



SECRETARIA DE EDUCACION PUBLICA
UNIVERSIDAD PEDAGOGICA NACIONAL



UNIDAD UPN 213

ESTADO DE PUEBLA



**LA TELEVISION COMO AUXILIAR EN
EL PROCESO
ENSEÑANZA - APRENDIZAJE**

INES ROSAS BALDIVIA

**Tesina presentada para obtener el
título de Licenciado en Educación
Primaria.**

TEHUACAN, PUE., SEPTIEMBRE DE 1999.

DICTAMEN DEL TRABAJO DE TITULACION

Tehuacán, Pue, jueves 22 de julio de 1999.

C. PROFR. (A) INES ROSAS BALDIVIA
Presente.

En mi calidad de Presidente de la Comisión de Titulación de esta Unidad y como resultado del análisis realizado a su trabajo intitulado: "LA TELEVISION COMO AUXILIAR EN EL PROCESO ENSEÑANZA - APRENDIZAJE" Opción Tesina a propuesta del asesor, LIC. JOSE ANTONIO JULIO LUCERO, manifiesto a usted que reúne los requisitos académicos establecidos al respecto por la Institución.

Por lo anterior, se dictamina favorable su trabajo y se le autoriza a presentar su examen profesional.

ATENTAMENTE
EDUCAR PARA TRANSFORMAR



Lic. José Antonio Villarreal Tenorio.
PRESIDENTE DE LA COMISION DE TITULACION
DE LA UNIDAD



DEDICATORIA

CON TODO EL CARIÑO DEDICO ESTE
TRABAJO A MIS DOS GRANDES AMORES LAURIS Y
CARLOS, QUE SON EL MOTOR QUE MUEVE MI VIDA.

INDICE

INTRODUCCION

CAPITULO 1

FORMULACION DEL TEMA

1.1 ANTECEDENTES-----	10
1.2 MARCO DE REFERENCIA-----	12
1.3 DEFINICION DEL TEMA-----	13
1.4 JUSTIFICACION -----	14
1.5 OBJETIVOS-----	15

CAPITULO 2

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

2.1 PREMISAS -----	17
2.2 INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LOS ESCOLARES -----	18
2.3 LA TELEVISION COMERCIAL -----	21
2.4 LA PUBLICIDAD COMO MANIPULACION DE LA CULTURA -----	25
2.5 COMUNICACIÓN Y EDUCACION-----	29
2.6 APRENDIZAJE Y COMUNICACIÓN -----	31
2.7 EDUCACION PARA LOS MEDIOS-----	33
2.8 LA TELEVISION COMO AUXILIAR EN EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE -----	42
2.9 LIMITACIONES-----	46

CONCLUSIONES Y SUGERENCIAS

CONCLUSIONES-----	49
SUGERENCIAS-----	51
REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS-----	53

INTRODUCCION

El niño es un ser maravilloso que está constantemente aprendiendo; ya sea en una educación formal o informal; interactúa con todo a su alrededor y se apropia de lo que ve y escucha.

Los medios de comunicación tienen una gran influencia en los educandos, especialmente la televisión ya que los alumnos prestan más atención a lo que se les proyecta, que a los conocimientos que se estudian en la escuela.

Diversos estudios han demostrado que el niño pasa gran cantidad de horas frente al televisor, es un hecho comprobado que no podemos negar.

La presente investigación trata de explicar cómo ocurre este hecho; apoyándose en varios autores que han valorado esta problemática.

Por otra parte se trata de dar una opinión, para que la televisión se aproveche en forma positiva; rescatando los elementos que pueden ser útiles para los educandos.

La concientización de los padres de familia y los niños será una de las tareas fundamentales que ayudarán a contrarrestar la problemática de la influencia que origina la televisión y sus consecuencias en su mayor parte negativas.

La programación televisiva tiene que empezar a verse de una forma crítica; que sea el mismo televidente quien rescate lo bueno que puede aportar.

Los maestros tienen un papel fundamental, es necesario que en las aulas se inicie el trabajo de concientización.

Para la elaboración de éste trabajo de investigación se recurrió a diferentes fuentes de información, por otra parte la convivencia con los escolares fué determinante para abordar este tema.

C A P I T U L O I

FORMULACION DEL TEMA

1.1 ANTECEDENTES

Cada día en nuestro planeta aparecen o se descubren cosas, ya sea en la propia naturaleza, en el campo de la medicina, en la astronomía, economía y en el terreno tecnológico.

El trabajo de los científicos es arduo y constante, favorece enormemente el progreso del hombre mismo y hace que la vida de éste cambie constantemente.

Hablando específicamente del terreno tecnológico se ha visto cómo el uso de las máquinas en los últimos años se ha incrementado; pero ¿hasta qué punto también se ha abusado de ciertos inventos que están ocasionados posiblemente un problema en nuestra vida sin darnos cuenta?

A lo largo de mi práctica docente he observado cómo la televisión influye enormemente en el proceso educativo de los alumnos.

Los niños tienen ya sus programas favoritos y les destinan gran parte de su tiempo, la atención que les prestan a éstos es mayor que el interés por realizar tareas o por formarse hábitos de estudio. Se dejan a un lado actividades que favorecerían su desarrollo creativo, su ingenio, etc.

La televisión ha venido a ocupar el espacio que se dedicaba a diferentes juegos como: el avión, la lotería, el basta y que ahora solo serán parte de nuestra historia.

La comunicación dentro de la familia es otro factor que se está perdiendo, padres e hijos tienen ya escogidos los programas televisivos, luego entonces, ya no

hay tiempo para entablar diálogos. Sabemos que es muy importante comunicarnos, pero es tan fuerte la influencia televisiva que hasta para comer o cenar se prende el televisor.

El hábito de la lectura es otra de las actividades que ya no se fomenta en las casas. Si tuviéramos niños interesados en la lectura; avanzaríamos en el proceso educativo, los alumnos estarían fuera de un mundo fantasioso y más concientes de la realidad que les rodea.

Por otra parte es importante mencionar que la mayoría de los programas televisivos tienen un pobre contenido cultural. Su única función es servir a los intereses políticos y mercantiles de los patrocinadores.

Los programas que son favoritos de los niños son las caricaturas y la mayoría de éstos promueven la violencia. Las conductas que muestran los alumnos en la escuela es copia de algún ídolo fantasioso creado por la televisión.

El lenguaje que se utiliza en televisión pasa a formar parte de una expresión popular, los niños adoptan muy fácilmente esta forma de comunicarse.

En estos últimos años han aparecido mayor número de novelas, las cuales por el contenido cambian la realidad social que se está viviendo.

La sexualidad es otro punto importante que es necesario mencionar, actualmente diferentes telenovelas, películas y programas de discusión abordan temas que hacen que los alumnos a temprana edad despierten su sexualidad, es decir, se está adelantando un proceso que debe ser totalmente natural y acorde al propio desarrollo del niño.

1.2 MARCO DE REFERENCIA

El hombre es un ser social por excelencia, desde sus orígenes estuvo integrado dentro de una sociedad, acatándose a sus leyes, a su forma de vida cambiando su entorno en base a sus necesidades.

Actualmente todos los seres humanos están integrados, conviven, cooperan, actúan; son partícipes en una sociedad que trata de ser cada día mejor, dándole solución a las numerosas problemáticas que se presentan.

La comunidad educativa donde laboro, se localiza en la calle Morelos No.3 Colonia El Riego, de la ciudad de Tehuacán, Puebla.

La colonia el Riego se encuentra en una periferia de la ciudad, la rodean varias maquiladoras siendo éstas las principales fuentes de trabajo, aunque podemos encontrar personas que se dedican al comercio y otros padres de familia trabajan en embotelladoras.

Debido a la necesidad económica en muchas familias es necesario que las mamás también trabajen; siendo principalmente sus ocupaciones la de servir en casas como ayudantes domésticas, como obreras, o lavando ropa ajena.

Aunque también podemos encontrar algunos padres de familia con profesión universitaria, pero en realidad son mínimos. El nivel económico es bajo, las personas viven al día.

El Riego en estos últimos años a crecido, cuenta con un Jardín de Niños, la escuela primaria y el CONALEP.

Existe una iglesia católica y un templo evangelista, las creencias religiosas no se han manifestado dentro de la escuela primaria.

El lugar está muy comunicado, pues pasan 3 rutas de combis : 4, 11 y 1-A.

La comunidad educativa donde se localiza el problema lleva el nombre de Esc. Prim. "JOSE MARIA MORELOS", clave del centro de trabajo 21DPRO424P y pertenece a la zona escolar 22.

La escuela cuenta con una organización completa, hay 18 grupos y trabajan en total 21 docentes.

1.3 DEFINICION DEL TEMA

Dentro del salón de clases se encuentran numerosas problemáticas que hacen que el proceso enseñanza aprendizaje no se logre al cien por ciento.

Una situación que he visto durante mi práctica docente es que el niño se ve influenciado por diversos elementos que están fuera de las aulas escolares.

La televisión es un elemento que está en constante relación con los alumnos, influye en ellos y hace que se modifiquen conductas o se adopten lenguajes.

Considerando lo enunciado a continuación planteo el siguiente tema de estudio.

LA TELEVISION COMO AUXILIAR EN EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE de los alumnos del segundo grado grupo "A" de la escuela primaria

“Jose Maria Morelos”, ubicada en la colonia el Riego de la ciudad de Tehuacán, Pue.

1.4 JUSTIFICACION

Si preguntamos a los niños que nos describan las actividades que realizan diariamente; sabremos que gran cantidad de ellos mencionarán las siguientes: Ir a la escuela, hacer la tarea en casa y ver la televisión.

Actualmente ver la televisión es una de las principales actividades que realizan los alumnos de la escuela primaria, se ha originado una dependencia total; a tal grado que los niños copian lenguajes y conductas que observan en programas que transmite este medio audiovisual.

Se ha convertido en una problemática, ya que el tiempo que le destinan es de varias horas al día. Se han dejado a un lado actividades que ayudarían a un mejor desarrollo en los niños; como la lectura y la práctica de juegos tradicionales.

La comunicación que debe haber en una familia, se está perdiendo; los padres en lugar de entablar un dialogo con sus hijos para conocerlos mejor, se dedican también a ver sus programas televisivos.

La televisión se ha convertido en el medio de comunicación preferido por los niños; analizando la programación de las televisoras nos daremos cuenta que en su mayoría tienen contenidos que solo están favoreciendo el mercantilismo.

El estudio planteado; ayudará a conocer cómo influye la televisión en los

educandos, así como las problemáticas que se originan al no haber un control entre el niño y la televisión.

La investigación tratará de analizar la importancia de concientizar a los padres de familia para que no se abuse de la televisión, además de que se aprendan a escoger programas de contenido cultural y que no sea tomada como un medio para controlar a los hijos; manteniéndolos pasivos, receptores de una realidad diferente a la que viven.

1.5 OBJETIVOS

1. Entender que los programas televisivos influyen en los educandos.
2. Conocer las acciones que se han realizado en relación con la educación para los medios.
3. Incorporar a la televisión como un auxiliar en la educación formal.

CAPITULO 2

MARCO TEORICO CONCEPTUAL

2.1 PREMISAS

Actualmente el hombre tiene a su alcance numerosos medios de comunicación que le han ayudado a estar enterado de lo que pasa a su alrededor.

La televisión, la radio, el periódico están al alcance de las familias; pero si preguntamos cual es el medio que se utiliza más, nos daremos cuenta que la televisión ha desplazado al hecho de leer periódico y en menor cantidad a la radio.

Es la televisión un medio de comunicación, pero ha propiciado que el individuo sea sólo un receptor. Por otra parte la programación de las televisoras en su mayoría son pobres en su contenido.

La televisión provoca el consumismo, ya que los intereses de las compañías que pagan gran cantidad de dinero por anunciarse en éste medio, son totalmente mercantiles.

Los niños se ven influenciados por los programas, actúan y hablan como personajes que están proyectados en televisión. Por otra parte le dedican mucho tiempo a esta actividad.

Por consiguiente se puede concluir, que por el abuso exagerado de ver televisión estamos teniendo niños que no están desarrollando al cien por ciento sus capacidades.

2.2 INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN LOS ESCOLARES

La televisión juega un papel importante en nuestra sociedad desde hace más de 40 años, a tal punto que es uno de los medios de comunicación que da forma y domina las vidas personales.

La televisión y el cine, tienen una gran influencia en los escolares y está demostrado en diversas investigaciones ya que los resultados que éstas han aportado son que un estudiante latinoamericano en sus horas libres pasa muchas horas frente a estos medios, más de las que pasa en el aula de clase.

“Hemos pasado vertiginosamente de una civilización verbal a una civilización visual auditiva”.¹

La ciencia ha avanzado tanto en el terreno tecnológico que alrededor de nosotros tenemos una gran cantidad de aparatos que son ya parte de nuestra vida cotidiana; en nuestros hogares el uso de la televisión, la radio, el teléfono, etc., se han vuelto tan comunes que han desplazado a la comunicación verbal.

Actualmente existen diferentes opiniones acerca de la potencial influencia de la televisión y se considera que los mensajes televisivos son creados especialmente para afectar consciente o subliminalmente a los receptores.

Si en la televisión se programaran espacios didácticos de enseñanza infantil, transmisión de obras clásicas u otros programas culturales, su potencial educativo

¹ Gutierrez, Francisco. "Los medios de comunicación social fuera de la escuela". Antología. Medios para la Enseñanza. p. 86.

sería muy alto. Los alumnos estarían mejor capacitados desarrollando al máximo sus habilidades.

Al recibir la información televisiva las personas reaccionan más emocionalmente; ya que cuando se enteran de alguna noticia que los afecte la primera reacción es de coraje. Se ha observado que los eventos deportivos despiertan gran excitación, ansiedad y suspenso. Los espectadores viven cada momento de emoción que proyecta la televisión, por otra parte los reportajes y documentales despiertan curiosidad y las narraciones de ficción presentan el atractivo de otros mundos. Es importante mencionar que los personajes televisivos proyectan una imagen muy fuerte, pues provocan la identificación el reconocimiento y también el odio o el amor.

Para emocionar al destinatario la TV recurre a la técnica dramática y emocional con las expectativas despertadas durante la emisión y también en la elaboración posterior del recuerdo emocional, individual o comentado.

La diferencia que hay entre riqueza y pobreza hacen que la forma de ver TV sea para la gente que tiene posibilidades económicas una alternativa más de distracción. Para la mayoría de las masas de América Latina, el televisor adquiere un inmenso valor como fuente de contacto con otros horizontes y como gratificación ante una vida con pocas alternativas.

Para una persona de recursos, la publicidad televisiva aparece como ofertas visibles de consumo; en situaciones de miseria y hambre, la excitante publicidad de comidas y bebidas aparece como agresión violenta, especialmente hacia los niños,

quienes no pueden comprender, pero sufren la carencia de esos apetitosos alimentos.

La presencia de medios de comunicación alternativos a la TV es otro influyente factor del contexto cultural. Para los televidentes que están expuestos al cine, la radio, el periódico, las revistas, boletines, la TV no tiene la misma significación.

“Si bien el televidente aparece a menudo físicamente aislado, él es, sin embargo un receptor culturalmente situado y socialmente constituido. Y este haz de relaciones socio-culturales, que es el televidente, interactúa con los diversos mensajes televisivos para elaborar finalmente el significado existencial y concreto”.²

Otra investigación que aporta datos sobre la influencia de la TV en los niños, es la que realizó Marieli Rowe:

“El 98% de nuestros hogares tienen televisión.

- Es apreciada positivamente, se la quiere y la consideramos entretenida, informativa, interesante.
- Asimismo menos del 17% de nosotros dice cosas negativas acerca de la TV. La TV es la primera fuente americana de noticias (por sobre los periódicos y otros medios de información) y más de la mitad (6 de cada 10) cree que la TV es la fuente más creíble de información.
- Asimismo la TV juega un papel importante en las elecciones para presidente o gobernadores como una fuente favorita de información sobre los candidatos nacionales o locales.
- Finalmente, la TV es vista tantas horas por tanta gente que las estadísticas son sorprendentes. Nosotros y nuestros hijos pasamos unas 56 horas por semana mirando TV (lo que serían 16 horas más que un trabajo de tiempo completo), y nuestros niños empiezan esta actividad cuando son bebés”.³

² Hermosilla, María Elena. “La recepción activa de la televisión”. Antología. La educación para los medios de comunicación. p. 229.

³ Rowe, Marieli. “La enseñanza de la televisión en la escuela. Antología. La educación para los medios de comunicación. p. 245.

Las investigaciones que se han realizado señalan la gran influencia que la televisión origina en los escolares, pues en la mayoría de los hogares se cuenta con un televisor y los alumnos pasan más horas frente a él que en la escuela.

Resulta además, que para un gran porcentaje de familias es el único medio de entretenimiento, sobre todo en áreas de bajos recursos económicos, con éste hecho, se explica cómo los niños se involucran tanto en series o personajes que se proyectan en éste medio.

Las personas adultas no escapan a éste fenómeno, pues las madres de familia están muy atentas a sus telenovelas y sufren o ríen al compás de las tramas. Desafortunadamente ésta influencia resulta en su mayor parte negativa.

2.3 LA TELEVISIÓN COMERCIAL

Los programas televisivos que los mexicanos pueden ver son en su mayoría de bajo nivel cultural; se promueve el consumismo, ya que los intereses de los dueños de las televisoras son mercantiles, los canales que más se ven en la zona del Poblado del Riego son el 2 y el 5 que pertenecen a la empresa Televisa y el 7 y 13 de televisión Azteca.

Existe además la red de Cablevisión, pero por su costo solo lo adquieren algunas familias por lo que la mayoría de los hogares ven la programación de las dos primeras televisoras.

Es muy importante señalar algunas observaciones a la empresa Televisa, ya

que es la que más tiempo tiene operando.

“Algunas cifras dan idea de su poder y su riqueza: Televisa tiene presencia en 90% de los hogares mexicanos, unos 13.5 millones, la señal de su empresa llega a estados Unidos, Centro y Sudamérica, Europa y el norte de Africa”.⁴

Actualmente Televisa es propietaria y opera tres canales de televisión (2, 4, 5) y una estación que transmite en el área metropolitana (canal 9). Próximamente se agregarán 62 emisoras, que operarán en 28 estados de la República.

Televisa es también líder en televisión por cable, es propietaria y maneja diez estaciones de radio, y es el tercer productor más grande de grabaciones de música. Es dueña de los equipos de fútbol América y Necaxa.

La programación de Televisa favorece al consumismo, es despolitizadora y antinacional. Pero aún así se sigue viendo su programación. El canal del politécnico es una opción para el televidente; pero tiene serias carencias financieras y graves conflictos políticos internos.

Televisión Azteca con sus canales 7 y 13 está recurriendo a programas ya explotados por Televisa. Actualmente se manifiesta una gran competencia entre éstas dos empresas por ganar mayor auditorio. Pero su programación es muy similar y no ayuda a elevar el nivel cultural del televidente.

Televisa ha prosperado como modelo casi único de televisión en México; no

⁴ Corro, Salvador. “De los gobiernos priistas Emilio Azcarraga ha recibido todos los favores y, como priista confeso, sabe ser agradecido”. Proceso 922, página 6, 4 de julio de 1994.

ha habido una discusión o reflexión en torno a la importancia de los medios de comunicación de masas.

“La televisión comercial ha sido beneficiaria de la pobrísima cultura política del país”⁵

Para Raúl Trejo Delarbre, el público de la televisión mexicana ha sido maltratado, subyugado y condicionado durante tres décadas por el estilo de televisa, cuya pobreza se ha añadido a las precariedades culturales y políticas de la sociedad mexicana.

Para muchos mexicanos, inclusive la televisión comercial es su único vínculo con el resto del país, por lo que ha crecido vertiginosamente debido además a funcionarios públicos que se han beneficiado del consorcio.

“La información veraz, amplia y diversa que queremos no se podrá tener mientras el grueso de los programas televisados que hoy saturan nuestros hogares obedezcan a las finalidades políticas del régimen de partido de estado y mientras una sola empresa controle el 90% de los auditorios”.⁶

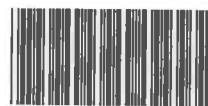
Telenovelas, concursos, eventos deportivos, series importadas, constituyen la programación de éstas dos televisoras cuyo objetivo primordial es la ganancia rápida y el entretenimiento fácil.

Los sesenta son la década de despegue económico y organizativo de televisa. Hasta entonces dedicada exclusivamente a los programas de espectáculos y deportes, la empresa comienza a transmitir noticiarios ambiciosos. Nació así 24

⁵ Trejo, Delarbre Raúl. “Televisa. 5º Poder”. Antología Política Educativa. p. 314.

⁶ Albarrán de Alba Gerardo. “Libertad de Expresión”. Proceso 922, p. 16.

161698



161698

horas, que pronto gana una indudable influencia política.

Por esos años televisa cambia sus normas para elaborar programas, monopoliza la producción ya que en un principio había agencias de publicidad que se encargaban de producir los programas y la empresa solo vendía el tiempo de transmisión; al monopolizar controla el contenido de la programación y el desarrollo tecnológico.

“Querámoslo o no, lo que televisa ha hecho y ha dejado de hacer forma parte de la cultura mexicana contemporánea de sus contenidos y de sus insuficiencias...”⁷

Ante el crecimiento incontrolado y abundante de televisa y televisión Azteca, se han levantado diversas voces. La mayor parte de ellas advierte sobre la influencia negativa de estas empresas, cuyo funcionamiento no obedece a más criterios que el de los intereses políticos y mercantiles de sus patrocinadores.

Por otra parte es muy importante señalar que actualmente existe la Red Satelital de Televisión Educativa (EDUSAT). Pero que desafortunadamente no es un programa que llegue a todos los hogares.

Esta red inició sus transmisiones a partir del 5 de septiembre de 1994, se sirve de un sistema satelital de comprensión digital a través del satélite Solidaridad I, con 8 canales de televisión y 24 de audio, administrados por la Unidad de Televisión Educativa (UTE) y el Intituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE).

Actualmente esta red tiene una cobertura en todo el país, algunas regiones

⁷ Trejo, Delarbre Raúl. Op cit. p. 316

del sur de Estados Unidos, Centroamérica, el Caribe y el norte de Sudamérica.

EDUSAT transmite programación nacional que proviene de la SEP, de los sistemas estatales de radio y televisión, instituciones gubernamentales y universidades. Asimismo ofrece programación internacional.

Es un proyecto muy amplio que tiene la intención de coadyuvar a la actualización y oferta educativa, empleando como recurso dos grandes adelantos tecnológicos: la televisión y el uso de satélites.

Para EDUSAT el entretenimiento y la educación no son antagónicos, una buena combinación de ambos origina una educación más eficaz. La televisión es vista como un elemento de apoyo para la enseñanza en la educación formal e informal.

La programación de ésta red puede ser consultada en su guía de programación editada bimestralmente en forma impresa y a través de Internet.

Este sistema transmite totalmente programas culturales, uno de sus objetivos fundamentales consiste en ofrecer a los maestros nuevos recursos didácticos y uno de sus propósitos es el de alcanzar un tele-auditorio más amplio.

2.4 LA PUBLICIDAD COMO MANIPULACION DE LA CULTURA

Cada pueblo a través de su historia va formando su cultura, sus características propias que hacen que se diferencie de otros. Así mismo cada persona tiene sus propias creencias, su forma de percibir la vida, sus costumbres,

sus gustos y todo ésto va formando su acervo cultural.

La publicidad que se maneja en los medios de comunicación, específicamente en la televisión van moldeando gustos y preferencias.

Los medios de comunicación tienen gran influencia en nuestra sociedad, a tal punto, que nuestros gustos por la moda cambian en base a la publicidad que se maneja por los medios audiovisuales.

Nos hemos vuelto compradores, por ejemplo de música que se promueve más en los medios; la repetición reiterada, la presentación constante de algún género musical o de algún intérprete particular, no obedece sólo a un gusto disminuido, o un mal gusto constantemente ejercido, sino sobre todo a intereses netamente comerciales.

“Las fábricas de discos están estrechamente vinculadas con las emisoras radiofónicas y la programación no corresponde, como se nos quiere hacer creer, a las peticiones del público, a las proposiciones telefónicas del auditorio, sino a los intereses específicos de las empresas productoras de discos, cintas y cassetes”.⁸

La publicidad tiene gran impacto en la conducta y comportamiento de las personas, es una forma muy evidente de manipular la cultura, muchos actúan, son y viven en base a lo que observan en los medios.

Un ejemplo claro es la música de moda, ya que su repetición reiterada por radio y televisión hacen verdaderos fanáticos de esa música, adoradores de diversos cantantes que son presentados en estos medios.

⁸ Granados Chapa, Miguel Angel. Comunicación y Política, p. 117.

“Los anuncios comerciales, dirigidos a los sectores más indefensos de la población, modelan su comportamiento diario”.⁹

La publicidad es considerada una forma de persuasión; en sus primeros tiempos solo daba a conocer datos de los productos en el mercado, por ejemplo: en la calle, en tal número, se vende tal cosa. El anuncio era entonces conciso, sencillo y franco, carente de encubrimientos y capaz de ir directamente a su objetivo. Eso se creía en el siglo pasado, pero fué desplazado sobre todo cuando la publicidad comenzó a fundarse en el conocimiento científico; específicamente en la psicología.

En los primeros tiempos de esta aplicación de técnicas y ciencias a la publicidad se utilizaron métodos provenientes de la psicología de Pavlov o del conductivismo de Watson, buscando crear una asociación refleja en la mente del consumidor de tal manera que quedara condicionado para adquirir determinados productos.

Tiempo más tarde el Psicoanálisis fue introducido al ámbito de la publicidad y se caminó por un lado a la investigación motivacional, y por otro a la concepción publicitaria basada en la creación de la imagen del producto. Esta concepción es la más difundida, el consumidor no compra un producto concreto, sino la imagen que viene de él.

“En nuestro país, la publicidad está estructurada de tal manera que toda ella se refiere a modos de diseñar la conducta de los consumidores”¹⁰

⁹ Granados Chapa, Miguel Angel. Op Cit. P. 117

¹⁰ Ibidem. p. 118

La función que cumple la publicidad actualmente no solo es de poner en contacto al productor con el consumidor o a los usuarios de los bienes y los servicios. Al contrario, se trata de poner a la publicidad al servicio de una estructura de los bienes y los servicios, de una estructura económica, que pretende acelerar al máximo el proceso de circulación del capital para fomentar su acumulación, para propiciar su crecimiento.

Las principales empresas que manejan los anuncios publicitarios son extranjeras, por lo tanto la publicidad que se utiliza está encaminada a la desnacionalización de los valores y de las formas de vida propia de nuestro país.

Podemos darnos cuenta que nuestras raíces culturales se van perdiendo, copiamos de otros y nuestra cultura cambia; existe mayor preferencia por lo extranjero y no valoramos lo nuestro, lo que nos identifica como mexicanos.

Los principales productos publicitados por los medios de difusión en México son el alcohol, que se anuncia principalmente por radio y televisión y la educación por correspondencia e importación de aparatos eléctricos que se anuncia en los medios impresos populares. La publicidad conduce a comportamientos distintos de los propuestos por las instancias sociales, como por ejemplo la escuela.

Otra situación que sería importante analizar es la forma en que se promueve el consumo de comida con poco valor nutritivo: pasteles, frituras, refrescos, saborizantes, etc. Y aunque a los alumnos se les inculque el hábito de comer alimentos ricos en vitaminas y minerales, la publicidad que se maneja por televisión es más fuerte y gran cantidad de niños consume comida chatarra que es anunciada

por este medio.

“El género de productos que se anuncian en los medios de difusión colectiva son proposiciones al cambio de los valores y por otro lado confrontamientos que nos inducen de manera eficaz”¹¹

Los alumnos no aprenden exclusivamente en las aulas escolares, reciben una educación informal que genera aprendizajes. La televisión es parte de ésta educación, influye en ellos y hace que se adopten modas, lenguajes y se prefieran determinadas cosas.

La manipulación que se hace con la publicidad cambia conductas, genera que se utilice otro tipo de lenguaje por imitación de personajes inventados por la televisión.

2.5 COMUNICACIÓN Y EDUCACION

La educación se obtiene por varias vías, el niño aprende en la escuela pero también en la familia, en la religión y en los medios de comunicación. La educación es formal cuando se obtiene en una institución escolar e informal cuando es adquirida en otros medios.

Los medios de comunicación han sido reconocidos como una institución social; sobresalen por su amplia cobertura y representan una fuente inagotable de información. A través de los medios de comunicación podemos enterarnos de

¹¹ Granados Chapa, Miguel Angel. Op Cit. p. 119.

diversas cosas que en tiempo y espacio están muy lejanas de las personas, los conocimientos que se obtienen a través de ellos son en forma placentera y sin que haya un propósito por aprender.

La educación que promueve la escuela tiene propósitos formativos de alfabetización, de capacitación, etc., en cambio los medios en su mayoría de veces solo aportan entretenimiento, información, y orientación para el consumo. Sin embargo sus contenidos también forman parte del bagaje educativo y cultural de las personas.

“Esta función educativa de los medios es actualmente reconocida por su acción profunda sobre las creencias y los valores que determinan el comportamiento de las personas, ya que su influencia tiene mayor impacto en el educando que la propia institución escolar”.¹²

Hoy en día se da una gran divergencia; la escuela pretende fomentar valores como el amor a la patria y la conservación de las tradiciones, los medios en cambio no ayudan a esta acción.

“La forma de expresión que resulta más familiar a las generaciones jóvenes, de finales de nuestro siglo, para adquirir el lenguaje, la interpretación y el significado de la cultura contemporánea es la de los medios de comunicación”.¹³

Los estudiantes están más relacionados con imágenes y sonidos que con la letra escrita. Este fenómeno socio-cultural hace que la comunicación y la educación

¹² Luviano, Guadalupe y Aurora Alonso. “Comunicación y Educación”. p. 12.

¹³ Ibidem. P. 12

tengan la necesidad de relacionarse, que se complementen y que se enriquezcan mutuamente. Los niños mexicanos conocen y se identifican más con personajes televisivos que con héroes nacionales.

El progreso que han alcanzado los medios en los últimos 50 años y la forma y el modo en que han influido en nuestra sociedad ha sido tremendo; pero esta modernidad ha sumido más en la dependencia y dominación.

La escuela debe reconocer que está siendo rebasada por otras formas de influencia más acordes a la naturaleza del niño, su cotidianeidad y la cultura contemporánea.

Los medios de comunicación adquieren una importancia cada vez mayor en el desarrollo de nuestra sociedad.

2.6 APRENDIZAJE Y COMUNICACION

El aprendizaje, como condición inherente al individuo, se adquiere por todos los medios, ya sea de manera intencional o espontánea, a lo largo de toda la vida.

No sólo aprendemos en la escuela, sino con todo lo que nos rodea; estamos aprendiendo día con día, la vida se convierte en un proceso acumulativo de experiencias.

“El aprendizaje es un cambio de conducta relativamente permanente, es resultado de la práctica, es progresiva adaptación, es un cambio de actitud, es una reacción a una situación dada, es una actividad mental por la que se adquieren hábitos, es una

modificación de la personalidad, es un desarrollo estimulado, es la respuesta correcta a las estimulaciones".¹⁴

"El aprendizaje es un proceso de cambios del individuo, que tiene lugar precisamente dentro del que aprende, y por lo mismo, nadie puede aprender por otro. Se aprende principalmente cuando se tiene interés, se pone atención y esfuerzo en relación con un hecho de valor indiscutible".¹⁵

Para que alguien pueda aprender necesita su total participación y a través de ésta va a adquirir habilidades, destrezas e información y se forma actitudes y hábitos.

Según Piaget, el aprendizaje implica una medición selectiva. Es decir los objetos del conocimiento no se registran y reproducen pasivamente, sino que el sujeto actúa sobre ellos y los percibe a través de esta acción.

Jerome Bruner reconoce diversas formas de aprender dependiendo de la experiencia que enfrente el individuo que puede ser directa o mediatizada.

Aprendizaje por experiencia directa.

Es la actividad que el sujeto desarrolla sobre el objeto de conocimiento y cuyas consecuencias inmediatas son la fuente principal de la aptitud y el conocimiento.

Aprendizaje por experiencia mediatizada.

Es aquél que se realiza mediante dos tipos de representaciones de la realidad: la icónica, que corresponde al aprendizaje por observación de modelos; y la simbólica, que corresponde al sistema de códigos y símbolos del lenguaje.

¹⁴ Fermoso Estebanez, Paciano. "Aprendizaje y comunicación". Antología. Teorías del Aprendizaje. p. 24.

¹⁵ Luviano, Guadalupe y Aurora Alonso. Op cit. p. 25.

El aprendizaje mediatizado icónico y simbólico, es una experiencia basada en procesos de comunicación humana.

El lenguaje oral y escrito ha sido el medio por excelencia de la educación, por el cual se adquieren conocimientos y habilidades transmitidos por una persona o un libro, prescindiendo de la actividad directa sobre los objetos.

“El sistema tradicional que nos rige propicia hasta la saciedad el uso de ciertos medios, pues el maestro, aparte de seguir el esquema vertical, siempre recurre a los medios verbales”.¹⁶

Una forma de evitar la abstracción que fomenta el verbalismo es presentar imágenes, modelos visuales y construcciones de la realidad como acercamientos a la realidad misma.

Los educandos de hoy en día prefieren las formas audiovisuales del lenguaje. Esto supone llevar al aula otras formas de expresión comúnmente utilizadas por los medios de comunicación.

2.7 EDUCACION PARA LOS MEDIOS

La educación para los medios es la tendencia educativa que vincula a los medios de comunicación con los procesos educativos formales. Su intención inicial fue la formación de receptores críticos, como una respuesta social ante la influencia

¹⁶ Meéndez Crespo, Ana. "Relaciones entre educación y comunicación en México" Antología. Medios para la Enseñanza. p. 63.

de los medios de comunicación, pero actualmente pretende también, la formación de emisores creativos y ha incorporado los lenguajes y recursos comunicacionales de los medios a la escuela.

A continuación se exponen dos ejemplos de la alfabetización de los medios en Estados Unidos. Estos trabajos representan una variedad de niveles de edad, tiempo dedicado, situaciones no tradicionales e ilustran el trabajo de maestros y facilitadores reflexivos que ayudan a sus estudiantes a transformarse ellos mismos en televidentes activos y pensadores reflexivos.

Mary Moen es una asesora en alfabetización en los medios de comunicación que da conferencias y conduce una variedad de talleres interactivos tanto para adultos como para gente joven. Su objetivo principal es preparar al estudiante para convertirse en un consumidor crítico y conocedor de los medios de comunicación. Con esta premisa, Moen propone 4 objetivos al comenzar el curso.

“Primera.- La comunicación de masas es una parte importante del presente y el futuro. Los estudios han demostrado que el estudiante secundario promedio pasa más horas con los medios de comunicación de masa que en cualquier otra actividad.

Segunda.- Los estudiantes necesitan saber el grado en que los medios de comunicación afectan y reflejan su sentido de moral, decisiones políticas, hábitos de compra, y en general su forma de vida.

Tercera.- Los estudiantes necesitan saber las oportunidades y responsabilidades que tienen en la formación de los medios de comunicación. Si no están felices con la dirección de los mensajes de los medios de comunicación, ¿Qué pueden hacer y qué deben hacer al respecto?

Cuarta.- Los estudiantes necesitan una experiencia de aprendizaje creativa al estudiar los medios de comunicación. A través de ejercicios de “manos a la obra” creando mini-ejemplos de los mensajes de los medios de comunicación, los estudiantes

obtendrán un conocimiento activo y una apreciación de lo que son los medios de comunicación".¹⁷

Los cuatro objetivos sobre la alfabetización de los medios de comunicación son el tema central; se graban en la mente de los estudiantes a lo largo del curso que impregna toda la experiencia del semestre.

Cuando los alumnos completan el curso de los medios de comunicación de masas, pasan a la producción de medios de comunicación. Producen audio y video.

Los estudiantes producen su trabajo para informar a la comunidad de Madison acerca de las cuestiones de la escuela secundaria oeste a través de la red de cable educacional.

El éxito de Mary Moen como maestra de los medios de comunicación de masas se resume mejor en una carta escrita por uno de sus estudiantes.

"No sólo aprendimos cómo usar el equipo, cómo trabajar juntos, y cómo crear algo valioso para la televisión, hemos aprendido a poner todo esto junto, también hemos aprendido a cómo mirar la televisión. Prestamos más atención a lo que vemos. Sabemos qué buscar porque sabemos lo que pasa adentro. Pensamos más en lo que está en la tele, hacemos más decisiones inteligentes sobre lo que queremos mirar en nuestro tiempo. Steve Dast".¹⁸

Considero que el mayor logro que se obtiene con éste programa es la de hacer receptores críticos, capaces de distinguir un programa televisivo que les aporte aprendizajes positivos de los que solo causan enajenación o son pobres en su contenido cultural.

Iniciar un trabajo de este tipo con nuestros alumnos sería un primer paso para

¹⁷ Rowe. Marieli. Op Cit. p. 251.

¹⁸ Ibidem. p.252

que ellos mismos determinen un tiempo para ver televisión y realicen otras actividades más productivas que les permitan desarrollar mejor sus habilidades.

Un proyecto para la clase de una primaria.

Lyn Lacy es una maestra de una escuela primaria que ha desarrollado enfoques creativos e innovadores para introducir a los niños pequeños en el análisis y comprensión de los medios de comunicación.

El proyecto que se presenta a continuación fue diseñado para niños de 6 a 9 años. Inició adornando la televisión como una persona, pero insistiendo en que se le llamara "la cosa" más que él o ella.

"La persona TV se convirtió en un invitado permanente en la clase, que sería tratado de esa manera, en un sentido muy positivo, y al que los niños podían responder. La Sra. Lacy hablaba a sus estudiantes en estos términos: Tiene un nombre....."La cosa"

"La cosa" puede ser un narrador de historia
(para información)

"La cosa" puede ser una persona chismosa
(para entretenimiento)

"La cosa" puede ser un vendedor
(para publicidad)"¹⁹

Los niños aprendieron a ver la televisión como parte de la clase, se familiarizaron a tal punto que la consideraban como una visita. Además pudieron identificar los programas que se veían, clasificaban los que les contaban historias, mostraban noticias o los que trataban de venderles algo.

También discutieron qué es lo que podían hacer cuando los programas les "contaban" cosas inadecuadas para los niños, e hicieron una larga lista de

¹⁹ Rowe, Marieli. Op Cit. p. 253

actividades que podían hacer en casa, como alternativas a mirar TV adulta que puede ser aburrida o asustarlos.

“Enseñar el diseño tanto como el contenido de los medios de comunicación de masas se ha transformado en una progresión lógica y casi sin dificultad en mi currículum diario, para preparar a los niños a entender toda la imaginaria visual que los rodea. La persona TV es una estrategia que ha enseñado a los niños acerca de lo que realmente ven cuando miran la TV”.²⁰

La mayoría de los programas televisivos en nuestro país son pobres en su contenido cultural, además de la publicidad que se maneja origina una confrontación entre lo que se dice en la escuela y lo que se proyecta. Hacer que nuestros alumnos sean críticos en cuanto a lo que miran por televisión es muy importante, además si consideramos que este medio está en gran contacto con los niños debe ser entonces tomado como un auxiliar más en la educación.

Latinoamérica también a llevado a cabo iniciativas de Educación Para los Medios en países como Argentina, Brasil, Chile, Costa Rica, Venezuela; Uruguay y México.

En términos generales, los distintos programas buscan potencializar la capacidad crítica y analítica del receptor ya que se identifica a los medios de comunicación, en concreto a la televisión, como instrumentos de dominación y domesticación que promueven valores, conductas y actitudes ante la vida que resultan contradictorias en el contexto de esta región.

²⁰ Rowe. Marieli. Op Cit. p. 255.

Entre estas experiencias destaca la del Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA) de Chile, que desde hace 20 años se dedica a la investigación y la enseñanza de los medios, con especial atención a la formación del televidente activo.

CENECA es una organización no gubernamental, creada en 1977, con el objetivo fundamental de investigar la dimensión cultural y comunicativa de la sociedad chilena y capacitar a personas y grupos sociales en actividades que estimulen su expresividad social.

A continuación se exponen los objetivos de ésta organización, que trata de que el hecho de ver televisión sea algo positivo.

El objetivo a corto plazo del proceso de educación para TV es ampliar y potenciar las capacidades socio-culturales de semantizar activamente la TV.

“Como objetivo a mediano plazo nuestro programa pretende que la recepción activa estimule la constitución de actores sociales capaces de demandar activamente una orientación y una programación de TV adecuada a sus intereses, motivaciones y necesidades”.²¹

El logro de los objetivos a corto y mediano plazo se han desarrollado a través de dos grandes líneas de trabajo, la línea educativa y la línea de políticas de televisión.

Línea educativa.

“Esta línea intenta lograr determinados objetivos específicos con ciertos destinatarios.

Los objetivos específicos son:

- fortalecer la propia expresividad

²¹ Hermosilla. María Elena. Op cit. p. 237.

- desarrollar la actitud crítica
- estimular demandas a la TV.

Los destinatarios de la línea educativa han sido:

- el sistema escolar formal
- grupos y movimientos sociales
- la educación y comunicación popular
- organizaciones de América Latina

Las actividades emprendidas son variadas y complementarias:

- investigación de la relación televidente TV., como base de las diversas acciones educativas posteriores
- elaboración de materiales educativos, que incluyan juegos de simulación y juegos de comunicación no verbal.
- talleres de capacitación en la metodología
- actividades de evaluación y seguimiento
- institucionalización autónoma de la acción educativa".²²

Para cumplir estos objetivos y relacionarse con los destinatarios, CENECA ha elaborado cuatro manuales educativos, para uso de educadores del sistema escolar básico y medio, educadores populares, animadores, comunitarios y otros agentes culturales que trabajan con grupos.

La sola publicación no dio los resultados esperados, por ese motivo y con apoyo del Programa Internacional de Desarrollo de las comunicaciones de la UNESCO, la institución está realizando talleres para educadores del sistema escolar público, de modo que el tema de la TV y el desarrollo de la actitud activa se inserten en el sistema educacional formal.

La metodología de éstos talleres, es la simulación, se busca que los educadores trabajen los ejercicios aprendidos en el taller de CENECA con sus alumnos de manera que aprovechen en su asignatura los contenidos positivos que ofrece la TV.

²² Hermosilla, María Elena. Op Cit. p. 238.

Con éstos trabajos se trata de que los alumnos desechen programas y contenidos que consideren inapropiados.

“De este modo, TV y escuela, en lugar de plantearse como competidoras, a partir de una síntesis crítica y activa, pueden considerarse fuerzas culturales complementarias”.²³

“Línea de políticas de TV.

Los objetivos específicos de la línea de política de televisión son:

- conectar las demandas sociales con el medio televisivo.
- estimular una producción televisiva para satisfacer las necesidades sociales
- proponer un nuevo modelo de televisión cultural para el desarrollo, basado en las percepciones de los receptores.

Los destinatarios de esta línea de trabajo son:

- productores de televisión y vídeo.
- responsables de políticas generales y particulares de TV.
- actores y organizaciones sociales.

Las actividades conducentes a tales objetivos han sido:

- investigación sobre demandas sociales a la TV.
- Investigación sobre géneros televisivos y su relación con las demandas del televidente.
- Experimentación del mecanismo de “laboratorio” para conectar TV y televidente.
- Producción de guiones para televisión
- Talleres con productores de TV y vídeo”.²⁴

Las demandas que los grupos sociales hacen a la TV, apuntan hacia dos niveles: un nivel es influir en la orientación global de la TV como sistema; el otro nivel aspira a sugerir transformaciones más específicas en programas y contenidos particulares, este nivel plantea la tarea de identificar las demandas culturales,

²³ Hermosilla, María Elena. Op cit. p. 239.

²⁴ Ibidem. P. 239

procesarlas y elaborarlas semióticamente de acuerdo a los géneros y formas televisivas.

En el caso de México, las experiencias se han orientado fundamentalmente a la recepción crítica del medio televisivo, como:

- Mejor televisión para niños A.C.
- Taller de metodología en lectura crítica, del Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario (IMDEC).
- Televidentes Alerta, A.C.
- La televisión y los Niños, Consejo Nacional de población (CONAPO).-

La finalidad principal es la de usar la televisión en forma positiva, mediante la concientización de padres de familia y maestros.

Debemos aprender más de los medios hacerlos nuestros aliados para modernizar los procesos escolares. Para que la iniciativa de Educación para los Medios alcance sus propósitos es necesario que se impulse a través de la SEP.

En un principio debe orientarse la formación de los maestros en servicio, los alumnos a través del currículum oficial de educación básica y un programa que incluya a la gente en general y a los padres de familia.

La Educación para los Medios en la Universidad Pedagógica Nacional.

La UPN inicia una experiencia en educación para los medios, su principal destinatario es el maestro en servicio de educación básica.

Se parte de la experiencia del maestro en el uso de la expresión oral y escrita,

hasta llevarlo al empleo de otros recursos que le permitan construir nuevas metodologías de enseñanza-aprendizaje.

Los niños construirán mensajes propios acordes a su contexto social, la información extraescolar la llevarán al aula para utilizarla en su aprendizaje.

El objetivo primordial de Educación para los Medios es la de formar receptores críticos. Para este fin se han editado libros y revistas que abordan el tema, encaminados a la concientización de los docentes y recalcando su importante participación en este nuevo enfoque.

Proponen además actividades pedagógicas que pretenden ver a los medios desde otra perspectiva, reflexionar sobre los hábitos de consumo, ampliar sus conocimientos y reorientar sus gustos y preferencias.

El principal objetivo como se ha mencionado anteriormente es el de hacer receptores críticos y aprovechar la información en la enseñanza de contenidos escolares.

2.8 LA TELEVISION COMO AUXILIAR EN EL PROCESO ENSEÑANZA APRENDIZAJE

Existe una interacción entre el hombre y los medios de comunicación, sobre todo con la TV, que es el medio de mayor impacto en la actualidad.

“Las imágenes y los sonidos en sus múltiples presentaciones (prensa, historieta, posters, radio, cine, TV...) están modificando no

sólo la presencia del hombre en el mundo si no que incluso se está modificando el mismo medio cultural habitado por el hombre”²⁵

El reto mayor que enfrentan los maestros en este fin de siglo es hacer que los medios de comunicación aliados del maestro, en vez de enemigos en su práctica docente.

Para incorporar la televisión como auxiliar en la educación requiere maestros con apertura y disposición. Los alumnos moldean sus conocimientos, actitudes y valores en base a lo que ven y escuchan en los distintos medios de comunicación y en especial en la TV.

Los niños pasan gran parte de su tiempo frente al televisor más aun que en la escuela; por lo consiguiente el contacto con los libros de texto u otro material instructivo es menor que el contacto que tienen con la TV.

Los educandos aprenden más fácilmente lo que ven y escuchan fuera del aula, así por ejemplo, recuerdan las canciones y tonadillas de comerciales, los nombres de los personajes de los programas de TV. Y se saben de memoria los chismes de los artistas. En cambio difícilmente recuerdan las estrofas del Himno Nacional, o los nombres de los presidentes de México, no obstante que este conocimiento es parte de la enseñanza.

“La paradoja educativa que nos desafia en el umbral del siglo XXI, es precisamente lo que muchos maestros y padres de familia hemos expresado alguna vez: los medios no educan, pero los niños si aprenden de ellos”²⁶

²⁵ Gutierrez, Francisco. Op Cit. p. 89.

²⁶ Orozco Gómez, Guillermo. “Año 2000 Odisea de los medios de comunicación en la educación”. p. 13.

Los niños aprenden mucho de la programación televisiva, sobre todo de programas de entretenimiento, caricaturas, aventuras o de los mismos comerciales.

El contacto que tienen los niños con la televisión es la gran razón de incorporarla como un auxiliar en la educación.

Orozco Gómez Guillermo propone tres maneras de vincular los medios masivos de información a la educación escolar:

_____ como instrumentos didácticos

_____ como medios de expresión

_____ como fuente de contenidos

En México hay una asociación que se llama "Prensa en la escuela" que precisamente busca diseñar diversas estrategias y técnicas para incorporar el uso del periódico como fuente de información y recurso didáctico en el salón de clases, esta asociación es parte de una internacional que ya tiene varios años funcionando en Canadá, España, Francia y los Estados Unidos.

Los libros de texto no agotan lo que es posible enseñar, son apenas una "probadita" de todo lo que es el vasto conocimiento producido por los seres humanos. No es posible esperar que en los libros venga todo. Además, los libros son sólo material impreso. Otros medios pueden hacer más versátil la presentación de información.

Además, la capacidad humana de comunicación no se agota en los lenguajes orales y escritos. El lenguaje de la imagen ya sea estática o en movimiento, es cada vez más importante y usado. Más aún, algunos investigadores hasta sostienen que

el lenguaje videotecnológico moderno conlleva una lógica distinta a la de los anteriores y será el lenguaje del futuro.

Los medios como instrumentos didácticos dentro de procesos educativos cumplen distintas funciones: diversificar la presentación de información, hacer más eficiente y eficaz el proceso de enseñanza-aprendizaje, integrar distintas "aristas" de los objetos del conocimiento, emplear diversos recursos, lenguajes y códigos para buscar un aprendizaje más integral.

Otra manera de traer los medios a la escuela es precisamente, como eso, como medios. Cada medio tiene su lenguaje específico. Su forma particular de "orquestrar" sus contenidos.

Cada medio tiene, además, géneros. La telenovela es un género televisivo. El reportaje es un género periodístico. Las caricaturas es otro género. Cada género se distingue por una peculiar manera de "reorquestrar" su mensaje.

"Con la alfabetización a los medios se busca aumentar las destrezas comunicativas de la audiencia. Con analizar los contenidos de los medios se pretende provocar lecturas y televidencias más críticas, creativas y autónomas."²⁷

La otra manera de usar educativamente los medios es precisamente como fuentes de contenidos complementarios para la información escolar.

Este tipo de esfuerzo busca, principalmente, aprovechar toda la información que los medios codifican y transmiten a sus públicos. El uso de los contenidos

²⁷ Orozco Gómez, Guillermo Op Cit p.19.

cotidianos de los medios de comunicación en el aula implica un análisis de mensajes.

En el aprovechamiento tanto de los contenidos como de los lenguajes de los medios de comunicación, nuestro papel más que de productores es de mediadores. El desafío es mediar adecuadamente para que todos obtengamos provecho de los medios.

El maestro tiene que ser mediador, asumir una posición activa entre los niños y los medios, y entre los medios y la escuela.

Si los maestros son mediadores, podrán enfrentar el desafío de la recepción. No se trata solo de saber aprovechar educativamente los contenidos y los lenguajes de los medios masivos de información; se trata de desarrollar una pedagogía de la comunicación.

El objetivo que se persigue con esta pedagogía es estimular y fortalecer la competencia comunicativa de los niños. Es decir su capacidad para expresarse adecuadamente a través de diversos medios y técnicas de comunicación.

“Hay que recordar que la comunicación es también un objeto de aprendizaje y conocimiento. No solo es una capacidad, un proceso o un resultado de la interacción humana. Como tal, hay que desarrollarla y enseñar a ejercerla. Por eso se hace necesaria una pedagogía de la comunicación”.²⁸

2.9 LIMITACIONES

Haber estudiado la licenciatura ha sido una tarea bastante difícil, ya que el

²⁸ Orozco Gómez, Guillermo. Op Cit. p.23.

trabajo no solo ha sido como estudiante sino como docente frente a un grupo y como madre de familia.

Lograr la titulación es una de mis metas e ilusión que me he trazado, sin embargo ha habido ciertas dificultades que se han presentado durante el trabajo.

Una de las limitantes ha sido el tiempo que se le puede dedicar a la investigación; ya que cumpliendo un horario de trabajo el tiempo libre se reduce.

Otro aspecto importante que se debe mencionar ha sido la poca bibliografía que hay sobre el tema.

Por otra parte como ya se ha hablado anteriormente, la mayoría de las familias pasan gran parte de su tiempo libre frente a un televisor; por tal motivo será una situación difícil ya que se tendrán que cambiar hábitos ya establecidos.

El padre de familia tiene un papel fundamental como mediador entre el niño y la televisión; será necesario concientizarlo y hacerle ver la importancia de su labor.

Los maestros tendrán que iniciar el trabajo de concienciación en las aulas, poseer una visión distinta a la que tradicionalmente se ha utilizado.

La economía es otra limitante, ya que en la mayoría de los hogares papá y mamá trabajan, ocasionando que los niños pasen mucho tiempo solos; teniendo como único medio de distracción la televisión.

CONCLUSIONES

Y

SUGERENCIAS

CONCLUSIONES

Después de haber realizados el trabajo de investigación se pueden hacer las siguientes conclusiones:

1. La escuela no es el único lugar donde aprenden los niños; ya que interactúan con todo lo que tienen alrededor. Los medios de comunicación y específicamente la televisión aportan mensajes que el niño aprende.
2. La programación televisiva que tenemos los mexicanos es cien por cien comercial, su función obedece a criterios políticos y mercantiles de sus patrocinadores.
3. La publicidad tiene gran impacto en la conducta y comportamiento de las personas; muchos actúan, son y viven en base a lo que observan en los medios.
4. La televisión es vista tantas horas por tanta gente que las estadísticas son sorprendentes.
5. Los estudiantes pasan gran parte de su tiempo frente a la televisión, por consiguiente están mas relacionados con imágenes y sonido que con letra

escrita. Este fenómeno socio – cultural hace que la comunicación y la educación tengan la necesidad de relacionarse, que se complementen y que se enriquezcan mutuamente.

6. La educación para los medios es la tendencia educativa que vincula a los medios de comunicación con los procesos educativos formales.
7. En México se han creado diferentes organizaciones en relación con la educación para los medios.
8. La UPN inicia una experiencia en educación para los medios, su principal objetivo es el de hacer receptores críticos y aprovechar la información en la enseñanza de contenidos escolares.

SUGERENCIAS

1. Una forma de evitar la abstracción que fomenta el verbalismo es presentar imágenes, modelos visuales y construcciones de la realidad como acercamientos a la realidad misma.
2. La educación para los medios es una alternativa; vincula a los medios de comunicación con los procesos formales
3. Mediante la concientización de padres de familia y alumnos, hacer televidentes críticos, capaces de aprovechar los elementos positivos que aporta la televisión.
4. Sensibilizar al maestro, para que sea el aula el lugar donde se inicie el trabajo de concientización.
5. Elaborar maestro y alumno una lista de actividades que pueden hacer; en lugar de mirar programas de bajo contenido cultural y alto grado de violencia.
6. En la escuela se deben rescatar y promover juegos tradicionales, que sean opciones para no ver tantas horas la televisión.

7. Otra sugerencia es que el maestro utilice a la televisión como un instrumento didáctico.

REFERENCIAS BIBLIOGRAFICAS

1. ALBARRAN de Alba, Gerardo, "Libertad de expresión" En Proceso No. 922. 4 de Julio de 1994. pp. 16-17 .
2. CORRO, Salvador, "De los gobiernos priistas Emilio Azcárraga ha recibido todos los favores y, como priista confeso, sabe ser agradecido", En Proceso No. 922, 4 de Julio de 1994. pp.6-7
3. FERMOSO Estebanéz, Paciano. "Aprendizaje y comunicación" Antología. Teorías del aprendizaje. UPN. Primera Edición. México. 1986. 448 pp.
4. GRANADOS Chapa, Miguel Angel. "Comunicación y Política". Editorial Océano. México. 1986. 193 pp.
5. GUTIERREZ, Francisco. "Los medios de comunicación social fuera de la escuela". Antología. Medios para la enseñanza. UPN. Primera edición, México. 1986. 321 pp.
6. HERMOSILLA, Maria Elena. "La recepción activa de la televisión". Antología. La educación para los medios de comunicación. UPN. México. 1994. 414 pp.
7. LUVIANO, Guadalupe y Aurora Alonso, "Comunicación y Educación". Editorial Multimedia. UPN. 1994. 46 pp.
8. MELENDEZ Crespo, Ana. "Relaciones entre educación y comunicación en México". Antología. Medios para la enseñanza. UPN. Primera edición, México. 1986. 321 pp.

9. OROZCO Gómez, Guillermo, "Año 2000: Odisea de los Medios de Comunicación". Editorial Multimedia. UPN. 1994. 31 pp.
10. ROWE, Marieli. "La enseñanza de la televisión en la escuela". Antología. La educación para los medios de comunicación. UPN. México. 1994. 414 pp.
11. TREJO Delabre, Raúl. "Televisa, 5º poder". Antología. Política Educativa. UPN. Primera Edición, México 1987. 335 pp.

161698