Al día de hoy, la familia depende completamente del ingreso del padre de familia quien posee el puesto de encargado de línea de producción en la fábrica de Panasonic ubicada en la autopista México – Puebla. El rango de ingresos al que pertenece esta familia es de 3 000 a 6 000 pesos mensuales.

En su hogar viven cuatro personas, los padres y dos hijos. En su casa cuentan con televisión por cable pero no con computadoras y evidentemente tampoco con servicio de Internet.

Comenta que algunas veces a la semana el padre de familia compra el periódico para leerlo en el trayecto al trabajo y durante su hora de comida. El periódico que acostumbra adquirir es *El Gráfico*. Su elección se debe a que su precio es económico y se pueden leer diversas noticias.

La madre de familia comenta que aunque el padre de familia traiga consigo a casa el periódico al volver del trabajo, no acostumbra a leerlo porque no tiene tiempo y porque prefiere ver la televisión. En las ocasiones que lo ha leído observa mucha violencia y pornografía (fotos de mujeres parcialmente desnudas), por lo que piensa no le gustaría que sus hijos lo leyeran. Considera que sería oportuno cambiar o quitar la cantidad de fotos tanto de asesinatos o accidentes, como de mujeres desnudas.

De acuerdo a lo expresado por la madre de familia, el alumno ocupa su tiempo libre en jugar con su hermano o en algunas ocasiones con vecinos del mismo condominio. Debido a las exigencias constantes de la escuela, algunas veces lee con el

alumno aquellos libros con los que deban desarrollar alguna actividad escolar. Los fines de semana acostumbran a permanecer en casa.

Los programas de televisión que prefiere su hijo son los de caricaturas aunque no conoce con exactitud los nombres debido a que no les presta atención. En las ocasiones que la tarea escolar requiere investigaciones por Internet, el hermano del alumno es quien acostumbra acompañarlo al cibercafé.

Caso 2. La segunda madre de familia entrevistada tiene una edad que oscila entre los 31 y 40 años de edad. Es casada y su nivel de estudios es preparatoria trunca. Actualmente labora como dependienta en una farmacia ubicada en el centro de la ciudad de México y el padre de familia es policía privado en tiendas de autoservicio. El centro de trabajo de ambos padres se ubica en el Distrito Federal por lo que deben salir muy temprano de casa para asistir puntuales. En el caso de la madre, regresa hasta después de las 9 pm y el padre cubre turnos de 12 horas diarias. El rango de ingresos mensuales oscila entre los 6 100 a 9 000 pesos.

En el hogar viven solo tres personas, el padre y madre de familia y el alumno. La madre de familia expresa que los horarios laborales no les permiten convivir con el alumno, pues en la mañana que ambos salen a trabajar lo dejan dormido con la alarma programada para que asista a la escuela. Al regresar del trabajo, los padres y el alumno solo cenan y platican brevemente sobre lo ocurrido en el día.

El tiempo libre que el alumno tiene lo utiliza en el uso de su computadora o en ver televisión ya que tienen la indicación de no salir de casa una vez que regresa de la escuela. Los fines de semana la madre de familia lo dedica a realizar quehaceres

domésticos y el padre a descansar o realizar composturas simples del hogar. Rara vez salen en familia a convivir y cuando lo hacen se dirigen a un centro comercial a caminar y asistir al cine.

El padre de familia compra diariamente el periódico *El Metro* debido a que es económico, fácil de leer y de fácil obtención, pues dentro del Sistema Colectivo Metro es común encontrarse con vendedores de este tipo de publicaciones en cada estación.

La madre de familia prefiere adquirir revistas de espectáculos, aunque si alguna noticia de los titulares le llama la atención adquiere el periódico o espera a llegar a casa para leer el que el padre de familia adquiere. Las secciones que recuerda integran esta publicación son deportes, política, clasificados y pasatiempos. Admite que por lo general, los titulares se refieren a crímenes y las fotos son demasiado explícitas por lo que no estaría de acuerdo en que su hijo se informara a través de este medio de las noticias diarias. De ser así, piensa que sería adecuado eliminar estas imágenes y tratar de noticias más positivas pues últimamente “pura noticia mala” aparece en estos diarios.

Caso 3. La tercera madre de familia es casada, tiene una edad aproximada de entre 31 a 41 años, cursó estilismo en una academia y actualmente en su domicilio acondicionó un pequeño salón de belleza donde se prestan servicios básicos de corte de cabello para dama y caballero, aplicación de tintes, peinados y depilado de ceja. El padre de familia labora en el SAT (Servicio de Administración Tributaria) en el Distrito Federal en el área de ventanilla o atención a clientes. Ambos contribuyen al gasto del hogar obteniendo un ingreso mensual de 6100 a 9000 pesos.

En casa viven cuatro personas, los padres de familia y dos hijos que acuden a la misma escuela, uno en sexto grado y otro en primero. Al regresar los niños de la escuela son atendidos por la madre de familia quien trata de supervisar sus tareas y actividades, aunque en ocasiones sus labores en el negocio se lo impiden.

El padre de familia al llegar por las tardes o noches del trabajo acostumbra a revisar lo que los alumnos realizan en la escuela con el propósito de mantenerse informado sobre el desempeño académico de ambos.

Durante los fines de semana visitan a familiares, principalmente a los abuelos maternos que viven en el Distrito Federal. Cuando es posible disfrutan de actividades que les permitan convivir en familia, ir a algún parque o dirigirse a la ciudad a hacer compras o conocer algún sitio de interés.

No es común que el padre de familia adquiera el periódico debido a que como parte de sus ocupaciones laborales es cotidiano tener que leer constantemente y en gran cantidad diversos documentos por lo que prefiere informarse de las noticias a través de la televisión. La madre de familia también prefiere observar la televisión o adquirir revistas para su entretenimiento y el de su clientela.

Las ocasiones en que el padre de familia ha adquirido el periódico opta por *El Universal* debido a que posee variadas secciones y contenido más diverso. Además de que suele tratar temas más serios y de mayor interés.

La madre de familia desconoce exactamente las secciones que contiene la publicación aunque puede mencionar algunas como política, estados, espectáculos, deportes y clasificados

Entrevista a alumnos

Caso 1. El primero de ellos cuenta con once años de edad, nació en el Distrito Federal, su padre es obrero y su madre es ama de casa. En el presente, la familia vive en la unidad habitacional de Los Héroes, Municipio de Ixtapaluca. Asiste a la escuela primaria y cursa sexto grado.

A lo largo de su trayectoria escolar en nivel primaria, el alumno presenta calificaciones de entre seis, siete e incluso algunas reprobatorias. Estas calificaciones se ven plasmadas en boletas de grados anteriores y aunque no existen notas anexas por parte de los profesores, estos comentan que el alumno ha sido retraído, poco cooperativo y sociable. La actitud que muestra dentro del grupo es de aislamiento, falta constantemente y cuando está en clase evita integrarse a los equipos de trabajo.

El alumno hace constante referencia a la palabra “sangriento”, por ejemplo, cuando en la clase de inglés se le solicita realizar alguna ilustración sobre algún personaje o situación pregunta si puede ser “sangriento”, al pedirle que escriba alguna narración desea incluir elementos de violencia y muerte.

En absoluto el alumno muestra ser agresivo con sus compañeros, al contrario se muestra muy tranquilo aunque evidentemente es poco sociable. Se muestra distraído, por lo que se le dificulta participar en clase.

Al cuestionarle sobre sus pensamientos “sangrientos” comenta que le gusta ver películas de terror y jugar videojuegos de guerra. En clase platica constantemente sobre aquellos videojuegos o imágenes que aluden a la violencia. Durante la aplicación de actividades emitía comentarios como “¿viste al que le cortaron la cabeza?” (refiriéndose

a una imagen del periódico en primera plana donde aparece un hombre privado de la vida, acompañada del titular: “Perdió la cabeza”).

Durante su tiempo libre le gusta dibujar y ver películas, en televisión observa programas del canal Cartoon Network así como un programa llamado “Mil maneras de morir”. Dice no compartir mucho tiempo con su hermano porque es más grande y sus intereses son completamente distintos. Las ocasiones que su padre trae consigo el periódico, le gusta observar las fotos. Recuerda una noticia reciente que habla sobre la “familia michoacana” y los asesinatos que se han cometido por esta organización criminal.

Caso 2. Este alumno tiene 12 años, nació en Tlalnepantla Estado de México. Cursa la escuela primaria en sexto grado. Su padre es policía y su madre trabaja en una farmacia. Poseen una casa dentro de la unidad habitacional de Los Héroes. No tiene hermanos con quienes jugar o compartir experiencias por lo que al salir de clases se dirige inmediatamente a su casa pues su mamá diariamente lo llama por teléfono para verificar haya llegado con bien.

Una vez que llega a casa come lo que su mamá deja en el refrigerador, dice hacer la tarea, chatear en la computadora, revisar su perfil de Facebook, jugar PlayStation 2 y al anochecer observar programas televisivos como “Phineas and Ferb” y “El manual de Ned”.

En ciclos anteriores las calificaciones plasmadas en las boletas muestran un desempeño regular, seises, sietes y algunas bimestres reprobados. Los maestros expresan

que es un niño que ha mostrado algunos problemas de rendimiento que se acentúan con la poca participación mostrada por los padres de familia.

De acuerdo a la información otorgada por la madre de familia es difícil que pueda faltar al trabajo para asistir a las reuniones. En las fechas de entrega de calificaciones debe solicitar permiso con anterioridad para llegar tarde y reponer ese tiempo con horas extras.

Esto podría explicar la razón por la que él alumno no muestra interés alguno por mejorar sus calificaciones o realizar sus tareas pues solo en pocas ocasiones las entrega de acuerdo a las indicaciones dadas y en otras tantas no las entrega porque dice no haberle entendido o porque se le olvida la libreta.

Es sumamente sociable y extrovertido, aunque es motivo constante de burla por parte de sus compañeros debido a que es de baja estatura, ha aprendido a reírse la situación y también bromear sobre este y otros temas. Lleva buena relación con los demás alumnos del grupo aunque su persistente plática es motivo de constantes llamadas de atención por parte de los docentes.

A veces, durante la tarde se entretiene hojeando el periódico aunque no recuerda con exactitud sobre alguna noticia que haya leído. Dice no poseer una opinión con respecto a las imágenes o fotografías que se muestran en estas publicaciones aunque le agradaría que en estos se tratara sobre temas que les gusten a niños.

Caso 3. El tercer alumno entrevistado cursa sexto grado de primaria. Tiene 11 años y nació en el Distrito Federal. Vive con su familia en la unidad habitacional de “Los Héroes” en Ixtapaluca. Según comenta, su madre tiene un salón de belleza y su

padre trabaja en una oficina. Solo tiene un hermano pequeño que asiste a la misma escuela en primer grado.

El desempeño que ha mostrado en la escuela según sus registros de calificaciones es bueno, obteniendo calificaciones de ochos a dieces. Los maestros se expresan positivamente del alumno pues muestra un buen rendimiento aunque añaden que en todos los ciclos ha mostrado algunos problemas de conducta que se han acentuado durante el presente ciclo probablemente por los cambios físicos y mentales propios de la adolescencia.

Sus padres se encuentran en constante contacto con los docentes, se muestran al pendiente de trabajos, tareas y recados que pueda llevar a casa. Cumplen con actividades asignadas y asisten a juntas y reuniones programadas. Actualmente el alumno es integrante de la escolta escolar.

De acuerdo a lo expresado por el alumno, al llegar a casa después de la escuela, come en compañía de su madre y su hermano. Posteriormente realizan la tarea, una vez terminada pueden ver televisión. Algunos días a la semana es llevado a realizar actividades deportivas, anteriormente practicaba fútbol y ahora basquetbol. La madre de familia comenta que el hecho de que el alumno sea tan inquieto le ha obligado a buscar actividades que cansen físicamente al alumno y así evitar que en casa realice travesuras.

El alumno cuenta con computadora en casa e internet, por lo que con previo permiso revisa su cuenta de mail, el perfil de Facebook y observa videos musicales y de entretenimiento en YouTube. También hace uso de este medio, en caso de realizar investigaciones escolares.

En la televisión le gusta observar programas como “Hora de la aventura”, películas de acción, “Mil maneras de morir” y partidos de futbol. No lee el periódico pero comenta que un diario podría parecerle interesante si contuviese temas que a los niños les llamen la atención, como videojuegos.

Análisis de resultados

Escolaridad e ingresos económicos de los participantes

Ya en el apartado sobre el marco contextual en el capítulo 3 se describieron las características demográficas del municipio donde se realizó el estudio así como de las características económicas y culturales de los participantes. En este capítulo se hace mención de la estructura arquitectónica de los hogares y las problemáticas sociales que circundan en la zona.

En la aplicación de las entrevistas, los participantes señalaron el nivel de ingresos económicos que poseen así como algunos de los aparatos o servicios con los que cuenta su hogar. Se expuso también el nivel de escolaridad que poseen los participantes y los trabajos que desempeñan.

De acuerdo con el análisis contextual y de las entrevistas se especifica que el nivel económico de la comunidad pertenece a un estrato bajo. El estudio referente a los medios de comunicación debe contemplar el contexto en que los individuos se desenvuelven para vislumbrar en cierta medida el nivel de influencia que los medios de comunicación pueden poseer.

Durante el desarrollo del marco teórico se hizo referencia a que la cantidad y calidad de información mediática a la que un individuo accede variará de acuerdo al

grupo social al que se pertenezca así como a los recursos económicos y educativos con los que disponga.

Los niños motivo de este estudio pertenecen a un estatus social bajo, y tal como se expuso, este sector de la sociedad tiende una mayor probabilidad de imitar aquellas actitudes encontradas en los medios que aquellos que poseen mayores posibilidades culturales, debido a que en muchas ocasiones estos contenidos se conviertan en la única herramienta de entretenimiento al que logren tener acceso. Morduchowicz (2005) explica que en los sectores económicos medio y alto, los individuos poseen mayores posibilidades de recurrir a actividades culturales, recreativas y deportivas para ocupar el tiempo libre; sin embargo, en los sectores populares, los medios de comunicación son mayormente consumidos precisamente porque adquieren un carácter compensatorio debido a que en muchas ocasiones es el único puente de acceso para la adquisición de nuevos saberes, prácticas y aprendizajes.

Factores como la inseguridad y falta de recursos provoca que para los individuos de clases populares, los medios representen el único puente de acceso a conocimientos y aprendizajes sobre el mundo. La descripción que se otorga respecto a la estructura arquitectónica de las casas de la comunidad se ve justificada al explicar que un hogar que es diseñado con espacios tan pequeños priva al niño de poseer un área de juego dentro de la misma desmotivando su creatividad y libertad lúdica. A cambio, los padres utilizan a los medios como una fuente de entretenimiento efectiva para los niños.

Características del periódico mayormente consumido por la población estudiada

En el desarrollo del marco teórico se expuso que los medios que mayor influencia poseen sobre los individuos de la clase social baja son aquellos que introducen contenidos sensacionalistas y amarillistas en sus espacios. Aunque un medio como el periódico posea un enfoque realista por su misma naturaleza informativa, para ganar adeptos debe también cumplir con la función de entretener.

Cada medio otorga una carga emocional a lo que emite, se busca en estos exaltar los sentidos que se encuentran cada vez más aletargados. Dentro del salón de clases se registró el nombre del periódico que cada alumno llevaba a las diversas sesiones. Sin lugar a dudas, aquel que era mayormente adquirido fue el periódico *El Gráfico*; en este se mostraba un constante escenario de muerte y crímenes. Tal y como se explicó en el capítulo dos, en los medios se dedica un espacio considerable a noticias atrayentes de crímenes, accidentes y de espectáculos. Todos los medios compiten por captar la atención de la audiencia acudiendo al amarillismo, sensacionalismo y escándalo. En la prensa escrita, “las noticias se escogen por su capacidad de impacto y de los acontecimientos solo se escogen sus dimensiones más impactantes y complejas; es decir, se trivializan y descontextualizan” (Férres, 2006a, p. 4).

El Gráfico es un medio de comunicación estratégicamente creado para el entretenimiento de la clase popular. En sus páginas se tratan principalmente noticias violentas y crudas. Es natural que los medios busquen informar de lo que ocurre en la realidad. Es claro también que la violencia en el país ha crecido de manera alarmante; no obstante, las imágenes que acompañan las notas son sumamente gráficas.

Los titulares presentados son idealmente diseñados para atraer la atención de las personas. Ya sea por asombro, desconcierto o curiosidad, las imágenes poseen la fórmula adecuada para despertar el interés de las personas. El periódico se encuentra inclinado al mercado masculino, a mitad de sus páginas y a página entera, diariamente se aprecia la imagen de alguna mujer con escasa ropa acompañada de alguna frase sugestiva.

Rendimiento académico de los alumnos

Como ya se expresó en el capítulo 2, el desarrollo del pensamiento crítico en los alumnos es la base de la educación actual. Su formación debe preparar a los niños para el razonamiento constante y la solución práctica de problemas cotidianos. A través de la formación del pensamiento crítico dentro de la escuela se busca que los alumnos desarrollen su curiosidad para indagar constantemente sobre la realidad que en el mundo acontece.

El grupo de sexto grado motivo del estudio, ha permanecido en igual estructura; es decir, permanecen casi en su totalidad los mismos alumnos desde el primer grado y en algunos casos desde el kínder. Los cuadros de calificaciones bimestrales de grados anteriores señalan que el rendimiento del grupo posee un promedio constante de siete a siete punto ocho en las diferentes asignaturas curriculares. En materias como Educación Física o Educación Artística el promedio suele elevarse hasta nueve.

En los resultados publicados recientemente de la prueba ENLACE (Evaluación Nacional del Logro Académico en Centros Escolares) que los alumnos realizaron durante quinto grado, se observan resultados deficientes en todas las áreas curriculares.

Esto, de acuerdo a los parámetros establecidos para todos los alumnos del mismo grado a nivel nacional.

Basándose en los criterios que con los que se califica a los alumnos, en donde se ubica a los alumnos en rangos de “Insuficiente”, “Elemental”, “Bueno” y “Excelente”, en la materia de español, 7 alumnos obtuvieron resultados de Insuficiente, 21 de Elemental, 3 de Bueno y 0 de excelente. En matemáticas 12 alumnos se ubicaron en un resultados de Insuficiente, 18 en elemental y 2 en bueno. Ciencias naturales obtuvo un resultado de 5 alumnos insuficientes, 18 en elemental y 9 en bueno.

En la materia de Geografía 7 se les califica como insuficientes, 21 como elementales y 3 como bueno. Historia posee 4 alumnos insuficientes 24 son elementales 4 son buenos. Por último en la materia de Educación Cívica y Ética 5 alumnos obtuvieron una calificación de insuficiente, 21 son elementales y 6 poseen una calificación de bueno.

Como es de notar, el promedio de calificación para el grupo se ubica en el rango de elemental, lo que sugiere que los alumnos apenas si poseen los conocimientos básicos con los que deben de contar para un buen desempeño académico.

La prueba ENLACE, es un examen que se aplica a todos los niños que se encuentran entre tercero y sexto de primaria y durante los tres años de secundaria del sistema educativo privado y público del país. A través de esta prueba, se pretenden medir los conocimientos y habilidades que poseen los niños respecto al grado de cursan y respecto a los temas que el Plan y Programa de Estudio marcan como necesarios.

No obstante, la prueba es una batería de medición estandarizada para toda la población infantil en México, por lo tanto, los resultados no pueden ser completamente

confiables debido a que las condiciones que se presentan en cada escuela, refiriéndose a recursos disponibles así como carencias y limitaciones, puede variar enormemente. De igual modo los rasgos económicos, educativos y culturales que caracterizan a cada comunidad donde se encuentre ubicada la institución educativa, influyen sin duda en los resultados.

Se plantea entonces que, de acuerdo a estos resultados, los alumnos de sexto grado poseen considerables deficiencias respecto a lo que el Plan y Programa de Estudio de sexto grado especifica que deben haber adquirido los alumnos hasta este punto de su educación elemental en cuanto a conocimientos, habilidades y destrezas.

Si se realiza un análisis de lo expuesto respecto al pensamiento crítico con lo señalado al inicio de este capítulo sobre la RIEB y el Plan y Programa de Estudio se puede plantear la urgencia de integrar estrategias que acerquen al alumno a la adquisición de conocimientos prácticos. Que el alumno pueda reconocer situaciones donde ponga en práctica su análisis y criterio para resolver problemáticas de la vida cotidiana. Los medios de comunicación no deberían resultar una problemática en cuanto a los contenidos que suelen exponer si el alumno pusiera en práctica criterios de análisis sobre lo que busca de los medios, ya sea informarse o entretenerse, las fuentes que resultan confiables de las que no así como la diferenciación de aquella información seria y honesta de la que no lo es.

Análisis respecto a preguntas de investigación y objetivos

En este apartado se dará respuesta a las preguntas de investigación y a los objetivos presentados en el capítulo 1 sobre el planteamiento del problema.

¿Son los medios masivos de comunicación una fuente confiable de información que conduzcan a su integración por medio del diseño y aplicación de secuencias didácticas a alumnos de sexto grado de una escuela primaria estatal a un aprendizaje efectivo?

¿Es posible dejar de percibir a los medios de comunicación como un elemento que interfiere en la educación para convertirlo en una herramienta de aprendizaje?

¿Los medios pueden representar más que un recurso para el diseño de actividades para convertirse en un recurso didáctico aplicable a contenidos diversos en materias curriculares correspondientes a sexto grado de nivel primaria?

Objetivo general.

Que los alumnos de sexto grado en nivel básico interpreten la información contenida en medios de comunicación escritos desde un punto de vista analítico y crítico con fines de aplicación a diversos aspectos de su vida.

Objetivos específicos.

Introducir a los alumnos en el estudio de contenidos que colaboren a la comprensión de los medios de comunicación impresos, los elementos que los componen así como el uso que se hace de estos.

Seleccionar consciente y adecuadamente a los medios de acuerdo a la información que desee consultar.

Introducir a los alumnos en el análisis crítico de artículos periodísticos y de algunos mensajes publicitarios contenidos en medios impresos.

Retomar modelos de comunicación para la elaboración de los mismos dentro del centro escolar en base a aspectos de su vida cotidiana formando un puente de

comunicación entre alumnos y padres de familia de la comunidad como involucrados y partícipes en la solución.

Formular secuencias de trabajo donde se integre al periódico como elemento didáctico en diferentes asignaturas de sexto grado de primaria.

Trabajar con medios de comunicación masivos dentro de una clase no es sencillo, en especial con los medios escritos, debido principalmente a la inexperiencia de los alumnos sobre su función y manejo así como por el desinterés mostrado por estos. Sin duda, la televisión es el medio que los individuos prefieren por excelencia y con el que tienen mayor contacto a lo largo del día. Esto representa un gran reto debido a que en primera instancia se debía presentar la ocasión oportuna para plantear la necesidad de utilizar el periódico como medio de información y motivo de análisis.

Dentro del Programa Nacional de Lectura instituido en nivel primaria, se busca mejorar el nivel de lectura y comprensión de los alumnos por medio de diversas actividades efectuadas por docentes y padres de familia. Una de estas actividades requiere que el profesor, dentro del aula y al iniciar la jornada laboral, lea a los alumnos diez minutos diarios y plantee preguntas de comprensión.

Con este motivo, la docente comenzó a llevar diversos diarios al aula, elegía alguno al azar y les leía los titulares a los alumnos para que estos eligieran la noticia que deseaban se les leyera. De esta manera, los alumnos comenzaron a interesarse por el uso y estructura del periódico así como del contenido.

Presentando los planteamientos de reflexión no solo se les cuestionaba sobre el contenido de la noticia (qué pasó, cuándo pasó y quienes participaron), también se

reflexionó sobre la manera en que temas como la violencia y el alza de precios en diversos productos podían afectar directamente a la comunidad y a ellos mismos.

Los individuos otorgan a los medios de comunicación, diversos usos de acuerdo a sus intereses y preferencias, mismos que van cambiando a lo largo de su vida. De acuerdo a los datos obtenidos en las entrevistas, el periódico resulta ser para los padres de familia un medio de entretenimiento que proporciona información de mediana calidad, mientras que para los alumnos no representa ser un medio informativo sino de simple entretenimiento.

En el capítulo referente al marco teórico se explica que en la prensa escrita, “las noticias se escogen por su capacidad de impacto y de los acontecimientos solo se escogen sus dimensiones más impactantes y complejas; es decir, se trivializan y descontextualizan” (Férres, 2006a, p. 4). Cada medio, incluyendo el periódico, selecciona las noticias que conocen impactará de manera más profunda a las emociones del espectador más que a la razón. La realidad es manipulada de acuerdo a los intereses comerciales de cada empresa “La rentabilidad social se encuentra por encima del bienestar social o cualquier otro valor educativo” (García, 2006, p. 127).

Con este sustento es posible sugerir que el periódico no puede ser percibido en su totalidad como un transmisor confiable de información. Los hechos que acontecen diariamente en el entorno de los alumnos así como su cotidiano contacto con los medios de comunicación hace urgente la necesidad de brindarles herramientas que los conduzcan al análisis crítico de estos medios para que se conozca la realidad de una manera objetiva y oportuna.

Las preguntas de investigación plantearon la posibilidad de otorgar al periódico un uso más allá del entretenimiento para que en la escuela sea utilizado como herramienta de aprendizaje y recurso didáctico. La estrategia fue la elaboración y aplicación de secuencias didácticas que integraran el conocimiento y uso del periódico en diversas materias curriculares de sexto grado de educación básica.

Las secuencias fueron diseñadas retomando los propósitos especificados en el Plan y Programa de estudios de nivel primaria como parte del desarrollo del perfil de egreso deseable para alumnos de sexto grado. De esta manera se cumplía con un doble objetivo, integrar a los medios de comunicación a los contenidos de la materia de español y continuar con los lineamientos especificados en el currículo para la educación primaria.

Cada una de las actividades comenzó con el planteamiento de una serie de preguntas generadoras, las cuales dieron pauta a la introducción de la temática de la sesión. Las preguntas introdujeron paulatinamente elementos que ya habían sido revisados en actividades anteriores con el fin de retomar conocimientos previos para aplicarlos en esta nueva sesión. Asimismo se propuso una serie de ejercicios y cuestionamientos de cierre como parte de la evaluación. Con esto se corroboró el nivel de comprensión de los alumnos respecto a lo trabajado en la actividad y de acuerdo a los propósitos programados para cada una.

En la actividad uno los alumnos comenzaron con el uso e identificación de algunas partes del periódico. Durante la segunda actividad se solicitó llevar un registro del número de veces que en casa, sus papás adquieren el periódico, para que con información que provenga de este se llene la tabla del formato establecido.

En el caso del primer alumno estudiado refirió que en casa se adquirió tres veces durante esa semana el periódico *El Gráfico*, los titulares de las noticias que registró hacen alusión a temas violentos como asesinatos o accidentes.

El segundo alumno registró que durante esa semana su padre adquirió cuatro veces el periódico *El Metro* lo que más llamó su atención fueron noticias de deportes porque deseaba conocer sobre los últimos acontecimientos de su equipo favorito de fútbol.

Una ocasión, durante esa semana el padre de familia del tercer alumno adquirió el periódico *El Universal*, de esta publicación el alumno refiere que dos noticias fueron de su interés, una sobre deportes y otra sobre ciencia.

En el ejercicio 3, los alumnos integrados en un equipo seleccionaron una noticia de un periódico sensacionalista y otra noticia de un periódico con mayor seriedad. Del primero eligieron una nota sobre un feminicida y del segundo, una noticia sobre la designación de un candidato político a la presidencia de la República dentro de un partido político.

Después de llenar los datos de identificación de cada periódico, reconocieron las ideas principales y secundarias de cada noticia para escribirlo en el espacio correspondiente. De igual forma realizaron un análisis de la imagen que acompañaba a cada noticia. Los alumnos concluyeron que el primer periódico se encuentra dirigido a consumidores con un menor nivel educativo que buscan principalmente entretenerse y el segundo periódico debido a que trata de temas más especializados y que en algunas ocasiones utiliza palabras de difícil comprensión se destina a personas con mayor nivel educativo que busquen informarse sobre lo que ocurre en el mundo.

En la actividad 4 se seleccionó de manera intencional una noticia sobre un accidente en el que se vio involucrado el metrobús de la línea 1 y un auto particular en el carril confinado para uso exclusivo del metrobús. Esta nota era abordada desde diversas perspectivas por dos periódicos. Una vez registrados los datos de identificación de cada periódico y analizadas ambas noticias, los alumnos distinguieron que en un periódico eran omitidos un par de datos o probablemente en el otro se estaba exagerando la información al aumentar el número de lesionados y las causas del accidente.

Se identifica que en un periódico lo que se pretende es analizar la falta de cultura vial por parte de algunos automovilistas lo que puede culminar en accidente al no respetarse las señalizaciones y en el otro periódico se busca solo narrar el suceso y las consecuencias respecto a lesionados y daños materiales.

En la sesión 5 una vez realizadas las actividades especificadas, los alumnos concluyeron que una imagen posee distintas interpretaciones de acuerdo a la persona que lo observe. Consideran que una misma imagen podría ser utilizada para acompañar diferentes notas periodísticas por lo que no es apropiado dejarse guiar por la impresión de las fotografías colocadas en los titulares de algunos periódicos pues podrían corresponder a imágenes de otros sucesos ya pasados o sucesos que no poseen relación alguna con la nota que se intenta vender.

Con la actividad 6 los alumnos se identificaron como lectores del periódico al consultar diariamente dos noticias del mismo. En clase se comentaba sobre lo más relevante que habían encontrado en cada noticia y en algunas ocasiones un compañero complementaba la aportación con datos que había consultado en su periódico. Se puso

en evidencia que en durante la clase se estaban tratando asuntos de actualidad y que se relacionaban con la realidad que diariamente experimentan los ciudadanos.

Una vez desarrollada la actividad 7 y completada la información solicitada en el apéndice correspondiente, los alumnos distinguieron por medio de ejemplos, que de acuerdo al público al que se dirige la publicación son los productos o servicios que se ofrecen en el mismo.

Se expone que las empresas otorgan recursos económicos a las publicaciones para que estos muestren en sus páginas los productos o servicios que cada empresa ofrece. De esta manera los alumnos deducen que el hecho de que un periódico obtenga mayores recursos puede posibilitar que la calidad de las notas sea mayor al tener la oportunidad de pagar un mejor sueldo a reporteros y fotógrafos.

Con el desarrollo de la actividad 8 se pretende que los alumnos identifiquen claramente los elementos de los que se compone una noticia para que en la actividad siguiente se comience con la elaboración de una noticia por parte de los alumnos.

Los alumnos llevan a cabo lo requerido en cada una de las tres sesiones de la actividad. Se buscó que los alumnos integren en la elaboración de su noticia lo analizado en las actividades anteriores.

Para el desarrollo de esta última actividad se solicitó el apoyo de los padres de familia debido a que los alumnos tuvieron que realizar tareas en equipo o entrevistas fuera del hogar. A lo largo de las sesiones los alumnos fueron estructurando su noticia, redactando en base a lo investigado en entrevistas o en artículos que hablaran sobre el mismo tema. Asimismo recabaron fotografías del suceso o en algunos casos dibujos. Por ejemplo, una buena oportunidad para la realización de esta actividad se presentó con la

visita del presidente municipal a la institución. Al conocer que se realizaría la asistencia de este personaje, los alumnos del equipo que trabajaron en esta noticia comenzaron a elaborar un guión de entrevista sobre aquello que deseaban conocer de este personaje y las acciones que había realizado para beneficio del municipio.

Fue necesario para esto, realizar una investigación preliminar sobre la carrera política del presidente municipal y las principales aportaciones realizadas a favor de la educación. Así, una vez que llegó el día de la visita, un alumno se dio a la tarea de tomar fotografías mientras otro grababa lo dicho en su discurso para después transcribir lo más importante y dos más con previa solicitud y autorización de su gabinete pudieron plantearle un par de preguntas que fueron respondidas de manera muy breve pero con precisión.

De esta manera, se cumplió con el cometido de los objetivos del trabajo de investigación al introducir a los alumnos de manera paulatina en el uso y estudio del periódico por medio de la estructuración de secuencias didácticas que integraran al periódico como elemento central de diversas actividades en la materia de español. De igual forma los alumnos lograron identificar de manera crítica la información relevante de las notas periodísticas para conocer de manera más objetiva sobre los sucesos que acontecen en su entorno.

En este capítulo se ha presentado los datos más relevantes obtenidos durante el proceso de investigación. Estos datos fueron interpretados con el propósito de otorgar una respuesta a lo presentado inicialmente como planteamiento del problema y definición de objetivos. El capítulo final presenta las conclusiones alcanzadas con este estudio.

Capítulo 5

Conclusiones

En este último capítulo se presentan de manera breve los principales hallazgos y resultados que se derivaron de todo el proceso de investigación. Se mencionan también una serie de recomendaciones a considerar para la aplicación del estudio. De la misma manera se puntualizan sugerencias para futuras investigaciones referentes a esta misma temática analizando aspectos que podrían ser abordados posteriormente.

La relación de individuos que a edades cada vez más jóvenes, mantienen con las tecnologías de la información y comunicación, convierten en un propósito esencial que en el currículum escolar se incluya el estudio de los medios de comunicación.

El papel que la escuela y el maestro desarrollan, debe ser replanteado en el sentido de que no son ahora las únicas fuentes de conocimiento para los niños. Es necesario se reflexione sobre los contenidos que se abordan dentro de las aulas y que en algunas ocasiones se encuentra completamente alejado de la realidad que el niño experimenta. La tarea fundamental consiste entonces, en integrar la realidad a las aulas y una manera de lograrlo es a través del estudio de los medios de comunicación que hoy en día se han convertido en fuentes de información y conocimiento por excelencia.

Los conocimientos que los niños adquieren de los medios pueden relacionarse con aquellos saberes que se adquieren en la escuela, no obstante es necesario que se instruya a los alumnos a identificar el mensaje que se pretende transmitir así como el contenido que abordan y su significado con el propósito de formar un individuo consciente, crítico y reflexivo.

Es nuevamente necesario plantear las preguntas de investigación y los objetivos que se propusieron en el capítulo 1 respecto al planteamiento del problema para realizar un análisis concluyente sobre la medida en que estos fueron alcanzados o no.

¿Son los medios masivos de comunicación una fuente confiable de información que conduzcan a su integración por medio del diseño y aplicación de secuencias didácticas a alumnos de sexto grado de una escuela primaria estatal a un aprendizaje efectivo?

¿Es posible dejar de percibir a los medios de comunicación como un elemento que interfiere en la educación para convertirlo en una herramienta de aprendizaje?

¿Los medios pueden representar más que un recurso para el diseño de actividades para convertirse en un recurso didáctico aplicable a contenidos diversos en materias curriculares correspondientes a sexto grado de nivel primaria?

Objetivo general.

Que los alumnos de sexto grado en nivel básico interpreten la información contenida en medios de comunicación escritos desde un punto de vista analítico y crítico con fines de aplicación a diversos aspectos de su vida.

Objetivos específicos.

Introducir a los alumnos en el estudio de contenidos que colaboren a la comprensión de los medios de comunicación impresos, los elementos que los componen así como el uso que se hace de estos.

Seleccionar consciente y adecuadamente a los medios de acuerdo a la información que desee consultar.

Introducir a los alumnos en el análisis crítico de artículos periodísticos y de algunos mensajes publicitarios contenidos en medios impresos.

Retomar modelos de comunicación para la elaboración de los mismos dentro del centro escolar en base a aspectos de su vida cotidiana formando un puente de comunicación entre alumnos y padres de familia de la comunidad como involucrados y partícipes en la solución.

Formular secuencias de trabajo donde se integre al periódico como elemento didáctico en diferentes asignaturas de sexto grado de primaria.

En la escuela se llevan a cabo procesos de socialización y de conocimiento que se creía no podían ser sustituidos por ningún otro ámbito. Por la saturación de información que circula dentro de los medios de comunicación y sobre todo por la manera tan atractiva en que es presentada, pueden significar para los individuos un conducto de aprendizaje más sugestivo que el que ofrece la escuela.

Es imposible evitar que los niños tengan contacto con los medios, lo que sí se puede hacer, es educarlos para que el efecto persuasivo que poseen, impacte en menor medida en la elección de contenidos o programas así como en la credibilidad que se les otorga.

Principales hallazgos

Durante mucho tiempo la escuela fue el único espacio donde se transmitía el conocimiento, el cual era otorgado exclusivamente a individuos con mayores privilegios. En la actualidad existen un sinnúmero de tecnologías que permiten a los individuos

adquirir gran cantidad de información desde diversas fuentes. No obstante, las fuentes y calidad de mucha de esta información no siempre resultan confiables.

Esta es una de las razones por las que en este trabajo se propone a la escuela como el espacio ideal donde en los alumnos se desarrolle un pensamiento crítico que le permita analizar de manera analítica la gran cantidad de información que traen consigo los medios de comunicación.

En todas las familias existen notorias diferencias respecto a la manera de educar y transmitir valores y conductas a sus miembros. Dentro de los aprendizajes que se adquieren, se encuentran implícitos aquellos gustos y pasatiempos que se comparten dentro del hogar. Entonces, la familia, el entorno, las posibilidades culturales y económicas influyen considerablemente en la toma de decisión al momento de elegir algún medio masivo de comunicación como método de entretenimiento.

Como espectador, los gustos y preferencias de los niños se encuentran aún en proceso de formación, por lo que carecen aún de los elementos necesarios sobre los cuales basar sus decisiones. A lo largo de este trabajo se expuso sobre la injerencia que poseen los medios masivos de comunicación en todos los aspectos de la vida cotidiana, esto supone entonces, un persistente contacto del niño con programas, publicidad y notas que evidentemente influyen en él.

Es difícil tomar una postura respecto a los medios de comunicación y los efectos que estos poseen sobre la población, principalmente en los niños. En el desarrollo del trabajo se expuso el argumento de varios autores que intentan explicar la manera en que los contenidos mediáticos afectan el comportamiento, conducta e incluso la formación del niño. No obstante, es imposible negar que el ámbito social, educativo y familiar en

que los niños se ven insertos, poseen suma relevancia al momento de determinar el grado de influencia que un medio de comunicación pueda tener. Es decir, las problemáticas en estas esferas de la vida hacen a los individuos más susceptibles a los contenidos precisamente por no contar con una educación que les brinde las herramientas para analizarlos de manera crítica y objetiva.

Dadas las exigencias sociales, educativas y laborales que la actualidad demanda a los individuos, resulta óptimo que los docentes establezcan actividades que contribuyan a los niños a formarse un criterio propio sobre diversos acontecimientos, pues ellos serán los individuos que en un futuro integran una sociedad necesariamente informada y consciente, capaz de actuar más que como espectadores, como seres capaces de brindar efectivas soluciones.

En la educación impartida en México, no se ha reconocido la importancia de trabajar con los medios de comunicación dentro del aula. En el caso de la prensa su uso se ha limitado a plantearlo como un recurso didáctico donde se utilizan las imágenes para diseñar una ilustración. En el caso de los primeros grados, por ejemplo, se buscan y recortan palabras que contengan aquellas letras motivo de estudio, en otros casos se identifican algunas partes del periódico y también se comenta alguna noticia de manera aislada.

No obstante, por medio de la aplicación de este estudio se procuró otorgar al periódico una función comunicativa que brinde a los alumnos la posibilidad de conocer la realidad y la manera en que los acontecimientos afectan su entorno. Es por eso que se planteó la función del periódico como herramienta de trabajo y estudio de fenómenos naturales y sociales de la actualidad.

Por otro lado, se intentó construir en los alumnos una visión crítica de la información que en este medio se ofrece debido a que, como se expuso a lo largo del presente trabajo, la información vertida en estos en muchas ocasiones tiende a ser exagerada o manipulada debido a diversos intereses comerciales.

Entre los logros que se consiguieron con el desarrollo de este estudio y la aplicación de las secuencias didácticas fue despertar un genuino interés en los alumnos para la búsqueda de información en los periódicos como fuente información. Por medio de la evaluación especificada en cada secuencia se logró valorar que los alumnos reconocieron los distintos periódicos, las secciones de las se compone así como el mercado meta al que se destina de acuerdo a las características que posee. De igual manera se logró fomentar la lectura y el análisis así como la emisión de comentarios de las notas y publicidad entre los mismos compañeros.

Cabe mencionar que resulta conveniente abordar y estudiar los medios de comunicación debido a que son instrumentos con los que los alumnos tienen constante contacto, por lo que utilizarlos como herramienta de trabajo y análisis sobre acontecimientos actuales que de alguna manera u otra los afectan representa una notable experiencia de aprendizaje. Esto sin considerar que el alumno puede encontrar otra fuente eficaz de conocimiento fuera de los libros de texto.

En el desarrollo y aplicación de las secuencias didácticas se procuró que las actividades tuvieran significancia y aplicación en la vida de los alumnos, por ejemplo, todas estas comenzaron con el planteamiento de preguntas generadoras que invitaron a los alumnos a compartir sobre lo que conocían del tema y despertar interés por averiguar aquello que desconocían.

Las actividades fueron desarrolladas en parejas o equipos buscando siempre la socialización entre pares, donde los alumnos tuvieron la oportunidad de comentar sus dudas y compartir sus hallazgos con los demás integrantes.

Tal y como se muestra en los resultados de la entrevista, el conocimiento que los alumnos mostraron sobre la prensa era muy escaso. De igual manera, los padres de familia parecen no tomar la suficiente importancia a las publicaciones a las que sus hijos acceden.

En la elección de artículos, se procuró que la información contenida tuviera alguna relación con el entorno al que pertenecen con la finalidad de comprobar la utilidad de la actividad.

Con este estudio se proyectó la creación de una publicación escolar en la que todos los alumnos pudieran participar, tomando a la comunidad como punto de referencia y creación de sus noticias. De esta manera los alumnos pudieron analizar la veracidad de las noticias, la utilidad como medio de comunicación y la comprensión en el proceso de diseño y publicación del periódico escolar.

Es importante resaltar que dentro de las actividades siempre se procuró cumplir con una serie de requisitos que otorgaran un sentido significativo a las tareas realizadas por el alumno:

Exponer claramente los objetivos deseados y lo que se espera de los alumnos.

Disponer de espacios donde el alumno tenga la posibilidad de reflexionar, cuestionar, discutir y compartir ideas y opiniones.

Aplicar actividades donde se favorezca el trabajo en equipo.

Otorgar la confianza para que el alumno emita respuestas con mayor nivel de argumentación.

Aplicar los aprendizajes a otras situaciones.

Los ejercicios evaluativos representan una eficiente herramienta que permite considerar los aspectos relevantes que son necesarios seguir fomentando y aquellos que será necesario reformular para nuevas sesiones. Cada una de las actividades contó con un momento de evaluación, no en el sentido de otorgar una calificación numérica a lo realizado, sino el sentido de verificar el nivel de logro en relación con el propósito estimado.

Dentro de las actividades se retomaron conceptos trabajados en ciclos anteriores, por ejemplo, el uso del discurso directo e indirecto para realizar el reporte de la entrevista y así como la aplicación adecuada de reglas ortográficas.

Resultó satisfactorio encontrar logros que no se consideraron al inicio del estudio. Uno de estos fue que algunos alumnos demostraron haber enriquecido en cierta medida su lenguaje al incorporar a su léxico conceptos utilizados dentro de las publicaciones. Debido a que los alumnos tuvieron que realizar diversas tareas de análisis donde era necesario leer cuidadosamente y comprender las notas periodísticas se vieron en la necesidad de apoyarse en muchas ocasiones en el uso del diccionario. Al plasmar los resultados de sus análisis introducían de una manera apropiada, las palabras antes desconocidas.

Relacionando los objetivos propuestos al inicio del estudio con los resultados obtenidos es posible señalar que con el planteamiento y desarrollo de las secuencias

didácticas y actividades de inducción antes descritas, fueron completados los siguientes resultados:

Los alumnos reconocieron los elementos de los que se integra un periódico.

Por medio de un análisis planificado, los alumnos identificaron y seleccionaron aquella información relevante dentro de una nota periodística.

Comprendieron que el uso de imágenes acentúa el mensaje emitido en la nota periodística.

A través de actividades secuenciadas identificaron las diferencias de contenido en una nota inserta en un periódico sensacionalista y otro de mayor prestigio y seriedad.

Explicaron el uso de la publicidad en los medios impresos.

Participaron en la elaboración de publicaciones escolares que aborden temas de ámbito institucional y comunitario.

En las preguntas de investigación se planteó la posibilidad de otorgar al periódico un uso más allá del entretenimiento para que en la escuela por medio de diversas estrategias fuese utilizado como herramienta de aprendizaje y recurso didáctico. Con la elaboración y aplicación de secuencias didácticas que integraran el conocimiento y uso del periódico en diversas materias curriculares de sexto grado de educación básica se otorgó al periódico la función que se pretendía.

Las secuencias didácticas que se elaboraron para trabajar dentro del aula retomaron algunos propósitos marcados en el Plan y Programa de estudios de nivel primaria de sexto grado. De esta manera se logró el objetivo de integrar a los medios de comunicación a los contenidos de la materia de español y continuar con los lineamientos especificados en el currículo para la educación primaria.

Así, los objetivos del trabajo de investigación planteados en el capítulo 1 se cumplieron debido a que lograron introducir a los alumnos de manera paulatina en el uso y estudio del periódico por medio de la estructuración de secuencias didácticas que integraran al periódico como elemento central de diversas actividades en la materia de español. De igual forma los alumnos lograron identificar de manera crítica la información relevante de las notas periodísticas para conocer de manera más objetiva sobre los sucesos que acontecen en su entorno.

Por último, es necesario agregar que aunque en el presente trabajo solo fue posible integrar al periódico en secuencias ligadas con la materia de español, definitivamente es posible integrar los contenidos a otras materias, por ejemplo, el estudio de acontecimientos sociales actuales apoyarían a la materia de Historia, la ubicación geográfica de lugares donde ocurren diversos sucesos para la materia de Geografía y estudiar problemáticas sociales actuales y solución de conflictos en la materia de Formación cívica y ética representa una oportunidad de trabajar con el periódico dentro del aula como medio de información actual y oportuno.

Recomendaciones

Con este trabajo se busca brindar ideas para trabajar con medios, en específico con el periódico dentro del aula en cualquier grado escolar. No obstante, es necesario reconocer tres aspectos fundamentales para el efectivo desarrollo de proyectos o estudios dentro de cualquier entorno escolar. Se hace referencia al establecimiento de tiempo para el desarrollo de las secuencias didácticas dentro del horario escolar, la disposición de los

padres de familia para el apoyo de las actividades y los recursos con los que cuente la comunidad e institución educativa.

El tiempo con el que se contó para el desarrollo de las secuencias didácticas fue sumamente limitado. Esto representó una seria desventaja debido a que en algunas situaciones fue necesario dejar la actividad inconclusa para que posteriormente fuera retomada en sesiones siguientes. Es necesario entonces, verificar el tiempo con el que efectivamente se dispone y considerar que aun cuando se realice una cuidadosa planeación, en cualquier momento pueden surgir otras actividades que demanden mayor urgencia y atención que pudiesen entorpecer el desarrollo del trabajo.

La idea de trabajar en conjunto con los padres de familia en torno a los medios de comunicación significa enriquecer la enseñanza. Es claro que de lograrse su involucramiento y participación, la aplicación del estudio tendría mayor impacto, relevancia y continuidad. El retomar y aplicar dentro del hogar lo aprendido en clase acerca de los medios generaría sin dudar aprendizajes sumamente significativos.

Se recomienda entonces realizar un trabajo de concientización a los padres sobre el porqué del proyecto y los resultados que se buscan obtener, pero sobre todo se debe resaltar que se solicitará su total participación para que la educación en medios desde casa sea complementaria.

Es necesario informar también a los padres sobre las actividades a trabajar en el aula y de ser posible también trabajarlas con ellos en algunas sesiones. Los padres pueden funcionar como un valioso recurso de apoyo. Para poder llevarlo a cabo se debe otorgar la oportunidad de que expresen sus ideas del proyecto así como las sugerencias

que pudiesen brindar y tomarlas en cuenta para el trabajo. Con esto, los padres conocerán las actividades que se desarrollarán dentro de clase así como su propósito.

Es posible entonces que los padres comprendan la importancia de que los niños y la sociedad en general conozcan, comprendan y tomen una postura crítica ante los mensajes masivos a los que diariamente se encuentran expuestos.

En este estudio en particular, es comprensible que debido a las precarias condiciones económicas que se presentan en la comunidad, los padres deban cumplir con largas jornadas de trabajo. De la misma manera, el habitar dentro de la periferia de la ciudad implica transitar largos trayectos del trabajo al hogar y viceversa. Estos planteamientos y demás factores pudiesen entorpecer la puesta en marcha del proyecto si los padres lo consideran improductivo.

Sin embargo; en ambientes escolares donde los padres posean una actitud de participación, se puede sugerir que se realicen reuniones donde los niños y el docente presenten a los padres los trabajos realizados y sugerirles que en casa lleven un registro de los avances del niño respecto a los objetivos ya planteados anteriormente respecto a los medios de comunicación escritos.

Los recursos con los que cuentan las escuelas públicas de nivel básico en México, en muchas ocasiones resultan insuficientes. Probablemente, de manera sumamente ambiciosa se puede recomendar que el trabajo en medios pueda ser realizado por un instructor que integre actividades en el aula tanto para niños, como para maestros y padres de familia. Respecto a los maestros, el conocimiento que adquieran puede ser aplicado en posteriores grupos y de esta manera sería posible contar con cierta continuidad en el trabajo de investigación.

Futuras investigaciones

Se sugiere que las estrategias didácticas para la inclusión de los medios de comunicación a las actividades escolares vayan más allá de lo sugerido por el Plan y Programa de Estudios. Las actividades propuestas deben partir con el conocimiento inicial de cada medio y así como resaltar su practicidad para trabajar en clase con el uso de materiales de fácil acceso.

Los medios de comunicación conforman hoy en día un sólido soporte de información para la sociedad en general. El verdadero nivel de influencia que puedan poseer en los individuos para la construcción o modificación de aprendizajes y actitudes aún no se conoce con exactitud.

Es tarea compleja del investigador dentro del contexto escolar situar la medida en que los alumnos son persuadidos por los diferentes contenidos que emiten los medios, debido a que las condiciones de cada comunidad e incluso de cada familia son diversas y por tanto, la importancia y tiempo que dediquen a actividades de entretenimiento como el uso de medios de comunicación tales como la televisión, revistas o internet puede presentar múltiples variaciones.

Un sistema educativo eficiente, debiera ser aquel que introduzca elementos de la realidad social del alumno y que a su vez motive el conocimiento de los mismos, es posible entonces integrar las tecnologías actuales.

Diversos autores han explicado y justificado la trascendencia del estudio de los medios, su nivel de influencia en los individuos así como la propuesta de aplicación para su enseñanza. No obstante el enfoque de estos estudios se ha inclinado hacia los medios visuales, principalmente la televisión y el cine. La enseñanza en medios debe abarcar

todos aquellos que en la actualidad existen y con los que el alumno ya sea de manera intencional o no tenga constante contacto, incluyendo periódicos, revistas, radio o internet.

Las propuestas de trabajo en cada uno de estos, pueden brindar a los maestros y padres de familia la posibilidad de trabajar de manera complementaria con diferentes medios de manera integral para el desarrollo del pensamiento crítico en el alumno respecto a acontecimientos que diariamente suceden a su alrededor y el mundo y la manera en que estos afectan su entorno y la manera en que es posible intervenir para la solución de conflictos.

Apéndices

Apéndice A

Carta de confidencialidad sobre el manejo de información

Buen día, mi nombre es Verana Medina Soriano. Curso actualmente la maestría en Educación en la Escuela de Graduados en Educación del Sistema Tecnológico de Monterrey en la modalidad virtual.

A través de este medio solicito su amable cooperación para la aplicación de un cuestionario que formará parte de la realización de una de investigación sobre los medios de comunicación escritos. Los resultados servirán de base para realizar una propuesta de trabajo en el salón de clases para los alumnos de sexto grado en la escuela Primaria Juan Rulfo.

De igual manera se solicita su autorización para que los datos que usted nos proporcione en la entrevista puedan ser utilizados con fines netamente estadísticos guardando en todo momento anonimato y confidencialidad de los mismos.

Es preciso señalar que de la veracidad de sus respuestas dependerá la calidad del estudio y por tanto su confiabilidad.

Nombre y firma de consentimiento

Apéndice B

Cuestionario para padres de familia del sexto grado grupo "A" de la Escuela Primaria Estatal.

Buen día. Le recordamos que las siguientes preguntas son totalmente confidenciales, sus respuestas serán totalmente anónimas, como usted puede notar, no se solicita su nombre. Le pedimos contestar el cuestionario con la mayor sinceridad posible.

De antemano se agradece su colaboración.

Marque con un tache "x" la opción elegida como respuesta. No debe marcar dos opciones

1. ¿Cuál es su estado civil?

Soltero(a) Casado(a) Divorciado(a) Unión libre Viudo(a)

2. Seleccione el rango numérico al que pertenece su edad

20 – 30 31 – 40 41 – 50 51 – 60

3. ¿Cuál es su nivel de escolaridad?

primaria secundaria preparatoria carrera técnica
licenciatura posgrado
 concluida trunca

4. Seleccione el rango numérico al que pertenece el nivel de ingresos

mensuales familiares

___ \$3000 a 6000 ___ \$6100 a 9000 ___ \$9100 a 12000 ___ \$12100 a 15000

5. Seleccione los aparatos y servicios con los que cuenta en su hogar

___ televisión abierta ___ televisión por cable ___ computadora ___ internet

6. ¿Cuántas personas viven en su hogar?

7. ¿Acostumbran a leer el periódico en su casa?

8. ¿Cuál es el periódico que acostumbran a leer?

9. ¿Qué miembro de la familia realiza la compra del periódico?

10. ¿Cada cuánto es adquirido?

11. ¿Qué temas son tratados en ese medio?

12. ¿Podría mencionar las secciones en las que se compone ese periódico?

13. ¿Por qué prefiere adquirir ese periódico por encima de otros?

14. ¿Qué es lo que prefiere hacer su hijo en su tiempo libre?
15. ¿Qué actividades comparte usted con su hijo?
16. ¿Conoce los programas televisivos que su hijo prefiere?
17. ¿Qué páginas de internet son las que más frecuenta su hijo?
18. ¿Considera que los temas abordados, las secciones y fotografías mostradas en los periódicos sean aptos para niños y adolescentes? ¿Por qué?
20. Si tuviera la oportunidad ¿Cambiaría algo de los periódicos y revistas que consume? ¿Qué sería?

Apéndice C

Cuestionario para alumnos del sexto grado grupo “A” de la escuela primaria

Estatal

Hola. Gracias por regalarnos un tiempo para contestar estas preguntas. Te recordamos que las respuestas serán confidenciales; es decir, que tus datos personales jamás serán proporcionados. Te pedimos que tus respuestas sean lo más sinceras posibles.

1. ¿Qué haces en tu tiempo libre?

2. ¿Lees el periódico en casa?

3. ¿Cuáles son los que lees?

4. ¿Qué temas son los que más te atraen de esos periódicos?

5. ¿Por qué lees esos y no otros?

6. De las noticias que has leído últimamente ¿Cuál es la que más ha llamado tu atención?

7. ¿De qué trataba esta noticia?

8. Si pudieras crear un periódico ¿de qué temas te gustaría escribir?

Apéndice D

Recorta y coloca el nombre de algunas partes del periódico en el lugar

correcto.

The image shows the front page of the newspaper 'EL PAIS'. The masthead at the top reads 'EL PAIS' in large bold letters, with 'DIARIO INDEPENDIENTE DE LA MAÑANA' underneath. Below the masthead, there are several headlines and a large photograph of a man holding a Golden Globe award. Labels with arrows point to various parts of the page:

- Label 1 points to the masthead 'EL PAIS'.
- Label 2 points to the date and issue information: 'VIERNES 11 DE DICIEMBRE DE 2003 No. 55708 - \$1.00'.
- Label 3 points to the main headline: 'Francia y Alemania afirman en la ONU que nada justifica hoy un ataque a Irak'.
- Label 4 points to the sub-headline of the main article: 'Irak se compromete a colaborar más con los inspectores para evitar la guerra'.
- Label 5 points to the photograph of the man with the Golden Globe award.
- Label 6 points to the headline: 'Alfonso Cuarón gana su segundo Globo de Oro por "Hable con ella"'.
- Label 7 points to the headline: 'La oposición espera 200 respuestas sobre el "Prestige" desde hace 40 días'.
- Label 8 points to the sub-headline of the 'Prestige' article: 'El Congreso debate la negativa del PP a que se investigue la catástrofe'.
- Label 9 points to the advertisement at the bottom right for 'CEF masters y cursos'.

- Publicidad
- Sumario
- Ciudad y fecha
- Nombre del periódico
- Titulares

Apéndice E

Actividad 2

Fecha _____

Nombre del alumno



¿Por qué leo lo que leo?

Día	Fecha	Nombre del periódico	Elemento relevante	Descripción	Justificación
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					

Apéndice F

Nombre del periódico

Título del artículo

Ciudad _____ Fecha _____

Autor _____

Página _____

Público al que se dirige

Resumen

Idea principal _____

Ideas secundarias _____

Pega en este espacio la imagen que acompaña a la nota periodística

Sentimientos que intenta provocar:

Apéndice G

Nombre del periódico

Título de la noticia

Resumen

Nombre del periódico

Título de la noticia

Resumen

Semejanzas

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

Diferencias

- _____
- _____
- _____
- _____
- _____

¿Cuál presenta mayor información? _____

Apéndice I



Nombre del periódico _____

Fecha _____ Ciudad _____

Sección _____

No. de páginas que contiene la sección _____

Actividad


Día	Título de la noticia	Cómo se presenta la información	Descripción de gráfico o ilustración	Opinión
1				
2				
3				
4				
5				
6				
7				

Apéndice J


<div style="border: 2px solid blue; border-radius: 25px; width: 90%; margin: 0 auto; padding: 10px;"> <p>Pega aquí la publicidad que elegiste</p> </div>	<table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e0e0e0;">Datos externos del producto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Producto</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Apartado al que pertenece</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Necesidad que cubre</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Público al que se dirige</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e0e0e0;">Texto</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Leyenda o frase</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Otro tipo de texto que acompaña al producto</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e0e0e0;">Imagen</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Es foto o dibujo</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Descripción</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Colores que predominan</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">¿La imagen se relaciona con el producto?</td> <td></td> </tr> </tbody> </table> <table border="1" style="width: 100%; border-collapse: collapse;"> <thead> <tr> <th colspan="2" style="background-color: #e0e0e0;">Opinión</th> </tr> </thead> <tbody> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Principal atractivo</td> <td></td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Que dice</td> <td style="background-color: #e0e0e0;">Que quiere decir</td> </tr> <tr> <td style="background-color: #e0e0e0;">Que cambiarías o añadirías</td> <td></td> </tr> </tbody> </table>	Datos externos del producto		Producto		Apartado al que pertenece		Necesidad que cubre		Público al que se dirige		Texto		Leyenda o frase		Otro tipo de texto que acompaña al producto		Imagen		Es foto o dibujo		Descripción		Colores que predominan		¿La imagen se relaciona con el producto?		Opinión		Principal atractivo		Que dice	Que quiere decir	Que cambiarías o añadirías	
Datos externos del producto																																			
Producto																																			
Apartado al que pertenece																																			
Necesidad que cubre																																			
Público al que se dirige																																			
Texto																																			
Leyenda o frase																																			
Otro tipo de texto que acompaña al producto																																			
Imagen																																			
Es foto o dibujo																																			
Descripción																																			
Colores que predominan																																			
¿La imagen se relaciona con el producto?																																			
Opinión																																			
Principal atractivo																																			
Que dice	Que quiere decir																																		
Que cambiarías o añadirías																																			

Apéndice K

Actividad no. _____ Fecha _____	
Ficha de identificación	
Nombre del periódico	
Fecha	Ciudad
Páginas	Precio
Secciones de las que se compone	



Apéndice L



¡A investigar!

Actividad

Integrante	Opinión del periódico como medio de comunicación	Frecuencia con que lo lee	Temas que son adecuados abordar en un periódico
------------	--	---------------------------	---

De la institución

De la comunidad

Referencias

- Aguaded, G. J. I. (2007). *Educación y medios de comunicación en el contexto iberoamericano*. España: Universidad Internacional de Andalucía.
- Alonso, del C. A. (2004). *Los medios en la comunicación educativa: Una perspectiva sociológica*. Distrito Federal, México: Limusa.
- Alonso, M., Matilla, L. y Vázquez, M. (1996). *Teleniños públicos. Teleniños privados*. Madrid, España: de la Torre.
- Álvarez, G. A. (2003). *Los medios de comunicación y la sociedad educadora ¿Ya no es necesaria la escuela?* Bogotá, Colombia: Cooperativa Editorial Magisterio.
- Baños, P. J., Vázquez, C. M. T., Juárez, H. A. F., Molina, O. E. S., Rodríguez, H. M. y Pérez, M. M. A. (2011). *Relevancia de la profesión docente en la escuela del nuevo milenio. Curso Básico de Formación continua para Maestros en servicio 2011*. Distrito Federal, México: SEP.
- Beltrán, M. (2009). *Mediatizados: Encuentros y desencuentros entre la escuela y los medios*. Buenos Aires, Argentina: AIQUE Educación.
- Biagi, S. (2006). *Impacto de los medio. Introducción a los medios masivos de comunicación (7ª ed.)*. Distrito Federal, México: Thomson.
- Blaxter, L., Hughes, C., y Tight, M. (2008). *Cómo se investiga*. Barcelona, España: Graó.
- Blazquez, N. (1994). *Ética y medios de comunicación*. Buenos Aires, Argentina: Biblioteca de autores cristianos.

- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona, España: Paidós.
- Carbonell, J., y Tort, A. (2006) *La Educación y su representación en los medios*. Madrid, España: Morata.
- Casas, A. F. (2003). *Medios de comunicación e imagen social de la infancia*. España: Colegio Oficial de Psicólogos de Madrid.
- Corea, C. y Lewkowicz, I. (1999). *¿Se acabó la infancia? Ensayo sobre la destitución de la niñez*. Buenos Aires, Argentina: Lumen/Hvmanitas.
- Corea, C., y Lewkowicz, I. (2004). *Pedagogía del aburrido: escuelas destituidas, familias perplejas*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.
- Corominas, i C. A. (1999). *Modelos y medios de comunicación en masas. Propuestas educativas en educación con valores*. España: Descleé De Brouwer.
- Echeverría, G. (2009). *Evolución de los medios de comunicación*. Argentina: El Cid Editor.
- Eyssautier, de la M. M. (2008). *Metodología de la investigación. Desarrollo de la inteligencia* (5ª ed.). Querétaro, México: Cengage Learning.
- Feria, M. A. (2006). *La comunicación social en educación primaria*. España: Red Comunicar.
- Ferrés, i. P. J. (2006a). *Televisión, espectáculo y educación*. España: Red Comunicar
- Ferrés, i. P. J. (2006b). *Televisión, familia e imitación*. España: Red Comunicar.
- García. R. L. (2006). *Juventud y medios de comunicación. La televisión y los jóvenes: aproximación estructural a la programación y los mensajes*. España: Red Ámbitos.

- Graviz, A. y Pozo, J. (2000). *Niños, medios de comunicación y su conocimiento* (2ª ed.). Barcelona, España: Herder.
- Guinsberg, E. (1998). *Control de los medios, control del hombre*. Distrito Federal, México: Pangea.
- Hernández, S. R., Fernández, C. C., y Baptista, L. P. (2010). *Metodología de la investigación* (5ª ed.). Distrito Federal, México: Mc Graw Hill.
- Instituto Nacional de Estadística y Geografía. (2010). *Información Nacional por Entidad Federativa y Municipios*. INEGI. Recuperado en febrero, 4, 2012 de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/mexicocifras/default.aspx?e=15>.
- López, H. J. A. (1998). *Cómo librarse de la tele y sus semejantes. Ayudas para educar con el análisis de contenido*. Madrid, España: CCS.
- Marks, G. P. (1999). *El niño y los medios de comunicación* (2ª ed.). Madrid, España: Morata.
- Martínez, de T., y T. J. (2006). *El impacto moral y social de los medios de comunicación social*. España: Red Comunicar.
- Martínez, M. M. (1998). *La investigación cualitativa etnográfica en educación. Manual teórico – práctico* (3ª ed.) (Reimpresión 2008). Distrito Federal, México: Trillas.
- McLuhan, M. (2009). *Comprender los medios de comunicación. La extensión del ser humano*. Barcelona, España: Paidós.
- Montoya, J. I. (2007). *Acercamiento al desarrollo del pensamiento crítico, un reto para la educación actual*. Recuperado de http://blogfcbc.files.wordpress.com/2011/06/montoya-javier-investigacion_pensamiento_critico.pdf

- Morduchowicz, R. (2003). *Comunicación, medios y educación. Un debate para la educación en democracia*. España: Octaedro.
- Morduchowicz, R. (2004). *El sentido de una educación en medios*. España: Organización de Estados Americanos (OEI).
- Morduchowicz, R. (2005). *Los medios de comunicación y la educación: un binomio posible*. España: Organización de Estados Americanos (OEI).
- Moreno, M., y Fernández, M. M. T. (2006). *Medios de comunicación y formación profesional*. España: Red Comunicar.
- Naghi, N. M. (2010). *Metodología de la investigación* (2ª ed.). D. F. México: Limusa.
- Peláez, M. O. (2006). *¿Los medios de comunicación son un peligro?* Ecuador: CHASQUI.
- Peñalva, J. L., y Coca, G. C. (1998). *Modelos de los medios de comunicación social*. España: Universidad del País Vasco.
- Pérez, M. H. M. (2006). *Nivel de uso pedagógico de los medios de comunicación en educación primaria*. España: Red Comunicar.
- Riviére, M. (2003). *El malentendido. Cómo nos educan los medios de comunicación*. Barcelona, España: Icaria.
- SEP. (2009). *Programas de Estudio 2009* (2ª edición). Distrito Federal, México: SEP.
- Sevillano, M. L. (2002). *Nuevas tecnologías, medios de comunicación y educación. Formación inicial y permanente del profesorado* (2ª edición). Madrid, España: CCS.
- Sevillano, M. L. y Bartolomé, D. (2001). *Enseñar y aprender con la prensa* (4ª edición). Madrid, España: CCS.

- Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?* Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Torregrosa, C. J. F., y Martínez, F. L. M. (2006). *Hacia una lectura crítica de la información radiofónica y televisiva en la escuela*. España: Universidad Complutense de Madrid.
- Tuyaret, L. (2009). *Violencia en los medios de comunicación*. Argentina: El Cid Editor.
- Tyner, K., y Lloyd, D. (1995). *Aprender con los medios de comunicación*. Madrid, España: de la Torre.
- Wimmer, R., y Dominick, J. (2001). *Introducción a la investigación de medios masivos de comunicación* (6ª ed.). México: Thomson.
- Zorrilla, A. S. (2003). *Introducción a la metodología de la investigación* (28ª ed.). Distrito Federal, México: Aguilar León y Cal Editores.