

**UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL  
UNIDAD AJUSCO**

**DIRECCIÓN DE DOCENCIA**

**¡QUE NO TE CONTROLLEN LOS MEDIOS!  
TALLER DE EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS DIRIGIDO A  
MADRES Y PADRES DE FAMILIA**

**T E S I S**  
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE LICENCIADAS EN PEDAGOGÍA

**P R E S E N T A N:**

**DIANA QUIROZ AGUAYO  
MA. ALEJANDRA RULE ESPARZA**

**DIRECCIÓN DE TESIS:**

**ARTURO DOMÍNGUEZ VARGAS**

MÉXICO, D.F.

MAYO DEL 2003.

*Dedico este esfuerzo a dos grandes mujeres: Mi madre y mi abuela, quienes son un ejemplo e inspiración en mi vida.*

*Agradezco infinitamente a:*

*Mi hermano, hermana, y amigos (as) por convivir conmigo día a día y compartir los buenos y malos momentos.*

*A mi padre por su ejemplo, consejos y apoyo incondicional.*

*Y a todas aquellas personas que durante el camino me han acompañado y han dejado una huella en mí.*

*Gracias.*

*Diana Quiroz*

*A mis padres, hermanos, amigas (os) y maestros;  
con respeto, cariño y admiración.*

*Gracias por haber contribuido a hacer de mi el ser humano que soy...  
mostrarme que el único límite en la vida es el miedo al fracaso; por ser padres, amigos y  
maestros al mismo tiempo; maestros que fueron amigos; amigos que sin quererlo fueron  
mis maestros y a ti Enrique por ser mi hermano.*

*Mil gracias!!*

*Alejandra Rule.*

## INDICE

Introducción	VIII
CAPITULO 1 LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS	1
1.1. Origen y fines de la Educación para los Medios	2
1.2. El movimiento pedagógico europeo como antecedente	4
1.2.1. Educación para la recepción	5
1.2.2. Los Medios Masivos de Comunicación como contenido curricular	7
1.2.3. Las Madres y Padres de familia en la Educación para los Medios	8
1.3. Educación para los Medios en América	9
1.3.1. América: Canadá y EEUU	10
1.3.2. América Latina	11
1.3.2.1. El trabajo con niños (as), adolescentes y profesores (as)	14
1.3.2.2. Las Madres y Padres de familia en las propuestas de Educación para los Medios	16
1.4. La Educación para los Medios en México	18
1.4.1. Institucionalización de la Educación para los Medios como propuesta Educativa	20
1.4.2. Paquetes didácticos para Madres y Padres de Familia	25
CAPITULO 2 LA PEDAGOGÍA DE PAULO FREIRE COMO MARCO DE REFERENCIA EN LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS	31
2.1. La Educación: sus formas y sus fines	34
2.1.1. Modelos pedagógicos y esquemas comunicacionales	34
2.1.1.1. Modelo de educación tradicionalista	36
2.1.1.2. Modelo de las nuevas tecnologías	37
2.1.1.3. Educación problematizadora	40
2.1.2. La pedagogía problematizadora de Paulo Freire	42
2.1.2.1. Concepción del hombre	43
2.1.2.2. Educación bancaria y educación libertadora	46
2.2. La Educación para los Medios y la Pedagogía crítica de Paulo Freire	47
2.2.1. Respeto por la naturaleza del ser humano	49
2.2.2. Partir del educando	50
2.2.3. La transformación de las prácticas	51
2.2.4. El papel de la comunicación	51
2.2.5. El método	51
2.3. Lineamientos posibles para elaborar la propuesta	54

CAPITULO 3	ORIGEN DEL PROYECTO DE DESARROLLO EDUCATIVO: LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS CON MADRES Y PADRES DE FAMILIA	55
3.1.	Familia, Escuela y Educación para los Medios	
3.1.1.	Madres, Padres y Medios Masivos de Comunicación	56
3.1.2.	Intervención pedagógica en la Educación para los Medios	58
3.1.3.	Contexto de la propuesta	59
3.1.3.1.	Caracterización de la escuela	60
3.1.3.2.	El objeto de intervención	61
3.2.	Un diagnóstico necesario	62
3.2.1.	El consumo cultural como aspecto observable	
3.2.2.	Resultados del diagnóstico	64
3.2.2.1.	El perfil socioeconómico	
3.2.2.2.	Consumo televisivo	66
3.2.2.3.	Consumo radiofónico	72
3.2.2.4.	Consumo de medios impresos: revistas, periódicos y libros	75
3.2.2.5.	Internet y videojuegos	78
3.2.2.6.	Otros medios menos consumidos	79
CAPITULO 4	TALLER DE EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS: EXPERIENCIA PILOTO Y REELABORACIÓN DE LA PROPUESTA	81
4.1.	La experiencia formativa de la fase piloto del taller	
4.1.1.	Seguimiento de la propuesta	84
4.1.1.1.	Versión experimental del taller, aplicación y resultado	85
4.1.2.	El aporte de la experiencia piloto	98
4.1.3.	Reconceptualización de la propuesta	99
4.2.	¡Que no te controlen los medios!: taller de Educación para los Medios dirigido a Madres y Padres de familia	101
4.2.1.	Presentación	
4.2.2.	Objetivos	
4.2.3.	Destinatarios	102
4.2.4.	Temáticas	103
4.2.4.1.	Comunicación	105
4.2.4.2.	Medios Masivos de Comunicación	108
4.2.4.3.	Televisión	
4.2.4.4.	Radio	112
4.2.4.5.	Medios impresos	113
4.2.4.6.	Videojuegos e Internet	114
4.2.4.7.	Comunicación dentro de la familia	116
4.2.5.	Metodología	117
4.2.6.	Conducción	121
4.2.7.	Materiales didácticos	123
4.2.8.	Alcances y limitaciones	124
Conclusiones		126

Bibliografía	129
Apéndice I: Instrumentos	134
Apéndice II: Cartas descriptivas de la propuesta piloto	141
Apéndice III: Cartas descriptivas de la propuesta final	155

## INTRODUCCIÓN

La comunicación es un hecho que ha acompañado al hombre desde sus orígenes; pero, ha sido en el último siglo cuando ha logrado alcances que anteriormente sólo pertenecían a la ciencia-ficción. Lo que para un padre en su niñez era producto de la ficción, ahora, es una realidad para sus hijos. La comunicación se ha desarrollado junto con el gran avance tecnológico que se ha experimentado en los últimos tiempos. De tal forma que hoy, no nos asombra que la televisión tenga una enorme capacidad para retener frente a su pantalla a millones de personas mirando un acontecimiento que ocurre en algún lugar del mundo en un tiempo casi real.

Los Medios Masivos de Comunicación se encuentran presentes en la vida cotidiana de los seres humanos, pero es en el hogar en donde se tiene la primera recepción y donde posteriormente se pasará una gran parte del tiempo en contacto con ellos; será en casa donde el padre o la madre, o cualquiera que funja como autoridad en el hogar, tendrá un papel de mediador importante en la relación que se establece entre medio y receptor. Son ellos quienes generalmente ejercen un control sobre sus hijos en la recepción de la televisión, determinando los programas que se verán.

A partir de esta situación es que se han generado diversas propuestas que pretenden ayudar a los receptores a relacionarse críticamente con los Medios Masivos de Comunicación, sin embargo, las Madres y Padres de familia pocas veces han sido beneficiados con estas propuestas.

Este trabajo nos ha permitido constatar que existe una necesidad de “*educar para los medios*”, a las Madres y Padres de familia, quienes se encuentran tan desorientados (as) como sus hijos (as) sobre este tema. Esto resulta aún peor si consideramos que las nuevas generaciones están naciendo en una cultura mediatizada, con avances tecnológicos que forman parte ya de su referente natural; sin embargo, para las madres, padres, maestros y maestras, son cambios vertiginosos a los que se han tenido que ir adaptando y muchas veces ejerciendo una resistencia.

Nuestro trabajo consiste en un taller de *Educación para los Medios* dirigido a Madres y Padres de familia, a partir de reconocer la necesidad de convivir activamente con los distintos medios de comunicación y con la inquietud por desarrollar nuevas formas de comunicación más simétricas. Nos fijamos como objetivo: Promover en las Madres y Padres de familia la reflexión sobre sus prácticas de consumo cultural, y su interés para transformar y desarrollar su capacidad crítica y selectiva frente a los contenidos que ofrecen los Medios Masivos de Comunicación, basándonos en la teoría pedagógica de Paulo Freire.

Para la realización de esta propuesta fue necesario el reconocimiento y caracterización de la población a quienes va dirigida la propuesta, se realizó una encuesta diagnóstica, se diseñó un

taller y se aplicó en calidad de prueba piloto, haciendo un seguimiento de esta experiencia. A partir de estas acciones derivamos lineamientos, contenidos y actividades, fundamentando nuestra propuesta de intervención: El taller “*¡Que no te controlen los medios!*”.

El trabajo que a continuación se expone está compuesto por cuatro capítulos. El primero está destinado a desarrollar los antecedentes históricos de la *Educación para los Medios*, concebida como un movimiento educativo que se ha desarrollado de distintas formas, según su contexto.

En el segundo capítulo se presenta el marco teórico, el cual aborda por principio la clasificación de la educación, los modelos educativos y su relación con los procesos de comunicación que promueve cada uno; así mismo, exponemos el desarrollo de la teoría pedagógica de Paulo Freire como un sustento posible de la *Educación para los Medios*.

El tercer capítulo busca justificar la propuesta, caracterizar a la población destinataria del taller y mostrar los resultados del diagnóstico, que nos permitió conocer las características del consumo que hacen de los Medios de Comunicación.

En el cuarto capítulo se exponen aspectos medulares que describen nuestra propuesta diseñada, evaluada y reconceptualizada: *¡Que no te controlen los medios!*. Dentro de este mismo capítulo se presenta un apartado que hace referencia a los alcances y limitaciones de dicha propuesta.

Por último se incluyen las conclusiones generales de la tesis donde se dan a conocer los resultados obtenidos a través del desarrollo del trabajo, estableciendo nuestras apreciaciones como pedagogas sobre los resultados y el tema.

La creación de este taller representa una posibilidad de formación para las Madres y Padres de familia, en una sociedad en donde los distintos Medios de Comunicación forman parte cotidiana de las personas determinando en muchas ocasiones la percepción de su realidad. Tal es el caso de la guerra contra Irak, acontecimiento mundial que fue conocido mediante los distintos medios de comunicación. Lo que la gente conoce sobre estas acciones fue únicamente lo que los medios transmitían y bajo sus muy particulares puntos de vista, ya que generalmente se tomó partido; por lo que es necesario contar con una educación para los medios que promueva una actitud crítica sobre los mensajes que transmiten.



# CAPÍTULO 1

## LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

*“ No es posible ni siquiera pensar en la televisión sin tener en mente la cuestión de la conciencia crítica. Es que pensar en televisión o en los medios en general nos plantea el problema de la comunicación, un proceso imposible de ser neutro ”<sup>1</sup>*

*Paulo Freire*

Los Medios Masivos de Comunicación (MMC) no fueron creados con la finalidad de educar. Su sorprendente evolución durante el siglo XX<sup>2</sup>, los convirtió en importantes herramientas para quienes pretendieron abrir las ventanas al mundo de la modernidad, basada en la información, el entretenimiento y el consumo de bienes. Su capacidad de influir en la conducta, la creación de nuevos hábitos y moldear la actitud de las personas, los definió como importantes agentes de socialización.

Las bondades de sus recursos y su potencial tecnológico, pronto los instaló como competidores del sistema educativo formal; de tal forma que a mediados de los años noventa, el investigador Guillermo Orozco, opinaba: *“la televisión es una institución social como lo son la escuela, la religión, la familia, etc., y como tal su influencia no es monolítica, sino que al coexistir con las otras instituciones compite por hacer valer sus significados y predominar en la socialización de los miembros de la audiencia”*.<sup>3</sup>

En este marco es explicable que, de acuerdo a la situación histórica, social, cultural y económica de cada sociedad, surgieran distintos análisis que además de pretender explicar la realidad

---

<sup>1</sup> PAULO FREIRE, *Pedagogía de la autonomía. Saberes necesarios para la práctica educativa*, siglo XXI, México, 1999, p.133.

<sup>2</sup> Con la invención de la Imprenta, por Gutenberg a finales del siglo XV, se crean las condiciones para la comunicación masiva de la palabra escrita; y entre los siglos XVIII y XIX en Alemania, el periódico ya era una realidad, por lo que es considerado el primer medio de comunicación masivo en el mundo.

<sup>3</sup> GUILLERMO OROZCO, *Televisión y Audiencias. Un enfoque cualitativo*, UIA, Madrid, 1996, p. 35. Doctor en educación por la Universidad de Harvard e investigador del Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas sociales de la Universidad Iberoamericana México.

social, buscaran sustentar a las teorías (efectos o Mediaciones)<sup>4</sup>, así como a diversas propuestas de intervención, como son: la *Recepción Crítica*, la *Alfabetización Audiovisual*, la *Educación para la Comunicación*, la *Pedagogía de la Imagen*, etc., todas ellas, coadyuvando para lo que se identifica como **Educación para los Medios (EPM)**.

## 1.1. ORÍGEN Y FINES DE LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

La Educación para los Medios (EPM) es un movimiento que ha sido promovido por organizaciones sociales, docentes, Madres y Padres de familia (MPF), así como por aquellos profesionistas preocupados por la influencia que han alcanzado los MMC sobre los comportamientos, ideas y hábitos de los niños y jóvenes en edad escolar.

La Educación para los Medios es una propuesta para la acción educacional dinámica y flexible, que busca adaptarse a las condiciones específicas de cada país y grupos de personas.

Len Masterman<sup>5</sup> identifica tres grandes momentos de este movimiento, que en su opinión exponen los modelos por los que ha pasado la EPM:

- *El paradigma Vacunador*. En los años cincuenta los medios son vistos como una enfermedad que afectaba a la cultura. Por tanto, había que protegerse y la enseñanza de los medios buscó inmunizar a los jóvenes y a los niños.
- *El paradigma del Arte Popular*. En la década de los sesenta, se consideraba que los medios podían ser buenos o malos y era por consiguiente necesario evaluarlos y discriminarlos. La enseñanza audiovisual trataba de diferenciar los productos audiovisuales con cierto nivel estético e intelectual.
- *El paradigma Representacional*. En los años setenta, se reconoce que lo que producen los medios, son formas de mediación del conocimiento social. Lo que se transmite a través de los medios no es la realidad, sino representaciones de la realidad. La enseñanza de los medios debe proporcionar a los individuos herramientas para “leer” los mensajes codificados por los medios, enfocándose al desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo<sup>6</sup>.

Otros investigadores tales como Rina Wollens, Bob Ferguson, Manuel Alvarado, además del propio Len Masterman, consideran que la Educación para los Medios adquiere importancia cuando cuestiona a los MMC sobre la forma en la que pretenden representar al mundo. Se reconoce que en la realidad, son creaciones con objetivos culturales y sociales específicos de

---

<sup>4</sup> Esta teoría nos dice que cualquier medio actúa como mediador de un mundo externo y este proceso elimina la posibilidad de una posición neutral u objetiva.

<sup>5</sup> Profesor adjunto de Educación Audiovisual en la Universidad de Nottingham y consultor de la UNESCO y del Consejo de Europa.

<sup>6</sup> Cfr. LEN MASTERMAN, *La revolución de la educación audiovisual*, citado por ROBERTO APARICI, *La Educación para los medios de Comunicación*, (Antología), UPN-ILCE, México, 1997, pp. 23-33.

masificación ideológica, por lo que una de las características de la EPM es la desmitificación de las ventanas que nos representan al mundo.<sup>7</sup>

La tesista Aurora Alonso, opina que el paradigma representacional no se ha agotado y que se ha gestado uno nuevo desde el cual se enseñan los lenguajes que utilizan los medios, así como sus formas de producción. Este modelo se conoce como *Alfabetización Audiovisual*<sup>8</sup>, *Educación para la Comunicación* o *Pedagogía de la Imagen* y su finalidad es la formación de los receptores propiciando se conviertan en emisores creativos.

Manuel Morán nos dice que Educar para los Medios es “*problematizar lo que no es visto como problema y desideologizar lo que sólo es visto como ideología sin que se pierdan las dimensiones del entretenimiento y de la modernidad que son fundamentales para el hombre predominantemente urbano y solitario de hoy*”.<sup>9</sup> La Educación para los Medios debe entenderse como una estrategia que permite la formación de usuarios críticos, con capacidad de elegir entre diversas ofertas de medios, aquellas que en ese momento le ofrecen una opción para resolver sus necesidades, sean educativas, lúdicas o informativas; no pretende satanizar o eliminar a los MMC de la vida de las personas, pero sí que éstas sean capaces de distinguir hasta qué punto los medios “representan” sólo un fragmento de realidad y cuándo presentan una realidad prefabricada.

El uso racional de los medios de comunicación no es otra cosa que tener la capacidad de razonar y decidir qué y cómo se quiere obtener información, diversión o educación de la exposición ante los medios y sus contenidos. Lo anterior no implica que se deje de disfrutar o gozar un programa o contenido mediático, y que todo deba servir para pensar; por el contrario, ambas situaciones pueden convivir; lo importante es que sus usuarios sean eso: usuarios inteligentes y con capacidad de decisión respecto a lo que quieren y a lo que no quieren de los medios y sus contenidos.

Existe una variedad de términos utilizados como son: *Pedagogía de los Audiovisuales*, *Educación de la Recepción*, *Educomunicación*, etc., pero todos comparten la preocupación de educar para los medios.

La EPM debe estar estrechamente vinculada a las necesidades de las personas y en la perspectiva de una “educación para la vida”. Por tanto, puede ser considerada como una aliada importante para aprender a relacionarse con los distintos medios.

---

<sup>7</sup> Cfr. ALICIA LOZANO “*Propuestas curriculares para la educación para los medios de comunicación en Inglaterra*”, en MERCEDES CHARLES y GUILLERMO OROZCO *Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*, Trillas, México, 1990, p. 137.

<sup>8</sup> Cfr. AURORA ALONSO, *Educación para los medios: reconstrucción teórica y análisis de una experiencia*, tesis, UNAM, Facultad de Filosofía, Mayo, 2000, p.11. Colaboradora y diseñadora del proyecto multimedia de Educación para los Medios de la Universidad Pedagógica Nacional.

<sup>9</sup> MANUEL MORAN, “*¿Por qué educar para la comunicación?*”, en R. APARICI, *op. cit.*, p. 41.

## 1.2. EL MOVIMIENTO PEDAGÓGICO EUROPEO COMO ANTECEDENTE.

Europa cuenta con una larga trayectoria de esfuerzos hechos no sólo para conocer la influencia de los MMC sobre los sujetos expuestos a sus mensajes, sino también sobre las diversas formas de contrarrestar o utilizar dichos mensajes con fines pedagógicos. Un rasgo sobresaliente de las propuestas europeas de EPM<sup>10</sup> es su inclusión dentro del *currículo* (principalmente en la escuela del nivel básico), lo que ha significado una necesaria transformación en el sistema educativo, y por tanto, en las relaciones alumno-profesor y enseñanza-aprendizaje.

El uso educativo de los MMC, sin embargo, no es tan reciente. Juan Amos Comenius,<sup>11</sup> por citar un caso, mira al periódico como una posibilidad de desarrollo en la educación a finales del siglo XVII; él es también quien hace la primera mención sobre la Educación para los Medios, sosteniendo que el uso de los periódicos “*beneficiaría el desarrollo de aptitudes en el lenguaje y proporcionaría información básica sobre asuntos de actualidad y geografía*”.<sup>12</sup> Pero no es sino hasta 1911, cuando se comienza a considerar el estudio del cine dentro de las instituciones educativas.

Este tipo de inquietudes alimentaron uno de los ensayos de **Italia, Dinamarca, Francia y Reino Unido**. Como parte de su propuesta introdujeron el periódico en las escuelas. Para tal fin, contaron no sólo con el apoyo de la institución educativa sino de las publicaciones que en ese momento se destinaban específicamente para el uso de los escolares.<sup>13</sup>

El desarrollo de la EPM se centró en el estudio y análisis del cine, y con la teoría semiótica se estableció que los MMC, más allá de representar o reflejar realidades, mediaban. Fue entonces cuando se entendió que la educación audiovisual debería ser impulsada para que llegase al mayor número de personas posibles, despertando su interés por la participación activa y creativa en la codificación y decodificación (lectura y escritura) de los mensajes, así como en la necesidad de un cambio de roles en los educandos y docentes.

La EPM ha exigido la participación de alumnos, profesores, así como de las Madres y Padres de familia; no obstante, el foco de atención de las propuestas europeas han contemplado prioritariamente la formación del profesorado.

Las experiencias europeas en EPM empezaron con la simple inclusión de los MMC en el aula; al paso del tiempo, estos medios y los gustos de los alumnos, fueron descalificados o enjuiciados; es en épocas recientes cuando se les considera o reconoce como formas de expresión y representación.

---

<sup>10</sup> Tuvo un enorme desarrollo no sólo en Europa sino en todo el mundo en la década de los 70, con el auge de los distintos MMC.

<sup>11</sup> Teólogo y Pedagogo, autor de la *Didáctica Magna*. impresa en 1657.

<sup>12</sup> JONES MARCHA, *Mass Media Education, Education for communication and mass communication research*, University of Leicester, Inglaterra, 1984, citado por M. CHARLES, *op. cit.*, p. 100.

<sup>13</sup> Cfr. AMIDEI BARBIELLINI, “*Periodismo y pedagogía*”, en UNESCO, *Educación en materia de comunicación*, UNESCO, Francia, 1984, p. 256.

La evolución temática de las propuestas europeas de EPM y las instituciones ha variado en función del país correspondiente. En un principio experimentaron con la inclusión del periódico en la escuela, seguido por la incorporación del cine y, para terminar, la televisión: el medio masivo de comunicación por excelencia. Esta evolución, sin embargo, se ha definido por la creación, desarrollo y auge de las tecnologías comunicativas. La incorporación de los MMC a la escuela se observa en países como Francia y Suiza.

Según la investigadora Guadalupe Valdés, la incorporación de los medios audiovisuales al aula, en la mayoría de los países del centro de Europa, como **Francia y Suiza**, ha pasado por tres etapas, a saber:

1. Los medios se incorporan a la escuela como “medios auxiliares”.
2. La televisión es utilizada como medio-maestro (programas de tele-enseñanza).
3. Los medios comienzan a ser considerados como objetos de estudio de diversos programas escolares, en donde se trataban aspectos relativos a su naturaleza técnica, como elementos narrativos, semánticos o socioculturales que intervienen en la producción, la difusión o la recepción de sus mensajes. Más tarde (pero formando parte de esta misma etapa), la pedagogía de los medios se centra en el análisis de la relación que los alumnos establecen con estos medios y el uso que dan a sus mensajes<sup>14</sup>.

En estas experiencias la televisión es el medio de difusión predilecto por la mayoría de las personas; por lo tanto, es el medio que más interés despertaría en la EPM, por lo que los esfuerzos se centraron en las formas de relacionarse con sus mensajes; lo que se conoce como *Educación para la Recepción* (ER).

### **1.2.1. Educación para la Recepción**

Desde hace dos décadas la ER es otra importante línea de acción dentro de las propuestas de EPM en Europa. La Educación para la Recepción (ER) ha tenido la intención de intervenir en el proceso de percepción, asimilación y/o apropiación de mensajes, promoviendo la formación de sujetos críticos, creativos y selectivos ante los Medios Masivos de Comunicación.

A principios de los noventa el debate sobre la ER giraba en torno al cómo integrar estos programas a los sistemas educativos y cómo lograr el apoyo de las autoridades educativas, además de preparar adecuadamente a los docentes.

La ER ha tenido distintos objetivos según el contexto y paradigma en el que se desarrolló, a saber:

---

<sup>14</sup> Cfr. GUADALUPE VALDÉS, “Hacia una pedagogía de la comunicación audiovisual: experiencias en Francia y Suiza”, en M. CHARLES y G. OROZCO, *op. cit.*, pp.122-123.

- Contrarrestar la influencia de la televisión en los receptores promoviendo la “dieta televisiva” que pretende regular la cantidad de televisión que miran los niños.
- Responder al reto tecnológico que implican los Medios Masivos de Comunicación, por tanto, se busca el adiestramiento de los sujetos en el manejo técnico de los medios.
- Aprovechar los MMC en los procesos de enseñanza-aprendizaje (de aquí surge la Tecnología Educativa).
- Analizar semántica o semiológicamente los textos visuales y auditivos, es decir, preparar a los receptores para “leer” denotativa y connotativamente.
- Desentrañar las propuestas ideológicas (y de clase) de los mensajes en los MMC.

Entender de qué forma se relacionan los receptores con los medios y sus mensajes, promoviendo la expresión de los receptores a partir de la apropiación de sus contenidos, es a lo que se ha llamado *Recepción Activa* (RA). Se promueve no sólo la expresión individual, sino también, la colectiva; donde los receptores en grupo generan sus propios significados a partir de la exposición de los medios.<sup>15</sup>

Estas experiencias se fueron desarrollando a través de cursos o programas que se han incorporado a los planes de estudio vigentes o dirigidos a profesores, Madres y Padres de familia y autoridades.

Otra aportación europea al movimiento de EPM fue el *Lenguaje Total*. Es **Francia** la cuna del movimiento sobre el *Langage Total*, el cual surge a mediados de los sesenta, desarrollado por el *Institut du Langage Total* en Lyon bajo la dirección de Antonie Vallet, en una labor conjunta con la Universidad Católica de Lyon y la Universidad Católica del Occidente en Angers.

La *Pedagogía del Lenguaje Total* logra crear una nueva visión sobre los MMC. Sostiene que nos comunicamos verbalmente, pero también por medio de imágenes y sonidos, y estos lenguajes, se expresan primordialmente a través de medios audiovisuales como son los MMC, por ello, habrá que aprender a dominar estos códigos con un doble fin: entenderlos y usarlos en la auto expresión.

En 1979 surge un proyecto importante en Francia llamado: *Joven Telespectador Activo*, el cual se fundamenta en distintas investigaciones sobre programas de recepción crítica, hábitos de consumo y apropiación de mensajes evidenciando la diferencia de consumo que se tiene de acuerdo a la edad. Se crearon cursos que fueron impartidos principalmente por docentes, pero también por animadores socioculturales y MPF voluntarios que tenían por objetivo mostrar el lenguaje audiovisual y, a partir de este conocimiento, modificar las formas de consumo de los niños y jóvenes.<sup>16</sup>

---

<sup>15</sup> *Ibid.*, p.26-30.

<sup>16</sup> Cfr. ÉVELYNE PIERRE, “Francia: formando al joven telespectador”, en UNESCO, *op. cit.*, pp. 302-315.

### 1.2.2. Los Medios Masivos de Comunicación como Contenido Curricular.

Un rasgo interesante a evaluar es que las propuestas europeas surgen dentro del sistema educativo y por iniciativa de los docentes, más que por especialistas en la materia. Los docentes han buscado el reconocimiento social e institucional para ser incluir sus propuestas oficialmente y de manera obligatoria en el plan de estudios.

Es el caso de **España**, en donde su nueva Ley de educación (a finales del siglo XX) incorpora la enseñanza de los MMC de forma crítica y reflexiva (de manera transversal en primaria y secundaria). En el nivel secundaria los alumnos pueden elegir materias optativas referentes a los distintos medios y sus lenguajes. Estas, pueden ser creadas por la misma escuela con base en las materias sugeridas por el Ministerio de Educación y Ciencia.<sup>17</sup>

La importancia de este tipo de propuestas es que la institución escolar ha “institucionalizado” el tema de los MMC en la educación formal, con el reconocimiento de la escuela y el apoyo de las Madres y Padres de familia.

Alrededor de los años setenta en **Dinamarca**, maestros de materias tales como Historia, Estudios Sociales y Danés; detectaron la necesidad de incluir en sus propios cursos la Educación para los Medios. En 1971, la Guía para la Educación en las Escuelas de Segunda Enseñanza reconoce este tipo de educación como una opción en ciertas materias. Se pretendía la enseñanza de técnicas básicas del aprendizaje visual y la lectura de imágenes del cine y la televisión. Con el análisis sociológico de la televisión, los estudiantes deberían aprender a introducir otros elementos de selección en el uso de medios.

Por su parte la Asociación Nacional de Investigación de los Medios ha estimulado la enseñanza de la EPM, integrándola a otras materias (1975). Debido a la queja de muchos maestros, se comenzó a considerar una materia en sí misma, aunque el gobierno Danés intentaba que volviera a incluirse en las materias básicas.

**Australia.** Aunque este país no se encuentra en el continente europeo, es importante mencionar el desarrollo de la EPM, pues su aporte se ha considerado vanguardista “*Australia parece haber alcanzado un consenso, no sólo con respecto a la necesidad de la educación para los medios, sino también en cuanto a sus objetivos y supuestos*”<sup>18</sup>.

La EPM tiene como principal objetivo el desarrollo del pensamiento crítico y autónomo de los alumnos, mediante el estudio del cine, la televisión, la radio, los diarios, etc., basándose en la forma en la que se producen sus mensajes y las audiencias a las que se dirige.<sup>19</sup>

---

<sup>17</sup> Cfr. R. APARICI, *op. cit.*, p.15.

<sup>18</sup> BARRIE McMAHON Y ROBYN QUIN, “*Estudios sobre los medios en Australia*”, en M. CHARLES y G. OROZCO, *op. cit.*, p.93.

<sup>19</sup> Cfr. R. APARICI, *op. cit.*, p.14.

En la mayoría de los estados australianos existen planes valiosos para una Educación sobre los Medios en la escuela primaria y secundaria<sup>20</sup>, pero aún tendrían que convencer a las autoridades del valor de esta enseñanza, así como de la asignación de recursos.

Las propuestas de EPM en Europa se han caracterizado por exponer las inquietudes del profesorado, quienes preocupados por la influencia de los distintos MMC en el aprendizaje y comportamiento de sus alumnos, han creado estrategias que permitan sacar el mayor provecho posible de los medios utilizados como auxiliares didácticos en el aula: la Mediación Pedagógica<sup>21</sup>.

### 1.2.3. Las Madres y Padres de Familia en la Educación Para los Medios

En junio de 1986 la Sociedad para la Educación en Cine y Televisión de **Inglaterra** organizó la Conferencia Nacional *Watching Media Learning*, la cual tuvo como finalidad reunir a MPF, maestros (as) y profesionales de los medios de comunicación para elaborar una propuesta de EPM para niños y jóvenes entre 3 y 14 años. Acontecimiento importante, pues al incluir a las madres y padres de familia, se superaba la actitud que había prevalecido como única respuesta posible en este sector y que sólo se manifestaba en contra de los efectos de los medios.<sup>22</sup>

Con esta situación se lograba reconocer que si bien los niños y jóvenes, recibían de la escuela su educación formal, era en el hogar donde aprendían pautas de conducta, valores y hábitos fundamentales para su vida social. De esta gama de enseñanzas informales se encuentra también el consumo de medios que sus madres y padres acostumbran, así como de la forma en que se relacionan con estos y sus contenidos, situación que no podía ignorarse.

En **Finlandia** la propuesta de EPM se ha basado en una necesidad social de igualdad para la información y la cultura. Los esfuerzos finlandeses tuvieron lugar en la década de los setenta, y en el marco de los distintos movimientos sociales y estudiantiles de esa época, que buscaban cambios en las políticas educativas y sociales; por lo que era necesaria la igualdad de información y cultura para lograr prácticas sociales más democráticas<sup>23</sup>.

Esta propuesta buscaba que los alumnos conocieran el lenguaje e historia de los MMC, el desarrollo de posturas críticas y discriminativas de los mensajes y las formas de percepción e interpretación de los mismos. Pero también impulsaba la formación de las MPF. El programa fue

---

<sup>20</sup> En las escuelas secundarias los cursos de enseñanza de los medios se dividen en unidades. Para los jóvenes entre 13 y 14 años la unidad abarca 40 horas, para los de 17 y 18 años la unidad abarca 100 horas. Cfr. M. CHARLES y G. OROZCO, *op. cit.*, p.97.

<sup>21</sup> Consiste en potenciar las opciones de aprendizaje que los distintos medios de comunicación ofrecen, Cfr. NOHEMY GARCÍA, *Educación Mediática: el potencial pedagógico de las nuevas tecnologías de la comunicación*, SEP-UPN, México, 2000, p. 83.

<sup>22</sup> Cfr. ALICIA LOZANO, "Propuestas curriculares para la educación en medios de comunicación en Inglaterra" en M. CHARLES y G. OROZCO, *op. cit.*, p.140-141.

<sup>23</sup> Cfr. SIRKKA MINKKEINEN Y KAARLE NORDENSTRENG "Finlandia: hacia la igualdad ante la información y la cultura", en UNESCO, *op. cit.*, p. 231.



implantado durante un año. Aunque asistieron cerca de cien mil madres y padres de familia, el 90% de las escuelas le dedicaban poco tiempo.<sup>24</sup>

**Suiza** cuenta con una gran trayectoria sobre la EPM. En 1975, el Departamento de Instrucción Pública crea el Centro de Iniciación a los Medios de Comunicación de Masas (CIMM), el cual tenía como objetivo educar en el conocimiento de los MMC, tanto a profesores como alumnos. Al inicio los maestros asistían voluntariamente hasta que se decidió integrar la EPM en los cursos de Francés y Orientación que se implantó satisfactoriamente en el programa de Orientación. El curso comprendía tres capítulos: la conceptualización de los MMC, la lectura de una imagen y los procedimientos de connotación.<sup>25</sup> En 1982 el proyecto extiende su acción hacia las familias de los alumnos, mediante la producción de dos miniserias de televisión en donde se abordan diversos aspectos de la práctica cotidiana del consumo de TV en las familias de la región. Estas series fueron producidas por las tres cadenas nacionales y tenían por objetivo sensibilizar a las MPF para que intervinieran con los maestros en la formación de sus hijos respecto a los medios comunicativos<sup>26</sup>.

Las propuestas de EPM en Europa se caracterizan por enfocar su acción dentro de la institución escolar, por lo que sus alcances pocas veces excede este espacio. Aunque estas experiencias dan muestra de la formación para las MPF, el trabajo más arduo se realiza dentro del aula y en función de ella, ya que se busca facilitar aprendizajes y formar receptores críticos, para lo cual han incluido a los MMC en la escuela.

Como se observó, en el caso europeo se cuenta no sólo con una aceptación, apoyo social e institucional para la EPM, sino que incluso, en las pocas experiencias destinadas a MPF, estas tienen lugar dentro de la institución escolar; situación contrastante ya que en el caso de América Latina, su correspondiente se ha encontrado en la educación popular; donde se ha buscado una transformación social, cultural, ideológica, etc.; lo que hace a la EPM más que una preocupación educativa una necesidad social de liberar y modificar los roles no sólo dentro del salón de clases, sino también fuera de éste.

### **1.3. EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS EN AMÉRICA.**

Las diferencias económicas, sociales y culturales del continente han hecho que el nacimiento y desarrollo de la EPM sea diferente tanto en EEUU y Canadá como en el resto de los países del sur de América (desde México hasta Argentina).

---

<sup>24</sup> *Ibid.*, p.229.

<sup>25</sup> Cfr. GERALD BERGER, “*Cantón de Friburgo; la iniciación a los medios de comunicación, de la escuela primaria al bachillerato*”, en *Ibid.*, p. 200.

<sup>26</sup> Cfr. M. CHARLES y G. OROZCO, *op. cit.*, p. 128.

Así, las propuestas de América Latina son distintas a las europeas, aunque sus objetivos son similares ya que buscan desmitificar a los medios, desarrollar actitudes críticas frente a los mensajes que emiten, propiciar nuevas formas de auto expresión, etc.

### 1.3.1. Norte América: Canadá y EEUU

En los noventa, grupos de Madres y Padres de familia y profesionistas, se ocuparon de transformar los contenidos programáticos de los medios. Se buscaba adquirir la fuerza necesaria para influir en los emisores de los MMC. Kathleen Tyner evidencia la necesidad y naturalidad de la educación para los medios valiéndose de una cita de Marshall McLuhan. “*no sabemos quién descubrió el agua, pero estamos bastante seguros de que no fue un pez*”<sup>27</sup>. La utilización de los MMC para el proceso de enseñanza-aprendizaje constituyó una de las experiencias más interesantes realizadas en **Estados Unidos de Norteamérica** (San Francisco). Se han desarrollado investigaciones enfocadas principalmente sobre los programas de educación primaria y secundaria (desde el jardín de infantes hasta el duodécimo grado). En 1977, Brown resumió los resultados de sus investigaciones sobre las imágenes, evidenciando el gran potencial educativo de la alfabetización audiovisual<sup>28</sup>

Dos puntos importantes de las propuestas hechas en EEUU son: la formación de los docentes, que al igual que muchos países europeos, se enfrentan a trabas institucionales de planeación, recursos y tiempo; pero, también, a la desigualdad en la distribución de capital y recursos tecnológicos en las escuelas. Existe una marcada desigualdad entre las escuelas de blancos, latinos, negros, etc., ya que en los dos últimos casos no tienen acceso a la tecnología.

En **Canadá** la formación de profesores en *Alfabetización Audiovisual (AA)*, comienza a partir de los años setenta. La mayoría de estos profesores eran maestros de literatura y se iniciaron en este campo por casualidad o porque el alumnado manifestaba la necesidad de analizar textos y documentos visuales.

Para principios de los ochenta se crea la Asociación Canadiense de Alfabetización Audiovisual (*Canadian Association for Media Literacy, AML*), donde se concentran los profesores y sus experiencias pioneras en el tema.<sup>29</sup>

Para 1990 existía la *Asociación Nacional de Telespectadores*. Tenían por objetivo intervenir o influir en el proceso de recepción a través de la orientación sobre la programación televisiva y el

---

<sup>27</sup> KATHLEEN TYNER, “*Aprender y enseñar con los medios de comunicación*”, en R. APARICI, *op. cit.*, p.183.

<sup>28</sup> Cf. HOWARD HITCHENS, “*Estados Unidos: la “alfabetización” visual*”, en UNESCO, *op. cit.*, p. 320.

<sup>29</sup> Cfr. RICK SHEPHERD, “*Nosotros y los otros, representación ideológica en el aula*”, en *Ibid.*, p.89.

análisis de la violencia, estereotipos sexuales y la moral; estaba dirigido a Madres y Padres de familia y maestros. Se buscaba la consolidación de una televisión autónoma.<sup>30</sup>

Resultado de las múltiples experiencias concretas que se han realizado, Canadá es hoy uno de los países que más producción teórica ha tenido sobre el tema. La propuesta canadiense busca, más allá de la vinculación de los medios y la escuela, un cambio de actitud frente a los mensajes que emiten los MMC: pasar de una actitud pasiva a una actitud activa.

Actualmente este país tiene un *currículo* obligatorio para la enseñanza de los medios y tiene como objetivos generales que los alumnos y las alumnas entiendan la forma en que se construyen los documentos audiovisuales, el contexto en que se producen, sus significados implícitos, carácter institucional y la adquisición de conocimientos técnicos, teóricos y prácticos suficientes para reflexionar sobre los medios y expresarse de forma creativa en los diferentes lenguajes usados por los medios.<sup>31</sup>

### 1.3.2. América latina

En América Latina los programas que se han desarrollado en torno a la Educación para los Medios, han sido más bien marginales. Desarrollándose en condiciones precarias “*la ER (Educación para la Recepción) nace como una necesidad de afirmación de los sujetos frente a los aparatos de comunicación masiva*”.<sup>32</sup> La mayoría son programas que pretenden revelar el contenido ideológico de los mensajes que se transmiten por los medios.

A diferencia de lo que ocurrió en el continente europeo, los proyectos de EPM desarrollados en América Latina, se han promovido desde las organizaciones civiles, los grupos populares y la Iglesia Católica (bajo la línea de la Teología de la Liberación); parte de estas experiencias se han inspirado en el pensamiento pedagógico y filosófico de Paulo Freire.

El desarrollo de la televisión en **Chile**, por citar un caso, ha sido distinta del resto de América Latina. Brevemente explicaremos que al aprobarse en 1970, la Ley de Televisión, se logra que este medio sea operado por las universidades, creándose además la empresa estatal: Televisión Nacional de Chile (de carácter plural y representativo de la nación). Se impulsan también distintos consejos orientadores para que la sociedad pudiera influir pluralmente en la dirección y programación de todas las estaciones. Sin embargo, tres años después de esta experiencia, el gobierno militar modifica el sistema televisivo. Adquiriendo rápidamente un carácter persuasivo tanto política e ideológicamente; se retiran los subsidios públicos y se convierte en un medio de publicidad al servicio de la economía de mercado.

---

<sup>30</sup> Esta Asociación es una organización civil que involucra a las Madres y Padres de familia, que es similar a la que en México se conoce como: *A favor de lo Mejor*, los cuales tienen incluso objetivos muy similares. Cfr. M. CHARLES y G. OROZCO, *op. cit.*, p. 24.

<sup>31</sup> Cfr. R. APARICI, *op. cit.*, p.15.

<sup>32</sup> M. CHARLES Y G. OROZCO, *op. cit.*, p.25.

Algunas propuestas en este país, han sido:

- *Programa de Educación para la Recepción Activa de Televisión*, creada en 1982 por el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (CENECA)<sup>33</sup>. Las líneas educativas eran: fortalecer la propia expresividad, desarrollar la actitud crítica y estimular demandas a la T.V.<sup>34</sup>

Los destinatarios de este programa son: el sistema escolar formal, grupos y movimientos sociales, la educación y comunicación popular y organizaciones diversas en América Latina. En opinión de éste organismo “*el objetivo final de la educación para la televisión es asumir la comunicación televisiva y apropiarse creadoramente del medio televisivo*”<sup>35</sup>.

- *Programa de Periodismo y Educación*, realizado por la Escuela de Periodismo de la Universidad Diego Portales. Destinado a alumnos y profesores del segundo ciclo de enseñanza básica (1988), su estrategia comunicacional estaba destinada a desarrollar en los receptores una mayor y mejor lectura de los diarios y también una capacidad crítica para interpretar los mensajes. Consideraban necesario que las personas manejaran los códigos del medio y los relacionaran con los contenidos del proceso educativo.

Objetivos generales:

- a) Incorporar la prensa a las labores pedagógicas que se desarrollan en la sala de clases;
- b) Establecer una mejor relación entre los contenidos programáticos y el mundo real expuesto por la prensa diaria;
- c) Desarrollar el espíritu crítico en la educación como refuerzo al mejoramiento de la calidad de la educación; y
- d) Promover una mayor y mejor lectura de diarios por parte de personas de estratos sociales más necesitados.<sup>36</sup>

- *Creación del Centro de Investigación de Medios para la Educación (CIME)*. El CIME pertenece a la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Playa Ancha. Tiene como propósito desarrollar y promover la investigación sobre los MMC, como agentes culturales externos al sistema educacional, factibles de ser analizados críticamente y aprovechados creativamente con criterios educativos.<sup>37</sup>

Surge de la necesidad de regular, controlar y recopilar toda la investigación que gira en torno a la educación y los MMC. Así se crea la propuesta de formación de profesores (Pedagogía de Medios de Comunicación Social), encaminada a desarrollar en el receptor una capacidad de análisis crítico y creativo de los mensajes de los medios, para utilizarlos con criterios educativos

---

<sup>33</sup> Creado en 1977 por profesionales vinculados al campo de la comunicación.

<sup>34</sup> Cfr. CENECA, *Educación para la comunicación. Manual latinoamericano de educación para los medios de comunicación*. UNESCO, Santiago, 1992, p. 81.

<sup>35</sup> *Ibid.*, p. 80.

<sup>36</sup> *Ibid.*, p. 133.

<sup>37</sup> *Ibid.*, p. 140.

y facilitar el comportamiento autónomo de los educadores y de los educandos. Se espera que los profesores diseñen estrategias de solución para resolver problemas que la televisión y otros medios provocan en el sistema escolar. Dentro de las acciones que han generado los profesores y alumnos se tienen los talleres para las Madres y Padres de familia.

Por otra parte existen experiencias de EPM que han impulsado las organizaciones populares y son las que más similitud tienen con el resto de América Latina

**Brasil** es uno de los países que más han trabajado sobre la enseñanza de la recepción crítica. Como ya se mencionó, en los países europeos estas experiencias han surgido dentro de la escuela, en Brasil, su origen está en el seno de las organizaciones populares. Estos programas han surgido en primer lugar de grupos y organizaciones como la Iglesia Católica, a saber:

- *La Unión Cristiana Brasileña de Comunicación Social (UCBC)*, con su proyecto *Lectura Crítica de la Comunicación (LCC)*, en donde a partir de 1983 surge una propuesta de trabajo con movimientos populares, partiendo del análisis de cómo las personas subjetivamente perciben los mensajes de los MMC, con el fin de que tomen conciencia de las diferencias entre sus propios valores y los propuestos por los medios.<sup>38</sup>

Otras experiencias que se han realizado en la región latinoamericana desde y para las organizaciones civiles o grupos populares, son según el CENECA<sup>39</sup> las siguientes:

- *Edocomunicación*. Realizada por el Centro de Comunicación Educativa La CRUJIA, en **Argentina**. Está dirigida a comunicadores, animadores comunitarios, agentes pastorales, dirigentes de organizaciones, líderes políticos y sindicales (1980). La *edocomunicación* pretende realizar un proceso permanente de formación destinado a niños, jóvenes y adultos, que no se reduce al conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social; abarca también el desarrollo del sentido crítico, inteligente frente a los procesos comunicativos y sus mensajes propios para descubrir sus valores culturales.
- *El Taller de Lectura Crítica* del centro Guarura **Venezuela** (1988), está dirigido a miembros de grupos y organizaciones sociales y populares mayores de 18 años. Tiene como objetivo capacitar a los participantes para el análisis crítico de los mensajes difundidos por los medios masivos, dotarlos de un método que les permita a su vez formar a otros perceptores y capacitarlos para un análisis autocrítico de los mensajes que ellos mismos producen y difunden

---

<sup>38</sup> *Ibid.*, pp. 64-72. También el Servicio Pastoral de Ediciones Paulina (SEPAC-EP), ha trabajado en escuelas a través de actividades de acción-reflexión que permite desmitificar el sistema de comunicación social y del propio sistema educativo. Aunque las estrategias varían según el grupo u organización generalmente se trata de analizar la situación que prevalece en los medios: dicha reflexión se da a partir de la estructura de propiedad y de control de los MMC, de su conocimiento técnico, de sus contenidos, el contraste en la realidad popular y la transmitida por ellos. Por otra parte se promueve su uso didáctico, la creación de medios alternativos como folletos, historietas, murales, etc., su democratización y la transformación de la sociedad.

<sup>39</sup> *Cfr.* CENECA, *op. cit.*, p.48-173.

- *Proyecto de Investigación y Sistematización en Educación para los Medios (PISEM)*. Creado en **Uruguay** (1987), por la Universidad de la República, está dirigido a animadores en instituciones sociales y el principal objetivo es la formación de multiplicadores de un método desarrollado a partir de experiencias realizadas en Latinoamérica como el método de “*Lectura Crítica de los Mensajes*” de Mario Kaplún y la Recepción Activa de la T.V. de CENECA. Se utiliza un método participativo, grupal, auto evaluativo, usando elementos lúdicos y audiovisuales.

Las técnicas que se utilizan en las diversas experiencias son de carácter grupal; se intenta promover una actitud de participación, autoexpersión y creatividad; se utilizan técnicas como el análisis semiológico de los MMC, reflexiones en torno a los sentimientos que despiertan determinados mensajes, dramatizaciones, producciones literarias, diario mural, juegos de simulación y actividades de comunicación no verbal.

La mayoría de las experiencias descritas han generado, además de investigación que se adelanta a la elaboración de las experiencias pedagógicas, también manuales y guías escritas de carácter abierto, para adaptarse a las características de los distintos grupos.

En América latina es el CENECA, sin duda, en donde se ha hecho un trabajo ejemplar; además de realizar diversas investigaciones sobre consumo cultural, se estudian las maneras de relacionarse de las audiencias con la TV. Han creado manuales, lo suficientemente flexibles para ser adaptados a los distintos usuarios.

Según la experiencia del CENECA, existen otras propuestas que no sólo han atendido a los niños de una manera informal, sino que al igual que en Europa, han favorecido experiencias dentro del sistema educativo y fuera de él, aunque están dirigidos sólo a maestros y alumnos.<sup>40</sup>

### **1.3.2.1. El trabajo con niños (as), adolescentes y profesores (as).**

Se cree que a través del juego se genera una gran posibilidad de aprendizaje. Sobre todo en lo que se refiere a las propuestas dirigidas a niños, aunque el potencial lúdico es valorado y retomado en experiencias para adultos. A continuación presentamos algunas de las experiencias destinadas a niños y adolescentes que trabajan con un solo medio:

- *Plan de Formación Cinematográfica para Niños en América Latina (CEFOCINE-DENI)*. Se creó en **Ecuador**<sup>41</sup> (1989) y está dirigido a niños (as) de 4 a 13 años. Tiene por objetivos: diferenciar los contenidos de las imágenes en movimiento, ejercitar la conciencia crítica en la lectura de las imágenes, eliminar el misterio del cine mediante la elaboración de juegos cinéticos y ópticos, posibilitar la participación del niño en la creación de sus propias imágenes

<sup>40</sup> *Ibid.*, pp. 103-195.

<sup>41</sup> El proyecto DENI se ha realizado en países como Brasil, Paraguay y República Dominicana, tratando de educar para la formación Crítica del Receptor desde la infancia. *Cfr.* R. APARICI, *op. cit.*, p. 16.

en relatos, cuentos, historias, etc. En este programa se desarrolló un Centro de Orientación de Padres que tiene como fin ayudarlos a enfrentar la problemática que presentan al entrar en contacto con los medios audiovisuales, especialmente la TV.

- *Programa de Educación para la Recepción, Argentina* ( 1987), creado por la Universidad Nacional de Córdoba de la Escuela de Ciencias de la Información. Trabajó con adolescentes en la educación formal y no formal, estudiantes y egresados de Ciencias de la Información. Un aspecto peculiar de esta experiencia es que, a diferencia de otras propuestas que parten de supuestos teóricos y de investigaciones sobre cómo se relacionan los individuos con la TV, en este caso, la investigación va a la par del desarrollo de los cursos. La investigación forma parte del proceso educativo y no constituye una etapa separada de la metodología de trabajo. Tiene como objetivos generales: propiciar el protagonismo de los adolescentes que participan en el programa, para la constitución de un agente social con capacidad de demanda y presión sobre los medios de comunicación y su realidad cotidiana; articular las prácticas y experiencias puntuales con las políticas educativas y con los medios masivos de comunicación que permitan distintas formas de circulación de sentidos; promover la participación para la democratización de las relaciones sociales, modificando la comunicación vertical y el poder unívoco de la palabra.
- *Proyecto de Investigación sobre Recepción Activa y Crítica de los Medios Masivos de Comunicación.* Se crea en **Argentina** por la Universidad Nacional de San Luis en 1986. Está destinado a adolescentes y jóvenes, docentes de enseñanza primaria y media de las áreas de Lengua y Literatura, Comunicación, Estudios Sociales y Lenguas Extranjeras. Este programa utiliza elementos de la investigación participativa y tiene como objetivo general: formular propuestas tendientes a la elaboración de estrategias educativas facilitadoras del acercamiento crítico a conocimientos que integran el núcleo básico de diferentes áreas curriculares, a partir de la transferencia de una metodología de acercamiento crítico a los medios masivos, explorar estrategias que contribuyan a la educación para la recepción activa y crítica de los medios masivos y descubrir las posibilidades grupales de control social.<sup>42</sup>
- *Talleres de Periodismo para Chicos,* (1989). Tiene como objetivo que niños y niñas argentinos de entre 9 y 16 años logren, a través de producciones periodísticas adecuadas, desarrollar mensajes propios; adquirir instrumentos para una mayor comprensión de la realidad; decodificar con sentido crítico, y en la medida de las posibilidades evolutivas, mensajes emitidos por los medios de comunicación masiva; trabajar en forma grupal, con división de tareas, desarrollando actitudes de solidaridad y cooperación.<sup>43</sup>
- *La prensa en la escuela secundaria.* Experiencia del **Brasil** que se basó en el uso del periódico y en forma de mural (periódico escolar), elaborado por profesores y alumnos de entre 13 a 18 años, con excelentes resultados.

---

<sup>42</sup> Cfr. CENECA, *op. cit.*, p.160.

<sup>43</sup> *Ibid.*, p.40.

La información que contiene el periódico mural es seleccionada, investigada y desarrollada por los mismos alumnos con el apoyo de los profesores que en ocasiones publican informes de fechas de exámenes o de interés de la comunidad estudiantil, así como noticias en general que son actualizadas constantemente para que la información y presentación sea del interés de los alumnos; por lo que el Jornal do Brasil tuvo un uso pedagógico importante en las escuelas.

Esta propuesta tomó la premisa de que *“la información es un elemento indispensable para la formación de una visión evolutiva de las cosas, necesaria para hacer a los individuos parte activa de esta evolución como sujetos y no solamente como objetos”*<sup>44</sup>. Esta intención de reafirmar la condición de los seres humanos como sujetos y no como objetos, está relacionada con la concepción del hombre<sup>45</sup> que Paulo Freire refiere en su libro *Pedagogía del oprimido*.

- *Proyecto de Recepción Activa de la Televisión, Perú*<sup>46</sup> (1983), del Centro de Investigación en Comunicación Social (CICOSUL) de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Lima, está destinado a escolares entre 10 y 15 años, maestros de escuelas privadas y estatales de zonas marginadas. El proyecto comienza con un trabajo de Recepción Activa de la Televisión con escolares y pretende educar críticamente a los receptores en el conocimiento de la televisión. La metodología utiliza dinámicas grupales bajo el supuesto de que, el juego, es un detonante en los procesos de aprendizaje significativo. Ha lanzado un proyecto para maestros de zonas marginadas, con el que se pretende que ellos mismos descubran el lugar que ocupa la televisión y puedan sensibilizarse ante el tema y producir más adelante experiencias parecidas. Consideran que la educación trasciende el aula y se extiende a otras esferas de la vida social, la familia, la colonia, los medios masivos, la iglesia y los partidos políticos.

Como se puede apreciar, a pesar de que estas experiencias están dirigidas al sector educativo, al igual que en el caso europeo, existe inquietud por incluir a las MPF, para apoyar el trabajo que se realiza en el aula, es decir, se hace evidente que la escuela reconoce la importancia que tienen éstos en la formación de sus hijos (as).

### **1.3.2.2. Las Madres y Padres de Familia en las propuestas de EPM.**

Las experiencias anteriores son ilustrativas de la preocupación que han despertado los medios de información entre los académicos y entre los profesionales de la comunicación y la educación; quisiéramos, ahora, resaltar aquellas propuestas surgidas de éste núcleo y que están dirigidas también a MPF:

- *Educación y comunicación ante la nueva sociedad emergente* es realizada en **Argentina** (1986), por la Escuela Superior de Periodismo “Obispo Trejo y Sanabria”. Está destinada

---

<sup>44</sup> JOSEPH DYMAS, “Brasil: La prensa en la escuela”, en UNESCO, *op. cit.*, p. 264.

<sup>45</sup> *Cfr. Infra.*, p. 42.

<sup>46</sup> CENECA, *op. cit.*, p. 103-113.



a educadoras (es) de preprimaria, primaria, secundaria y terciaria, comunicadores sociales, asociaciones, líderes sindicales y Madres y Padres de familia.<sup>47</sup>

- *Los niños y los Medios de Comunicación Social, Colombia* (1980), pertenece a la Universidad Industrial Santander. Está dirigido a niños, pero es promovido por los maestros (as) y MPF, así como otros profesionales. Este programa surge a partir de una investigación realizada en niños de 4 y 12 años y cuya vida ha transcurrido, desde su nacimiento, inmersa en los MMC. Nace de la demanda por parte de maestros y MPF que se interesan en descifrar críticamente los mensajes y ayudar así a los niños a ser críticos, reflexivos y creativos frente a los medios. La Lectura Dinámica de Signos tiene como objetivos analizar y adoptar una posición crítica; ejercitar la potencialidad humana de reflexión y compromiso; crear y comunicar sus propios mensajes y asumir la tarea de hacer creer los verdaderos valores humanos. Este material ha sido utilizado por los maestros dentro del aula y por Madres y Padres de familia en el hogar (en donde se sugiere la agrupación de distintas familias para llevar a cabo las actividades). La participación de los padres ha sido una oportunidad para unirse afectivamente con sus hijos.<sup>48</sup>

El papel del conductor de la mayoría de las propuestas ha sido el de un facilitador del aprendizaje, generalmente se le llama animador, ya que su papel concreto en la práctica es orientar las actividades, generar un ambiente de respeto, orientar al grupo en sus dudas y cuestionamientos, propiciar la participación del grupo, problematizar; jamás tomar el papel de transmisor de conocimiento, ya que una característica importante de estas experiencias es el generar el conocimiento y el entendimiento a partir del propio grupo. No deben de reproducir “la educación bancaria”, sino que serán guías y motivadores; se encargarán de dirigir las actividades, de mantener un ambiente cordial y respetuoso y de motivar el debate. La mayoría de las propuestas consideran que debe partirse de las propias experiencias del grupo.

Existe una diversidad de objetivos que varían de acuerdo a la concepción que se tiene de los MMC y la audiencia, así como de sus relaciones. Sin embargo, aunque algunos parecieran que quieren proteger a los niños, la mayoría tiene como objetivos generales el aprender a leer críticamente los mensajes que transmiten los Medios Masivos de Comunicación y a expresarse creativamente, buscan la emancipación de los sujetos, propiciar la conciencia crítica, confrontar los valores de los participantes de los grupos con los proporcionados por los MMC, reforzar la conciencia de grupo, crear un compromiso de cambio e implementar proyectos que favorezcan el desarrollo de la comunidad.

Estas experiencias no consideran centralmente a las MPF, sin embargo, se ha pensado en ellos, por ejemplo los cursos de DENI, el Centro Guaruna, además de los mencionados de Colombia y Argentina. Encontramos que tanto las experiencias surgidas de las organizaciones populares como algunas en las escolares, se han desarrollado bajo el paradigma de “La Educación Popular”.

---

<sup>47</sup> *Ibid.*, p. 149-157.

<sup>48</sup> *Ibid.*, p. 176-195.

Sobre todo las experiencias creadas por organizaciones no gubernamentales que además de estar dirigidas a adultos, han encontrado abrigo en la pedagogía de Paulo Freire.

#### 1.4. LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS EN MÉXICO.

La EPM en nuestro país, no está relacionada con la iglesia, como sucede en algunos países de América Latina, sino con las organizaciones populares. Aunque existen experiencias que han surgido desde el sistema escolar, el caso mexicano responde, en términos generales, a las características que la Educación para los Medios ha adquirido en la región latinoamericana: un alto sentido social, una perspectiva crítica, la incorporación de la indagación como parte del proceso de producción de propuestas y la búsqueda de mejores condiciones culturales y sociales para los sectores participantes en dichos programas.

El desarrollo de la Educación para los Medios en México ha tenido desde finales de los años sesenta diferentes momentos, algunos de ellos han mostrado gran impulso y en otros, parecen haber llegado a un estado de calma y olvido.

Su origen se ha ligado a la preocupación de un sector de académicos por los efectos de la televisión en los niños, dando como resultado algunas aproximaciones “teóricas”, pero que no se han concretado en propuestas y proyectos específicos de intervención. Algunas organizaciones no gubernamentales, interesadas en los efectos de los medios en la población, han llevado a cabo experiencias de corto alcance, y las instituciones públicas, se han incorporado a la Educación para los Medios hasta la década de los ochenta.

El movimiento de EPM en México inicia propiamente a mediados de los años sesenta a través de la sociedad civil. En 1976 una organización de mujeres profesionistas lanzaron una propuesta llamada “*Mejor TV para Niños*”. Estuvo enfocada a los efectos que los medios producían en los receptores, organizaron un congreso internacional sobre la investigación de la TV y sus efectos en los niños y publicaron una serie de manuales para las MPF, y así enseñar a sus hijos a ver TV. En 1979 el Consejo Nacional de Población (CONAPO) elaboró un manual dirigido a este sector, a fin de promover la crítica en los procesos de recepción televisiva de sus hijos.<sup>49</sup>

Desde entonces, las organizaciones sociales se han preocupado por los efectos de los contenidos de los medios y han evidenciado la responsabilidad y la posibilidad que tienen las MPF para educarse y educar a sus hijos bajo una visión activa y reflexiva sobre su *consumo cultural*. Estas primeras aportaciones no abordan de forma puntual la manera en que se debería desarrollar el trabajo educativo con niños, padres y profesores. Proponen únicamente la necesidad de habilitar a las audiencias ante los mensajes de los medios.

En 1986 surge una agrupación llamada *Televidentes Alertas*, que se crea a partir del coloquio “La Televisión y el Niño”, realizado en agosto de 1986 (Morelia, Michoacán). Se conformó por 300

---

<sup>49</sup> *Ibid.*, p.222.

personas, cuyos integrantes eran MPF, educadores, productores de televisión, comunicólogos e investigadores interesados en el problema televisivo. Tenía por objetivo crear una organización civil participativa, homogénea, que sin olvidar la gran necesidad de análisis, discusiones y reflexiones, se concretaran acciones para mejorar tanto la programación televisiva, como la relación que establecen los usuarios con el medio, así como, trascender hasta promover un movimiento nacional.<sup>50</sup>

Durante la década de los ochenta se generaron varias propuestas, algunas de ellas, partieron nuevamente del modelo de efectos de los medios (*Televidentes Alertas*, 1986; *Taller de lectura crítica*, 1985). A diferencia de los esfuerzos de la década anterior, ahora las aproximaciones incluyeron acciones específicas, ejercicios y propuestas de trabajo directo con las audiencias.

El Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario (IMDEC) fue una asociación civil fundada en 1963, en Guadalajara. Para fines de los sesenta se define como un centro de apoyo al movimiento popular. La educación popular es una forma intencional y consciente de intervenir en la vida misma. Se desenvuelve en varias dimensiones: político- organizativa de la Pedagogía, de investigación y comunicativa. Bajo esta última dimensión nace el *Taller de Lectura Crítica* (1985), que forma parte del *Taller de Comunicación* que esta asociación civil imparte. Esta dirigido a educadores populares, para que estos a su vez lo reproduzcan en sus comunidades.<sup>51</sup> Esta propuesta trata de una lectura crítica de los medios a través de talleres basados en la Educación Popular (no formal), y su metodología está muy relacionada con la investigación participativa.

En 1999 el IMDEC desarrolló un curso con una alta presencia de profesores universitarios, despertando interés académico en la Educación para los Medios; sin embargo, no se tienen datos que muestren los resultados o su impacto.

Otra de las organizaciones civiles que han tenido impacto es *A favor de lo mejor*. En 1999 organizaron el Primer Congreso Internacional “A favor de lo mejor en los medios de comunicación” en la Ciudad de México. En éste participaron expertos de varios países y representantes de los medios de comunicación. Asistieron un número importante de profesores y alumnos de diferentes niveles educativos, así como de MPF. La intención del Congreso fue lograr el compromiso de asumir y fortalecer la responsabilidad que todos tenemos frente al reto de lograr que los medios de comunicación transmitan entretenimiento sano, información veraz y que coadyuven a promover una mejor cultura y por ende una mejor sociedad en el mundo entero.<sup>52</sup> A raíz del Congreso, prepararon un material impreso con información y ejercicios para educar a las MPF.

Como parte de la extensión del *Plan Deni*, creado originalmente en Ecuador, del año 1991 a 1995, en México se desarrollaron cinco cursos con niños de diferentes condiciones y estratos

---

<sup>50</sup> Cfr. ALBERTO ROJAS, “*Televidentes alertas, A. C.: la participación de la sociedad civil frente a la televisión*”, en M. CHARLES Y G. OROZCO, *op. cit.*, pp. 163-165.

<sup>51</sup> *Ibid.*, p. 189-191.

<sup>52</sup> <http://afavordelomejor.datasys.com.mx>

sociales, predominando tres experiencias desarrolladas con niños especiales; una en un hospital psiquiátrico infantil, otra en el DIF-Jalisco y la tercera en un orfanatorio<sup>53</sup>.

La Educación para los Medios en México se ha gestado desde la sociedad civil, quienes se preocuparon por el tipo de mensajes que sus hijos(as) recibían, principalmente por televisión. Sin embargo, posteriormente se han comenzado a crear propuestas desde las instituciones, así, las organizaciones no gubernamentales pasaron a un segundo término.<sup>54</sup>

#### 1.4.1. Institucionalización de la Educación para los Medios como propuesta educativa

A mediados de los ochenta, el Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE) inició el programa DEMAFOCEE.<sup>55</sup> En éste se atendía de manera formal la producción de materiales impresos y estrategias educativas, incorporando a sus propuestas, diferentes enfoques en la relación medios y audiencias. En los noventa el trabajo se multiplica y tiene como resultado: la investigación, la difusión y la capacitación, como acciones encaminadas a cubrir la necesidad de una Educación para los Medios.

Se realizó una investigación que diagnosticó el panorama sobre la Educación para los Medios en América Latina. Las experiencias más exitosas se reseñaron en el libro llamado *Educación para la Recepción: hacia una lectura crítica de los medios*. Los resultados de dicha investigación, sirvieron como punto de partida para conformar el Programa de Educación para los Medios. Como parte de su trabajo, el ILCE editó dos *Guías del Televidente para Padres de Familia*<sup>56</sup> que buscaban disminuir los efectos de los medios e interpretar sus contenidos para obtener aprendizajes positivos. Las guías se desarrollaron con base al modelo sobre las Mediaciones<sup>57</sup>. Estas guías fueron el resultado de la experiencia acumulada en investigación de sus autores: Guillermo Orozco y Mercedes Charles<sup>58</sup>.

---

<sup>53</sup> Durante esos cinco años participaron un total de 215 niños de ellos 150 logró concluir el programa. Los cursos varían de entre 15 y 35 horas, de acuerdo a las condiciones de cada caso.

<sup>54</sup> I n'am Al Mufti, nos dice que actualmente las organizaciones no gubernamentales (ONG) tienen la capacidad de auxiliar a las comunidades a hacerse cargo de sus responsabilidades sociales, incluso contribuir a la sensibilización de las MPF. Cfr. I N'AM AL MUFTI, "La excelencia en la educación: hay que invertir en el talento", en JACQUES DELORS, *La educación encierra un tesoro*, UNESCO, México, 1996, p. 223.

<sup>55</sup> FRANK VIVEROS, *Políticas de Formación de profesores en la Educación para los Medios en la Ciudad de México*, 2001, h.4. Ponencia presentada en Japón.

<sup>56</sup> MERCEDES CHARLES Y GUILLERMO OROZCO *Programa de Educación para los Medios, Guía del televidente para padres de familia*, (Vol. I, y II), ILCE, México, 1999.

<sup>57</sup> Las mediaciones eliminan la posibilidad de tener una posición neutral u objetiva, ya que poseen una dimensión física -que se refiere a la forma o estructura del medio en particular- y una social, que abarca el contexto social y los valores bajo los cuales se crean los mensajes, y cómo afectan al público, Cfr. M. CHARLES Y G. OROZCO, *Educación para...op. cit.*, p.96.

<sup>58</sup> Cfr. *Infra.*, p. 26.

Se creó un curso dirigido a profesores para que trabajaran posteriormente en un *Taller para alumnos de primaria*. Se ofreció información básica y se propusieron actividades para los alumnos. Este taller se ha realizado en dos ocasiones en el mismo Instituto.<sup>59</sup>

Su modelo, aunque interesante, responde en gran medida al modelo de efectos y los ejercicios si bien parten de actividades lúdicas, tienen problemas metodológicos y pueden crear confusiones entre profesores y alumnos. Se desconoce el impacto educativo del Taller en la práctica concreta de los profesores que han tomado el curso.

También se creó El *Programa de Educación para los Medios, Taller de Análisis de Mensajes*. Desde 1988 opera como un taller que se ofrece a profesores de educación básica y actualmente se ofrece como complemento en la *Maestría en Tecnología Educativa*.<sup>60</sup>

La propuesta fue inspirada en los trabajos desarrollados por Mario Kaplún y Valerio Fuenzalida (a principios de los años ochenta) y el modelo puede ser inscrito en la corriente de los estudios semiológicos. Su principal meta es la lectura del mensaje para identificar el contenido ideológico.

Una década después la oferta de propuestas se diversifica. Instituciones como la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), el ILCE, la Secretaría de Educación Pública (SEP), la Fundación SNTE para la Cultura del Maestro Mexicano y algunas universidades privadas, inician ambiciosos proyectos de investigación, así como la producción de materiales impresos, audio y video grabados.

La Universidad Pedagógica Nacional diseña en 1993, el *Curso de Educación para los Medios*<sup>61</sup>. Es un paquete didáctico autoinstruccional que consta de distintos soportes (libros, fascículos, casete, videocasete y guía de estudio), y aborda los contenidos en tres formas distintas: el Enfoque educativo, la Alfabetización Audiovisual y la Recepción. Promueve el reconocimiento de la importancia de los medios y su aprovechamiento en las aulas. Está dirigido a los docentes de educación básica en servicio, y proponen algunas prácticas en el aula, no como asignatura, sino como actividades dentro de las propias materias.

La expectativa era distribuir este material a todo el país, pero sólo se produjeron 500 paquetes. Para 1996 surge un nuevo proyecto curricular, en donde participan el ILCE, el Centro de Entrenamiento de Televisión Educativa (CETE), la Unidad de Telesecundaria (UTS) y la UPN,. Al crearse el *Diplomado en Educación para los Medios* (modalidad mixta: presencial y a distancia) se retoma el curso de EPM. Se aplica y se evalúa entre 1997-1998, se reimprime los materiales originales en coordinación con el ILCE y se producen otros materiales, entre los que se encuentran cuatro teleconferencias introductorias a los módulos que estructuran el Diplomado, en donde se añade la Multimedia y las Nuevas Tecnologías.<sup>62</sup>

---

<sup>59</sup> Hasta el momento se han publicado guías, para tercero, cuarto año, quinto y sexto grado, FRANK VIVEROS, *op. cit.*, h. 5.

<sup>60</sup> *Ibid.*, p. 16. Se han formado más de doce generaciones en el programa de la maestría, pero el acceso al público sigue siendo limitado.

<sup>61</sup> UPN, *Curso de Educación par los Medios*, SEP-UPN, México, 1994.

<sup>62</sup> A. ALONSO, *op. cit.*, p.30.

Al interior de la SEP dos Subsecretarías trabajan esta temática. Una de ellas es la Subsecretaría de Educación Básica que organizó los *Cursos Nacionales de Actualización Didáctica de los Medios*. Esta propuesta, de carácter nacional, se ofreció durante todo el año escolar a través de los Centros de Maestros, como parte del Programa Nacional de Actualización.<sup>63</sup> El curso incluye un paquete didáctico con una antología de lecturas y una guía de ejercicios. Los profesores interesados en tomar el curso se inscriben y reciben el paquete didáctico, deben estudiarlo y reciben una fecha en la que se les programa un examen. Hasta el momento no se conoce el impacto que ha tenido en los procesos educativos.

Por su parte, la Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal (SSEDF), en 1996 creó el *Programa de Educación para los Medios, Desarrollo de la Visión Crítica*, el cual inició como un programa piloto orientado a promover entre maestros y alumnos de educación básica el desarrollo de la visión crítica. En su fase piloto capacitó a 152 docentes frente a grupos de quinto y sexto grado de educación primaria, quienes operaron el programa durante el ciclo escolar 1996-1997. Durante el proceso se realizó una evaluación de los resultados obtenidos tanto de la capacitación como de la aplicación del programa en las aulas. En el ciclo escolar 1997-98 inició un proceso de generalización del programa y se extendió a todos los grados de la educación primaria. En 1998-1999 y 1999-2000, el programa se amplió a todos los niveles y modalidades de educación básica.

Actualmente consta de tres cursos: uno introductorio que los pretende sensibilizar en el conocimiento de los medios de comunicación, y una serie de cursos formativos en los que aprenden lenguajes específicos para producir mensajes a través del uso del video, la radio y el cómic.

El programa es apoyado por tres libros de distribución gratuita<sup>64</sup> que contienen información básica y actividades de carácter lúdico. Hasta el momento, los cursos forman parte del esquema de actualización del escalafón horizontal denominado Carrera Magisterial, en ellos han participado alrededor de veinticinco mil profesores de educación básica, alumnos normalistas y profesores de educación normal.<sup>65</sup>

Como proyecto paralelo y a cargo del mismo Departamento, surge el taller para MPF *Sí para nuestros Hijos*, en donde un módulo es dedicado a la EPM. Consta de cinco fascículos de *Guía para Padres*.<sup>66</sup>

---

<sup>63</sup> F. VIVEROS, *op. cit.*, h. 5.

<sup>64</sup> ALEXANDROV VLADIMIR PEÑA Y FRANK VIVEROS, *Educación con los medios, La radio en la escuela, La TV y escuela ¿Amigos y/o enemigos?*, SEP, México, 1999.

<sup>65</sup> Este proyecto, de amplia cobertura, a pesar de contar con el apoyo financiero, podría no estar cumpliendo con su objetivo de lograr promover la concienciación entre los docentes, pues un sondeo de opinión nos ha corroborado que al curso asisten por requisito o para alcanzar mejores ingresos. ALEXANDROV VLADIMIR PEÑA, *Programa de Educación para los Medios en la búsqueda del desarrollo de la visión crítica*, en *Educación*, Revista del Consejo Nacional Técnico de la Educación, SEP, No. 54, Diciembre, 1998, p. 69-112.

<sup>66</sup> *Cfr. Infra.*, p.25.

La Fundación SNTE<sup>67</sup> realizó en 1997 dos guías para profesores “*Mirando la TV desde la escuela: El maestro frente a la influencia televisiva en la escuela*” y “*Mirando la TV desde la escuela: La televisión entra al aula*” que contienen información básica respecto a lo que los profesores pueden hacer para transformar en situaciones de aprendizaje los conocimientos de televisión que tienen sus alumnos.

Los materiales son bastante buenos, sin embargo, no han tenido la difusión necesaria y pocos han llegado a los profesores de educación básica. En 1998 se realizó una serie de conferencias relacionadas con los materiales, lamentablemente sólo asistió un reducido número de profesores.

También existen algunas instituciones educativas de nivel medio superior y superior que promueven la formación de profesionales sobre la EPM, a saber:

- *El Colegio de Bachilleres*: En el plan de estudios del Colegio de Bachilleres se encuentra una materia optativa que se imparte en los dos últimos semestres denominada *Taller de Análisis de la Comunicación*. A partir de 1992 esta materia incorporó a sus programas de estudio el enfoque de Educación para los Medios con la intención de “*formar alumnos críticos que puedan relacionarse de diferentes maneras con los medios y sus mensajes*”<sup>68</sup>.

Esta institución cuenta con un programa de formación docente que contempla cursos de inducción, cursos de análisis de los programas de estudio, cursos de profundización en las temáticas y enfoques de programas y cursos de didáctica y planeación del aprendizaje. En los periodos de receso es “obligatorio” para los profesores, la asistencia a los cursos que se diseñan, pilotean y operan de forma sistemática; pues tienen valor curricular y se requieren para mantenerse como profesor o en su caso para lograr ascender en el escalafón horizontal.

- *Colegio de Ciencias y Humanidades la Universidad Nacional Autónoma de México*. Se tiene una capacitación en Periodismo y Comunicación que tiene como objeto, formar técnicos en periodismo y en el manejo de medios y una materia optativa cuyo objetivo es formar alumnos con una visión de conjunto de las Ciencias de la Comunicación.<sup>69</sup>
- *La Universidad Autónoma de Durango*. En 1995, inició el programa *Maestría en Televisión Educativa y Comunicación (UAD)*, en el que se incluyeron dos materias de Educación para los Medios que se impartían en el tercer semestre. Para su desarrollo se incorporaron diversas lecturas de los principales autores latinoamericanos, pero sobretodo se produjeron experiencias de trabajo con alumnos, dado que estos eran fundamentalmente profesores del Sistema Estatal de Telesecundaria.<sup>70</sup> A nivel superior, a partir de la experiencia de incorporar

---

<sup>67</sup> F. VIVEROS, *op. cit.*, h. 6.

<sup>68</sup> RAFAEL LEÓN, *Educación para los medios: una propuesta constructivista para el Colegio de Bachilleres*, tesis, UIA, México, D.F. 1998, p. 150.

<sup>69</sup> Programas de Estudio, 1992, citado por F. VIVEROS, *op. cit.*, h. 17.

<sup>70</sup> La maestría contaba con 45 estudiantes aproximadamente. El Sistema de Telesecundaria Durango, en el año 1995, inició un proyecto de formación de docentes a efecto de que pudieran tener acceso a estudios de postgrado. A raíz de esa iniciativa, el Departamento Técnico elaboró un curso de *Educación para los Medios* para ofertarlo a los profesores que participan en Carrera Magisterial. La preocupación principal fue proporcionar a los profesores de

contenidos sobre EPM a la UAD, incorpora un taller de EPM en la *Licenciatura en Comunicación*.

- *Universidad Iberoamericana*. De 1993-1995 en la *Maestría en Comunicación (UIA-PROIICOM)*, a las materias de producción de medios e investigación de medios, se incorporó el enfoque de Educación para los Medios, vinculando investigación y producción, al diseño de propuestas de trabajo de educación para los medios. Varios estudiantes han desarrollado sus trabajos de tesis realizando talleres como los que aquí se mencionan.<sup>71</sup>
- *La Universidad Autónoma Popular de Puebla*. Desde hace más de 5 años, esta institución incorporó a las materias de la Licenciatura en Comunicación un taller de Educación para los Medios; este taller se ofrece de forma intensiva un par de veces al año y es opcional.
- *Universidad Pedagógica Nacional*. Actualmente ofrece un *Diplomado en Educación para los Medios* que tiene como apoyo básico al paquete multimedia y se ofrece en una modalidad semi-presencial. Los estudiantes asisten a siete sesiones de inducción y luego realizan actividades programadas de autoestudio. Como evaluación final, se presenta un ensayo escrito, un producto en audio y un vídeo, todos ellos deben ser propuestas que concreten los conceptos trabajados durante el diplomado. Dentro de la Licenciatura en Pedagogía, que ofrece esta Universidad, la opción de Comunicación Educativa considera como ámbito de estudio la EPM (ofertada como Campo Terminal), así como las asignaturas del plan 90: en cuarto “Comunicación y procesos educativos” y en quinto semestre “Comunicación, cultura y educación”.

Los creadores de los programas anteriormente mencionados, son expertos en el tema y han pasado o por los cursos ofrecidos por las mismas instituciones o se han formado en el extranjero, principalmente en España. Muchos de ellos son investigadores que tienen contacto frecuente con sus pares de las diferentes latitudes.

En todos estos casos, la Educación para los Medios se ha desarrollado como materia complementaria al *currículo* oficial con la intención de ofrecer a los estudiantes algunos elementos de análisis y reflexión. Dada la gran diversidad de instituciones que producen propuestas y programas, se observa una dispersión importante, tanto en los objetivos que persiguen como en las maneras, públicos y contenidos que abordan.

En términos teóricos, se ha logrado pasar del modelo de los efectos al de múltiples relaciones de las audiencias con los medios, desplazando la preocupación por los medios a la atención de los usuarios; especialmente toma auge la teoría de las mediaciones que, durante la década de los

---

telesecundaria las herramientas básicas para que mejoren el empleo de la televisión como parte de sus procesos de enseñanza. El curso contemplaba actividades prácticas que deben aplicarse en el trabajo cotidiano, tales como la elaboración de historietas, videos y fotorreportajes, entre otras. Hasta la fecha no hay resultados confiables que describan los logros en la actualización de los profesores de telesecundaria como audiencias críticas.

<sup>71</sup> Uno de ellos es el León Rafael que realizó el taller en Bachilleres, así como Frank Viveros en PEM-DVC.



noventa, ha sido considerada como el enfoque más relevante en América Latina en los estudios de culturales de la comunicación.

Del conjunto de propuestas que coexisten sobre *Educación para los Medios* en México, no se cuenta, hasta la fecha, con una evaluación sistemática de cada uno de los programas que permita reconocer sus ventajas, posibilidades y mucho menos los resultados que han arrojado. No existen programas destinados a sectores de atención prioritaria, la mayor parte de los esfuerzos se dirigen principalmente al sector educativo y en especial a las escuelas regulares, así, son mínimas las propuestas de EPM en la educación no formal.

#### **1.4.2. Paquetes didácticos para las Madres y Padres de Familia**

Como se habrá percatado el lector, en México, los esfuerzos por una Educación para los Medios de Comunicación dirigidos a Madres y Padres de familia, han sido pocos. La creación de cursos y talleres en la Cd. de México prácticamente se reducen al *Sí para nuestros Hijos* y los impartidos *A favor de lo mejor*. Aunque se han publicado algunos textos dirigidos a este sector y los cuales abordan temáticas como: la importancia de los MMC, su influencia y algunas alternativas para mirarlos con una visión distinta.

La mayoría de las propuestas están dirigidas a docentes, que si bien son importantes formadores de los niños (as) y jóvenes, resulta indispensable involucrar a las Madres y Padres de familia. Es obligación de la institución educativa orientarlos también.

La EPM comienza a germinar en nuestro país, sin embargo, consideramos importante incluir desde un principio a este sector, así como fomentar que este tipo de propuestas surjan del interior de las instituciones o con el apoyo de éstas, para favorecer la integración y participación de las MPF.

A continuación quisiéramos describir algunas propuestas que existen dirigidas a este sector.

**Guía para padres de la SEP.**- La Secretaría de Educación Pública (SEP) cuenta con material impreso de EPM derivado de un curso de carrera magisterial llamado: *Educación para los medios; desarrollo de la visión crítica (PEM-DVC)*, que ha sido elaborado por la SSED. Dentro de éste, existe un paquete de guías para MPF que consta de cinco cuadernillos con distintas temáticas, que engloban a la mayoría de los MMC; contienen actividades sugeridas para el conocimiento de los distintos medios en cuanto a sus lenguajes, poder e influencia en la formación de sus hijos. Este material resulta de la unión de los programas PEM-DVC y "*Sí para nuestros hijos*" (ambos a cargo de dicha Subsecretaría). Las aportaciones del PEM-DVC y "*Sí para nuestros hijos*" sobre Educación para los Medios surge de la inquietud detectada por las MPF en conocer más sobre los medios. Esta propuesta consiste en un taller que tiene lugar en algunas escuelas de gobierno los fines de semana o por las tardes<sup>72</sup>.

---

<sup>72</sup> ALEXANDROV VLADIMIR, *et al.* *Guía para padres*, SEP, México, 1999. Esta compuesto por cinco fascículos que responde a un tema distinto: I "Comunicación familiar... y medios", II "El Comic: Héroes o Villanos", III "Del

Cada cuadernillo consta de 28 ó 30 paginas, es de diferente color en su interior y para facilitar la ubicación de las ideas centrales u objetivos principales aparecen subrayados, incluye dibujos e ilustraciones que hacen menos tediosa la lectura y más claros los contenidos.

Contienen de tres a cinco actividades por cuadernillo, así como instrucciones de cómo utilizar la guía y temas brevemente desarrollados para ser del conocimiento de las Madres y Padres de familia.

Todos los cuadernillos sin importar la temática particular de cada uno de ellos inicia con temáticas y argumentos que buscan concientizar a las MPF sobre los efectos de los medios en la educación de sus hijos, y sobre lo importante de su participación en ella.

El cuadernillo la “*Comunicación familiar...y medios*”, por ejemplo, incluye una historieta que dramatiza una situación que se vive al interior de una familia y su relación con los medios, lo que implica el uso del cómic como medio de reflexión.

Algunas de las actividades buscan que cada uno de los miembros de la familia se identifiquen como consumidores de medios y distingan el tipo de relación que tienen con cada medio; y al interior de la familia, con los demás miembros.

También contienen actividades lúdicas para que, a través del juego, se entienda la importancia de una recepción crítica y su influencia en la vida diaria de las personas.

Las actividades además de cumplir con objetivos específicos propician que la familia comparta un rato de sano esparcimiento y se comuniquen entre sí.

La edición de las guías para MPF de EPM elaborada por la SEP, es atractiva y el manejo de los temas sencillo, lo que facilita su comprensión. Empero, dejan muchas temáticas en el aire. Podrían ser considerados sólo como una primera aproximación al tema. Estos folletos sólo circulan dentro de la Subsecretaría, por lo que su difusión al interior del programa “*Si para nuestros hijos*”, tiene una distribución gratuita, pero muy limitada.

**Guía del Televidente para Padres de familia: Programa de Educación para los Medios.-** En los cuadernillos se desarrolla una temática en particular; se describe el lenguaje de los distintos MMC y se sugieren actividades que permiten identificar el consumo que se hace de los medios dentro de casa. Contiene ejercicios que propician no sólo el repaso de los contenidos principales, sino también de la aplicación de estos contenidos en el proceso de análisis que se plantea en cada

---

bolero al Hip Hop ...la radio que nos toco vivir.....” IV “Antes, durante y después de ver Televisión” y V “Mitos y ritos de los videojuegos” .

tema. Estos folletos, a diferencia de las guías de la SEP, se encuentran disponibles para todo público en el ILCE<sup>73</sup>.

En el volumen I, elaborado por Mercedes Charles, la temática se basa únicamente en la televisión: la relación de las MPF con los hijos y este medio; el lugar que tiene dentro de la familia; el autoconocimiento de los gustos televisivos, el lenguaje (audio, vídeo y la trama), las telenovelas, los programas de aventura (series) y las caricaturas; la comunicación en familia y una última reflexión sobre la utilidad de la guía.

En el volumen II, elaborado por Guillermo Orozco, la temática también está basada en el medio por excelencia: la familia y la televisión, con actividades que propician un diagnóstico del consumo televisivo; su poder (intencionalidad, credibilidad y emotividad), la fabricación de las noticias (la noticia y el noticiero), la violencia en la programación (la violencia televisiva y el cómo la ejerce), los comerciales (la televisión comercial, la estructura de los comerciales y un análisis de los productos que se anuncian en determinados programas u horarios) y una última reflexión sobre la forma futura de ver la televisión al interior de la familia.

Uno de los méritos de estas guías no se refleja en el tipo de papel en que está impreso o la calidad de los dibujos, sino en el dominio teórico del tema, ya que antes de cualquier actividad o propiciar alguna reflexión, se exponen las temáticas, explicadas de tal modo que queden claras, despierten el interés y propicien la reflexión.

Las actividades en estas dos guías son más extensas y requieren de más tiempo para realizarse; para una sola temática se plantean varias actividades (con objetivos distintos, pero relacionados); por lo que se tiene que respetar su lógica y orden de aparición, ya que la información que arrojan es más completa, además de que involucra la participación de todos los miembros de la familia.

Cada guía comprende alrededor de cuarenta actividades (preguntas, análisis y actividades concretas sobre el consumo televisivo al interior de la familia). Las actividades generalmente parten de preguntas que pueden surgir al ir leyendo la guía o ser preguntas que los padres ya tenían y que la guía de alguna manera puede contestar.

La guía está elaborada con base a inquietudes o a las posibles preguntas de las MPF. El llenado de cuadros facilitan el análisis y comparación del consumo cultural de la familia (gustos, disgustos, horarios, etc.). También se promueven actividades que implican el dejar de usar por determinado lapso a los medios y realizar actividades que regularmente no se efectúan por estar pendientes de la programación televisiva.

Las actividades plantean la realización de experiencias lúdicas para analizar la relación que se establece al interior de la familia con los medios de comunicación.

---

<sup>73</sup> M. CHARLES y G. OROZCO, *Programa de ...op.cit.*

Se procura la comunicación al interior del hogar, la realización de actividades alternas al consumo de medios (actividades al aire libre, visitas a lugares, museos, etc) y, lo más importante -para la identificación de la relación que existe en cada miembro con los medios- se intercambian los roles, promoviendo el auto reconocimiento y la forma en la que es percibido por los demás miembros de la familia.

Aunque como se mencionó se presenta una gran variedad de actividades y una explicación teórica de temáticas que giran en torno al consumo televisivo, solo se aborda un medio que sin duda es el más consumido, pero no el único con el que se establece contacto en la sociedad actual, dejando de lado medios importantes como: radio, impresos, Internet, etc. Las características físicas del documento resultan poco atractivas y su venta es reducida pues el ILCE es poco conocido por las MPF.

**Guía Práctica para aprovechar los Medios de Comunicación en Familia: ¡Toma El control!.-** *La guía práctica para aprovechar los medios de comunicación en familia: ¡Toma el control!*<sup>74</sup>, contiene temas como los efectos de los contenidos de los medios, su impacto real en México, algunos consejos sobre medios y contenidos (las sugerencias están enfocados a los distintos medios contemplados en la guía, como son la televisión, el cine en video, el cine en pantalla grande, la radio y la música, *Internet* y multimedia y los videojuegos), la importancia de fomentar la lectura y el juego natural y recomendaciones finales.

En esta guía se explican los efectos y exponen argumentos que permitan a las MPF, ser conscientes de la importancia de una educación para los medios.

Esta guía no contiene actividades propiamente dichas con objetivos y seguimientos, pero consta de consejos prácticos en situaciones específicas del consumo.

Los consejos de la guía son muy sencillos y concretos. Propician un mejor uso de los medios de comunicación, hay consejos para cuando se ve la televisión, se escucha la radio o se usa la *Internet*, por lo que es práctica.

Orienta a las MPF para dar una formación a sus hijos y usar mejor los medios y sus mensajes; pero se queda en una primera aproximación al tema, no busca profundizar sino sólo reflexionar sobre el papel de los Medios Masivos de Comunicación en la formación de los hijos(as)<sup>75</sup>.

**Manual de Recepción Crítica “En los Medios a Favor de lo Mejor: Selecciona lo que ves, lo que oyes y lo que lees”.-**El manual de recepción crítica *“En los medios a favor de lo mejor”*: *selecciona lo que ves, lo que oyes y lo que lees*, está elaborado por la Asociación Civil del mismo

---

<sup>74</sup> ROBERTO SÁNCHEZ, *¡Toma el control!. Guía práctica para aprovechar los medios de comunicación en familia*, Jertalhum, México, 1999.

<sup>75</sup> Este material puede ser encontrado en distintas librerías en la sección de comunicación y en últimas fechas en una tienda de autoservicio, pero al igual que las otras dos guías tienen escasa difusión.

nombre; preocupada por los contenidos éticos que proponen los mensajes de los distintos medios de comunicación.

La asociación civil “A favor de lo mejor” fue constituida en 1997, con el fin de evitar la violencia, el desorden sexual y el menosprecio de los valores de la familia expuestos en los MMC.

Ha editado un manual de recepción crítica que incluye encuestas, reporte de actividades, evaluación y bibliografía sobre el tema

El manual hace referencia a los antecedentes y objetivos de la asociación, y sus contenidos más preocupantes, el papel del receptor crítico, la lectura de los distintos medios y recomendaciones finales. Contiene dibujos y cuadros comparativos así como datos estadísticos que permiten comprender el tema de mejor manera. El material con el que está elaborado no es de la mejor calidad (una sola tinta) y su venta, al igual que las demás guías, es restringida o de poca difusión.

Este manual no cuenta con actividades específicas, pero presenta varias recomendaciones para evitar los efectos dañinos de los medios. Más que desarrollar una actitud crítica y la desmitificación de los MMC, sataniza su poder de influencia, pues hace un análisis moralista de los mensajes emitidos, con lo que se aleja del objetivo de las anteriores guías: desarrollar una actitud crítica y activa frente a los medios.

Las guías que hemos caracterizado, muestran un interés por involucrar a las MPF en la EPM, sin embargo tienen algunas deficiencias como son: la pobreza visual para interesar al lector, las actividades (a excepción de los del ILCE) se limitan a dar orientaciones y no existe un seguimiento de su impacto en los lectores.

Estos materiales no cuentan con la suficiente difusión por parte de ninguna organización o institución, lo que hace imposible que las MPF tengan acceso a este tipo de material para orientar la formación de sus hijos e hijas. Esta situación se complica, si consideramos que existe la falta de interés por parte de este sector para formarse en estas cuestiones.

Este recorrido sobre las acciones en torno a la EPM, nos da cuenta del cómo se ha constituido este movimiento; de cómo ha adoptado distintas formas de acuerdo al contexto en el que se ha desarrollado. Sin embargo es evidente que esta corriente va en la mayoría de las veces acompañada del interés por favorecer la criticidad, autonomía, reflexión y acción de las personas; así como de transformar las prácticas de consumo que se tienen.

Las experiencias que se han generado, muestran una preocupación por incluir a las MPF, sin embargo, su participación ha sido poca. Algunas de las propuestas que han surgido para trabajar con éstos han sido promovidas por la institución escolar, como una forma de apoyar la labor que se realiza en la escuela.

Sin lugar a dudas es una necesidad tangible el llevar a cabo acciones que equilibren la excesiva información que difunden los MMC en la sociedad actual . Por ello la participación de las MPF es pieza clave en esta tarea de modificar la relación con los medios.

## CAPÍTULO 2

### LA PEDAGOGÍA DE PAULO FREIRE COMO MARCO DE REFERENCIA PARA LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

*“Ahora, ya nadie educa a nadie, así como tampoco nadie se educa a sí mismo, los hombres se educan en comunión, y el mundo es el mediador”<sup>1</sup>*

*Paulo Freire*

#### 2.1. LA EDUCACIÓN: SUS FORMAS Y SUS FINES.

La educación no sólo se imparte dentro de la escuela. La educación es un hecho complejo y existen distintas formas de manifestarse. Para poder identificar los diferentes tipos de educación que trata este trabajo, se utilizará la clasificación realizada por Jaime Trilla, quien utiliza los criterios de metodología, la forma como se está educando y el tipo de agentes, institución o situación que produce la educación. Su cuadro clasificatorio es el siguiente:

Educación Formal	Educación Informal
Educación no Formal	

Esquema 1

Clasificación de la Educación. Según Jaime Trilla

Este autor señala: *“Si leemos detenidamente las definiciones comúnmente aceptadas de educación formal, no formal e informal nos damos cuenta que dos de ellas formal y no formal tienen entre sí un atributo común que no comparten con la educación informal: el de la organización y sistematización, y por consiguiente, debe reconocerse que hay una relación lógica distinta entre los tres tipos. Son dos especies (...) de las cuales una está representada, a su vez, por dos subespecies”<sup>2</sup>*

<sup>1</sup> PAULO FREIRE, *Pedagogía del Oprimido*, siglo XXI, Montevideo, 1999 p.86.

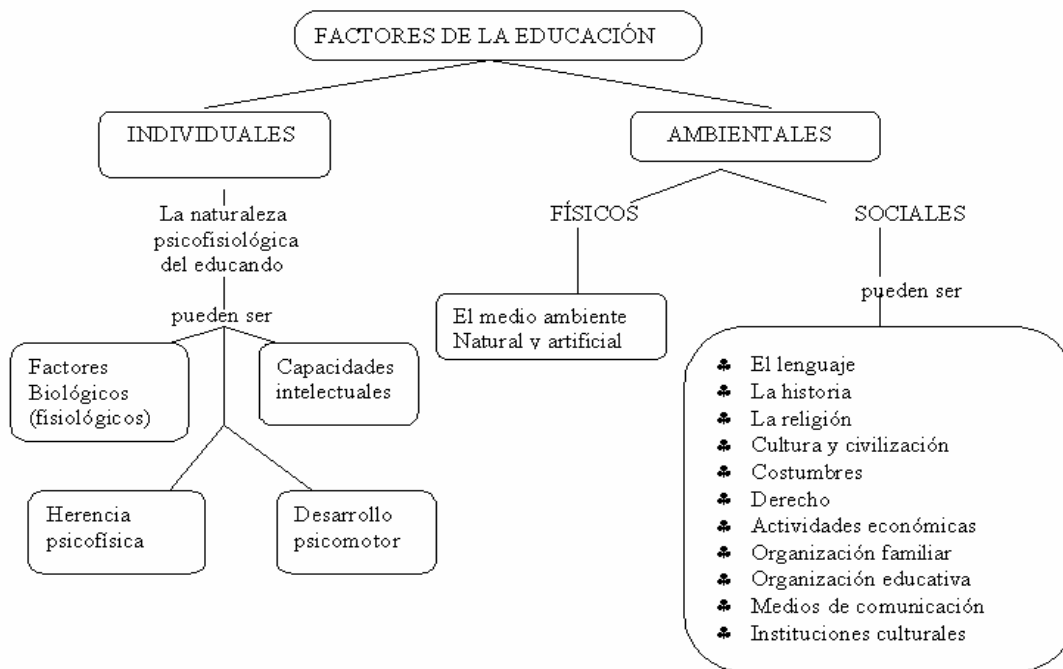
<sup>2</sup> BERNET J. TRILLA, *La educación fuera de la escuela, ámbitos no formales y educación social*, Ariel, S. A., México, 1996, *Ibid.*, p.24.

La educación formal y la no formal presentan objetivos explícitos de aprendizajes. Ambas se diferencian en cuanto a que:

*“La educación no formal es aquella que se realiza fuera del marco institucional de la escuela o la que se aparta de los procedimientos convencionalmente escolares. De este modo, lo escolar sería lo formal y lo no escolar (pero intencional, específico, diferenciado, etc.) sería lo no formal”*<sup>3</sup>

En el caso de la educación informal es *“un proceso que dura toda la vida y en el que las personas adquieren y acumulan conocimientos, habilidades, actitudes y modos de discernimiento mediante las experiencias diarias y su relación con el medio ambiente”*<sup>4</sup>. A. Pain indica en el mismo sentido que: La educación informal ocurre fuera de las estructuras educativas formales, no tiene un contenido definido previamente ni un programa preestablecido (no hay una organización previa a la acción), no suponen conocimientos previos por parte del individuo para que su interés despierte, se manifiesta en la cotidianidad de los individuos; este proceso educativo acontece de manera diferenciada y subordinadamente a otro cometido social y no tiene objetivos explícitamente educativos.<sup>5</sup>

La educación es un proceso constante y permanente en los seres humanos y tiende a la formación de un individuo de acuerdo con los ideales de la sociedad en que se desenvuelve<sup>6</sup>, dicho proceso, permanente y por tanto de por vida, está determinado por distintos factores (ver esquema 2):



Esquema 2 Factores de la Educación<sup>7</sup>

<sup>3</sup> *Ibid.*, p.27.

<sup>4</sup> *Ibid.*

<sup>5</sup> ABRAHAM PAIN, *Educación Informal. Potencial educativo de las situaciones cotidianas*, New visión, México, 1987. p.201.

<sup>6</sup> HUMBERTO JEREZ TALAVERA, *Pedagogía esencial para usted que enseña*, Jertalhum, México, 1997, p. 24.



El esquema anterior muestra que la educación está presente en todos los momentos de la vida de los seres humanos; aprendemos todo el tiempo y de todo lo que nos rodea.

Si bien la educación es una condición histórica presente en la vida de los seres humanos; lo es, también, la comunicación. Etimológicamente la palabra comunicación proviene del término *communicatio* y el verbo *communico* que tiene a su vez su origen en el término *communis*, común, comunión; por lo que la comunicación supone unidad, comunidad entre personas que entran en comunicación.<sup>8</sup>

Siendo la comunicación y la educación procesos específicos, están íntimamente ligados ya que uno no es posible sin el otro.

La educación ha sido una necesidad social tan antigua como el hombre, ya que desde épocas inmemorables, se han transmitido de generación en generación las habilidades, conocimientos y valores que le permitieron vivir en armonía y satisfacer sus necesidades básicas como: alimento, vestido, casa, etc. Este hecho de socializar los conocimientos no sería posible si no existiera la comunicación adecuada entre los miembros de un grupo; el hombre antes de desarrollar teorías de aprendizaje, se comunicó. Así, la comunicación se practicó aún antes de contar con un lenguaje articulado en palabras.

Las ciencias de la comunicación como disciplinas de estudio son relativamente jóvenes, aunque como fenómeno son tan antiguas como el hombre mismo. En contraparte, la educación y su estudio, puede remontarse a la época griega; pero, la comunicación sólo entra al escenario de las instituciones educativas cuando los medios y sus recursos afectan los procesos de enseñanza-aprendizaje. Con la revolución industrial y durante el siglo XX, los MMC construyeron sus marcos de invención, desarrollo y estudio.

Actualmente la comunicación y educación se han convertido en campos de estudio, merecedores de la atención de un sin número de investigaciones que, al vincularlos, buscan obtener el mayor provecho de ambos.

Dentro del proceso enseñanza-aprendizaje la comunicación es una condición ineludible; para Jaime Sarramona: “*Educar es comunicar(...) ser un buen educador significa ser un buen comunicador*”<sup>9</sup> ya que al educar se transmiten o propician aprendizajes que necesariamente generan procesos de comunicación, de los cuales dependerán los verdaderos aprendizajes.

Educación y comunicación no son hechos mecánicos individuales, ni suponen comportamientos autómatas. Con Mario Kaplún reconocemos que la educación y la comunicación son procesos sociales

---

<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 27.

<sup>8</sup> Cfr. ROGELIO MEDINA y TEÓFILO RODRÍGUEZ, “*Fundamentación antropológica de la comunicación interpersonal*”, en JAIME SARRAMONA, *Comunicación y educación*, España, CEAC, 1988, p. 28.

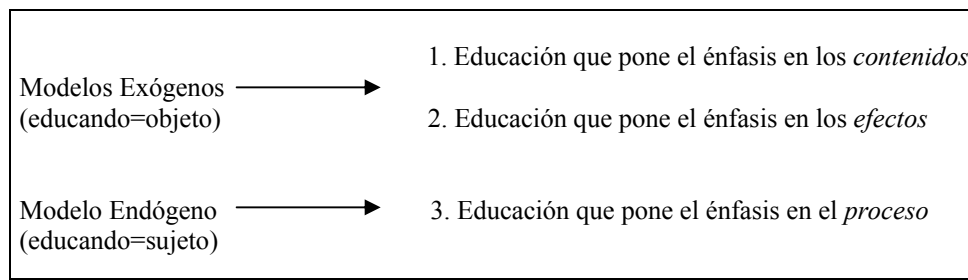
<sup>9</sup> *Ibid.*, p. 9.

complejos que pueden tomar un rumbo u otro dependiendo de sus finalidades. Kaplún lo resume del siguiente modo “*Dime que comunicación practicas y te diré qué educación promueves*”<sup>10</sup> . A continuación se revisarán algunos modelos pedagógicos, que en la perspectiva de Juan Díaz Bordanave permiten tener un cuadro de posibles relaciones entre educación y comunicación

### 2.1.1. Modelos Pedagógicos y Esquemas Comunicacionales

Todo modelo pedagógico lleva implícito un esquema de comunicación y, aunque estos modelos nunca se presentan de forma pura en la cotidianidad, pueden aparecer entremezclados o definir una mayor tendencia hacia uno u otro.

Díaz Bordanave<sup>11</sup> ha agrupado las diversas concepciones pedagógicas bajo tres modelos fundamentalmente, estos son:



Esquema 3. Modelos Educativos Fundamentales

Como se muestra en el cuadro, los dos primeros modelos son llamados exógenos, pues consideran al educando como un objeto. La educación interesada en los contenidos es conocida también como Tradicionalista y la que enfatiza en los efectos se apoya en el Modelo de las Nuevas Tecnologías.

En seguida se expondrá con mayor amplitud como cada modelo educativo promueve un determinado tipo de comunicación y a partir de este, identificar el modelo pedagógico y comunicacional que creemos puede apoyar teóricamente a la EPM

#### 2.1.1.1. Modelo de Educación Tradicionalista

Este tipo de educación se interesa básicamente por la transmisión de conocimientos y valores. Lo más importante es transmitir contenidos, pues según su perspectiva, los educandos carecen de estos conocimientos.

<sup>10</sup> MARIO KAPLÚN, *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, UNESCO/OREAL, Santiago de Chile, 1992, p.45.

<sup>11</sup> JUAN DIAZ BORDANAVE, *Las nuevas pedagogías y Tecnologías de comunicación*. Ponencia presentada a la Reunión de Consulta sobre la Investigación para el Desarrollo Rural en Latinoamérica, Cali, 1976, en *Ibid.*, p.18.

En el enfoque tradicionalista, el alumno es considerado una tabla rasa, a la cual es necesario llenar de conocimientos; por tanto, el educando resulta un ser ignorante y el docente la persona que tiene el conocimiento necesario para dotar de saberes a otros. A este tipo de Educación Paulo Freire la llamó “Educación Bancaria”. El educador deposita el conocimiento en el educando, el cual funciona como un receptáculo y repetidor de la información. El educador se encuentra en un nivel superior con respecto al educando, pues es él, quien posee el conocimiento y se encargará de organizarlo e introducirlo progresivamente en el alumno.

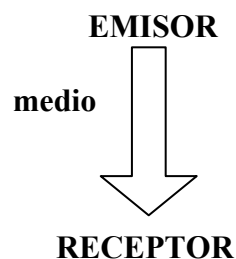
En la “concepción bancaria” los individuos son considerados objetos: *“recipientes que pueden ser llenados por el educador”*<sup>12</sup>, que es también el único poseedor del conocimiento en el proceso enseñanza-aprendizaje; el alumno por su parte, se limita a memorizar de manera mecánica los contenidos seleccionados por el educador.

Por tanto el alumno que mejor desempeño tiene, es aquel que logra memorizar y repetir los conocimientos que le han sido depositados. Ya que sólo lo que dice el profesor es correcto.

Este tipo de educación, nos dice Freire, promueve la sumisión y sometimiento de los individuos, a los cuales se les ha educado para temer a la libertad, negando con eso su participación social y capacidad de transformar su entorno.

Paulo Freire fue categórico en sus planteamientos, cuando en los sesenta, acusó a la educación de domesticadora, pues atentaba contra la capacidad creativa y crítica de las personas.

A este tipo de educación autoritaria le corresponde un esquema de comunicación igualmente autoritario y unidireccional, en el que sólo existe un sentido. El siguiente gráfico lo representa:



Esquema 4. Modelo de Comunicación unidireccional

El emisor (que en este caso es el maestro) es quien escoge el contenido del mensaje y el que lo emite, el receptor (alumno), es quien recibe la información y escucha. Este tipo de comunicación es vertical y unidireccional. Se mantiene una relación jerarquizada que introyecta en el alumno la pasividad y la sumisión.

---

<sup>12</sup> P. FREIRE, *op. cit.*, p. 72.

### 2.1.1.2. Modelo de las Nuevas Tecnologías Educativas

Según Kaplún<sup>13</sup> este tipo de educación nace en Estados Unidos en la década de los cuarenta, durante la Segunda Guerra Mundial y fue utilizada para adiestrar rápidamente a los soldados.

Más tarde, en la década de los sesenta, este modelo llega a América Latina y se introduce en los planes de modernización para de esta manera combatir el atraso y la pobreza en estos países.

Aparentemente este modelo surge como una reacción ante el Modelo Tradicional, en donde los resultados no eran los esperados. Este nuevo Modelo “modernizador” sería más rápido y eficiente.

Se introdujeron las tecnologías comunicacionales. Se consideró que este hecho sería suficiente para superar los problemas de desarrollo. Al utilizar la televisión, la radio, las imágenes, etc., se creyó que sería condición suficiente para que los alumnos aprendieran.

Este tipo de educación, promovida bajo la acción de los medios, se ha caracterizado por tratar de condicionar al educando para que adopte las ideas y valores del educador. Por tanto, la persuasión fue fundamental ya que se trataba de condicionar, convencer, adaptar al individuo a lo que el educador considerase benéfico para él.

Este modelo se apoyó en la Psicología conductista, desde donde se *“concibe al aprendizaje como un cambio de conducta observable, medible y relativamente duradero, el proceso enseñanza-aprendizaje es de tipo longitudinal (entrada-proceso-salida) con supuestos de objetividad sobre los productos esperados. Los resultados de aprendizaje se evalúan contrastándolos con los objetivos preestablecidos con un carácter netamente cuantitativo”*<sup>14</sup>.

Por tanto, la motivación y recompensa eran fundamentales, era necesario motivar a los alumnos para que hicieran o multiplicaran lo que el educador pretendía y se le recompensaba por ello. Aquí radicaba la importancia que se daba a los *efectos*.

Si los alumnos no estaban de acuerdo con los cambios que el educador pretendía, se ignoraban las razones del desacuerdo y se trataba de introducir “lo nuevo”, evitando el conflicto; por tanto, era importante siempre dar a conocer las ventajas de ese nuevo cambio.

Así se pretendía *“Inculcar las nuevas actitudes sin pasar por la reflexión, por el análisis; sin pasar por la conciencia; sin someterlas a una libre elección”*<sup>15</sup>

---

<sup>13</sup> Cfr. M. KAPLUN. *op. cit.*, p. 31.

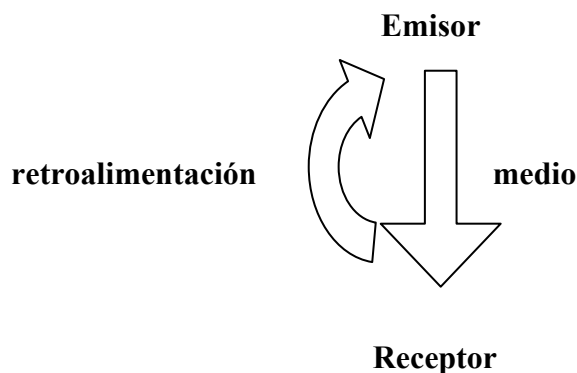
<sup>14</sup> GUADALUPE LUVIANO y AURORA ALONSO, *Comunicación y educación*, fascículo 1, UPN-ILCE, México, 1996, pp. 17-18.

<sup>15</sup> M. KAPLÚN, *op. cit.*, p. 35.

Este tipo de educación ha pretendido manipular y moldear a las personas, para que éstas piensen y actúen de una forma determinada, evitando al igual que en la Educación Bancaria, la estimulación de la creatividad y criticidad.

El esquema de Comunicación que corresponde a este tipo de modelo educativo es, al igual que en el Tradicional, vertical; con un emisor que controla la situación y un receptor que aunque se le permite participar, es sólo para evaluar si efectivamente ha habido un cambio de conducta o no.

El siguiente esquema lo muestra:



Esquema 5. Modelo de Comunicación: *Feedback*

Aparece una nueva flecha que se refiere a una retroalimentación, por tanto, se puede pensar que este modelo deja de ser unidireccional para convertirse en bidireccional, sin embargo esta respuesta por parte del receptor, es incluida sólo para evaluar la modificación que se pretende y de esta manera modificar los mensajes, hasta lograr el cambio que considera necesario el comunicador.

### 2.1.1.3. Educación Problematicadora

Este modelo deriva de la Didáctica Crítica, en donde se plantea cambiar la forma técnica del modelo anterior, a través del análisis crítico de la práctica docente, la dinámica de la institución, los roles de sus miembros y el significado ideológico que subyace en todo ello.

Dentro de este tipo de educación lo más importante es el proceso que el educando sigue para adquirir determinado aprendizaje.

El aprendizaje no es un proceso lineal como se considera en los dos tipos de educación anteriores, sino que se da a partir de la experiencia, interactuando con el objeto de conocimiento y de acuerdo a su nivel de desarrollo evolutivo. El ser humano, más allá de aprender sólo en la esfera cognoscitiva, lo hace también a partir de aspectos afectivos, psicomotrices, sociales, etc.

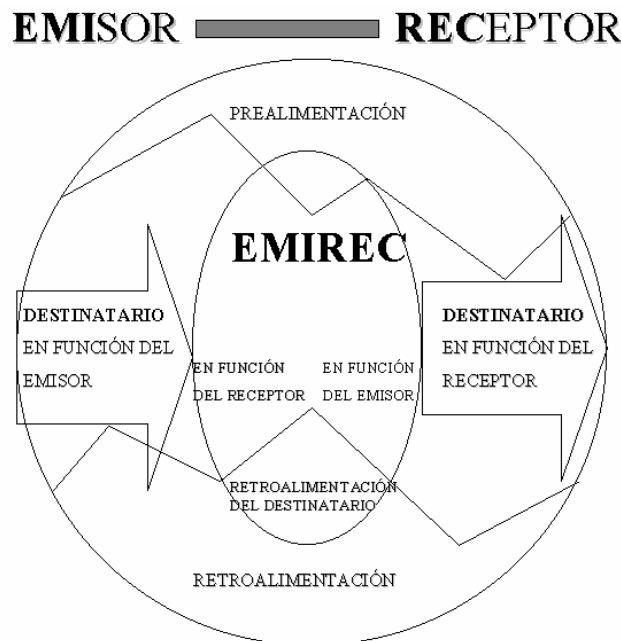
Se concibe a la educación como un proceso permanente, en que el sujeto va descubriendo, elaborando, reinventando haciendo suyo el conocimiento.

El proceso educativo que subyace en este enfoque considera que toda la situación que se da dentro del aprendizaje, es la que realmente educa; y de todas las personas que intervienen en ella, nadie tiene la última palabra ni el patrimonio del saber. Todos aprenden en conjunto.

Por tanto en este modelo no existe un educador que posee todo el conocimiento; tampoco se determina cómo debe ser el educando; el educador se encuentra al nivel de los educandos, con los que participará en un proceso de *acción-reflexión-acción*.

Este modelo promueve estimular la creatividad y autonomía en los educandos, partiendo de sus propias necesidades.

El esquema comunicacional que corresponde ha este tipo de educación es el proporcionado por Jean Clouthier,<sup>16</sup> llamado EMIREC donde las funciones de emisor y receptor se dan de manera alternada.



Esquema 6. Modelo de Comunicación EMIREC

Este esquema cambia los modelos clásicos de comunicación basados en la transmisión de información del emisor al receptor. Actualmente algunos estudiosos definen este proceso de comunicación como:

*“la relación comunitaria humana que consiste en la emisión/recepción de mensajes entre interlocutores en estado de total reciprocidad”.*<sup>17</sup>

<sup>16</sup> Cfr. JEAN CLOUTHIER en ROBERTO APARICI, *La educación para los medios de comunicación*, México, UPN-ILCE, 1996, p.57.

<sup>17</sup> ANTONIO PASQUALI, *Comprender la comunicación*, Monte Avila, Caracas, 1979, en M. KAPLUN, *op. cit.*, p.64.

Dentro de este esquema la comunicación es horizontal. La participación del maestro y el alumno se basa fundamentalmente en el diálogo, el cual se vuelve básico, pues lleva a cabo un intercambio continuo de opinión e información para la reflexión, la crítica y la construcción del conocimiento. Según Freire, “*el diálogo es el encuentro con los hombres mediatizados por el mundo, para pronunciarlos no agotándose por lo tanto, en la mera relación, tu y yo*”<sup>18</sup>; así, debe hablarse sobre lo que se va descubriendo.

Esto significa que el papel que corresponde al que imparte el curso no es de hacer comunicados, sino generar procesos de *comunicación participativa* donde tanto el alumno como el maestro aprenden de la situación misma, rompiendo con los estereotipos de comunicación tradicional y con la domesticación del saber. El diálogo implica el respeto por la opinión del otro en un marco de igualdad.

Aunque este modelo ha recibido aportes de autores europeos y norteamericanos, en América Latina, Paulo Freire es su principal inspirador. Bajo esta concepción, ahora trataremos con mayor detalle la Pedagogía de este autor, pues es bajo esta perspectiva, que se pretende fundamentar la práctica pedagógica de la propuesta de intervención contenida en este trabajo.

Queremos concluir este apartado, con un cuadro realizado por Kaplún en donde se exponen las características y diferencias de los modelos pedagógicos anteriormente mencionados.

Indicadores/ Modelo	Énfasis en los contenidos	Énfasis en los resultados	Énfasis en el proceso
CONCEPCIÓN	Bancaria	Manipuladora	Liberadora-transformadora
PEDAGOGÍA	Exógena	Exógena	Endógena
LUGAR DEL EDUCANDO	Objeto	Objeto	Sujeto
EJE	Profesor-texto	Programador	Sujeto-grupo
RELACIÓN	Autoritaria-paternalista	Autoría- paternalista	Autogestionaria
OBJETIVO EVALUADO	Enseñar / aprender(repetir)	Entender / hacer	Pensar-transformar
FUNCIÓN EDUCATIVA	Transmisión de conocimientos	Técnicas-conductas Ingeniería del comportamiento	Reflexión-acción
TIPO DE COMUNICACIÓN	Transmisión de información	Información/persuasión	Comunicación(diálogo)
MOTIVACIÓN	Individual: premios/ castigos	Individual: estímulo/ recompensa	Social
FUNCIÓN DEL DOCENTE	Enseñante	Instructor	Facilitador-animador
GRADO DE PARTICIPACIÓN	Mínima	Pseudo participación	Máxima
FORMACIÓN DE LA CRITICIDAD	Bloqueada	Evitada	Altamente estimulada
CREATIVIDAD	Bloqueada	Bloqueada	Altamente estimulada
PAPEL DEL ERROR	Fallo	Fallo	Camino búsqueda
MANEJO DEL CONFLICTO	Reprimido	Eludido	Asumido
RECURSOS DE APOYO	Refuerzo transmisión	Tecnología educativa	Generadores
VALOR	Obediencia	Lucro utilitarismo	Solidaridad, cooperación
FUNCIÓN POLÍTICA	Acatamiento	Acatamiento/adaptación	Liberación

Esquema 7

Cuadro comparativo de los modelos: Tradicional, Nuevas Tecnologías y Problematizador, según Kaplún<sup>19</sup>

<sup>18</sup> P. FREIRE, *op. cit.*, p.101.

<sup>19</sup> M. KAPLÚN, *op. cit.*, p. 56.

### 2.1.2. La Pedagogía Problematicadora de Paulo Freire

La pedagogía problematizadora tuvo su origen en Brasil. En el contexto brasileño según comenta Moacir Gadotti,<sup>20</sup> han aparecido dos tendencias educativas: la liberal y la progresista. La primera defiende la libertad de enseñanza, pensamiento y de investigación de los nuevos métodos basados en la naturaleza del niño; la segunda defiende la labor de la escuela en la formación de ciudadanos críticos y participantes del cambio social. Por las características de su Pedagogía, Freire, al lado de hombres como Paschoal Lemme y Álvaro Vierira Pinto, se sitúan dentro de este segundo movimiento. La pedagogía de Paulo Freire surge como respuesta a necesidades concretas que presentaba la sociedad brasileña, de los sesenta.<sup>21</sup>

Paulo Reglus Neves Freire nació en Recife, en el estado de Pernambuco, Brasil el 19 de septiembre de 1921. Su Padre fue un oficial de policía militar y su madre católica practicante. Estudió la carrera de Leyes en la Universidad de Recife, mientras se desempeñaba como maestro de Portugués del nivel secundario en el Colegio Osvaldo Cruz. Cuando egresa de la Universidad, renuncia a su profesión por encontrarla contradictoria con sus ideales y comienza a trabajar en el Departamento de Educación y Cultura en la ciudad de Pernambuco (1947 a 1956). Ahí se originan sus primeras experiencias con la educación de adultos, que cristalizan en 1961 con la creación de su método en el seno del Movimiento de Cultura Popular en Recife.<sup>22</sup> Fue en 1962 cuando, en Angicos, probó la eficacia de su método al alfabetizar a 300 trabajadores en sólo 45 días.

En 1963, en el gobierno populista de Joao Goulart, presidió la Comisión Nacional de Cultura Popular y coordinó el Plan Nacional de Alfabetización de Adultos, invitado por el Ministerio de Educación en Brasilia.

En su época Freire distinguía tres tipos de sociedades:<sup>23</sup>

- **La sociedad cerrada.** Se caracterizaba por ser una sociedad jerarquizada, en donde las decisiones de su economía estaban dadas por un mercado extranjero; era deprecatoria<sup>24</sup>, por tanto alienada, objeto y no sujeto de sí misma; se dificultaba la movilidad social vertical ascendente y estaba guiada por una élite superpuesta a su mundo sin integrarse a él.<sup>25</sup>

---

<sup>20</sup> Cfr. MOACIR GADOTTI, *Historia de las ideas pedagógicas*, México, 1998, p.253-257.

<sup>21</sup> Brasil es un país que como en toda Latinoamérica ha sufrido las consecuencias de la colonización. Marcados por su historia, los países latinoamericanos han creado sistemas de gobierno y sociedades preponderantemente antidemocráticas, en donde la desigualdad, la injusticia, la opresión y el sometimiento son características que se encuentran presentes en la vida cotidiana de las personas.

<sup>22</sup> Entre 1957 y 1963 enseñó Historia y Filosofía de la Educación en la Universidad de Recife, para después desempeñarse como Director del Servicio de Extensión Cultural de esa misma Universidad.

<sup>23</sup> Cfr. JESÚS PALACIOS *La cuestión Escolar. Críticas y alternativas*, Fontarama, Barcelona, 1988, p.522.

<sup>24</sup> Refiriéndose a la disminución del valor, en relación con la que tenía antes o comparándola con otras de su clase, según el DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, Real Academia Española, décimonovena edición, tomo II, p. 436.

<sup>25</sup> P. FREIRE, *La educación, op .cit.*, p.39.



- **La sociedad abierta.** Era una sociedad democrática en la que el pueblo se responsabilizaba de su curso, era una sociedad homogénea y abierta en donde el pueblo era el protagonista.
- **La sociedad en transición.** Era la condición de una sociedad cerrada que transitaba hacia una sociedad abierta y por tanto convivían elementos de resistencia y de cambio. Por un lado se encontraban las clases que se oponían al cambio, quienes buscaban que las relaciones permanecieran estáticas, y por otro, las clases que haciéndose concientes de su situación social, buscaban el cambio de la estructura dominante.

Es la “sociedad en transición” la que representaba mejor al Brasil de aquella época. En ese contexto se genera el Movimiento de Educación Popular, como parte de las movilizaciones en el gobierno populista de Goulart. El plan del gobierno brasileño prevenía la instalación de veinte mil círculos de cultura (a través de las “Casas de Cultura”) para atender a dos millones de trabajadores.

En 1964 cae el gobierno de Goulart y comienzan las intimidaciones (por parte de los reaccionarios), al método que Freire había creado. Paulo Freire es encarcelado durante setenta días acusado de “subversivo internacional”. Sale del país y se refugia en Bolivia. Después de visitar distintos países, es recibido en Chile por el gobierno democristiano de Eduardo Frei, quien tenía interés en alfabetizar a toda la población. Colaboró como profesor en la Universidad de Santiago y como asesor en el Instituto de Capacitación e Investigación en la Reforma Agraria. Es en esta época cuando Freire escribe sus conocidas obras : *La educación como Práctica de la Libertad* (1965), *Extensión o Comunicación. La concientización en el medio rural* (1967) y *Pedagogía del Oprimido* (1969).<sup>26</sup>

Jesús Palacios afirma que Brasil y Chile han sido los escenarios en donde se desarrolló esta pedagogía. Aunque es innegable la influencia que ha tenido en muchos otros países de América Latina. En México, inspiró en el trabajo de alfabetización del Instituto Nacional de Educación para Adultos (INEA)<sup>27</sup>.

Para 1979, Paulo Freire regresa a Brasil donde trabajó en la Pontificia Universidad Católica de Sao Paulo. Hizo militancia política en el Partido de los Trabajadores Brasileños, para después, de 1989 a 1991, ser Secretario de Educación y Cultura en Sao Paulo.

El 1º de Mayo de 1997, muere Paulo Freire a la edad de setenta y cinco años, sin embargo, todavía hubo tiempo para que se conocieran unas de sus últimas obras: *Pedagogía de la Esperanza*(1993)<sup>28</sup>,

---

<sup>26</sup> En 1969 es nombrado experto en educación por la UNESCO. Para 1970 la Universidad de Harvard lo nombró catedrático honorario, en donde publicó *Cultural action for freedom* ( una recapitulación de sus artículos publicados en la revista *Harvard Educational Review*). En Ginebra, Suiza, fundó y mantuvo el Instituto de Acción Cultural (IDAC), al tiempo que asesoraba en programas educativos a gobiernos de varios países como Nicaragua, Salvador, Cuba y Granada en el Caribe; Cabo Verde, Angola, Sao Tomé, Príncipe y Guinea-Bissau en Africa. Como resultado de estas experiencias surgen sus libros *Cartas a Guinea-Bissau. Apuntes de una experiencia pedagógica en proceso* (1977) y *Quatro cartas aos animadores de círculos de cultura de Sao tomé e Príncipe*.

<sup>27</sup> Aunque desgraciadamente se adoptó sólo la parte técnica dejando de lado toda la dimensión socio-política del método.

<sup>28</sup> La cual es una especie de recuento de lo que fueron sus obras anteriores, principalmente de su libro *Pedagogía del Oprimido*

*Pedagogía de la autonomía* (1997), entre otras. En donde se abordan nuevas reflexiones sobre ciudadanía, características de los educadores y **la influencia ideológica de los MMC**.

### 2.1.2.1. Concepción del Hombre

Toda teoría pedagógica lleva implícita una concepción del educando, en este caso, la pedagogía de Freire parte de la consciencia y respeto de trabajar con seres humanos y no con objetos o recipientes como en la educación tradicionalista; de tal modo que Freire distingue algunas características que son propias de lo verdaderamente humano: *la capacidad de conciencia*. **El hombre es un ser consciente** en tanto que es capaz de comprender en dónde se encuentra; es decir, tiene conciencia de sí mismo y del mundo que habita. Fiori define a la conciencia como “*la misteriosa y contradictoria capacidad del hombre para distanciarse de las cosas a fin de hacerlas presentes*”.<sup>29</sup>

Según Freire la conciencia, puede ser:

- **Conciencia crítica.** Es la representación de las cosas y de los hechos como se dan en la existencia empírica, en sus correlaciones causales y circunstanciales.
- **Conciencia ingenua.** Ésta se cree superior a los hechos, dominándolos desde afuera y por eso se juzga libre, para entenderlos como mejor le agrade.
- **Conciencia mágica.** Simplemente capta los hechos otorgándoles un poder superior al que teme porque la domina desde afuera y al cual se somete con docilidad.<sup>30</sup>

Es esta comprensión del mundo y de sí mismo la que provocará, tarde o temprano, una acción. Así, por ejemplo, si se tiene una conciencia mágica, su acción será de temor, de docilidad, de conformismo y sometimiento.

El hecho de que el ser humano sea consciente provoca que se establezca una relación distinta de la que tienen los demás animales con el mundo; los animales están en el mundo, se adhieren a la realidad y carecen de posibilidades para separarse de su especie, por tanto, a ellos les corresponde acomodarse. En contraparte, el ser humano está sobre el mundo, transformándolo: “*mientras el animal es esencialmente un ser acomodado y ajustado, el hombre es un ser integrado*”<sup>31</sup>, según Freire mientras que los animales son seres de contacto, **los hombres son seres de relaciones**.

El hombre y la mujer captan la realidad de su mundo, se relacionan con él transformándolo y creando cultura. El ser humano se integra al mundo teniendo la capacidad de luchar contra sus fuerzas. Freire nos dice “*A partir de las relaciones del hombre con la realidad, resultantes de estar con ella y en ella, por los actos de creación, recreación y decisión, éste va dinamizando su mundo. Va dominando la realidad, humanizándola, acrecentándola con algo que el mismo crea; va temporalizando los espacios geográficos, hace cultura.*”<sup>32</sup> Esto provoca que el ser humano sea un **ser histórico**: “*La*

---

<sup>29</sup> J. PALACIOS, *op .cit.*, p.528.

<sup>30</sup> Cfr. P. FREIRE, *La educación...*, *op. cit.*, p.101-102.

<sup>31</sup> *Ibid.*, p.32.

<sup>32</sup> *Ibid.*

*historicidad le viene dando al hombre la capacidad para heredar el pasado e incorporarlo al presente para transformar el presente en vistas al futuro*”<sup>33</sup>

El ser humano conoce y aprende del mundo que lo rodea (mundo mediatizado) y de las relaciones que establece con éste; así como la historia, experiencias y conocimientos previos que del mismo mundo tiene para interpretarlo y conocerlo. Jesús Palacios afirma que: “*Freire ha insistido en la historicidad del ser humano y en la relación dinámica y dialéctica entre hombre y mundo*”<sup>34</sup>. El ser humano conoce y aprende permanentemente desde que nace, de todo con lo que interactúa; familia, escuela, MMC, etc., crea su propia visión, interpretación y conocimiento del mundo que lo rodea, e influye en él mismo para su transformación o mantenimiento. Se considera al hombre y a la mujer como responsables de su destino, que se manifiesta en el carácter utópico de la teoría freireana. Para Freire “utópico” no significa idealista, porque tome al ser humano en abstracto o niegue la existencia de clases sociales. Lo utópico estaría en la negativa a tomar el futuro como algo pre-fabricado y en la esperanza de irse forjando en el proceso de liberar a las clases oprimidas.<sup>35</sup>

El ser humano por su relación con el mundo, por su posibilidad de transformarlo, va creando cultura, así cuando un hombre o una mujer nace, está dentro de una cultura determinada, la cual a lo largo de su desarrollo va conociendo y al mismo tiempo va teniendo la posibilidad de transformar su entorno, por tanto, el ser humano está en constante cambio, es un **ser inconcluso** que tiene siempre la capacidad y la posibilidad de cambiar.

Una característica importante de las personas es que se comunican, son seres dialógicos, están en constante comunicación con sus iguales y con el mundo “*Es este diálogo eterno del hombre sobre el mundo y con el mundo mismo, sobre sus desafíos y problemas lo que lo hace histórico*”<sup>36</sup> El ser humano es ser comunicador, ya que no puede mantenerse al margen de ese proceso.

Las anteriores reflexiones de Freire, nos permiten entender el objetivo de su Pedagogía, que se opone a la educación impuesta que va en contra de la naturaleza humana.

### **2.1.2.2. Educación Bancaria y Educación Libertadora**

Paulo Freire distingue entre dos tipos de educación: la Educación Libertadora (que él propone) y la Educación Bancaria o tradicional, la cual predomina en los sistemas educativos formales.

En la “concepción bancaria de la educación”, los individuos son considerados objetos que serán “llenados” de conocimientos por el educador: único poseedor del conocimiento en el proceso enseñanza-aprendizaje. En este tipo de educación el alumno (sea adulto o niño) se limita a memorizar de manera mecánica los contenidos seleccionados por el educador a lo que Sartre llamó “...*concepción*

---

<sup>33</sup> J. PALACIOS, *op. cit.*, pp. 527-528.

<sup>34</sup> *Ibid.*, p. 215.

<sup>35</sup> Cfr. SAMUEL ESCOBAR, *Paulo Freire: Una pedagogía latinoamericana*, Kyrios, México, 1993, p. 226.

<sup>36</sup> FREIRE, *La Educación ...*, *op. cit.*, p.53.

*digestiva o alimenticia del saber. Este es como si fuera el alimento que el educador va introduciendo en los educandos en una especie de tratamiento de engorda”<sup>37</sup>.*

Así, se subvalora la naturaleza de las personas, considerándolos objetos sin capacidad de conciencia de la realidad. Los educandos son entendidos como seres ahistóricos y dependientes; les inculcan miedo a la libertad y a la conciencia. La educación que éstos reciben, se basa en las experiencias del opresor y niega la posibilidad de que exista un diálogo entre educador y educando<sup>38</sup>.

La Educación Libertadora es la contraparte de la Educación Bancaria y bajo esta visión se reconoce a los individuos como seres humanos (retomando la concepción del ser humano planteada anteriormente).

Así el hombre y la mujer son seres históricos, conscientes, capaces de su propio conocimiento y transformación de la realidad; creadores y seres de acción en tanto *praxis* (no simple verbalismo o activismo), capaces de explicar la realidad con base a sus propias experiencias y en sus propias palabras. Se reconocen sus capacidades críticas, analíticas y prácticas que les permitan no sólo conocer sino también transformar la realidad.

Un aspecto importante, tanto en la toma de conciencia como en la *praxis* necesaria para la transformación, es el *diálogo*. Lo que resulta una de las diferencias más significativas entre la Educación Libertadora y la Educación Bancaria. El diálogo es una característica de la primera y el antidiálogo de la segunda.

En la Pedagogía Libertadora “*El educador ya no es sólo el que educa sino aquel que, en tanto educa, es educado a través del diálogo con el educando, quien al ser educando también educa*”<sup>39</sup>; la actividad dialógica es una relación basada en la igualdad entre educando y educador, sin que exista el monopolio de la palabra, ya que ninguno es considerado como único poseedor del conocimiento, ni como vasija que deba ser llenado de conocimientos.

La concepción del diálogo/ antidiálogo, Freire la resume en el siguiente esquema<sup>40</sup>:



Esquema 8. Diálogo vs. Antidiálogo.

<sup>37</sup> SARTRE, *El hombre y las cosas*, citado por P. FREIRE, *Pedagogía...*, op. cit., p. 79. El subrayado es nuestro.

<sup>38</sup> Cfr. *Supra.*, p. 34.

<sup>39</sup> P. FREIRE, *Pedagogía ...*, op. cit., p. 86.

<sup>40</sup> P. FREIRE, *La educación...*, op. cit., p. 104.

Lo opuesto del diálogo es el antidiálogo, que “*implica una relación vertical de A sobre B (...) es desamoroso, acrítico, no es humilde, es desesperante, arrogante y autosuficiente, no comunica, hace comunicados*”<sup>41</sup>, desconoce a los individuos como seres humanos negándoles la capacidad de comunicación, reflexión, amor e igualdad en el proceso educativo y por tanto comunicativo.

Con el afán de hacer más clara y precisa la diferencia entre la educación libertadora y la bancaria, y por fines prácticos elaboramos el siguiente cuadro con las características más significativas de cada uno de los modelos educativos:

EDUCACIÓN BANCARIA	EDUCACIÓN LIBERTADORA
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Trata a los individuos como objetos.</li> <li>• No reconoce el carácter histórico de los individuos.</li> <li>• Considera a los individuos como recipientes vacíos carentes de conocimiento.</li> <li>• Considera a los individuos como entes pasivos.</li> <li>• Considera a la educación como un proceso antidiálogo (diálogo ausente).</li> <li>• Considera a los individuos como seres dependientes.</li> <li>• Considera que los individuos tienen miedo a la libertad.</li> <li>• Este tipo de educación es asistencial, sirve a la dominación y busca la domesticación.</li> <li>• Es un proceso antagónico de conquista</li> <li>• Este proceso oprime.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconoce a los individuos como seres humanos.</li> <li>• Reconoce el carácter histórico de los seres humanos.</li> <li>• Reconoce la capacidad de los seres humanos para crear su propio conocimiento.</li> <li>• Considera a los seres humanos como hombres de acción (de <i>praxis</i>).</li> <li>• Establece que la educación es un proceso dialógico.</li> <li>• Considera a los seres humanos como seres críticos y reflexivos.</li> <li>• Considera a los seres humanos como ansiosos de su libertad.</li> <li>• Este tipo de educación es crítica, y busca la transformación de la realidad.</li> <li>• Es un proceso solidario de colaboración.</li> <li>• Este proceso emancipa.</li> </ul>

Esquema 9. Educación Bancaria vs. Educación Libertadora.<sup>42</sup>

Por tanto la pedagogía de Paulo Freire establece un planteamiento que pretende favorecer el desarrollo del individuo, partiendo del propio sujeto y promoviendo su reflexión en los distintos aspectos que afectan su vida y a partir de ese reconocimiento propiciar la transformación de su realidad. Los MMC forman parte importante de la vida de las personas y es un aspecto que debe ser pensado y tomado en cuenta debido al tiempo que se dedica a su consumo y al poder educativo de éstos.

Se considera que puede ser esta pedagogía un marco de referencia importante para la EPM, ya que además convergen en diversos aspectos que a continuación se plantean.

<sup>41</sup> *Ibid.*, 104.

<sup>42</sup> Cuadro elaborado con base a la caracterización de estos dos tipos de modelos educativos definidos por P. FREIRE, *La pedagogía ..., op. cit.*

## 2.2. LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS Y LA PEDAGOGÍA CRÍTICA DE PAULO FREIRE

La pedagogía de Freire surge en respuesta a un contexto social, histórico y político. A lo largo de cuatro décadas aproximadamente el pensamiento freiriano tuvo una evolución, la cual se fue generando a partir de las distintas experiencias que vivió el autor, ya que como comenta Samuel Pérez, pasó de ser una “*propuesta educativa populista a una popular, de ser una educación para las masas a una educación de las masas y con ellas*”<sup>43</sup>. El crítico de las principales obras de Freire (*La educación como práctica de la Libertad, Pedagogía del Oprimido, Cartas a Guinea-Bissau y Pedagogía de la Esperanza*), muestra que el autor fue modificando su teoría de forma gradual. A lo largo de sus obras incluye conceptos, categorías y nociones marxistas, en muchas ocasiones de forma ecléctica. No obstante, durante todo este desarrollo y dinamismo de su teoría, Freire conserva, por un lado, la misma concepción del ser humano y el respeto por todas sus características esenciales,<sup>44</sup> y por otro, su método práctico de alfabetización.

La Pedagogía humanista de Paulo Freire seguirá siendo vigente mientras se pretenda enseñar respetando la naturaleza del educando, a partir de él y no a través de imposiciones, que sólo generan aprendizaje memorísticos y superficiales. Esta pedagogía busca promover el desarrollo de habilidades innatas al ser humano y pretende una transformación de sus prácticas encaminadas a una mayor participación como ciudadanos (as), a fin de crear sociedades más igualitarias. Por ende, dicha teoría, seguirá siendo útil mientras el ser humano siga en su condición de manipulado y de sometimiento, dentro de una sociedad desigual y controladora.

La *pedagogía crítica* de este autor reconoce que además de que el individuo debe tomar conciencia de su condición de explotado, es necesario que adquiera otros saberes; al respecto, Freire decía:

*“También es necesario que a él se añadan otros saberes de la realidad concreta, de la fuerza de la ideología; saberes técnicos, en diferentes áreas, como la de la comunicación. Cómo revelar verdades escondidas, como desmitificar la farsa ideológica, especie de ardid atractivo en que caemos fácilmente. Cómo enfrentar el extraordinario poder de los medios, del lenguaje de la televisión de su “sintaxis” que reduce a un mismo plano el pasado y el presente y sugiere que lo que todavía no existe ya está hecho”*<sup>45</sup>

Este autor en los noventa, nos habla sobre la responsabilidad de los educadores (as) de no ignorar la influencia educativa de los MMC: “*Como educadores y educadoras progresistas no sólo no podemos desconocer la televisión, sino que debemos usarla, sobre todo, discutirla*”<sup>46</sup>. Planteamientos decisivos de Freire, pues sin buscarlo, creó un importante marco para inspirar y animar este movimiento emergente de Educar para los Medios en América Latina. Este movimiento surge de distinta forma en esta zona, puesto que las características y necesidades son distintas de las Europeas o de América del

<sup>43</sup> SAMUEL PÉREZ, *Paulo Freire: Educación e ideología*, Toma y Lee editorial, México, 2001, p.30.

<sup>44</sup> *Cfr. Supra.*, p.42.

<sup>45</sup> PAULO FREIRE, *Pedagogía de la Autonomía. Saberes necesarios para la práctica educativa*, México, siglo XXI, 1997, p. 133. El subrayado es nuestro.

<sup>46</sup> *Ibid.*, p.133.

Norte. Y es curioso observar una creación de propuestas importantes sobre EPM, en los países en donde Paulo Freire tuvo influencia.

A continuación se presentan los puntos en donde puede existir una mayor fundamentación de la EPM con la teoría freireina.

### **2.2.1. Respeto por la naturaleza del Ser Humano**

Dentro de la concepción de Freire, el ser humano es considerado un sujeto que nace en un entorno específico determinado por una historia anterior, es decir, que nace y es influido por su cultura.

En esta relación permanente con el mundo se está constantemente aprendiendo, al ser un ser inconcluso se determina la posibilidad del aprender todo el tiempo. Por tanto, la teoría freiriana da la posibilidad de trabajar con adultos (as) que, aun con escasos estudios escolares formales, y a pesar de su edad, tienen siempre la posibilidad de aprender cosas nuevas. Porque son seres inacabados que siempre están aprendiendo del mundo que les rodea.

Este aprendizaje obtenido de dicha interacción con el entorno, se manifiesta en sus prácticas, las cuales influyen también en su ambiente, manteniendo y/o modificando la cultura, de la cual se produce.

Es decir, esta concepción de Paulo Freire, nos da la posibilidad de comprender la dimensión de las influencias que el entorno ejerce sobre las personas; influencias de distinta naturaleza como la proveniente de la familia, la escuela, la iglesia o los Medios Masivos de Comunicación; pero también reconoce que a partir del respeto por el educando, y sin importar el momento de su vida en que se encuentre, a través de una acción educativa, éste modifica sus prácticas e influye constructivamente en su entorno.

Por tanto, resulta indispensable considerar a los educandos como seres humanos, reconocer las características que por naturaleza le son propias, así como las habilidades y potencialidades de comunicación, cambio, criticidad y transformación, lo que es parte fundamental en la educación libertadora. Tres condiciones que al rechazarlas los convierte en seres autómatas negados al libre pensamiento y a la libre expresión, obteniendo solamente un aprendizaje superficial.

En cambio al respetar al educando, se tiene la posibilidad de generar un proceso de aprendizaje que contribuya al bienestar del individuo.

### **2.2.2. Partir del educando**

Al respetar las características naturales del ser humano, la teoría de Paulo Freire contempla la necesidad de no crear una pedagogía “*para él, sino de él*”<sup>47</sup>, no se crea para el oprimido sino a partir de él, por él mismo y bajo el sentido de sus propias palabras.

---

<sup>47</sup> P. FREIRE, *Pedagogía del O...*, op. cit., p.3.

El método de Freire, es según Frei Betto, la primera contribución que no busca interpretar lo que es del interés de las clases populares. Les pregunta con sus propias palabras cómo entienden el mundo.<sup>48</sup> Otras propuestas educativas<sup>49</sup>, distintas a la de Freire se caracterizan por intentar interpretar las necesidades de la sociedad y suponer también las posibles soluciones, en lugar de conocer las verdaderas necesidades e intereses de los educandos. Esta postura de los distintos proyectos educativos, son propuestas irreales que al ser insertadas en sociedades artificiales y al no corresponder con el tipo de individuos la propuesta no obtiene el éxito esperado.

A Freire se le ha cuestionado sobre si en verdad se parte del educando. Es difícil de creer que temas como “nacionalismo”, “fuga de divisas”, “evolución política del Brasil”, etc., fueran tópicos elegidos para trabajar por los educandos. Es obvio pensar que el propio Freire, a través de los promotores de cultura, los inducía en su ideología, señalan sus críticos.<sup>50</sup>

Sin embargo el autor en *Pedagogía del Oprimido* comienza a plantear la importancia de intervenir, tanto el educando como el educador, en el proceso educativo a partir del diálogo, condición sin la cual no puede hablarse de liberación.

*“Para él, el educador politizado, es aquel que asume un compromiso ético con los otros, en el sentido de respetar los sueños de cada uno(...)Ahora es posible mirar que la educación ni es neutral ni es antidirectiva pedagógicamente hablando. Toda educación conlleva un planteamiento y una aspiración oculta o abierta: el mantener el mundo como está o transformarlo”*.<sup>51</sup>

Se acepta el hecho de que la educación no es neutral y de que resulta necesaria la aportación del educador, pero, se debe buscar partir siempre del entendimiento del educando y propiciar en todo momento su participación.

Si realmente se pretende educar en las formas de relacionarse con los MMC, resulta indispensable partir de las apreciaciones y experiencias de los PMF, y propiciar su expresión, análisis y debate. Este sector tiene una visión muy particular sobre lo que se transmite por los distintos medios, visión que puede ser muy distinta a la de el resto de la familia, a la de un especialista o un estudioso en la materia; por lo que es importante tomar en cuenta sus concepciones, pues es a partir del reconocimiento y reflexión sobre su consumo, como logrará definir conscientemente sus prácticas de consumo.

Por otro lado, aunque se parte del educando, Freire reconoce la necesidad de dar a conocer información a los educandos, pero no de la forma como se contempla en la Educación Bancaria; en donde la enseñanza gira en torno al depósito de información por parte del educador en los educandos. Freire

---

<sup>48</sup> Cfr. PAULO FREIRE Y FREI BETO *Esa escuela llamada vida*, Legasa, Buenos Aires, 1988 p. 91, citado por S. ESCOBAR, *op. cit.*, p. 210.

<sup>49</sup> Cfr. *Supra.*, pp.34-37.

<sup>50</sup> Freire comenta un momento de su vida cuando a través del diálogo que sostuvo con un Padre de Familia, entendió la importancia de partir desde la propia experiencia del educando, ya que era en base al análisis de sus propias experiencias y necesidades comunicativas como les resulta más significativo, dando la posibilidad de crear un verdadero aprendizaje. Cfr. P. FREIRE, *Pedagogía de la Esperanza*, siglo XXI, México, 1999, pp. 23-25.

<sup>51</sup> S. PÉREZ, *op. cit.*, p.104.



afirma que la transmisión de conocimientos es muchas veces necesario, sin embargo, ésta debe estar siempre en vías de favorecer el avance del grupo y jamás como simples paquetes de conocimiento:

*“Aun cuando los educandos necesiten alguna información indispensable para la prosecución del análisis –puesto que conocer no es adivinar- nunca hay que olvidar que toda información debe ir precedida de cierta problematización. Si ésta información deja de ser un momento fundamental del acto del conocimiento y se convierte en la simple transferencia que de ella hace el educador a los educandos”<sup>52</sup>*

Por tanto aunque durante el desarrollo del taller resulta necesario dar a conocer algunos aspectos sobre los MMC estos deben estar conectados con la situación del educando y en función de una mejor comprensión de su realidad, motivando la reflexión, con el fin de transformar sus prácticas.

### **2.2.3. La transformación de las prácticas**

Freire promueve la concepción de un nuevo hombre que establezca una nueva sociedad, en donde se dejen de reproducir estereotipos y roles establecidos por las clases acomodadas y marginadas social, económica y culturalmente. Se parte de la premisa de que el destino no está escrito y que es posible transformarlo.

Uno de los objetivos esenciales de la Pedagogía de Paulo Freire es la transformación de la realidad, es decir, que el educando a través de reflexionar sobre sus prácticas, las modifique.

Al considerar al educando como un sujeto capaz de transformar su entorno, partiendo de su propia conciencia sobre la situación en la que se encuentra, y al pretender impulsar la autonomía de los educandos, la EPM parece encontrar respaldo en la propuesta pedagógica de Paulo Freire.

El consumo cultural<sup>53</sup> que hacen las familias es tan cotidiano y común que rara vez se reflexiona sobre éste; se generan prácticas de consumo acríticas y aunque algunas veces se comenta sobre lo desagradable de algunos mensajes y/o imágenes, no se llega a un análisis del por qué está ahí y por qué lo estoy mirando. Por tanto un aspecto importante en la EPM debe ser el ejercer una acción educativa que según sus propias características busque primeramente reflexionar y posteriormente cambiar las formas como se relacionan con los MMC.

Cambiar las formas de cómo se relacionan con los medios va más allá de reducir o aumentar el tiempo que se consume determinado medio; se busca que independientemente del tiempo que se dedique a su consumo, éste sea de calidad y de forma consciente; esto es, que no sólo sean más selectivos en lo que consumen sino en lo que hacen con la información, valores y pautas de conducta de los que se apropian durante el uso del medio, a fin de que sean seleccionados y utilizados en función de los intereses de los individuo y no a la inversa.

---

<sup>52</sup> FREIRE, Paulo, *Cartas a Guinea-Bisau*, México, siglo XXI, 1977, en M. KAPLÚN, *op. cit.*, p. 54.

<sup>53</sup> *Cfr. Infra.*, p. 63.

Cabe aclarar que, aunque para Paulo Freire es fundamental despertar la conciencia crítica en el ser humano, no considera que baste para modificar su realidad, ya que la toma de conciencia es importante y básica, pero no es suficiente por sí sola. Al respecto nos dice que “...*la percepción crítica de la trama, a pesar de ser indispensable, no basta para modificar los datos del problema . Como al obrero no le basta con tener en la cabeza la idea del objeto que desea producir. Es preciso hacerlo.*”<sup>54</sup>

Por tanto, además de tomar conciencia, se requiere emprender acciones que provoquen la modificación de la realidad. Es necesario que las personas al reconocer y asumir la situación en la que se encuentran, generen acciones que partan de su propia lectura del mundo y por ende de sus propias necesidades. Por lo que al crear una propuesta de EPM, es importante propiciar la conciencia en los participantes, y a partir de ésta propiciar la modificación de sus prácticas.

Dentro de la EPM y la pedagogía freiriana, el papel que juega la comunicación resulta esencial. Por un lado es a través de ésta que se logra el reconocimiento y transformación de su realidad, y por el otro, ambas disciplinas tienen como una de sus metas que los sujetos se reconozcan como seres de comunicación y que desarrollen dicha capacidad.

#### **2.2.4. El papel de la comunicación**

La comunicación para Freire es un proceso que no puede ser neutro ya que: “*Toda comunicación es comunicación de algo, hecha de cierta manera a favor o en defensa, sutil o explícita de algún ideal contra algo y contra alguien, aunque no siempre claramente referido. De allí también el papel refinado que cumple la ideología en la comunicación ocultando verdades, pero también la propia ideologización del proceso comunicativo.*”<sup>55</sup> En esta cita se reconoce que toda comunicación lleva implícitamente una ideología. Así, al identificar el factor ideológico en la comunicación, su develamiento se presenta como uno de los objetivos básicos tanto en la pedagogía libertadora, del mismo modo como lo viene haciendo la EPM: que el educando se reconozca como ser de comunicación, conciente de la ideología en los momentos que interactúa con los MMC.

De ahí que resulte indispensable propiciar en los individuos la expresión, ya que según Freire, es a través de su propia palabra como se pretende que se analice y reflexione sobre su situación, y de esta forma, se promueve al igual que en la EPM, la autoexpresión, que en últimas fechas se incluyó como un propósito importante al tratar de educar para los medios<sup>56</sup>.

Es también a través de la comunicación, que puede llegarse a un proceso de enseñanza-aprendizaje que permita el reconocimiento y transformación de sus prácticas comunicativas. Freire plantea el diálogo como el medio adecuado para lograr esta concientización. El diálogo “*es una relación horizontal, de A más B (...) se nutre del amor, humildad, esperanza, fe y confianza; sólo el diálogo comunica (...) en virtud de la creencia en el hombre y en sus posibilidades, la creencia de que solamente llego a ser yo*

---

<sup>54</sup> FREIRE, Paulo, *Pedagogía de la Esperanza*, México, siglo XXI, 1999, p. 29.

<sup>55</sup> P. FREIRE, *Pedagogía de la A...*, op. cit., p. 133.

<sup>56</sup> Cfr. *Supra.*, p. 3.

*mismo cuando los demás también lleguen a ser ellos mismos*<sup>57</sup>, por lo que el acto educativo es un acto comunicativo y no sólo eso, sino que es un acto dialógico, donde educador y educando son educadores y educandos en el proceso, ya que ambos, son seres humanos, con el mismo derecho de expresarse y la misma capacidad de crear su propio conocimiento.

Un aspecto importante en la educación será entonces el manejo de un modelo comunicativo que permita la participación del educando. En efecto, todo modelo educativo conlleva un modelo comunicativo. El modelo de comunicación que corresponde a este tipo de Pedagogía es el EMIREC, en donde educador y educando, se comunican de forma horizontal, en ambas direcciones, lo que permite el verdadero entendimiento y el verdadero aprendizaje que es necesario para que la EPM sea satisfactoria<sup>58</sup>.

Así puede decirse que por un lado se evidencia el papel ideológico de la comunicación y que por tanto resulta indispensable reconocerlo y desmitificarlo, promoviendo el reconocimiento del educador y educando como comunicadores y por otro se promueve la participación y expresión de los educandos, considerándola esencial para el verdadero aprendizaje, que desemboca en la transformación de sus prácticas. Así, la comunicación es el medio y fin de los planteamientos de la Pedagogía de Freire y la EPM.

Esta concepción de la comunicación y los aspectos anteriormente mencionados se ven de algún modo reflejados en el método de alfabetización de Paulo Freire, en donde se promueven el respeto y la participación del educando, a través de la expresión de sus ideas.

### **2.2.5. El Método**

Lo que anteriormente se puntualiza, tiene su encuentro en la práctica, bajo el método de alfabetización que describió Paulo Freire desde una de sus primeras obras: *Educación como práctica de la Libertad*.

La teoría que se originó a partir de su pedagogía, se concretiza en un modelo de trabajo, el cual parte del respeto e interés del educando. A través de su método<sup>59</sup> logra retomar todos aquellos principios que considera importantes para que se logre un verdadero acto educativo. Es importante reconocer cómo se desarrolla la *praxis* freireana ya que de esta manera es posible identificar elementos prácticos que nos permitan, con base en su obra pedagógica, crear un taller, que buscará promover la transformación de las prácticas de consumo de las MPF. Consideramos que a partir del entendimiento de su método, se pueden identificar principios importantes que permitan enfatizar el proceso de aprendizaje y la construcción del conocimiento que cada individuo va generando basándose en el entendimiento de su realidad.

El método de Freire se divide en dos fases:

---

<sup>57</sup> P. FREIRE, *La Educación...*, op. cit., p.104.

<sup>58</sup> Cfr. *Supra.*, p. 38.

<sup>59</sup> Entiéndase por método el camino para llegar a un fin determinado. Cfr. DORA, GARCÍA, *Metodología del trabajo de investigación. Guía práctica*, Trillas, México, 1999, p.11.

## 1. Fase preparatoria del método comprende las siguientes etapas:

1ª etapa. El conocimiento del universo vocabular de las futuras lecturas (conocer las palabras con las que se expresa el pueblo en un momento común de descubrimiento).

2ª etapa. La selección de *palabras generadoras* por su posibilidad de desatar un proceso de conocimiento, estas palabras son seleccionadas con base en un triple criterio: sintáctico, semántico y pragmático.

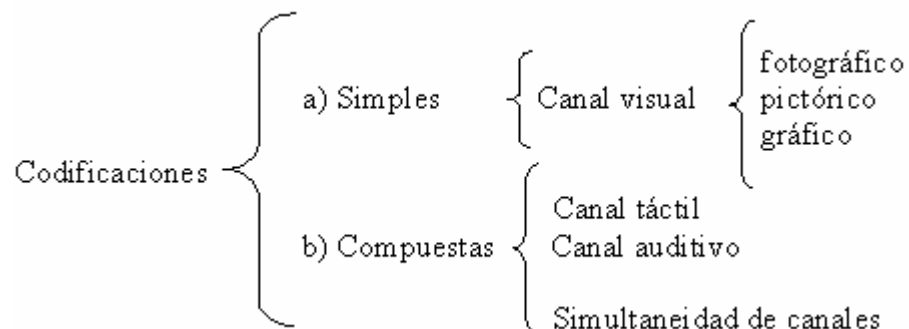
3ª etapa. Creación de situaciones existenciales típicas para los alfabetizados donde las palabras generadoras tienen una doble dimensión: existencial (vinculada a la vida) y política (vinculadas a las condiciones sociales y estructurales que son el marco de la vida) propiciando una relectura de la realidad y por tanto una concientización de la misma.

4ª etapa. Elaboración de fichas u “hojas de ruta” para los coordinadores (fichas de ayuda) que contienen las *palabras generadoras*.

5ª etapa. Elaboración de fichas para captación de familias fonéticas de las palabras generadoras.

**2. Fase de ejecución** que comprende el uso de las fichas y la fase de motivación que precede a la alfabetización.<sup>60</sup>

Según este método, se debe partir de lo que él educando conoce, desde la percepción que el mismo tiene sobre su realidad, para así poder reconocer y crear las situaciones típicas que viven, las cuales en esta etapa serán codificadas. Las codificaciones pueden ser:



Esquema 10 Codificaciones<sup>61</sup>

Posteriormente, en la segunda fase se motiva a los educandos, para que decodifiquen, entendida como el análisis crítico de la situación cotidiana; y a través del debate promovido por preguntas sencillas se

<sup>60</sup> S. ESCOBAR, *op. cit.*, p 63-72.

<sup>61</sup> P. FREIRE, *Pedagogía ...*, *op. cit.*, p.150.

llegue al reconocimiento de su situación (concientización) que más adelante promoverá la transformación de la realidad. Una parte fundamental de esta segunda fase es que, la modificación de la realidad, sólo se logra a partir del análisis crítico de la misma.

Así, coincidimos con el australiano Robert Mackie, quien nos dice que Freire es “*un educador contemporáneo que ni ignora los medios ni confunde los fines de la alfabetización*”<sup>62</sup>; que si bien la teoría freireana tiene como objetivo liberar, no sacrifica los medios ni mucho menos el proceso para lograrlo. Para Freire los tres momentos (fines, proceso y resultados) son importantes en su modelo pedagógico y considera igual de importante para el enriquecimiento de su obra los resultados que cada uno de los momentos presenta, así como el concebir al proceso de alfabetización o liberación como un proceso totalizante, donde es imposible dividir o fragmentar tanto los resultados como los medios necesarios para lograrlos

Es así como dentro del desarrollo de la propuesta de EPM: *¡Qué no te controlen los medios!*, se retoman aspectos del método práctico de Paulo Freire; generándose a partir de su teoría, método y necesidades de la EPM, cuatro momentos en cada una de las sesiones que pretenden favorecer el proceso de aprendizaje, a saber:

1. *Exploración*, a través de un tema generador. Esta primera etapa surge del planteamiento teórico y de la metodología de trabajo de Paulo Freire, que refiere partir de los conocimientos y percepción del educando. Se pretende indagar y conocer las percepciones del educando, así como sus hábitos de consumo de los MMC, que se estén trabajando.
2. *Información sobre el tema*. Consiste en dar a conocer aquellos aspectos necesarios para una mejor comprensión del medio, se contempla un tiempo corto para esta etapa y debe darse a partir de la exploración anterior, así como establecer cuestionamientos para trabajarlos posteriormente. Al respecto, Freire reconoce que es necesario mostrar ciertos conocimientos, que ayuden al entendimiento y análisis de la situación.<sup>63</sup> Dentro de esta etapa se lleva a cabo la motivación a través de plantear cuestionamientos que puedan ser trabajados en la siguiente etapa. La motivación es reconocida por este autor, como parte indispensable en su método<sup>64</sup>.
3. *Actividades de trabajo*. El grupo trabajará los contenidos, a través del análisis y reflexión. Por analogía, corresponde a la segunda fase del método de Freire, en donde se comienza con la alfabetización.
4. *Reflexión y auto evaluación*. Este momento debe ser siempre grupal y aunque se pretende que la reflexión y la construcción del aprendizaje en conjunto sea un elemento constante durante toda la sesión, este espacio está destinado al cierre de la sesión en donde se retomará la generación de alternativas o sugerencias para el uso de los MMC, así como el reconocimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje que se tuvo, el cual se considera necesario para ir guiando el mismo.

---

<sup>62</sup> ROBERT MACKIE, *Literacy and revolution. The pedagogy of Paulo Freire*, Nueva York, Continuum, 1981, p. 2 citado por S. ESCOBAR, *op. cit.*, p.59.

<sup>63</sup> *Cfr. Supra.*, p. 49.

<sup>64</sup> La motivación debe ser intrínseca, el coordinador debe evidenciar en el educando sus propias necesidades.

El método de Freire, además de poseer fines políticos y educativos, propone un método práctico que pretende alfabetizar, pero en realidad lo novedoso de su método radica en su planteamiento humanista, que pretende respetar al educando como sujeto capaz de emanciparse y transformar su entorno. Al apoyarnos en su planteamiento no pretendemos que a través de nuestra propuesta se “alfabeticen” audiovisualmente a las MPF, sino que desarrollen habilidades expresivas, comunicacionales y críticas con y hacia los distintos medios. Así la intención no es dar soluciones sobre las problemáticas que enfrentar con el consumo de medios, sino que reflexionen sobre éste y a partir de eso generen las transformaciones que le permitan relacionarse de distinta forma con dichos medios. Encontrando en la Pedagogía de Freire el sustento teórico y práctico necesario para el desarrollo de esta propuesta.

### **2.3. LINEAMIENTOS POSIBLES PARA ELABORAR LA PROPUESTA**

Considerando las características del planteamiento de Freire, creemos que es posible inferir algunos rasgos que den sustento a nuestra propuesta de EPM con las MPF. Entre ellos queremos recuperar que ésta es una pedagogía realizada en el contexto latinoamericano, que busca dar solución a las desigualdades presentadas en muchos de estos países, en donde la falta de participación social agudiza los problemáticas presentadas en la vida cotidiana de las personas. La pedagogía Freiriana pretende acompañar al educando en el proceso de reconocer su situación y generar acciones que les permitan modificar su entorno. Es así como dicha pedagogía ha sido utilizada en distintos grupos de personas y bajo distintas temáticas, que se han considerado necesarias de analizar. La EPM sin duda representa un aspecto importante de reflexión debido a la gran cantidad de información que se recibe a través de ellos, aspecto que el propio Freire reconoce en sus últimas obras. Algunos lineamientos puntuales que podríamos retomar al elaborar la propuesta, son:

- La comprensión de la constante influencia que el entorno ejerce sobre las personas, como es la influencia de las distintas instituciones sociales como la familia, escuela, iglesia, **MMC**, etc.
- Es a partir del educando, que se tiene la posibilidad de generar un proceso de enseñanza-aprendizaje que contribuya al bienestar del individuo.
- Se debe partir de las experiencias de los educandos para que estos con sus propias palabras reconozcan sus prácticas de consumo y las modifique
- Tomar en cuenta el papel que juega la comunicación en todo proceso educativo reconociendo al alumno y al docente como comunicadores, basándose en el esquema EMIREC.
- Impulsar la auto expresión a través del diálogo sobre su realidad (medio para el aprendizaje).
- Buscar el reconocimiento del papel ideológico de la comunicación.
- El taller tendrá la modalidad de Educación no formal.

## CAPÍTULO 3

### ORIGEN DEL PROYECTO DE DESARROLLO EDUCATIVO: LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS CON MADRES Y PADRES DE FAMILIA

*“ Pero se trata siempre de un adulto sordo de por vida a los estímulos de la lectura y del saber transmitidos por la cultura escrita. Los estímulos ante los cuales responde cuando es adulto son casi exclusivamente audiovisuales. Por tanto, el vídeo-niño no crece mucho más.”<sup>1</sup>*

*Giovanni Sartori*

#### 3.1. FAMILIA, ESCUELA Y EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

En el último siglo, la comunicación ha sido uno de los ámbitos que ha experimentado un gran desarrollo tecnológico y logrado avances que anteriormente sólo pertenecían a la ciencia ficción. Los MMC están presentes en la vida cotidiana de los seres humanos ya sea de forma impresa, en carteles, periódicos y revistas; o de forma audiovisual en la radio y la televisión; la *Internet*, es la más reciente de estas realidades.

En cualquiera de sus formas, los medios de comunicación han venido a intensificar nuestra convivencia humana; es decir, vivimos en una sociedad saturada de mensajes que no siempre somos capaces de interpretar de la manera más objetiva posible; por lo que es necesario contar con una formación suficiente para poder hacer una lectura de la realidad, ejercitando nuestra capacidad de interpretación.

Como se mostró en el Capítulo 1, en las propuestas de EPM se reconoce la importancia de instruir a las MPF en este tema, ya que son los principales formadores de niños y jóvenes en edad escolar. Pero las experiencias son contadas y por lo general no cuentan con opciones que los orienten sobre este tipo de temas. Se reconoce la necesidad de educar para los medios a las MPF, aunque en los hechos, las propuestas están dirigidas casi exclusivamente al sector educativo. Sin embargo en América Latina en un inicio, las propuestas surgieron desde las organizaciones sociales o civiles, más que de las educativas, pero se dieron de manera aislada, abarcando a un mínimo de gente.

---

<sup>1</sup> GIOVANNI SARTORI, *“Homo videns. La sociedad teledirigida”*, Taurus, México, 1998, p.38.

Como se ha visto, en algunos países el origen de las propuestas y la institución que las lleva a cabo determinan objetivos y métodos; lo que hace la diferencia entre las propuestas que surgen del interior de la institución escolar y las que se plantean desde las organizaciones civiles.

En nuestro país los intentos de EPM son aislados y de poca difusión, lo que dificulta desarrollar una cultura sobre los MMC para las MPF. Involucrar a estos actores representa, actualmente, un reto para las distintas instituciones educativas que, en muchas ocasiones, no participan más que para la firma de boletas o la observancia de los problemas de disciplina; no logrando así la relación entre escuela y familia para darle seguimiento a la educación dentro y fuera de las aulas.

Legalmente en el Artículo 89, fracción 1 de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos y con fundamento en los artículos 38 de la Ley Orgánica de Administración Pública Federal, 14, 52, 53, 54, 55 y 56 de la Ley Federal de Educación, se establece el Reglamento de Asociación de Padres de Familia, dicho reglamento pretende definir la participación de las MPF en la Institución Escolar, dependientes y supervisadas por la Secretaría de Educación Pública. En el Artículo 6º fracción IV de este reglamento se establece como una atribución: *“Fomentar la relación entre maestros, alumnos y los propios padres de familia para un mejor aprovechamiento de los educandos y del cumplimiento de los planes y programas educativos”*<sup>2</sup>. Así se promueve el trabajo conjunto de la comunidad escolar. En este mismo Artículo, pero en la fracción VII, señala como otra atribución: *“Colaborar en la ejecución de programas de educación para adultos, que mejoren la vida familiar y social de sus miembros y su situación en el empleo, en el ingreso y en la producción”*.<sup>3</sup> El objeto y contribuciones de esta organización son variadas sin que se reduzca la participación de las MPF al aspecto económico, ya que también pretende involucrarlos en la formación de sus hijos (as). Es decir, la institución escolar tiene la obligación de formar no solamente a los niños y jóvenes, sino también a sus tutores y de esta manera proveerles de herramientas que permitan una mejor vida familiar, aspectos, que rara vez se aprecia en las escuelas.

Por tanto, las propuestas de formación no deben estar dirigidas únicamente al sector educativo (docentes y alumnos), pues las MPF siguen siendo los principales encargados de la formación de los hijos (as). Se puede, entonces contemplar la posibilidad de que la institución escolar promueva acciones formativas, como es la Educación para los Medios.

### **3.1.1. Madres, Padres de Familia y Medios Masivos Comunicación**

Las acciones educativas que realizan las MPF son generalmente de tipo informal. Su labor educativa la realizan al mismo tiempo que atienden otros cometidos familiares, por ejemplo: cuando una madre lava las manos de su hijo antes de comer, tiene la intención de evitar que se enferme. En esa acción generalmente le enseña a adquirir hábitos como la higiene o habilidades como el seguimiento de instrucciones y coordinación psicomotriz fina; situaciones como estas son cotidianas dentro de la familia y son una característica importante de la educación informal.

---

<sup>2</sup> Reglamento de Asociación de Padres y Madres de familia, Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal, SEP, México, 2002. Publicado en el Diario de la Federación el 2 de Abril de 1980, p.4.

<sup>3</sup> *Ibid.*



Las MPF por lo general no reconocen la necesidad de formarse o informarse sobre la relación que establecen con los MMC o con algún otro tema, y consideran también que la educación de sus hijos (as) es responsabilidad únicamente de la escuela; por lo que no se reconocen como los principales educadores de sus hijos (as); sin embargo, inculcan valores y pautas de conducta, además de que sin ser especialistas en los MMC, son ellos quienes dentro de la formación de sus hijos establecen patrones y formas de interacción con los MMC. Por ejemplo cuando se usan a los medios como premio o castigo<sup>4</sup>, o bien modelando el tipo de comunicación que mantienen al interior del hogar.

Es una realidad que los hijos (as) destinan más tiempo a los MMC que a la familia. Actualmente ambos padres trabajan, por lo que en las últimas décadas, la televisión se ha convertido en una “nana” muy económica. Su manejo es fácil, incluso para los niños pequeños, quienes en ausencia de sus padres (o de un adulto responsable), son expuestos a cualquier tipo de mensajes sin contar con la guía adecuada para ayudarlo a discernir entre realidad y fantasía, entre lo nocivo y lo benéfico.

Las MPF tienen una tarea educativa fundamental con sus hijos (as), de hecho es la familia la que da a los niños(as) la primera educación. Su papel es determinante ya que en los primeros cuatro años de vida, antes de la formación educativa formal o institucional, es cuando se forma gran parte de la personalidad.

Las MPF son los más cercanos “maestros” de sus hijos (as) y la familia es la “escuela” más importante. Así, la primera educación que se recibe es generalmente la que se da en casa y determina en gran medida el comportamiento y personalidad posterior de los individuos.

Se cree que la mejor educación se logra a través del ejemplo. Existe una etapa en el desarrollo del niño a través de la cual se aprende por imitación y en estos primeros años de vida introyectamos formas de conducta, a través de la observación de lo que nos rodea. Por tanto, es de la acción y no de la palabra de lo que se apropia. Las MPF ejercen una decisiva influencia cuando eligen un determinado canal o programa de televisión; cuando escuchan algún programa en la radio o un tipo de música inculcan formas de consumo en sus hijos (as).

Las MPF cumplen una función mediadora. Estudios recientes sobre audiencias y sus procesos de recepción televisiva, muestran que la principal mediación entre los niños(as) y la televisión es la familia.<sup>5</sup> Los niños (as) no sólo ven los programas que las MPF ven, sino que consumen lo que leen o escuchan de los distintos medios de comunicación. Por tanto, son ellos quienes desde la casa empiezan a inculcar gustos y formas de relacionarse con los medios. La relación que las MPF establecen con los medios, es la primera forma de acercamiento que conocen y reproducen los hijos(as).

---

<sup>4</sup> Esto en lugar de favorecer un consumo crítico de los MMC, hace una sobrevaloración de los distintos medios. Los MMC más utilizados para premiar o castigar alguna conducta o actitud de los hijos (as) son la Televisión, los videojuegos y el uso de la *Internet*.

<sup>5</sup> Cfr. GUILLERMO OROZCO, *Televisión y Audiencias. Un enfoque cualitativo*, UIA, México, 1996, pp. 50-51.

Guillermo Orozco lo constata cuando afirma que *“La familia en tanto el grupo donde regularmente se ve la TV y se entabla una interacción directa con su programación cotidiana a la vez que es un escenario de la televidencia constituye también una comunidad de apropiación del mensaje televisivo”*<sup>6</sup>

El mismo autor nos dice que los miembros de la familia (sobre todo la madre), ejerce una influencia permanente en los miembros más pequeños, tanto en los gustos como en las preferencias televisivas, pero sobre todo, en sus modos de apropiación de todo lo que ven y escuchan en la pantalla.

Es también en el seno familiar donde se produce una negociación, sobre y a partir de la TV; además de que son las MPF quienes generalmente mantienen un control sobre la televisión, determinando los tiempos o programas que se recibirán<sup>7</sup>. Pero al mismo tiempo, y esto es importante, son ellos quienes pueden tener la oportunidad de organizar la educación que de manera informal se produce al interior del hogar.

Sin embargo, por sus diversas ocupaciones y falta de interés en el tema, desconocen no sólo la forma en la que sus hijos (as) se relacionan con los distintos MMC, sino también, el tipo de consumo que hacen de estos; lo que imposibilita tener una clara orientación sobre los mensajes a los que permanentemente están expuestos los niños (as) y adolescentes en su vida cotidiana.

Esta falta de orientación no es apatía por la formación de sus hijos (as), sino simplemente que se delega la responsabilidad educativa en la institución escolar. Igualmente los MMC no son identificados como un problema que necesita de atención y educación para su aprovechamiento, ya sea como instrumentos de entretenimiento o con fines educativos.

### **3.1.2. La intervención pedagógica en la Educación para los Medios**

La Pedagogía, como disciplina encargada de estudiar y guiar los fenómenos educativos que tienen lugar dentro y fuera de la institución escolar, reconoce que la educación es un proceso permanente, ya que *“apunta hacia una educación integradora que abarca toda la vida y todas las posibilidades del ser humano. Uno tiene que educarse desde que nace hasta que muere”*<sup>8</sup>

El ser humano se encuentra en contacto permanente con distintos agentes educativos además de la escuela, como son: la familia, los amigos o grupo de pares, la Iglesia, los MMC, etc., considerados como agentes de la educación informal y a la vez inmersa en la educación permanente.<sup>9</sup>

La Pedagogía es una disciplina que cuenta con el respaldo teórico y metodológico para desarrollar alternativas capaces de solucionar los distintos problemas que tengan lugar en cualquier proceso educativo. Como profesionales de la educación, no podemos ignorar que la EPM es una necesidad

---

<sup>6</sup> *Ibid.*, p.49.

<sup>7</sup> *Ibid.*, p. 50.

<sup>8</sup> SALVAT, *La educación permanente*, Taurus, México, 1973, p.34.

<sup>9</sup> *Cfr. Supra.*, p 32.

imperante en la sociedad actual, caracterizada por la gran cantidad de información accesible a través de los MMC que nos proporcionan alternativas de entretenimiento y posibilidades educativas.<sup>10</sup>

Queramos o no, los medios además de entretener pueden favorecer u obstaculizar la labor educativa de la institución, no sólo escolar sino también la proveniente de la familia; por tanto, es necesario promover la EPM. La EPM constituye una *praxis*<sup>11</sup> pedagógica, es decir, una acción racional, reflexiva y por ende crítica. El primer acercamiento a esta educación puede empezar como una simple curiosidad, pero esta curiosidad, al ser encausada bajo una visión transformadora bien podría, según Freire, convertirse en una *“Curiosidad con la que podemos defendernos de “irracionalismos” resultantes de, o producidos por cierto exceso de “racionalidad” de nuestro tiempo altamente tecnificado. Y no hay en esta consideración ningún arrebató falsamente humanista de negación de la tecnología y de la ciencia. Al contrario, es consideración de quien, por un lado, no diviniza la tecnología, pero, por otro, tampoco la sataniza. De quien la ve o incluso la escudriña de forma críticamente curiosa”*<sup>12</sup>

A través de la pedagogía es posible transformar y guiar los procesos educativos que tienen lugar dentro y fuera de las aulas. De ahí que también pueda dar herramientas necesarias a las MPF, quienes son indiscutiblemente no sólo los primeros sino también los principales educadores de sus hijos (as). Las MPF tienen que aprovechar su habilidad transformadora, educar a sus hijos (as), pero también cambiar la forma en la que se relacionan con los distintos MMC, en su entorno más próximo.

Concluamos con Freire quien a propósito dice: *“Está es una de las ventajas significativas de los seres humanos –la de haberse tornado capaces de ir más allá de sus condiciones”*<sup>13</sup>; transformar su realidad de un consumismo apático y estático, por uno activo y crítico de los MMC, haciéndose conscientes para modificarla.

### 3.1.3. Contexto de la propuesta

La idea de elaborar una propuesta para las MPF de los estudiantes de la Escuela Secundaria Josefa Ortiz de Domínguez No. 38, se originó a partir de la experiencia de trabajar como talleristas en la Subdirección de Servicios Educativos para el Distrito Federal, en el *Programa de Educación para los Medios. Desarrollo de la Visión Crítica* (PEM- DVC)<sup>14</sup>. Durante esta experiencia y motivadas por la propuesta pedagógica de Educación para los Medios, nos dimos a la tarea de explorar algún aspecto que nos resultara formativo.

---

<sup>10</sup> Cfr. ROBERTO APARICI, *La educación para los medios de Comunicación*, UPN, México, 1996, p.11-17.

<sup>11</sup> Entiéndase por *praxis* toda acción que implique un cambio o transformación con fines u objetivos específicos, elegidos y alcanzados de manera lógica y consciente, en ADOLFO SÁNCHEZ, *La filosofía de la praxis*, Grijalbo, México, 1967, pp. 245-267.

<sup>12</sup> PAULO FREIRE, *Pedagogía de la autonomía: saberes necesarios para la práctica educativa*, siglo XXI, México, 1999, pp. 33-34.

<sup>13</sup> *Ibid.* p. 27

<sup>14</sup> Cfr. *Supra.*, p 22. Como coordinadoras del curso nos encargábamos de la parte práctica. Trabajábamos con el grupo de maestros, actividades encaminadas a abordar los distintos lenguajes de los MMC, mientras que la parte de motivación e introducción al tema era abordada por Vladimir Peña, uno de los creadores del curso en la SSEDF.

El punto de partida fue la observación que la Directora de la Esc. Sec. No. 38 hiciera sobre la preocupación que se tenía del tiempo que sus alumnos dedican a los distintos MMC, en contraste con el tiempo de la escuela; así mismo, la influencia de los MMC en las competencias lectoras de sus alumnos, planteada como problema en su proyecto escolar 2001-2002. Este proyecto manifestaba como problema la estrecha relación entre lectura y MMC. Nuestra primera observación fue que existía un prejuicio respecto a los medios, ya que eran sobrevalorados al considerarlos como los principales responsables de la falta de competencias lectoras en los alumnos (as), dejando de lado diversos factores que intervienen en este problema como puede ser: los patrones culturales en los que viven inmersos o el sistema educativo que, en muchas ocasiones, en vez de promover inhibe este tipo de competencias.

En este contexto y con la experiencia reciente de haber participado en el programa PEM-DVC, se promovió como actividad para los docentes. Que consistía en tomar el curso PEM-DVC o documentarse con distintos materiales, incluyendo el Paquete Multimedia de Educación para los Medios, editado por el ILCE-UPN.

Después de algunos esbozos, se llegó a la conclusión de que era importante la participación de las MPF ya que su papel es trascendental en la formación de sus hijos (as) dentro del hogar y en la familia.

### **3.1.3.1. Caracterización de la Escuela**

La Escuela Secundaria “Josefa Ortiz de Domínguez ” fue fundada el 4 de Marzo del año de 1957 (en Av. Coyoacán y San Borja s/n Colonia del Valle, Delegación Benito Juárez). El terreno fue proporcionado por el Internado de Enseñanza Primaria “Gertrudís Boca Negra de Lazo de la Vega”. Se inaugura por el Secretario de Educación Pública (Lic. José Ángel Cisneros) en el régimen del Presidente de la República Adolfo Ruiz Cortines. En principio era sólo femenina y desde hace apenas 9 años tiene la modalidad mixta.

Actualmente la escuela atiende un total de 30 grupos; 18 en el Turno Matutino y 12 en el Turno Vespertino. Cuenta con 9 talleres: Belleza, Corte y Confección, Cocina, Economía Doméstica, Dibujo Técnico, Artes Plásticas, Estampado, Bordados y Tejidos y Decoración.

Dentro de la institución existen dos turnos; y las instalaciones son compartidas con la Unidad de Servicios de Apoyo a la Educación Regular (USAER) y la Escuela Nocturna para Trabajadores.

Las instalaciones físicas comprenden: Oficinas Administrativas, Dirección, Subdirección, Biblioteca, Servicio Médico, Cooperativa Escolar, Salón para maestros, Departamento de Orientación Vocacional, tres Laboratorios (Física, Química y Biología), 20 aulas, 9 talleres, 2 canchas deportivas (Básquet bol y Voli bol) y un estacionamiento.

La matrícula de la escuela es amplia. El hecho de que la institución cuente con USAER propicia que las MPF que conocieron el servicio en la primaria de sus hijos (as) lo busquen en la Secundaria. Dentro del Turno Vespertino se encuentran muchos alumnos (as) que han reprobado varias materias lo que los

ha llevado a cursar el mismo grado (tanto de la misma escuela, pero del turno matutino o expulsados de otras escuelas).

En el turno vespertino existen 350 alumnos inscritos. La reprobación es una problemática de la población escolar. El índice registrado en las boletas no tiene nada que ver con el real ya que los maestros se ven en la necesidad de acreditar a la mayoría de los alumnos, aunque estos no tengan los conocimientos que se requieren; pues entre quienes no asisten a la escuela y los dados de baja, se excede el porcentaje de reprobación que les marca la institución (25%).

Al interior de la escuela no existe un trabajo sistemático y/o en equipo para abordar las problemáticas. En el caso de las competencias lectoras se menciona como obligación de todos los maestros el realizar estrategias de intervención al interior de sus grupos. En el caso de la influencia de los MMC sobre los estudiantes, son contados los profesores que abordan esta temática como compromiso personal dentro del salón de clases, el tema es mencionado y sugerido para ser tratado en las juntas, pero, no se exige su manejo por las autoridades. Salvo en la materia de Español que contiene el tema de comunicación de medios masivos.

### **3.1.3.2. El objeto de intervención**

La importancia de formar en EPM a las MPF de una escuela secundaria se debe a que, sus hijos (as) en plena adolescencia, están buscando su identidad y formando su personalidad. En muchas ocasiones, la búsqueda de patrones de conducta o modelos, son tomados de los MMC: televisión, revistas, carteles publicitarios, etc, los cuales muestran y establecen estereotipos de belleza, orientando la moda en el vestir, modos de hablar, música, etc.

Muus afirma que al adolescente se le presenta una necesidad de identificarse con modelos y que *“Durante las tentativas iniciales de establecer la identidad del yo existe cierta difusión del papel a desempeñar, en ese periodo los adolescentes se sobre identifican muchas veces con héroes de la pantalla, dirigentes de grupos, campeones del deporte, etc., y suelen hacerlo hasta el punto de perder toda identidad aparente con su propio yo”*.<sup>15</sup>

Según Erikson, los adolescentes pasan por una etapa (crisis de identidad) en la que buscan, en algún modelo, las características que desean para sí mismos y copiarlas de éste. *“El término identidad se refiere con mucha frecuencia a una búsqueda más o menos desesperada, a una investigación casi deliberadamente confusa. La identidad es concebida como una sensación subjetiva de mismidad y continuidad vigorizantes”*.<sup>16</sup>

Otra característica de esta edad es el marcado interés en temas sexuales, adicciones y relaciones afectivas que tienen una estrecha relación con la búsqueda y crisis de identidad. Estos temas son tratados constantemente en los distintos MMC, pero la información que de estos se recibe no siempre es veraz, al contrario de formar o informar, los confunde.

---

<sup>15</sup> ROLF E. MUUS, *Teoría de la adolescencia*, Paidós, México, 1997, p. 50.

<sup>16</sup> ERIK, ERIKSON, *Identidad, juventud y crisis*, Paidós, Buenos Aires, 1971, p. 16.

La pornografía es un tema que preocupa a las MPF, ya que están conscientes de que esta información se encuentra en las revistas, la *Internet*, la radio y la televisión; desde donde se ofrecen grandes volúmenes de información para los cuales ni los adolescentes, ni las MPF cuentan con la orientación y formación necesaria para hacer un consumo crítico de dichos mensajes.

Si bien se ha enfatizado en la importancia que tiene la EPM dirigida a MPF de los adolescentes, la propuesta podría ser aplicada en cualquier nivel educativo.

### **3.2. UN DIAGNÓSTICO NECESARIO**

Debido a que el Proyecto Escolar de la Secundaria No. 38, no se consideraba ninguna estrategia a seguir que incluyera a las MPF en el proceso educativo de sus hijos (as)<sup>17</sup>, nos dimos cuenta de que las MPF no estaban lo suficientemente involucradas con la labor educativa que realiza la escuela. Fue necesario indagar más sobre las razones que generan esta situación y que afectaban la formación integral de los alumnos (as) de secundaria.

Así que, cuando se planteó a la Dirección del Plantel la importancia de incluir a las MPF, como piezas clave para la resolución de algunos de los problemas detectados, la propuesta fue aceptada.

Para la aplicación experimental de la propuesta, la escuela nos facilitó el espacio y algunos materiales que eran necesarios, como son: radio, televisión, computadora y videograbadora. Sin embargo, no bastaba con la autorización de la responsable administrativa de la escuela. Nos percatamos de que era necesario, conocer a la población beneficiaria, ya que hasta ese momento, nuestros acercamientos habían sido sólo entrevistas con la Directora y con algunos maestros (as), y desconocíamos las características de la población y sus problemáticas específicas.

Como cualquier labor educativa se requiere partir de las percepciones y costumbres de los individuos, o en palabras de Paulo Freire, de los “*saberes de experiencia hechos*”<sup>18</sup>; así, resultó necesario tomar en cuenta a la población escolar y sondear el consumo cultural dentro del núcleo familiar.

#### **3.2.1. El Consumo Cultural como aspecto observable**

Pensar en el diseño de un proyecto de intervención pedagógica, nos obligó a centrar nuestra atención en el grupo familiar de los adolescentes que asisten a la Escuela Secundaria Josefa Ortiz de Domínguez. Nos planteamos la necesidad de conocer específicamente el consumo cultural que se realiza en el seno familiar.

---

<sup>17</sup> A pesar de que por características propias de la elaboración de dicho proyecto, debe considerarse la participación de la comunidad, y por tanto de las MPF.

<sup>18</sup> PAULO FREIRE, *Pedagogía de la Esperanza*, México, siglo XXI, 1999, p. 55.

¿Pero qué es el consumo cultural?. Por consumo cultural puede entenderse la acción de usar determinado producto, pero también el proceso de asimilarlo o apropiarse del mismo. El uso de un producto puede ser tanto material como simbólico. El primero responde a la satisfacción de necesidades materiales como alimentación, vivienda, vestido, etc., y el segundo, cuando se satisfacen necesidades culturales, ideológicas, políticas y afectivas. Esto no significa que determinado producto deba ser usado en un sólo sentido, en la práctica un sólo producto puede satisfacer distintas necesidades, tanto simbólicas como materiales.

Para los fines de este trabajo, es importante establecer qué bienes son considerados como culturales en la época actual: *“Estos bienes (también llamados productos culturales o simbólicos) son aquellos bienes específicamente portadores y transmisores de información, conocimiento o significados sociales: toda clase de portadores de escritura (libros, revistas, periódicos, folletos, etc), medios magnéticos de almacenamiento (disquetes, cassettes de audio y vídeo, etc.); Obras de arte (pinturas, esculturas, etc.), y toda clase de medios de almacenamiento (discos compactos, acetatos, película fotográfica, etc.). Por extensión se consideran bienes culturales todos aquellos aparatos e instrumentos que sirven para usar, desplegar, recuperar o producir información: videograbadoras, televisores, radios, computadoras, reproductoras, cámaras, imprentas, fotocopiadoras, etc).”*<sup>19</sup>

El consumo de estos bienes implica una actividad intelectual por parte del sujeto, como lo sería la lectura, la comprensión, la memorización, la asimilación o la diversión. El uso de estos bienes es simbólico, por que satisfacen necesidades culturales como la de obtener información, intervenir en el proceso enseñanza-aprendizaje, el disfrute de una obra artística, etc.

En la sociedad actual existe un mercado importante dedicado a vender bienes culturales mediante la publicidad que se presenta en los distintos MMC, que van desde la venta de alimentos, casas, autos, etc., hasta formas de vida determinadas por el lugar donde se adquieren los productos.

Para la elaboración de la propuesta de intervención fue necesario conocer el consumo cultural de estos bienes, debido a que:

- a) Para lograr un aprendizaje significativo<sup>20</sup>, era importante partir del contexto y referentes de los sujetos a los que va dirigida la propuesta.
- b) Nos proporciona una idea de cuáles son los MMC que más se consumen y así profundizar en aquellos que inciden mayormente en su vida.

Si bien, la elaboración de la propuesta parte del sustento teórico de la pedagogía de Paulo Freire, el conocer el tipo de consumo mediático que se hace en el seno familiar, así como del tipo de relación que

---

<sup>19</sup> GREGORIO HERNANDEZ, *Implicaciones educativas del consumo cultural en adolescentes de Neza*, Centro de Investigaciones y Estudios Avanzados del IPN, DIE, Tesis, 1994. El subrayado es nuestro.

<sup>20</sup> Ausubel opina que el aprendizaje significativo se da cuando puede relacionar de manera lógica y no arbitraria lo aprendido previamente con el material nuevo, citado por HUMBERTO JEREZ, *Pedagogía esencial para usted que enseña*, Jertalhum, México, 1997, p. 36.

se establece con los medios, nos proporcionó la información necesaria para elaborar una propuesta de intervención dirigida a las MPF.

### **3.2.2. Resultados del diagnóstico**

Con el fin de conocer con mayor detalle a nuestros destinatarios de la propuesta, tuvimos que aplicar una encuesta que nos perfilara el nivel socioeconómico de las familias de los adolescentes que asisten a la Escuela Secundaria Josefa Ortiz de Domínguez; pero particularmente nos mostrara un cuadro sobre su consumo cultural.

La encuesta<sup>21</sup> se aplicó a una muestra de cincuenta y cinco familias de los estudiantes de un total de trescientas cincuenta familias consideradas. Cabe señalar que el 69.3% que contestaron el cuestionario fueron madres de familia, mientras que el 30.7% fueron padres.

Es necesario señalar que para el diseño de esta encuesta, nos fue de gran ayuda la información que arrojó la investigación del periódico Reforma sobre el consumo de MMC<sup>22</sup>.

Los resultados de la encuesta los presentamos por bloques. El primero corresponde a la caracterización de la población en base a su nivel socio-económico, los siguientes bloques se refieren al consumo cultural de las familias. Los resultados se presentan diferenciados entre un medio y otro, abarcando los distintos MMC (se presentan datos como: el tiempo dedicado al consumo del medios, la frecuencia y las razones del consumo, las preferencias, entre otras)<sup>23</sup>.

El orden de aparición de cada uno de los MMC está dado con base en el nivel de consumo, de tal modo que el medio consumido por excelencia aparece al principio y el de menos consumo al final.

#### **3.2.2.1 El Perfil socioeconómico**

El perfil de los encuestados fue obtenido a partir de tres aspectos: el grado de escolaridad, ocupación y los ingresos mensuales<sup>24</sup>. Veamos:

---

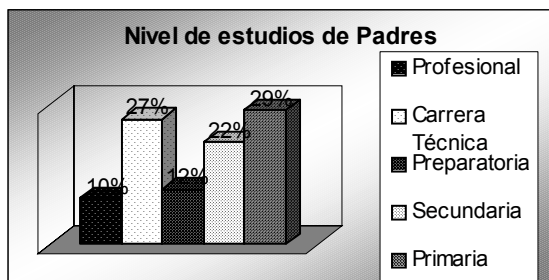
<sup>21</sup> En el mes de Octubre de 2001 se aplicó la encuesta a veinte MPF del turno vespertino con el fin de pilotear el instrumento. Posteriormente con un nuevo instrumento reelaborado se entregó al 15% de la población total de la secundaria para ser contestado por todos los miembros de la familia en su hogar. La encuesta aplicada no necesariamente garantizaba que los encuestados asistieran al taller, sin embargo, nos dio la posibilidad de conocer de forma general su consumo cultural.

<sup>22</sup> Según esta investigación realizada por el periódico Reforma en el 2001, este es el estado de consumo mediático en el D.F.: la televisión (93% Hombres- 92% Mujeres), la radio (81% H.- 82% M.), cine (46% H.-34% M.), computadora (40% H.- 29% M), Internet (29% H.-17% M.), libros (29H.-25M.), periódicos (41% H.-16% M.) y revistas (17% H.-13% M.).

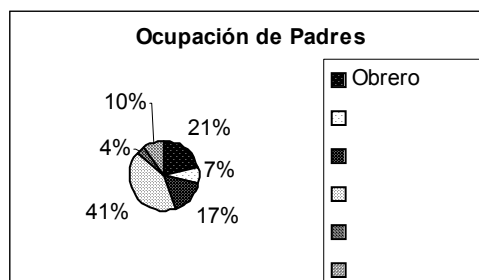
<sup>23</sup> *Cfr. Infra.*, Apéndice I, p.134.

<sup>24</sup> Los datos que se refieren al nivel socioeconómico fueron comparados con los datos que la Trabajadora Social de la Esc. Sec. Josefa Ortiz de Domínguez proporcionó y se encontraron coincidencias entre los resultados obtenidos.



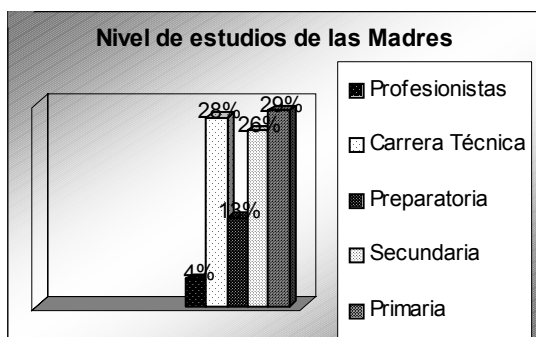


Gráfica 1

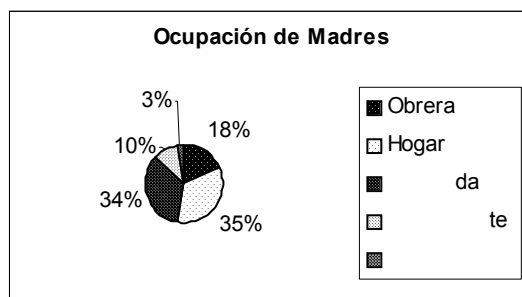


Gráfica 2

La gráfica 1 muestra que sólo el 10% de los padres han cursado una carrera universitaria (sólo el 5% está concluida), ubicando a la mayoría con estudios de primaria con un 29% (concluida o no) y Carrera Técnica con un 27%. Puede observarse (gráfica 2) que sólo el 10% se ocupa como profesionista y el 79% se distribuye entre actividades del sector secundario (21% obreros) y del sector terciario (servicios y comercios).

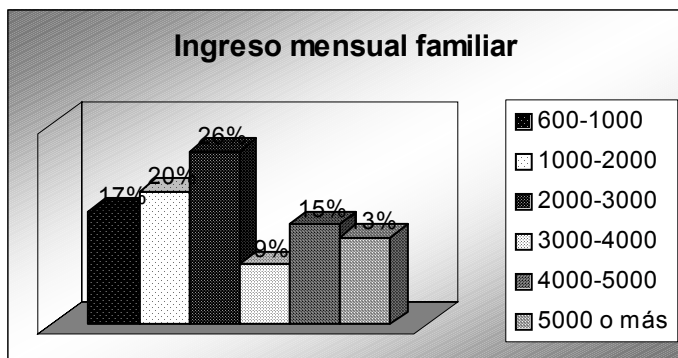


Gráfica 3



Gráfica 4

En el caso de las madres (gráfica 3) sólo 4% de ellas tienen estudios profesionales y, al igual que los Padres, casi la tercera parte tiene estudios de primaria (29%) y Carrera Técnica (28%). Así el 35% se dedica al trabajo doméstico, el 3% ejerce como profesionista y el resto (62%) ocupan posiciones inferiores en actividades de producción y servicios (empleadas, obreras, comerciantes).



Gráfica 5

Los ingresos mensuales fluctúan entre los dos mil y tres mil pesos mensuales ( 26% de la gráfica 5). Habiendo una mayor inclinación por menos ingresos, esto es, que la mayoría de la población percibe ingresos menores a los dos mil pesos .

Los datos de la encuesta nos perfilan una población de nivel socioeconómico medio-bajo, a pesar de que la escuela se encuentra ubicada en una zona media-alta; muchos de los niños (as) que asisten a esa escuela son hijos (as) de madres que trabajan como porteras en los edificios de la Colonia.

La mayoría de las MPF (dado su nivel de escolaridad) perciben ingresos muy bajos por lo que se ven obligados (as) a tener incluso dos trabajos. En el caso de las madres también desarrollan labores del hogar, lo que les deja muy poco tiempo para estar pendiente de la formación de sus hijos .

### 3.2.2.2. Consumo Televisivo

Un aspecto que nos interesó saber para definir la propuesta que presentamos en el siguiente capítulo, fue caracterizar las formas del consumo de mensajes televisivos.

La encuesta nos indicó que las familias se exponen a distintos y variados medios de comunicación. Como era de esperarse, la televisión ocupó un lugar preponderante entre los miembros de la familia, sin importar la edad, sexo o nivel socioeconómico. Todas las familias declararon al menos tener una televisión por familia; en otros casos, el número de televisores por familia fue de cinco.<sup>25</sup>

El 74.6% de la población mantienen la televisión encendida de 3 a 5 hrs. Aunque en la siguiente tabla se muestra que cada miembro tiene una mayor incidencia entre 1 a 3 hrs. al día. Si comparamos estos resultados con los de la tabla 15, sobre la forma de consumo (individual o colectivo), podemos suponer que al hacer un consumo individual significativo, miran la televisión en diversos horarios, provocando que la televisión esté encendida mayor tiempo.

<sup>25</sup> Casi el 50% cuenta por lo menos con una televisión , el 34% con dos y el 16% se diluye en otras opciones.

### Recepción televisiva en la familia por hora.

Miembro de la familia	-1hr	1hr	2hr	3hr	4hr	5hr	6hr	+ 7hr	NC
Padre	3%	<b>23%</b>	<b>30%</b>	<b>21%</b>	11%	6%	6%		
Madre		<b>35%</b>	<b>36%</b>	17%	10%			2%	
Hija		8%	<b>30%</b>	<b>16%</b>	12%	12%	4%	6%	12%
Hijo		13%	<b>36%</b>	<b>25%</b>	10%	3%	10%	3%	
Otro		<b>29%</b>	<b>19%</b>	18%		17%			17%

Tabla 6

Consumir televisión es una práctica muy ambigua porque, como se muestra más adelante, hay diferencias importantes respecto al tipo de programas y los patrones de consumo; así como, la opinión sobre determinados canales, las formas de mirar la televisión y las razones para hacerlo.

Así, no todos los integrantes de la familia se exponen a los mismos programas, ni a los mismos canales; es decir, existe un consumo general o compartido y uno diferenciado. La siguiente tabla muestra que si bien existe una preferencia general, por mirar el canal 2, también existe una diferencia entre cada uno de los miembros. Por ejemplo, los hijos e hijas<sup>26</sup>, que tienen mayor preferencia por el canal cinco, en tanto que el canal 13, es más consumido por las madres y padres (ver siguiente tabla).

### Frecuencia de recepción televisiva por miembro de familia

	2	4	5	7	9	11	13	22	28	40	Canales por clave	N.C.
Madre	<b>36%</b>	5%	5%	4%	6%	8%	<b>20%</b>			3%	13%	
Padre	<b>28%</b>		8%	11%	6%	4%	<b>16%</b>	1%		1%	15%	10%
Hijo	<b>17%</b>	7%	<b>31%</b>	3%	3%	4%	7%	1%	3%		20%	4%
Hija	<b>22%</b>	7%	<b>19%</b>	10%	6%	3%	10%				20%	3%
Otro	<b>40%</b>		<b>20%</b>			10%			10%		10%	10%

Tabla 7

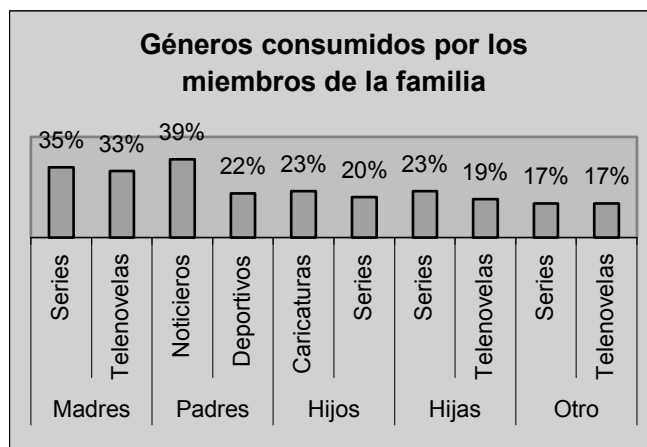
Cada canal muestra un tipo de imagen en razón de sus programas<sup>27</sup>. Así que se indagó sobre los programas y géneros<sup>28</sup> que se consumen mayormente por cada miembro de la familia. Nuestra encuesta nos mostró que, de forma general, se prefieren los géneros en donde los temas, objetos y símbolos representan situaciones e historias fácilmente reconocibles. Siendo básico el drama (series y telenovelas como “Sabrina” y “Amigas y Rivaless” respectivamente), la acción (deportivos como “En la jugada” y “Los protagonistas”), la ficción (caricaturas como “Dragon boll Z” y “Bob esponja” ), y la información (noticieros como el de Joaquín López Doriga y

<sup>26</sup> Aunque no conocemos la edad de todos los hijos (as), consideramos por las características de los programas que consumen, se encuentran en edad escolar, es decir, entre los 6 y 15 años.

<sup>27</sup> En los distintos canales existe un perfil programático en razón de las audiencias. Por ejemplo, el canal cinco presenta dentro de su programación caricaturas y series, atrayendo la atención de niños (as) y adolescentes, por tanto la publicidad gira en torno a productos que pueden ser consumidos por éste sector.

<sup>28</sup> Entendemos al género como: son convenciones de representación de la realidad utilizadas para narrar historias a través de los medios, en MARÍA E. SÁNCHEZ, *Recepción*, fascículo 8, UPN-ILCE, México, 1996, p. 17.

“Hechos” con Javier Alatorre), sin que exista un importante consumo de programas culturales o educativos (como “El planeta azul” y “ El mundo de Bicman”).



Gráfica 8

Existe una coincidencia entre los canales más consumidos (tabla 7) y los géneros preferidos por los miembros de la familia (gráfica 8) ya que en el caso de las MPF, tienen preferencia por el canal 2 y 13, cuya programación contiene telenovelas, noticieros y programas de entretenimiento, que junto con las series y las películas son los géneros preferidos por las Madres y Padres de familia. Cabe mencionar que pese a que los datos de consumo de la tabla 7 muestran un bajo porcentaje en los canales 5 y 7 en estos miembros, cuando se hace referencia o mención de los géneros (gráfica 8) las series se destacan por un alto nivel de consumo, las cuales son transmitidas por estos canales; lo que nos hace pensar que aunque no está reflejado en la tabla 7, sí existe un importante consumo de estos.

En el caso de los hijos (as), consumen mayormente el canal 5 el cual presenta una programación infantil<sup>29</sup> hasta las ocho de la noche donde se transmiten las caricaturas y series, que son los géneros que prefieren consumir.

**Las formas en que se consume la televisión.** Otro aspecto necesario para desarrollar nuestra propuesta fue conocer las formas de relacionarse con la televisión y las apreciaciones de los distintos miembros de la familia, respecto a su propio consumo.

Por lo que se encuestó sobre la calidad<sup>30</sup> de los canales.

<sup>29</sup> La programación infantil está integrada por programas de televisión diseñados especialmente para el consumo de los niños, en su mayoría son caricaturas pero también se incluyen en esta programación películas y series.

<sup>30</sup> Las categorías mala, regular, bueno y excelente, tratan de englobar las características de un canal televisivo, que puede ir desde la recepción hasta los contenidos transmitidos. Lo que se pretendía era conocer su apreciación general sobre cada canal.

### La calidad de los canales de televisión (visión de la Madre)

Canal	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	NO SÉ	N. C.
Canal 2	11%	<b>45%</b>	23%	6%	8%	7%
Canal 4	<b>38%</b>	15%	<b>30%</b>	7%	6%	5%
Canal 5	18%	<b>30%</b>	24%	4%	15%	9%
Canal 7		<b>18%</b>	<b>53%</b>	6%	14%	9%
Canal 9	<b>20%</b>	<b>40%</b>	15%	10%	10%	5%
Canal 11	4%	7%	<b>47%</b>	13%	<b>16%</b>	13%
Canal 13	6%	<b>53%</b>	18%	9%	8%	6%
Canal 22		9%	<b>40%</b>	17%	<b>25%</b>	9%
Canal 28	5%	<b>30%</b>	10%	7%	<b>50%</b>	8%
Canal 40	7%	17%	<b>31%</b>	6%	<b>24%</b>	15%

Tabla 9

### La calidad de los canales de televisión (visión del Padre)

Canal	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	NO SÉ	N. C.
Canal 2	7%	<b>39%</b>	22%		8%	<b>24%</b>
Canal 4	15%	15%	<b>30%</b>	5%	5%	<b>30%</b>
Canal 5	17%	<b>17%</b>	12%	5%	12%	<b>37%</b>
Canal 7	5%	<b>32%</b>	<b>41%</b>	5%	10%	7%
Canal 9	20%	<b>25%</b>	20%	5%	5%	<b>25%</b>
Canal 11		<b>20%</b>	<b>39%</b>	12%	12%	17%
Canal 13	6%	<b>43%</b>	<b>27%</b>		7%	17%
Canal 22		17%	<b>43%</b>	6%	17%	17%
Canal 28	10%	<b>15%</b>	20%	5%	<b>40%</b>	10%
Canal 40	6%	<b>30%</b>	22%	5%	22%	15%

Tabla 10

De los 10 canales de televisión abierta en la Ciudad de México, los más consumidos por los miembros de la familia, fueron el 2, 5 y 13, según muestra la tabla 7. La mayoría de los canales de televisión comercial (que representa el 80%), son apreciados tanto por los Padres como por las Madres como regulares, aunque el 4 y el 7 son considerados como buenos, al igual que los canales culturales 11 y 22. Cabe señalar que el 4 y el 7 dedican gran parte de su programación a las series, que son el género predilecto por todos los miembros de la familia a excepción del padre. El canal 28 el cual transmite solamente videos es el menos mencionado en las tablas 9 y 10.

Los canales 11 y 22, son considerados como *buenos* y *excelentes*. Si se compara con la tabla que hace referencia al consumo televisivo, se muestra que son los canales menos vistos tanto por ellos como por sus hijos e hijas. Al igual que el canal 40, considerado como bueno y tiene una mínima recepción por parte de los miembros de la familia. Así, resulta curioso que a pesar de reconocer la calidad de la programación de estos canales, resultan poco atractivos para las MPF, bajo esta tendencia es lógico que los hijos (as) tengan esa misma percepción. Esto puede relacionarse con la información que se presenta en las siguientes tablas en donde se expone:

### La primera idea que se les viene a la mente cuando miran televisión:

	Un programa	Un personaje	Un rato de descanso	Un momento de diversión	Una oportunidad para estar reunidos	Un buen pretexto para no hablar entre nosotros	Una oportunidad para informarme	N. C.
Madre	10%		<b>51 %</b>	6%	16%		13%	5%
Padre	6%		<b>48%</b>	4%	14%		14%	16%
Hijo	18%	7%	15%	<b>51%</b>	3%			7%
Hija	6%	9%	13%	<b>58%</b>	6%		2%	6%
Otro	8%		4%	<b>17%</b>	8%	4%	4%	7%

Tabla 11

### Las razones por las que la miran:

	Me gusta	No tengo nada mejor que hacer	Me relaja	Me divierte	Por que es fácil	Conozco cosas nuevas	Me distrae	N. C.
Madre	17%	3%	<b>39%</b>	7%		<b>27%</b>	2%	4%
Padre	11%	7%	<b>34%</b>	7%		<b>24%</b>	5%	12%
Hijo	<b>33%</b>	12%	5%	<b>29%</b>	3%	12%		7%
Hija	<b>38%</b>	2%	4%	<b>36%</b>	2%	13%		6%
Otro	8%		8%	42%		8%		34%

Tabla 12

La mayoría de las MPF, después de una jornada laboral, concilian a la televisión con el descanso, ya que ésta los relaja; mientras que para los hijos (as) significa diversión y esparcimiento en su tiempo libre. Por tanto la televisión es pensada como tranquilizante y entretenida, y no como un medio de aprendizaje o cultura. Esto puede explicar porque a pesar de reconocer el carácter educativo de los canales 11 y 22, no se consumen.

Cabe señalar que la variable *una oportunidad para informarse* no se encontraba en el cuestionario, pero fue sugerida en el indicador *Otra*. Si miramos los datos de la gráfica 8, el género más consumido por los Padres de familia es el noticiero, que puede estar relacionado con el horario en el que ven TV; que generalmente es a la hora de la comida o por las noches (horario en el que aparecen al aire los programas noticiosos). Resulta interesante que sólo la televisión y el periódico, son utilizados como fuentes de información, pero al ser la televisión el medio más consumido se evidencia que este medio es la principal fuente de información. Lo que resulta preocupante, si pensamos en la calidad de los noticieros que presentan los canales 2 y 13 (los encuestados refirieron consumir el de López Doriga y el de Javier Alatorre).

Queríamos conocer también si las MPF reconocen la influencia que desencadenan sus hábitos de consumo televisivo sobre los de sus hijos (as) y cómo se manifiestan; por lo que se elaboraron preguntas que nos mostraran datos; a saber:

### ¿Comentan los programas al mirar Televisión?

	Sí	No	A veces	N. C.
Madre	<b>60%</b>	9%	23%	8%
Padre	<b>58%</b>	5%	24%	13%
Hijo	<b>45%</b>	18%	27%	10%
Hija	<b>47%</b>	13%	25%	15%
Otro	<b>40%</b>		30%	30%

Tabla 13

En su mayoría todos los miembros de la familia aseguran comentar lo que miran en televisión. Los datos que ofrece la tabla 15, muestran que la televisión es generalmente vista de forma colectiva; por tanto se puede suponer que existe una comunicación en cuanto a los contenidos que agradan y desagradan a cada uno de los integrantes de la familia, ya que al estar reunidos en un mismo espacio y tiempo mirando la televisión, existe la posibilidad de dialogar lo que se piensa sobre determinado programa o canal; sin embargo, puede apreciarse en la tabla 11, que la TV es pensada (por parte de las MPF), como una oportunidad para estar reunidos en Familia , pero en los hijos (as) esta referencia es mínima; puede pensarse que aunque existe un momento en que se mira la televisión en familia, no se hace con este objetivo, sino como coincidencia en el horario por compartir un gusto televisivo u otras razones.

Dentro de esta convivencia familiar y al compartir el mismo espacio y la televisión, es muy probable que se fomenten los gustos televisivos en los hijos(as). Las MPF además de llevar el aparato a casa, seleccionan el canal y programa que se mira en determinado momento dado su rol de autoridades en el hogar; por lo que se les preguntó si creían imponer un determinado consumo a sus hijos (as). A lo que contestaron:

**¿Imponen su consumo televisivo a sus hijos (as)?**

	Sí	No	A veces	No sé	N.C.
Madre	12 %	<b>52%</b>	<b>26%</b>	5%	5%
Padre	14%	<b>50%</b>	<b>25%</b>		11%

Tabla 14

Existe un gran porcentaje de los que aseguran no imponer sus gustos, sin embargo como ya se señaló, en la siguiente tabla se muestra que más de la mitad asegura ver la televisión de manera colectiva. Las MPF como autoridades de su hogar, son los principales mediadores entre la televisión y sus hijos (as), por lo que cabe pensar que el 51% que respondió no imponer sus gustos televisivos, lo hacen de modo rutinario y de manera no intencional.

**Formas de ver televisión**

	Individual: cada quien sus programas	Colectiva: todos él mismo programa	N.C.
Madre	36%	<b>53%</b>	11%
Padre	34%	<b>51%</b>	15%
Hijo	<b>50%</b>	42%	8%
Hija	<b>48%</b>	38%	14%
Otro	<b>36%</b>	17%	47%

Tabla 15

Otro aspecto importante que hay que resaltar es que al imponerse los hábitos de consumo, se explica también por qué los hijos no miran los canales culturales al igual que las MPF, como lo muestra la tabla 7, donde es claro los canales catalogados como culturales (11, 22 y 40) son los menos consumidos al interior de la familia.

Un aspecto que evidencia el papel de mediadores de las MPF se muestra en la siguiente tabla:

**Televisión ¿ premio o castigo?**

	Sí	No	A veces
Madre	<b>40%</b>	35%	<b>25%</b>
Padre	<b>45%</b>	25%	<b>30%</b>

Tabla 16

En efecto, existe una tendencia a utilizar a la televisión como un estímulo gratificante con los hijos (as), por lo que al sobrevalorarse, se determina una forma de relacionarse con el medio dándole un papel importante dentro del hogar.

**3.2.2.3. Consumo Radiofónico**

Para la elaboración del proyecto, fue necesario no sólo conocer el manejo televisivo que tienen las familias, sino también el uso de otro de los medios más consumidos: la radio.

Para poder conocer cuál era el consumo que de éste se hace, fue necesario conocer el tiempo que dedican a escuchar el medio radiofónico y los resultados fueron los siguientes.

**Tempo dedicado a la escucha de la Radio**

	0hrs	-1hr	1hr	2hr	3hr	4hr	5hr	6hr	7hr	+ 8hr	N.C.
Madre	2%	5%	<b>17%</b>	<b>10%</b>	<b>17%</b>	5%	10%	7%		<b>2%</b>	26%
Padre	3%		<b>12%</b>	<b>15%</b>	<b>9%</b>	6%	3%	9%		<b>3%</b>	39%
Hijo		7%	<b>13%</b>	<b>10%</b>	<b>13%</b>	13%	3%	7%	3%		30%
Hija			<b>35%</b>	<b>22%</b>	<b>5%</b>	8%	3%		3%	<b>14%</b>	11%
Otro	65%		<b>18%</b>	<b>6%</b>					6%		6%

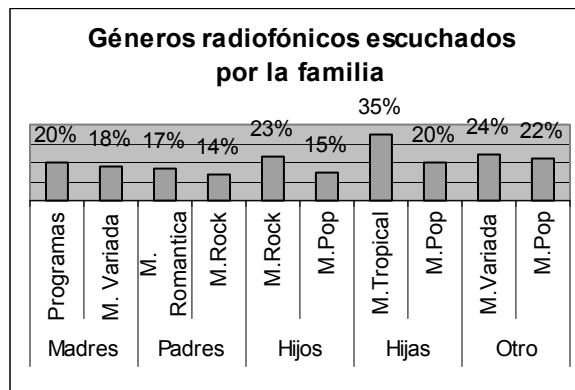
Tabla 17

Como refiere esta tabla, la escucha de la radio en todos la familia oscila de una a tres horas diarias, igual que en la televisión. Aquí se muestra una tendencia por género. Son las mujeres quienes más tiempo tienen la radio sintonizada (madres 44% e hijas 62%). Esto puede deberse al papel de la mujer en la sociedad, pues es ella quien desempeña principalmente las labores domésticas (ver gráfica 4). Las madres e hijas refieren utilizar a la radio como una forma de acompañamiento (ver tabla 19). Por tanto, no resulta difícil pensar que mientras realizan estas actividades, escuchan la radio, ya que por las características del medio resulta práctico hacerlo.

Era necesario conocer no obstante, qué programación de las radiodifusoras resultaba más atractivo para cada miembro de la familia.

Muchos y variados fueron los programas y estaciones que se mencionaron en la encuesta, por lo que fue necesaria su acotación con el fin de interpretar mejor los resultados:





Gráfica 18

En la gráfica se muestra el universo de los géneros radiofónicos que consumen los distintos miembros de la familia, pero también los que se comparten. Los hijos e hijas escuchan música pop a diferencia de las MPF. Existe un consumo distinto por cada miembro, pero también se comparte: en el caso de la música variada, es compartido por las madres y otro miembro de la familia y género rock, es compartido por padres e hijos. Las Madres son las únicas que refirieron escuchar programas, tales como: “Mariano en las mañanas” y “Serenatas de la Z”.

Ahora bien, ¿Cuáles son los motivos para el uso de este medio?

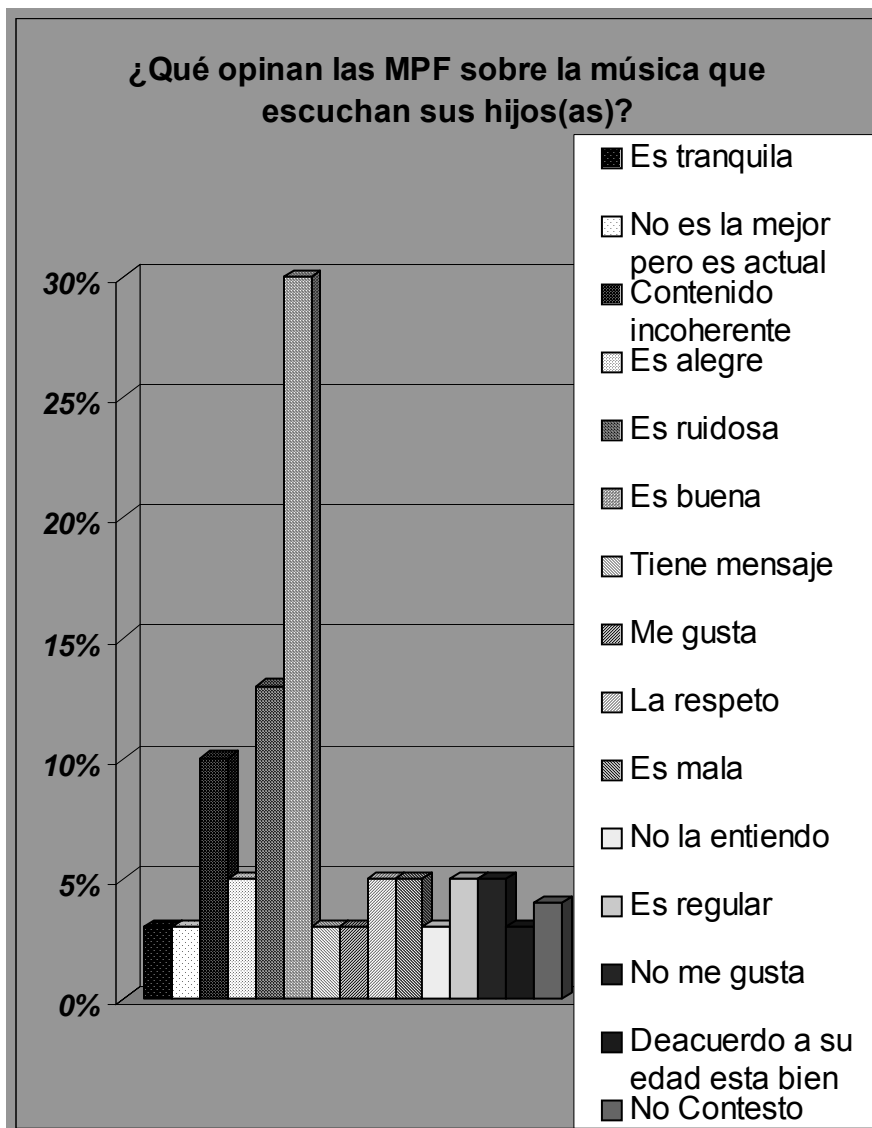
#### Razones para escuchar la radio

	Me gusta	No tengo nada mejor que hacer	Me relaja	Me divierte	Porque es fácil	Para sentirme acompañado	Otras	N. C.
Madre	52%	3%	16%	4%		22%	12%	7%
Padre	48%		24%	6%		6%	7%	8%
Hijo	45%	10%	8%	14%		8%	4%	10%
Hija	44%		5%	20%		21%		4%
Otro	36%		9%	27%			7%	20%

Tabla 19

La respuesta nos indica que se escucha la radio porque es agradable. Aunque puede apreciarse una diferencia en las razones que tienen las MPF y los hijos (as). Así, para las MPF resulta relajante, mientras que para los hijos (as) divertida. Tal vez por eso los hijos tienden a escuchar música más energética y rítmica, mientras que las MPF prefieren programas diversos y música romántica. Es decir, un consumo responde a diferencias generacionales.

Es por eso que nos dimos a la tarea de conocer la opinión que tienen las MPF sobre el consumo musical de sus hijos (as) y que usualmente rechazan los adultos. Esta pregunta nos permitió además darnos cuenta si conocen la música que gusta a sus hijos (as). Veamos los resultados:



Gráfica 20

Las opiniones son muy variadas ya que, como se mencionó con anterioridad, a pesar de que existe un gusto compartido, también se muestra una diferencia marcada por las edades y características de los miembros de la familia. En las respuestas de las MPF se puede apreciar que una cuarta parte la considera *buena*, sin embargo las opiniones negativas como: *contenidos incoherentes, mala, regular, no me gusta y ruidosa* forman el 52%, lo que nos permite afirmar que más de la mitad de estos, tienen opiniones negativas sobre la música que escuchan sus hijos e hijas. Esta percepción podría tal vez propiciar problemas al interior de la familia, además de que las MPF, al considerar esa música como negativa, buscarán modificar los gustos radiofónicos de sus hijos (as) imponiendo los propios por considerarlos “buenos”.

### 3.2.2.4. Consumo de Medios Impresos: Revistas, Periódicos y Libros

A los periódicos, las revistas y los libros los hemos agrupado en la categoría de medios impresos. Nos interesaba conocer qué otros bienes culturales consumían las familias, además de la televisión y la radio, que según el periódico Reforma, son los medios más utilizados.

Era importante saber si leían y qué medios impresos eran sus predilectos, ya que como se mencionó al principio del capítulo, la escuela culpabilizaba a los MMC de disminuir el interés por la lectura.

Quisimos conocer la frecuencia con la que se consumen estos medios. Dando como resultado:

**Consumo de Periódicos por quincena**

	Diario	1	2	3	4	5	No acostumbro	N C
Madre	<b>23%</b>		12%		8%	9%	<b>30%</b>	9%
Padre	<b>40%</b>	8%	<b>15%</b>	8%		7%	12%	10%
Hijo	8%	<b>18%</b>	<b>16%</b>			8%	<b>25%</b>	17%
Hija		22%			9%	17%	<b>15%</b>	15%
Otro			18%			8%	<b>30%</b>	40%

Tabla 21

**Consumo de Revistas por mes**

	1	2	3	4	No acostumbro	N. C.
Madre	<b>19%</b>	<b>29%</b>		14%	<b>30%</b>	9%
Padre	<b>16%</b>	7%		<b>36%</b>	<b>30%</b>	10%
Hijo	19%	<b>21%</b>	19%	8%	<b>32%</b>	10%
Hija		<b>31%</b>		<b>26%</b>	<b>18%</b>	12%
Otro	9%			<b>21%</b>	<b>40%</b>	30%

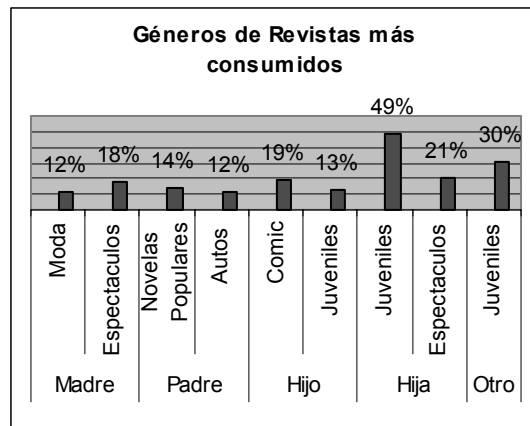
Tabla 22

**Consumo de Libros por año**

	1	2	4	12	No acostumbro	N. C.
Madre	<b>12%</b>	5%	6%	1%	<b>58%</b>	18%
Padre	<b>14%</b>		7%	5%	<b>54%</b>	20%
Hijo	<b>9%</b>	5%			<b>60%</b>	26%
Hija	<b>12%</b>	10%	6%		<b>52%</b>	20%
Otro	2%	2%			<b>86%</b>	12%

Tabla 23

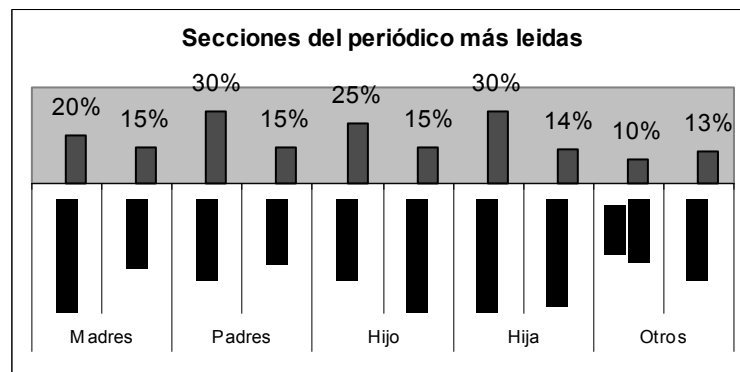
Los resultados indican que las revistas y periódicos son los medios más leídos por todos los miembros de la familia en comparación de los libros. Son los papás quienes consumen mayormente los medios impresos. Considerando que éste medio puede pasar de mano en mano para ser leído, resultó indispensable saber no sólo si efectivamente leen o no, también se indagó sobre qué periódicos, revistas y libros consumen específicamente.



Gráfica 24

Los porcentajes más altos que mostró la encuesta, señalan que existe un consumo de revistas juveniles<sup>31</sup> por parte de los hijos (as), que no es compartido por las MPF. El consumo es diferenciado según las edades de cada miembro de la familia, pero, aunque en el caso de las mamás y las hijas leen revistas de espectáculos como TV Notas y Teleguía, compartiéndose el interés por estos medios de comunicación popular.

En cuanto al periódico, los más leídos fueron: La Prensa, El Ovaciones, El Reforma y el Universal (el orden de aparición está determinado por su incidencia de consumo): si bien, todos estos son periódicos, las características de cada uno son distintas: en el caso de La Prensa, poseen marcados tintes sensacionalistas y en el Ovaciones sus temas giran en torno al deporte; mientras que El Reforma y El Universal manejan contenidos más diversos. Lo que hizo indispensable conocer las secciones que despiertan mayor interés en los distintos miembros de la familia, como se muestra en la gráfica siguiente:



Gráfica 25

Las secciones más leídas por los miembros de la familia son Espectáculos y Deportes así aunque efectivamente existe una lectura de este medio por los distintos miembros de la familia, podemos pensar que dicha lectura no resulta formativa.

<sup>31</sup> De las cuales se mencionaron “Tú”, “Por ti” y “Eres”.

En el caso de las madres y las hijas se coincide con el gusto por la sección de espectáculos (tanto en revistas como en periódicos), al que se añaden los hijos que también prefieren esta sección. Los padres, hijos y otro miembro de la familia comparten el gusto por la sección de deportes.

De acuerdo a estos resultados, nos damos cuenta que sí existe un consumo de medios impresos (aunque menor que el de la radio y la televisión) y los motivos por los que se consumen, son:

#### Razones para leer el periódico y la revista

	Me gusta	No tengo nada mejor que hacer	Me relaja	Me divierte	Por que es fácil	Conozco cosas nuevas	Otra	N.C.
Madre	<b>34%</b>	4%	4%			<b>29%</b>	4%	26%
Padre	<b>39%</b>	5%	7%			<b>34%</b>	7%	9%
Hijo	<b>19%</b>	6%				<b>15%</b>	6%	53%
Hija	<b>31%</b>	7%	5%	5%		<b>20%</b>	4%	29%
Oro	<b>8%</b>	8%		8%		<b>17%</b>	8%	7%

Tabla 26

Como se muestra en la tabla, la principal razón (igual que en la radio y televisión) para relacionarse con estos medios, es porque resultan agradables. Aunque también los utilizan como un medio para informarse de situaciones nuevas. Al correlacionar las gráficas 24 y 25, se infiere que los contenidos leídos no resultan útiles para su vida personal, ya que se enfocan a conocer detalles de la vida de las figuras públicas, marcadores de partidos, noticias espectacularizadas, publicidad de productos que no siempre están al alcance de estas familias, concepciones distorsionadas sobre la sexualidad<sup>32</sup>, etc.

Es evidente que el tipo de lecturas que hacen los distintos miembros de la familia independientemente, del medio impreso que se consuma, es poco formativa. El consumo de libros es mucho menor al de periódicos y revistas, esto se agrava dado que los géneros que se consumen de éstos, son de tipo motivacional en un 70% y sólo un 20% pertenece a literatura recomendada por la escuela, lo que deja de lado a los libros como medio de información y esparcimiento creativo, como se desearía que fuera la lectura de un libro.

Este escenario retrata la preocupación que actualmente vive la escuela: la falta de interés, motivación y la capacidad para comprender un libro, que se agrava en una sociedad donde la tecnología de la información y su lenguaje seduce y ofrece distintas formas de entretenimiento, dejando de lado a los libros. La responsabilidad de las MPF en este plano es evidente, ya que ellos pueden favorecer que sus hijos (as) desarrollen estas habilidades y hábitos.

<sup>32</sup> Por ejemplo la revista Tú, puede presentar artículos sobre temas de sexualidad, en donde planten la importancia de cuidar y respetar tu cuerpo, sin embargo, muestra también esteoetipos de la belleza corporal y dedica una gran cantidad de paginas a publicitar artículos que prometen proporcionar ese estatus.

### 3.2.2.5. Internet y Videojuegos

Debido al desarrollo de las nuevas tecnologías y al interés que ha despertado la red en la sociedad, sobre todo en los niños y adolescentes, nos pareció importante conocer la frecuencia de uso de estos servicios, particularmente por que este sector de la población provenía de un nivel socioeconómico bajo.

**Equipo y servicios del usuario**

Miembro de familia	Computadora En casa	Renta o préstamo	Internet En casa	Renta o préstamo de Internet	No cuenta Con ningún Servicio	N. C.
Madre	<b>15%</b>	6%	<b>6%</b>	4%	<b>8%</b>	61%
Padre	<b>15%</b>	6%	<b>6%</b>		<b>9%</b>	64%
Hijo	<b>21%</b>	8%	<b>13%</b>	<b>20%</b>	<b>7%</b>	43%
Hija	<b>17.5%</b>	12.5%	<b>10%</b>	<b>15%</b>	<b>7.5%</b>	45%
Otro	<b>8%</b>	8%		<b>15%</b>		69%

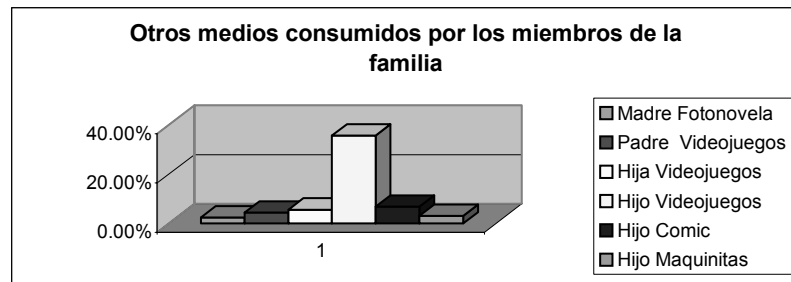
Tabla 27

Los beneficiarios en cuanto al consumo de servicios propios o rentados de computadora e Internet son los hijos e hijas de familia. En menor medida las MPF pese a que existen casos de que la computadora es propia y resultaría lógico pensar que todos los miembros de la familia la utilizarían. No es así, ya que se considera una herramienta escolar o de difícil manejo por parte de los adultos. En cuanto al acceso a *Internet*, un bajo porcentaje lo hace dentro del hogar, y un alto porcentaje fuera de casa.

Para usar la red no es necesario contar con este servicio y equipo en el hogar, ya que existen lugares dedicados a la renta tanto de computadoras como de Internet. El uso es generalmente empleado para cuestiones de entretenimiento, sostener conversaciones con otras personas (*chatear*), consultar sitios *web*<sup>33</sup> y utilizar el correo electrónico. También es utilizado para realizar las tareas escolares, pero generalmente sólo se baja la información y se imprime, sin que haya una lectura y análisis por parte del estudiante, herramienta que de ésta manera en lugar de apoyar a desarrollar determinadas habilidades necesarias para un aprendizaje, atrofia habilidades tan necesarias como la lectura y la capacidad de análisis.

La encuesta nos mostró también que los distintos miembros de la familia, consumen algún otro medio, veamos el resultado:

<sup>33</sup> Páginas dedicadas a la pornografía, espectáculos, horóscopos y juegos.



Gráfica 28

Los videojuegos son los que tienen mayor incidencia, aunque no se cuente con este equipo en casa, existe una gran cantidad de establecimientos que tienen videojuegos, lo que se conoce como: maquinitas o “chispas”.

### 3.2.2.6. Otros medios menos consumidos

Si bien ha quedado claro que los medios más consumidos por los distintos miembros de la familia son: la televisión, la radio, los impresos (periódicos, revistas), la *Internet* y los videojuegos, existen otros productos culturales como el teatro o el cine que también se consumen en el seno familiar, pero en porcentajes mínimos.

Los datos que nos mostró la encuesta diagnóstica, indican que existe una estrecha relación entre la asistencia al cine o al teatro y el nivel de ingresos de la familia. En el caso del cine, la baja asistencia se debe, en gran parte, al alto costo de las salas cinematográficas.



Gráfica 29

Y en efecto, la gráfica 29 colocó en primer lugar, la falta de dinero para asistir al cine<sup>34</sup>. En segundo lugar y no menos importante fue la falta de tiempo y la opción de la televisión por cable que dedican importante número de horas a la proyección de películas desde el hogar. Así mismo la renta de cintas ha creado una cultura poco interesada en el cine como forma de cultura. Las

<sup>34</sup> Actualmente la entrada oscila entre los 35 y 50 pesos, si una familia numerosa gana uno o dos salarios mínimos, sería imposible su acceso.

películas que más se consumen son del género acción, comedia y romántico; generalmente de origen estadounidense, que muestran realidades fabricadas y descontextualizadas.

Así, si no se cuenta con los ingresos para asistir al cine, mucho menos para poder ir a una obra de teatro, en donde el costo de la entrada oscila alrededor de los cien pesos. Aunado a una falta de cultura por el teatro, que suele ser calificado como aburrido y sólo para “intelectuales”.

En términos generales los bienes culturales más económicos resultaron ser los más atractivos y de más fácil acceso: la televisión y el video.

A manera de cierre, quisiéramos sintetizar los aspectos que definirán el perfil de nuestra propuesta de intervención pedagógica. Como resultado de la encuesta diagnóstica consideramos que, a partir de los datos obtenidos, podríamos pensar en un taller cuyas características considerarían los siguientes aspectos:

- El taller estará dirigido a las adultas y adultos responsables de la formación de los menores.
- No se reconoce una acción educativa de los MMC. Tampoco hay una actitud de reflexión sobre su consumo dentro de la familia, por lo que resulta indispensable promover el reconocimiento sobre sus hábitos y formas de relacionarse con dichos medios.
- En el núcleo familiar existe un consumo diferenciado que se da por los intereses y características de cada integrante; resultará necesario, pues, promover el reconocimiento de las MPF sobre el consumo y efecto que sus hijos (as) experimentan por los distintos medios. Al mismo tiempo se podría mostrar que es importante promover una reflexión sobre los consumos compartidos de los mensajes.
- La jerarquización temática del taller podría considerar la frecuencia y hábitos del consumo mediático. Por ejemplo, en el caso de la televisión que resultó ser el medio más consumido se le dedicará mayor tiempo para su revisión. Las temáticas relacionadas podrán ser abordadas en una sesión; como en el caso de la *Internet* y los videojuegos.
- Los contenidos del curso podrían tratar temas relacionados con: la televisión y sus géneros (telenovelas, noticieros, caricaturas y series); la radio, los medios impresos (revista, periódico y cómic), los videojuegos y la *Internet*.
- La publicidad es un factor sobresaliente en cada medio, por lo que sería importante cubrir este tema y explorar cómo funciona en cada uno de éstos medios.
- La televisión y el periódico se revelaron como las principales fuentes de información, para las MPF, por lo que resultaría importante reflexionar sobre el proceso a través del cual se transmiten las “noticias”.



## CAPITULO 4

### TALLER DE EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS: EXPERIENCIA PILOTO Y REELABORACIÓN DE LA PROPUESTA

*“La transformación del mundo implica establecer una dialéctica entre la denuncia de la situación deshumanizante y el anuncio de su superación, que es, en el fondo, nuestro sueño”<sup>78</sup>*

*Paulo Freire*

#### 4.1. LA EXPERIENCIA FORMATIVA DE LA FASE PILOTO DEL TALLER

Diversos fueron los aspectos que influyeron para el diseño de la propuesta, como son: nuestra formación como Pedagogas, el interés por la Comunicación Educativa, las necesidades y características de la institución en donde sería aplicada la propuesta y las problemáticas que planteaba la educación informal proveniente de los MMC en la sociedad mexicana actual. Sin embargo, estos aspectos aún eran muy generales como para darnos una idea definida sobre cómo intervenir; así que el diagnóstico fue un importante punto de partida, pero insuficiente para lograr una mayor definición de la propuesta de desarrollo educativo. Decidimos entonces, aplicar experimentalmente el taller y a través de su seguimiento retomar aquellos aspectos que nos permitieran perfeccionar la propuesta.

**Diagnostico.-** El Proyecto de Desarrollo Educativo tuvo distintas fases. Una de ellas fue el diagnóstico que se presentó en el capítulo 3. Actividad importante, ya que nos permitió bosquejar la propuesta que se aplicó en su carácter piloto. Los resultados de nuestra encuesta diagnóstica nos dibujaron un mapa temático que incluía la televisión (géneros: telenovelas, series, caricaturas, noticieros), la radio (música que escuchan sus hijos), los medios impresos (revistas juveniles, de moda, novelas semanales, periódicos y cómic), la *Internet* y los Videojuegos. También nos reveló aspectos sobre las características socioeconómicas de los destinatarios, sus hábitos y apreciaciones sobre el consumo.

---

<sup>78</sup> PAULO FREIRE, *Pedagogía de la autonomía: Saberes necesarios para la práctica educativa*, siglo XXI, 1999, México, p.77.

**Diseño de la propuesta piloto y Freire.-** Con los datos obtenidos por el diagnóstico y sin olvidar la concepción pedagógica de Paulo Freire, se retomaron e idearon actividades que permitieran cumplir con la metodología derivada de su práctica educativa.<sup>79</sup>

Así, cada una de las sesiones fue diseñada considerando la necesidad de conocer las apreciaciones sobre los MMC que tenía el grupo. Se propusieron actividades para conocer la opinión que sobre determinados temas tuvieran los educandos. También se pretendía introducirlos al tema, con preguntas sencillas, que poco a poco los indujeran a la problematización.

Se buscaba que durante el inicio de cada sesión los comentarios del grupo dieran lugar a la intervención de las coordinadoras, mediante una breve exposición del tema; de tal modo que se permitiera concretizar algunos puntos tratando de tomar en cuenta siempre las apreciaciones de los destinatarios.

Ya en su etapa experimental, el taller incluiría una actividad que denominamos de “*aplicación*”. El objetivo sería trabajar lúdicamente los temas, pero buscando promover la reflexión de las (os) participantes en su situación concreta, y a partir de ésta generar sus propias respuestas. Sin esperar una “receta” de cómo cambiar los hábitos de consumo de medios o cómo entender determinado tema, se buscaría propiciar ambientes en donde la reflexión individual y grupal pudiera detectar problemáticas y generar posteriormente sus propias alternativas de solución. Este eje metodológico se nos reveló como fundamental en la propuesta experimental desde el inicio.

Además de procurar favorecer estos ambientes, se buscó proporcionar un tiempo para la reflexión grupal, la cual se dejó al final de cada tema. Este momento fue aprovechado para cerrar o concluir cada temática.

El abordaje de los temas, quedó reflejado de forma general en cuatro fases:

1. Exploración (a través de un tema generador).
2. Información sobre el tema.
3. Actividad de trabajo
4. Reflexión y auto evaluación.

Es importante aclarar que no se pretendió diseñar una estrategia didáctica rígida e inalterable, por el contrario, la estructura de la propuesta varía, dadas las necesidades del tema y del grupo.

**Producción de materiales.-** Para poder llevar a cabo las actividades, existió la necesidad de cuestionarnos sobre aquellos materiales didácticos que se requerían para facilitar el proceso educativo.

Nos dimos a la tarea de investigar sobre aquellos materiales existentes que apoyarían el desarrollo de las actividades, dentro de nuestra selección encontramos: videograbaciones sobre la

---

<sup>79</sup> Cfr. *Supra.*, p. 51.

producción de radio y televisión, audiograbaciones y publicidad radiofónica. Sin embargo, estos materiales no alcanzaban a cubrir todas las necesidades del taller, por lo que elaboramos láminas con dibujos que representaban: los diferentes lenguajes de los que se vale la comunicación y situaciones cotidianas para los asistentes y mapas conceptuales.

También se requirió equipo para captar canales de televisión, emisoras de radio y la adquisición de revistas, periódicos, novelas semanales y cómics. Así como otro tipo de apoyo técnico: radio grabadora, video casetera y computadora con servicio de *Internet*.

**Aplicación experimental del taller.-** Basándonos en los datos del diagnóstico y orientadas bajo la pedagogía de Paulo Freire, resultó, el taller titulado: “Educación para los Medios, dirigido a Madres y Padres de Familia”, que sería sometido a prueba. Desde el diagnóstico sabíamos que las MPF trabajaban turnos completos, por tanto, el reto era incluir los temas que según el diagnóstico resultaron prioritarios. Esto nos hizo pensar en la distribución cuidadosa de los temas. Se optó por un taller de 16 horas, distribuidas en 8 sesiones, que se desarrollarían a lo largo de cuatro semanas.

El taller piloto se realizó en el siguiente calendario y horario:

TEMAS	FECHA	HORARIO
1. ¿Qué es la comunicación?	Miércoles 7 Nov.	18:00-20:00 hrs.
2. La Televisión	Viernes 14 Nov.	18:00-20:00 hrs.
3. Géneros: Noticias y Caricaturas.	Miércoles 16 Nov.	18:00-20:00 hrs.
4. Géneros: Telenovela y Series.	Viernes 21 Nov.	18:00-20:00 hrs.
5. La Radio	Miércoles 23 Nov.	18:00-20:00 hrs.
6. Medios Impresos	Viernes 28 Nov.	18:00-20:00 hrs.
7. La Internet y los Videojuegos.	Miércoles 30 Nov.	18:00-20:00 hrs.
8. Estrategias para darle un mejor uso a los MMC.	Viernes 5 Dic.	18:00-20:00 hrs.

La Escuela Secundaria Diurna No.38 “Josefa Ortiz de Domínguez” nos ofreció las instalaciones de la biblioteca. El lugar era amplio con sillas, mesas suficientes y el apoyo técnico necesario para el desarrollo del taller (video grabadora, radio grabadora, televisión y computadora).

Se consideró cada sesión de trabajo diferente; así, si faltaba alguna de las asistentes, no se entorpecería el desarrollo del taller.<sup>80</sup>

<sup>80</sup> En la práctica, fue inevitable retomar temas de las sesiones pasadas. Las madres que por determinada situación faltaban a una sesión, perdían la secuencia del taller. La asistencia fue un criterio que se considero necesario en el diseño final.

**Difusión.-** Un aspecto que consideramos necesario realizar fue promover nuestro taller y convencer a las Madres y Padres de familia. La invitación para asistir al taller, se realizó primeramente aprovechando la firma de boletas (de 10 de los 12 grupos del turno vespertino). Las coordinadoras dispusieron de unos minutos al final de la reunión para hablar brevemente de la importancia y características del taller. Sólo algunas MPF mostraron interés por el tema y el taller. Algunos tutores se notaban molestos y/o preocupados por las calificaciones de sus hijos (as), lo que nos dio las primeras impresiones sobre la forma en la que sería percibido el taller.

Este acercamiento nos advertía que el trabajo de convencer a las MPF no sería sencillo. Se elaboraron volantes, los cuales fueron repartidos entre los alumnos; igualmente carteles que se colocaron en lugares claves de la escuela. Durante esta etapa, notamos que existía incertidumbre y temor por parte de los estudiantes, pues nos cuestionaban , si con el taller sus madres y padres ya no les permitirían mirar la televisión.

#### **4.1.1. Seguimiento de la Propuesta Piloto**

Durante la aplicación piloto era necesario un seguimiento que nos dieran elementos para conocer distintos aspectos de la propuesta. El seguimiento fue orientado desde la perspectiva de la Didáctica Crítica;<sup>81</sup> la cual entiende a la “*evaluación como el estudio del proceso de aprendizaje en un curso, un taller, un seminario, etc., con el fin de caracterizar los aspectos más sobresalientes del mismo, a la vez, los obstáculos que hay que enfrentar*”.<sup>82</sup> Al igual que en el planteamiento freiriano era importante que en la experiencia educativa, educando y educador construyan un espacio de reflexión y análisis sobre sus apreciaciones y de esta manera enriquecer sus esquemas referenciales. Dentro de esta postura la evaluación proporciona una serie de apreciaciones acerca del cómo se va generando el proceso de aprendizaje grupal.

Por lo que en un proceso educativo es importante reflexionar sobre:<sup>83</sup>

- El análisis del proceso de enseñanza-aprendizaje. En lo que respecta a la información y manejo del contenido, como al proceso seguido en el trabajo grupal.
- El análisis de la participación del educando y educador. Cómo se desenvuelve e involucra en las reflexiones y actividades.
- Aspectos que afectaron el proceso de enseñanza-aprendizaje. Análisis de las condiciones en que se dio el proceso.

Planteado como un proceso de aprendizaje de necesaria observación, se retomaron algunos instrumentos de la Didáctica Crítica y del planteamiento freiriano que nos permitieran conocer: la conveniencia de los temas y las estrategias de enseñanza-aprendizaje (grupal e individual); el nivel de interés de los destinatarios, la pertinencia de la propuesta en la institución escolar, la

---

<sup>81</sup> PORFIRIO MORAN, *Propuesta de evaluación y acreditación del proceso de enseñanza-aprendizaje en la perspectiva de la Didáctica Crítica en Operatividad de la Didáctica*, Gernika, México, 1997, pp. 101-105.

<sup>82</sup> *Ibid.*, p. 101.

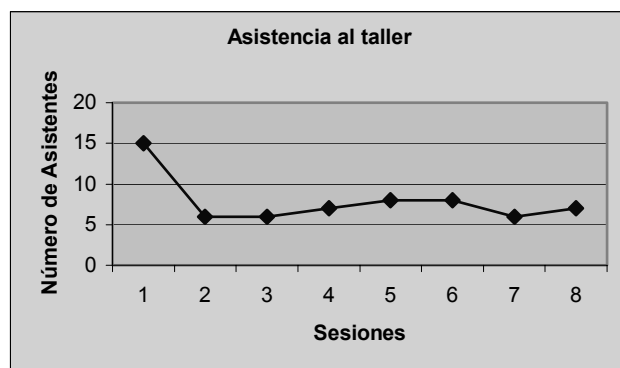
<sup>83</sup> *Ibid.*, p. 102.

confrontación de objetivos, métodos y estrategias hasta ese momento visualizadas; lo que nos dio una idea sobre el modelo que utilizaríamos. Dichos instrumentos fueron:

- Cuestionario de entrada: su finalidad sería conocer las razones por las que asistieron las madres al taller y sus expectativas del mismo.
- Registro del proceso: se realizaría un registro grabado, de cada sesión para su análisis.
- Cuestionario al término de cada sesión: se revisarían los aspectos más significativos de cada uno de los temas.
- Cuestionario de evaluación al final: se realizaría al término del curso con la finalidad de realizar una recopilación de lo más significativo que se vivió durante éste; además de conocer la percepción final que los destinatarios tenían.
- Entrevista: esta se realizó al inicio del taller al personal que labora dentro de la institución con el fin de conocer algunos antecedentes y tener mayores elementos para reflexionar sobre las condiciones en las que surge el taller.

#### 4.1.1.1. Versión experimental del taller, aplicación y resultados

A través del seguimiento durante la fase piloto, quedaron evidenciados un conjunto de aspectos que no habíamos considerando. El primero fue la asistencia por parte de las MPF, la cual no fue la esperada (ver la siguiente gráfica).



No obstante nuestro frío contacto con la realidad, la entrevista resultó un valioso instrumento para terminar nuestra propuesta. Dicha entrevista se realizó al personal de la escuela que por las características de su empleo tienen mayor contacto con las MPF, como son: Subdirectora, Trabajadora Social, Orientadora Vocacional y algunos docentes. También se sostuvieron pláticas con las asistentes al taller, sobre el origen del poco interés mostrado por las MPF. El análisis de los referentes anteriores dio como resultado:

- Horario de trabajo de los padres. Según la Trabajadora Social las madres y padres de los estudiantes tienen hasta tres trabajos, lo que no les deja mucho tiempo libre para este tipo de actividades.

- Situación económica. El nivel socioeconómico predominante fue el nivel medio bajo.<sup>84</sup> Muchas madres se emplean como porteras en los edificios de la zona o como trabajadoras domésticas.
- Desinterés por la educación de sus hijos. Las MPF delegan en la escuela el papel que tienen como principales guías de sus hijos e hijas.
- Situación cultural. El interés manifiesto por las MPF se reducen a proveer bienes materiales y no se reconocen con claridad las problemáticas que afectan a sus hijos (as); incluso ellos mismos, viven problemas que al parecer no logran resolver.

La situación anterior no era desconocida en la escuela. Existían antecedentes de que otros cursos, pláticas o talleres organizados por el Departamento de Orientación, Trabajo Social y USAER (Unidad de servicio de apoyo a la educación regular), también tuvieron una pobre respuesta; por ejemplo, el trabajo de los Centros de Integración Juvenil. Se invitaron especialistas para abordar temas sobre adicciones, afectividad y técnicas de estudio, entre otros y de un grupo de veinte personas, la asistencia disminuyó drásticamente a cinco.

La participación de las MPF fue poca y el ánimo decayó hasta el grado en el que después de lo sucedido, el único taller o plática para padres que no tuviera relación con la conducta de los estudiantes o firma de boletas fue nuestro taller. En general la participación ha sido baja.

La escuela ha pretendido involucrar a las MPF a través del Departamento de Orientación, Trabajo Social y USAER, los que han promovido visitas domiciliarias, juntas, llamadas por teléfonos y citatorios. La Asociación de Padres de Familia ha pretendido involucrarlas, pero se ha limitado a abordar asuntos económicos.

La propuesta piloto pronto evidenció los retos, adecuaciones, limitaciones y ajustes obligados de nuestra propuesta. Desde luego también permitió reconocer los aciertos.

El seguimiento de las sesiones de trabajo las reseñamos resumidamente a continuación.<sup>85</sup> Sus principales aportes se relacionan con los aspectos de métodos, dosificación del tiempo, temáticas, actividades opcionales y material dirigido a nuestra población. Estos aspectos nos dieron elementos para la propuesta que en el siguiente apartado expondremos.

## **Primera Sesión**

Eje Temático: ¿Qué es la comunicación?  
(7 de Noviembre del 2001)

La primera sesión contó con la presencia de 14 madres y un padre de familia (4 de estas asistentes pertenecían a la mesa directiva de la escuela).

---

<sup>84</sup> *Cfr. Supra.*, p. 65.

<sup>85</sup> *Cfr. Infra.*, Apéndice II. p.140. Dentro de ese apéndice se presenta las cartas descriptivas de la propuesta piloto, en las cuales podrán observar el desarrollo de las actividades por sesión.

Se inició con una breve presentación por parte de las coordinadoras en donde se habló sobre las temáticas y metodología del taller. En seguida se comenzó con una *actividad de integración* para romper el hielo entre los asistentes. Después de esta actividad aplicamos un cuestionario de entrada o diagnóstico que nos permitió conocer cuánto saben sobre el tema, su percepción de la comunicación y las formas en que ésta se manifiesta. El objetivo fue tener sus primeras apreciaciones sobre el fenómeno de la comunicación para, en una etapa posterior, compararlas al finalizar el taller.

Se comentaron las razones por las cuales asistieron al curso y sus expectativas. La mayoría de las madres mencionaron el aprender a comunicarse con sus hijos (as), orientarlos mejor y conocer más sobre los distintos MMC; en general no tenían muy claro el objetivo del curso, pero esperaban aprender algo útil de él.

En un principio había asistentes que no expresaban sus puntos de vista, pero pese a eso, hubo una buena participación. La *actividad de exploración* en donde se les mostró una lámina que contenía diferentes formas de comunicación, permitió apreciar la percepción que tenían las asistentes sobre la comunicación. En un principio sólo reconocían la comunicación oral, basada en el diálogo; después, mediante las preguntas que hacían las coordinadoras, se hicieron evidentes los demás tipos de comunicación.

En esta sesión se alargó el tiempo de exposición temática, por lo que en las sesiones subsiguientes fue necesario respetar los tiempos de intervención de los participantes. Al aumentar el tiempo destinado a la exposición por parte de las capacitadoras se redujo el tiempo para comentarios y reflexiones grupales (parte importante del taller).

Se hizo énfasis en los distintos tipos de comunicación. La siguiente actividad consistió en comunicar un mensaje por otra forma que no fuera el diálogo (forma escrita, dramatizada, etc.); para algunos no fue una tarea fácil y las coordinadoras brindaron asesoría a estos equipos para que lograr su cometido frente al grupo.

El análisis final giró en torno a la importancia no sólo de lo que comunicamos, sino el cómo lo hacemos y el reconocer que existen diversas formas para expresarnos, además de la interpersonal, como serían los distintos MMC, los cuales utilizan diversos lenguajes para emitir sus mensajes.

Otro aspecto que se retomó fueron las expectativas del taller. Se detectó la necesidad de hacer más claros los objetivos de éste. También se evidenciaron inconformidades en cuanto al horario y el no haber abordado las formas asertivas de comunicarse con sus hijos. No obstante, los registros del cierre de esta sesión señalaban que a los participantes les había gustado todo; varias madres consideraban las actividades como divertidas, un buen ambiente de grupo y los temas, interesantes.

## Segunda Sesión

Eje temático: La Televisión  
( 14 de Noviembre del 2001)

Esta sesión se realizó dos veces ya que a la primera (9 de noviembre), sólo asistió una madre y la aprovechamos para indagar sobre las causas de la poca asistencia. Lo que resultó fue que:

- Las MPF sólo asisten a la escuela bajo citatorio.
- En general existe poca participación de las MPF de la escuela.
- Él título del taller no fue atractivo.

En la siguiente sesión (14 de noviembre), seis madres de familia y un niño (de 8 años) conformaron el grupo. La mayoría justifica su ausencia por la lluvia.

Como resultado de la *actividad de integración* se logró una empatía entre las participantes y se caracterizó el consumo que hacen de la televisión. Se evidenció la opinión que tienen de los programas y la actitud que tanto ellas como sus hijos (as) tienen ante la TV. Las madres juzgaron de violento y vulgar lo que miraban sus hijos sin reparar que los programas criticados, eran los mismos programas que ellas consumían. Se reflexionó sobre el poco criterio que tienen sus hijos (as) para mirar televisión. Un aspecto relevante fue que las madres no consideraban como responsabilidad suya proporcionar a sus hijos criterios para ver la televisión.

La actividad “*El papel que juega la televisión en mi hogar*” causó un poco de confusión. Fue necesario entonces considerar una actividad introductoria de motivación. Una de las preguntas que resultó interesante fue ¿Cómo mantiene la atención de las personas la televisión?, ésta provocó una serie de reflexiones en las participantes, como: la atracción de las imágenes, de los contenidos y la publicidad. Dicha actividad llevó mucho tiempo, por lo que resultó necesario considerar a futuro una variación cuando los grupos sean mayores de 15 personas. Un aspecto interesante se dio cuando las madres mencionaron alguna dificultad y otras participantes daban consejos de cómo solucionarlo; en ocasiones la sugerencia era bien recibida, en otras no.

“*La relación que los hijos e hijas establecen con la televisión*” resultó una actividad muy repetitiva (por lo que resulta necesario incluirla en la anterior).

El vídeo<sup>86</sup> que se proyectó resultó interesante, pero requiere actualizarse. Si bien este vídeo muestra la producción de programas y el lenguaje audiovisual, resulta antiguo y se pierde el interés, además de que no muestra nueva tecnología que actualmente se utiliza en la producción televisiva. También es importante que dicho material este dirigido a las MPF específicamente.

---

<sup>86</sup> “*La televisión, una caja llena de sorpresas*”, en *Los Medios Masivos de Comunicación II*, ILCE, México, D.F., 1997.



En esta ocasión el tiempo de exposición de las coordinadoras fue reducido. Se tuvo una actitud de indagación, buscando con ello mayor participación de las asistentes. La respuesta fue sorprendente porque hubo más confianza para exponer sus problemáticas.

La actividad “*Audiencia y Marketing*” ayudó a evidenciar el manejo que se hace de las emociones y la creación de falsas necesidades en la venta de los productos. La participación del niño resultó inusualmente productiva ya que las madres mencionaron muchos anuncios en los que no se recordaba el producto, pero sí el comercial; por lo que notamos que había despreocupación por el impacto de estos anuncios. Sin embargo, cuando una madre comentaba sobre un anuncio, el niño “invitado” decía qué producto anunciaba. Esto ayudó porque las madres comprendieron que aunque ellas no presten atención a los anuncios, sus hijos (as) están receptivos a esa información. Esto suscitó que se nos ocurrieran nuevas ideas para incorporarlas al taller como: incluir momentos de trabajo con la familia, e idear actividades para manejar en casa.

Al revisar los registros que hicimos de la sesión, esta resultó muy productiva, ya que al reflexionar sobre el papel que juega la televisión en el hogar, en la construcción que de la realidad se hace y en el manejo de la publicidad y marketing se notó un cambio de apreciación en las madres.

### **Tercera Sesión**

Eje temático: Géneros televisivos, noticias y caricaturas.  
(16 de Noviembre del 2001)

En esta sesión se manejaron dos géneros de televisión: Noticieros y Caricaturas. Aún con seis mamás, el interés parecía haber crecido. La madre que había llevado anteriormente a su hijo, manifestó el interés de éste para seguir asistiendo.

Durante la *actividad de exploración* se constató (igual que en el diagnóstico), que la TV es la principal fuente de información. Surgieron puntos de vista distintos pero bajo un ambiente de respeto. En ocasiones las participantes abordaban temas que aparentemente eran ajenos al taller, por lo que las coordinadoras buscaron vincularlos con el tema que se manejaba en ese momento. Esta situación permitió entender el papel que juega la coordinadora en la operatividad del taller, pues promovió, por un lado, la exploración de las percepciones de los participantes, y por otro, generó un ambiente para discutir y reflexionar.

El vídeo “Mensajes y audiencia”<sup>87</sup> sobre cómo se elaboran los noticieros, resultó muy interesante y esclarecedor para las participantes.

El *Análisis sobre las noticias* permitió mostrar aspectos sobre la subjetividad en las noticias, como:

---

<sup>87</sup> “*Mensajes y audiencia*”, en programa multimedia de EPM, UPN-ILCE, SEP, México, D.F., 1996.

- El comentario intencionado de los locutores.
- Los procedimientos de selección y censura de las noticias, antes de ser transmitidas.
- El toque “amarillista” que caracteriza a las noticias.
- La mezcla que hacen de hechos importantes, con aspectos personales de la vida de los artistas (descontextualización del hecho noticioso).
- La repetición de las noticias en distintos horarios y canales.

No fue posible realizar la actividad *Hagamos un noticiero*, por lo que se abordó dentro de esta misma actividad.

En esta sesión de trabajo se observó un cambio de apreciación sobre los noticieros, ya que en un principio se creían objetivos y se tomaban como el único medio para informarse. Se reveló como alternativa, la lectura del periódico. Hubo muchos comentarios y participación entre las integrantes del grupo, de modo que el tiempo fue muy corto para abordar las actividades programadas.

El tema de las Caricaturas resultó muy positivo como *actividad de exploración*. Al clasificar las caricaturas para su análisis, las mismas participantes señalaron que una misma caricatura puede tener características de distintos géneros. Aunque no se tenía planeado, se reflexionó sobre la evolución de las caricaturas. A modo de conclusión se comentó que antes contenían menos violencia física, pero un alto contenido dramático, ejerciendo así, violencia de tipo psicológica.

En el *análisis de una caricatura* se evidenciaron:

- Los gustos de sus hijos (as) por determinado tipo de caricatura.
- El manejo de la violencia, la cual muchas veces es justificada ya que los héroes, para hacer el bien y acabar con la violencia, hacen uso de ésta, presentándola como una alternativa para resolver los conflictos.
- Los antivalores como el egoísmo, la competitividad, la violencia, etc., que dentro de éstas se presentan.
- La imagen distorsionada de la vida real que promueven.
- La falta de criterio de los niños (as), para exponerse a la TV, pero también la ignorancia de las madres para orientar a sus hijos (as).

Lo sobresaliente fue que las madres comenzaron a detectar que ellas tenían la responsabilidad y oportunidad de intervenir en la relación que sus hijos (as) establecen con los MMC. Surgió una vez más la inquietud ¿Qué hago en la práctica con mi hijo (a)? Nos sorprendió que las propias participantes generaran soluciones, como por ejemplo, mirar la TV con sus hijos y cuestionarlos sobre lo que se está transmitiendo. Se reconoció, sin embargo, que ésta vigilancia no deberá ser todo el tiempo, pues se volvería intimidatoria.

## Cuarta Sesión

Eje Temático: Géneros televisivos, Telenovela y series.  
(21 de Noviembre del 2001)

Con siete asistentes, la *actividad de exploración* mostró en principio que las participantes no consumían ni tenían conocimiento de las telenovelas, pero conforme se fue desarrollando la actividad, los comentarios decían lo contrario. La telenovela que más se comentó fue “Amigas y Rivales”. Se hizo evidente cómo se recordaban con mayor facilidad a los villanos, a las víctimas y el artista que les resultaba más atractivo.

La proyección de un vídeo<sup>88</sup> que presenta los aspectos que intervienen al realizar una telenovela, resultó interesante para las participantes, pues dio elementos de análisis para la siguiente actividad. Se notó un cambio en el tipo de comentarios que se generaron.

En el *análisis de una telenovela*, se reflexionó sobre:

- El manejo de las emociones y los recursos dramáticos que se utilizan para atraer a la audiencia.
- Una parte de las asistentes consideraba que las telenovelas proporcionan soluciones prácticas y la otra que eran historias inventadas para atraer sólo la atención de la gente.
- El manejo que se hace de los estereotipos (en cuanto al género femenino y masculino) y de clase social (pobres y ricos).
- El rol de los personajes
- La estructura narrativa.
- La evolución que han tenido las telenovelas en sus temáticas.

En la segunda parte de la sesión se abordó el tema de las Series y se relacionó con las telenovelas. La *actividad exploratoria* permitió esta vinculación, ya que las participantes sugirieron diferencias y similitudes entre la Serie y la Telenovela, que giraron en torno a:

- La duración (las telenovelas tardan meses en solucionar algún problema o conflicto y en las series se resuelve capítulo por capítulo).
- La estructura narrativa, es similar.
- En su mayoría, el origen de las series es extranjero, lo cual se criticó por que transmiten valores que no corresponden a nuestra cultura.

Con la *actividad La mejor Serie*, al pedir que eligieran, libremente la trama, les tomó mucho tiempo para ponerse de acuerdo, sin embargo, resultó necesario que fueran ellos quienes eligieran, ya que las dinámicas de representación resultaron muy productivas y atractivas para los participantes, porque reflejaban situaciones reales de sus problemáticas. Fue indispensable

---

<sup>88</sup> “La realidad y la imagen”, en *Programa Multimedia de Educación para los Medios*, UPN-ILCE, SEP, México, D.F., 1996.

que se realizaran en un ambiente de confianza y respeto, pues sólo de ese modo se fomentó la participación de todas las asistentes.

Al final de esta sesión pudimos apreciar una preocupación por conocer más a fondo lo que sus hijos (as) miran en los MMC.

### **Quinta Sesión**

Eje Temático: La radio

( 23 de Noviembre del 2001)

Para la quinta sesión , la asistencia aumentó a ocho personas. Se abordó el tema de la Radio y se trabajó en círculo lo que permitió una comunicación directa y más fluida.

En el momento de la *exploración* las participantes detectaron los elementos del lenguaje radiofónico. El cuento radiofónico<sup>89</sup> le agradó a las participantes, ya que les permitió imaginar los ambientes y les recordó las radionovelas.

Con la proyección del vídeo<sup>90</sup> se mostraron los elementos del lenguaje radiofónico, pero observamos que era anticuado.

La *actividad Imágenes Sonoras* propició la imaginación y logró que las participantes entendieran cómo la radio construye imágenes, a través de su propio lenguaje. Se concluyó que los sonidos comunican y que con este lenguaje se influye en las personas. Se comentó que los hijos no escuchan mucho la radio y prefieren música de los discos compactos; identificaron las estaciones que transmiten la música que a ellos les agrada. Algunas madres expresaron que los temas que trataban en la radio son superficiales (aspectos personales de los artistas, bromas a los escuchas, etc.), aunque hubo quien consideró que estos son los que les gusta y les interesa a sus hijos (as).

Con la *actividad Publicidad Radiofónica*, al escuchar los antiguos anuncios publicitarios, se evocaron viejos recuerdos. Se llegó a la conclusión de que los comerciales de ahora son más cortos, sugestivos, dinámicos y algunos, creativos.

Se expuso el tema de la publicidad y el *marketing*; y se amplió el de los anuncios, que al igual que la TV, evocan formas de vida, sentimientos y emociones, más no las ventajas reales del producto.

Se trabajó con la *actividad Rolas, Valores y algo más* con el fin de analizar dos canciones con temáticas similares, pero que una al ser interpretada por un grupo juvenil es considerada como negativa y la otra por ser de un cantante del gusto de los adultos no es considerada como negativa cuando su carga ideológica es mayor. Se notó que de principio se creyó más agresiva la canción “La planta” interpretada por el grupo Caos, que presenta palabras altisonantes, que “Tú

---

<sup>89</sup> “*Imágenes sonoras*”, en *Ibid.*

<sup>90</sup> “*La Radio, una historia que contar*” en *Los Medios ... op. cit.*

reputación” de Ricardo Arjona, que sin usar este tipo de palabras expresa cosas similares. Se cuestionaron los valores que manejaban las canciones juveniles y el poco criterio de los hijos (as) para escucharlo. Pero sobre todo, se evidenció los muchos prejuicios por parte de las madres en cuanto a los roles de género, en el caso de la mujer. Las participantes tenían que escribir lo que les resultó desagradable y los temas de su interés se referían a:

- Cómo se maneja la publicidad en la radio.
- Cómo los sonidos forman imágenes, a partir de las características del lenguaje radiofónico.
- La representación de la realidad que se hace por medio del lenguaje radiofónico.
- El significado del silencio al transmitir un mensaje por este medio.

Así como se sugirieron algunas soluciones:

- Conocer y respetar la música que escuchan sus hijos (as). Así cómo no prejuizarla porque ésta les parezca ruidosa o contenga palabras groseras.
- La necesidad de orientar a sus hijos (as) sobre el consumo que hacen de la radio.
- Compartir momentos de comunicación con sus hijos (as) a partir de escuchar juntos este medio.

### **Sexta Sesión.**

Eje temático: Medios Impresos.  
(28 de Noviembre del 2001)

En esta sesión se abordó el tema de Los Medios Impresos (con una asistencia de ocho personas). Iniciando con la *actividad ¿Qué leemos?*, se pudo explorar que las participantes leen poco. Quienes sí leen se enfocan a revistas juveniles o de espectáculo (principalmente TV novelas). Hay quien lee periódicos como la Prensa y Esto.

Un problema generalizado fue que los adolescentes les gusta leer sólo revistas juveniles, pero las lecturas escolares o libros no son atractivos. Se reconoció que este hábito debería inculcarse desde una edad temprana. Las mamás se percataron de que ellas también participaban en esa pobre lectura, volcándose en la necesidad de acercarse y acercar a sus hijos (as) a una lectura más formativa.

Cuando caracterizamos *los Medios Impresos*, las participantes los identificaron rápidamente, pero el *cómic*, presentó dificultades. Al final se percataron de que estos medios impresos se venden a mucha gente, que la publicidad es importante, que son muy diferentes entre sí y sus públicos son distintos.

En esta ocasión variamos la estrategia de conducción. Se preguntaba a las participantes sobre cómo se abría una revista, qué se veía primero, que expresaba una imagen, etc., y a partir de las respuestas, se exponía. Se abordó la historia de los medios impresos y cómo han evolucionado.

Se comentó la publicidad (la reducción del costo según la publicidad y el tiraje), la diversidad de periódicos (nacionales y extranjeros); y cómo se comercializan los espacios en los periódicos. Esto último resultó muy interesante para las participantes, quienes mencionaron no haber reparado en este asunto.

El tema de las *revistas*. Se enfocó mayormente a la revista juvenil, pues anteriormente ya se habían tratado las otras y ésta resulta de mayor consumo, por las adolescentes. Se pudo mostrar el mensaje denotado y connotado de la imagen y su polisemia. Se analizó la cantidad de publicidad que contienen las revistas, y se mostró cómo ésta es presentada en forma de artículos informativos que en realidad tienen como objetivo vender productos. Quedó evidenciado que la información que presentan es superficial e inútil para las adolescentes.

El tema del *Cómic* resultó entretenido para las asistentes. Además de que las participantes conocieron mejor el lenguaje del cómic, se evidenció cómo cada persona tiene un referente en particular desde el cual se parte para entender y relacionarse con lo que le rodea. También se reflexionó sobre la violencia, que su manejo resulta muy similar al de la caricatura. Por último se aclaró la importancia de utilizar estos medios dentro de la escuela y la comprensión que se requiere por parte de las MPF, para apoyar el escaso trabajo que algunos maestros (as) hacen sobre la EPM.

También se trabajó con *las novelas semanales*, como: “Sensacional de Mercados”, “Los albañiles”, etc . Resultó que se requiere de un buen manejo y sensibilidad, ya que puede provocar sentimientos desagradables en las participantes. Las reflexiones que se hicieron fueron :

- El manejo equivocado que se hace de la sexualidad (morboso, burdo, exagerado, negativo).
- Los antivalores se manejan, ya que se promueven actitudes que no benefician a las personas ni a la sociedad.
- El estereotipo (femenino y masculino), que desvaloriza a la mujer, concibiéndola como un objeto sexual.
- El fácil acceso a este tipo de publicaciones.

Nuevamente la pregunta ¿Cómo puedo ayudar a mis hijos?, a lo que los mismas mamás responden: Hay que educar a los hijos sobre temas de sexualidad, dar apertura para hablar sobre estos temas y así evitar que busquen en los medios, informaciones que los desorienten. Los contenidos de las novelas pueden ser un tema importante de comunicación con sus hijos.

### **Séptima Sesión.**

Eje Temático: La *Internet* y los videojuegos.  
(30 de Noviembre del 2001)

En esta sesión se trataron dos temas: *la Internet y los videojuegos* (con una asistencia de seis personas). La confianza se había instalado, según nuestra apreciación. La primera actividad de trabajo evidenció que los participantes preferían juegos clásicos (“Damas chinas” y “Serpientes y escaleras”) y no juegos como *game boy*, que resultó completamente desconocido a pesar de que sus hijos (as) lo usan habitualmente. Cuando concluyó la actividad donde manipulaban los

distintos juegos, ellas tenían muchos deseos de seguir jugando, lo que dio pie para cuestionar sobre el tiempo que sus hijos (as) dedican a los videojuegos sacrificando otras actividades como las tareas escolares. Incluso una madre reconoció que ella misma había dejado sus actividades pendientes por llegar al último nivel de un videojuego, aunque en un principio decía no conocerlos.

Se comentó que el gusto por los videojuegos tiene una relación con la violencia que presentan. Quedó claro que mientras los videojuegos educativos no contienen violencia los catalogados como tipo comercial, además de ser más agresivos son los que prefieren los niños y adolescentes.

Algunas madres mostraron preocupación por la pornografía que se maneja dentro de los videojuegos, su rechazo quedó manifestado cuando se negaron a participar en el uso de un videojuego.

Las mamás reconocieron usar los videojuegos como premio y castigo para condicionar a sus hijos (as).

No todas las críticas fueron negativas. Hubo madres que consideraron algunas ventajas, como el desarrollo de habilidades motrices, como la coordinación ojo-mano (oculo-motora), identificación de formas y colores, retención de información y rutas a seguir dentro del juego y aprender otro idioma. Las madres señalaron que sus hijos no sólo juegan en lugares públicos (mejor conocidas como “chispas”) o en los juegos como *game boy*, *play station* o *nintendo 64*; sino también en la computadora (en caso de tener una en casa), por lo que de forma natural se abordó el tema de la *Internet*.

Las actividades que tematizaron a la *Internet*, permitieron pensar un poco sobre su capacidad de almacenar información y la velocidad a la que lo hace. Se resaltó la necesidad de que las MPF aprendan a relacionarse con las nuevas tecnologías.

Las madres señalaron el hecho de no conocer o no tener la habilidad para manejar esta tecnología en comparación con sus hijos. La actividad en la que tenían que representar a un correo ordinario y un correo electrónico, resultó divertida aunque también fue confusa. En la propuesta final sería necesario modificarla.

La pornografía en la red fue la principal preocupación para las madres y con ello se evidenció la importancia de abordar el tema de la sexualidad con sus hijos (as).

Después de una breve exposición en donde se abordaron las grandes cantidades de información que se encuentran en la *Internet*, se realizó una actividad de *teléfono descompuesto*, en donde se transmitía un mensaje de persona a persona, propiciándose la reflexión sobre la veracidad y confiabilidad de la información que se encuentra en este medio.

Al final de la sesión no satanizaron ni a los videojuegos ni a la *Internet*; les reconocieron como ventajas, saber navegar para obtener información o utilizarla para realizar tareas escolares. Una

desventaja importante fue que los hijos (as) dedican demasiado tiempo a estos medios y en ocasiones no pueden dedicarse a otras actividades como el deporte, la convivencia familiar o las tareas escolares.

### **Octava Sesión**

Eje temático: Estrategias para usar los distintos medios de comunicación masiva  
(5 de Diciembre del 2001)

En esta última sesión (asistieron siete personas), se expresó interés por más talleres, pero no se propusieron temas específicos para abordarse en un futuro. Se puntaron alternativas ante las problemáticas que se fueron manifestando a lo largo del curso, encaminadas a hacer un uso racional y crítico de los distintos medios de comunicación. Estas sugerencias fueron anotadas en una lámina y posteriormente comentadas en grupo. Cabe aclarar que se detectó como necesario apuntarlas a lo largo de todas las sesiones, para que se retomaran en esta última sesión, pues las asistentes olvidaban algunas que habían planteado con anterioridad.

Las propuestas variaban, incluso algunas resultaban opuestas; otras más eran complementarias, pero gran parte de éstas eran compartidas por las participantes.

Esta sesión de trabajo fue una sesión de búsqueda de alternativas, que consideramos como una guía valiosa para el diseño de la propuesta que en la segunda parte de este capítulo describimos (ver recuadros sobre alternativas para relacionarse con los MMC).

TELEVISIÓN
<ul style="list-style-type: none"><li>• Ser más críticas con lo que ven y escuchan tanto las madres como sus hijas (os).</li><li>• Mantener una buena relación comunicativa con sus hijas (os), independientemente de los MMC.</li><li>• Conocer los programas que sus hijas (os) ven e investigar las razones del porqué lo hacen.</li><li>• Ver los programas juntos y comentarlos, pero no todo el tiempo, porque las hijas (os) podrían sentirse hostigados e incómodos.</li><li>• Junto con los hijos buscar espacios de comunicación sobre temas de su interés que se programen en este medio.</li><li>• Establecer horarios para mirar la televisión, procurando que esta medida más que castigo o imposición sea un acuerdo entre padres e hijos.</li><li>• Llevar a las hijas (os) a ver cómo se graba un programa de televisión, para mostrarles cómo la televisión construye realidades que no siempre son verídicas.</li><li>• Organizar actividades alternativas, que las hijas (os) puedan realizar en su tiempo libre, como deportes y artes, reduciendo el tiempo dedicado al consumo televisivo.</li></ul>



RADIO	IMPRESOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el tipo de música, cantante, grupo y estación de radio que les gusta a sus hijas (os) y las razones por las que lo consumen.</li> <li>• Antes de criticar la música que escuchen sus hijas (os), poner atención a las letras de las canciones para conocer el mensaje que proponen.</li> <li>• Acordar con las hijas (os) el tiempo que dedican a escuchar música y el volumen en el que lo hacen. Proporcionarles alternativas musicales.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Leer libros que les ayuden como madres a orientar mejor a sus hijas(os) en temas como la sexualidad y las adicciones.</li> <li>• Motivar en los hijos (as) la lectura de libros que contribuyan a su formación.</li> <li>• Llevar a casa revistas científicas entretenidas como “<i>Muy Interesante</i>” y “<i>National Geographic</i>”.</li> <li>• Mostrar que el periódico es un buen medio para mantenerse informados, además de la Televisión.</li> <li>• Analizar juntos el papel que juegan las mujeres y hombres en las revistas comerciales.</li> </ul>

INTERNET	VIDEOJUEGOS
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Orientar a los hijos sobre su sexualidad.</li> <li>• Para las computadoras en casa, utilizar dispositivos para bloquear materiales pornográficos.</li> <li>• Advertir a sus hijas (os) sobre lo peligroso que resulta ofrecer información personal en los <i>chats</i> y en la red.</li> <li>• Dar un uso positivo a la información que se encuentra en la red.</li> <li>• Supervisar que las tareas no sean copias de la red y promover la investigación y lectura de esta información.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Jugar con los hijos para conocer el tipo de videojuegos y las razones por las que les gusta.</li> <li>• Llegar a acuerdos sobre el tiempo que debe dedicarse a los videojuegos.</li> <li>• Proporcionar alternativas y juegos con los que desarrollen habilidades mentales además de la físicas requeridas para controlar los videojuegos (Juegos Educativos).</li> </ul>

La aplicación piloto del taller nos permitió recabar un conjunto de observaciones valiosas sobre nuestra propuesta, los problemas y sugerencias señaladas las completamos y enriquecimos con la instrumentación de un cuestionario de salida<sup>91</sup>. La información obtenida es de vital importancia para la elaboración de la propuesta final. Esta fue de dos tipos: la que hacen referencia a aspectos generales del taller (horario, temáticas, recursos, actividades, conducción, etc.) y la que se refiere los aprendizajes más significativos que creen haber obtenido. A continuación se presentan:

---

<sup>91</sup> Cfr. Apéndice I, pp. 139-140.

<b>Aspectos generales del taller</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• El título del taller no fue lo suficientemente llamativo ni comprensible.</li> <li>• Las temáticas en general resultaron atractivas e interesantes.</li> <li>• Conocer alternativas para comunicarse mejor con sus hijos (as).</li> <li>• Los temas de mayor interés fueron: la televisión y la publicidad.</li> <li>• Las dinámicas y el material utilizado se consideraron como buenos.</li> <li>• Se puntuó la necesidad de alargar el número de sesiones del taller.</li> <li>• El taller cubrió las expectativas que las asistentes tenían.</li> </ul>

<b>Aspectos significativos para las asistentes</b>
<ul style="list-style-type: none"> <li>• Percatarse de la influencia que los MMC tienen sobre ellas y sus hijas(os).</li> <li>• Responsabilizarse más de su papel como guía y principales formadores de sus hijas (os).</li> <li>• Comunicarse y respetar más a sus hijas (os)</li> <li>• Conocer las características particulares de cada MMC.</li> <li>• Al conocer cómo se realizan los programas de televisión y de radio; entender que lo que transmiten no es un reflejo de la realidad.</li> <li>• Comprender el manejo de la publicidad en los distintos medios.</li> <li>• Conocer herramientas de análisis que les permitan mirar de otra manera a los medios.</li> <li>• Generar alternativas para relacionarse de mejor manera con los MMC.</li> <li>• Reconocer la necesidad de orientar a sus hijas (os) en temas como la sexualidad, adicciones y pornografía ofrecida por los MMC.</li> </ul>

#### **4.1.2. El aporte de la experiencia piloto**

Como un conjunto de aspectos a considerar en el rediseño de nuestro proyecto de intervención, enlistamos aquellos aspectos que obtuvimos de la aplicación piloto del curso sobre EPM. Varios de estos aspectos los intentamos reflejar en la propuesta que describiremos en seguida; otros simplemente los anotamos como tareas pertinentes, puesto requerirán mayor tiempo para realizarse, como por ejemplo, elaborar material videográfico, obtener equipo y mobiliario o diseñar una estrategia de promoción más elaborada. Así es importante:

- Favorecer un ambiente de confianza y respeto que fomente la participación.
- Mostrarse sensibles frente a las necesidades e intereses de los participantes, generar cuestionamientos a partir de sus apreciaciones, lograr que las asistentes no sólo se informen sino que opinen sobre temas, problemáticas y posibles soluciones.
- Elaborar un plan para la difusión del taller.
- Modificar el título del curso para que resulte más atractivo.
- En el lugar donde se aplique el curso contar con mobiliario y equipo básico (televisión, videocasetera, grabadora y computadora con conexión a *Internet*). Sino se dispone de equipo, incluir actividades alternativas para desarrollar el taller.
- Reconsiderar los tiempos destinados a las actividades.
- Iniciar las sesiones con una dinámica de exploración, ya que permite recuperar lo que las asistentes conocen sobre el tema.
- Mantener vivo en las actividades del taller, el propósito educativo de que las MPF se conscienticen sobre la influencia de los medios en sus hijas (os).
- Involucrar a los hijos (as) y a la familia en algunas actividades para que el taller resulte más significativo.
- Aprovechar el interés por parte de las MPF, para enriquecer la experiencia de comunicación con sus hijos.
- Profundizar en el tema de la publicidad y las formas en las que los MMC construyen realidades.
- Elaborar videos actualizados y acordes a las características de los destinatarios.
- Añadir la temática: comunicación interpersonal.

#### **4.1.3. Reconceptualizando la pospuesta**

Dentro de éste apartado retomaremos brevemente aquellos aspectos que han dado elementos para elaborar la propuesta final.

La investigación sobre las diversas experiencias que se han desarrollado a partir de la EPM, nos proporcionó un panorama de los antecedentes en este tipo de proyectos. Lo que nos permitió comprender que si bien existe una preocupación por involucrar a las MPF, este sector ha estado normalmente al margen de estas propuestas.

La propuesta pedagógica de Paulo Freire fue un marco de referencia importante para la elaboración de la propuesta, ya que nos proporcionó los principios pedagógicos necesarios para su construcción. De los cuales los más significativos son:

- Derivar una metodología a partir de su planteamiento teórico-práctico que nos permitiera llevar a cabo un proceso de enseñanza aprendizaje significativo. De esto se derivaron las cuatro fases (exploración, exposición, aplicación y reflexión) que darían forma a la propuesta piloto y que se mantendrían hasta la propuesta final.

- Buscar siempre la reflexión y participación de los educandos, para generar un aprendizaje grupal y significativo, que trató de reflejarse en la elaboración del taller, como en cada una de las sesiones.
- Perfilar las características del coordinador, quien tendría que partir del sujeto, promover el diálogo (esquema de comunicación EMIREC) que permitiría al grupo participar en el proceso. Estas características son especificadas en la propuesta final.
- El entendimiento de cómo se desarrolla el proceso educativo a partir del reconocimiento del educando, como un sujeto activo del aprendizaje, quien tiene la posibilidad de construir el conocimiento a partir de la modificación de sus concepciones y realidad.

El diagnóstico nos permitió caracterizar a nuestra población y conocer su consumo de bienes culturales: apreciaciones que tenían a cerca de los MMC, de la forma de relacionarse con ellos, así como la cantidad y características del consumo. Lo que nos ayudó a elaborar con mayor sustento la propuesta piloto. Los aspectos más relevantes fueron:

- Identificación con mayor certeza de los temas y las actividades que incluiríamos en el taller (televisión, radio, medios impresos, videojuegos e *Internet*). Así como el tiempo que se dedicaría a cada tema de acuerdo al consumo de cada medio.
- La necesidad de que las MPF reflexionaran sobre el poder educativo de los MMC .
- La necesidad de que las MPF reflexionaran sobre su responsabilidad como mediadores entre los medios y sus hijos.
- La necesidad de que las MPF reconocieran el consumo que la familia hace de los medios.

Finalmente la aplicación piloto significó un conjunto de actividades que sumadas a los datos de la encuesta diagnóstica, reseñada en el capítulo tres, nos presentaron un cuadro de necesidades, situaciones de aprendizaje, demandas sobre contenidos y problemáticas que no se habrían detectado de otra forma. Fue de este modo cómo poco a poco fuimos definiendo el perfil de nuestra propuesta.

A continuación, esperamos haber recogido en la propuesta que se describe, los puntos y aspectos que anotamos en los apartados anteriores.

## **4.2. ¿QUÉ NO TE CONTROLEN LOS MEDIOS! : TALLER DE EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS DIRIGIDO A MADRES Y PADRES DE FAMILIA.**

### **4.2.1 Presentación.**

La propuesta de intervención pedagógica concretizada en un *Taller de Educación para los Medios dirigido a Madres y Padres de Familia*, es la condensación de una serie de aspectos derivados del planteamiento de Paulo Freire, de una encuesta diagnóstica aplicada en Octubre del 2001 y el seguimiento de una prueba piloto con los destinatarios, Madres y Padres de familia de los adolescentes de la Escuela Secundaria “Josefa Ortiz de Domínguez” turno vespertino.

Cada uno de estos acercamientos contribuyó a la definición de algún aspecto del proyecto de desarrollo educativo que se presenta, ya sea justificándolo o modificándolo.

El taller fue pensado como una respuesta a la necesidad social y al interés profesional por educar a las Madres y Padres de familia en la Educación para los Medios. Concebida desde el principio bajo el Modelo Pedagógico de Paulo Freire, fue necesario incursionar en la población para conocer sus necesidades y características. El propósito es ofrecer un taller que promueva un espacio de reflexión y expresión para abordar problemáticas en torno a la relación de los hijos (as) con los MMC.

Sin pretender ser acabada, esta propuesta constituye una opción de formación, cuyo objetivo es enfrentar el consumismo acrítico en las sociedades actuales. Su intención no es dar recetas, sino promover la reflexión de las MPF sobre sus prácticas de consumo y a partir del reconocimiento de su situación, propiciar la generación de soluciones que les permitan relacionarse de manera distintas con los medios.

### **4.2.2 Objetivos**

De forma general buscamos promover la reflexión en las Madres y Padres de familia sobre sus hábitos de consumo cultural y su interés para desarrollar su capacidad crítica y selectiva frente a los contenidos que ofrecen los Medios Masivos de Comunicación.

Resulta necesario que las MPF tomen conciencia del consumo simbólico que hacen de los medios y se interesen por desarrollar su capacidad crítica, a fin de transformar sus prácticas de consumo, ya que éstas influyen en los hábitos y gustos estéticos de sus hijas (os).

Existen también otros objetivos que se pretenden alcanzar con la presente propuesta:

- Fomentar un ambiente de confianza y respeto que permita la participación del grupo para generar alternativas de solución, a partir de sus situaciones concretas, resultadas de su relación con los Medios de Masivos de Comunicación.
- Fomentar el conocimiento de las características de los Medios Masivos de Comunicación a fin de que reflexionen sobre la representación subjetiva que hacen de la realidad y el manejo que hacen de la publicidad en cada uno de ellos.
- Que las Madres y Padres de familia reflexionen sobre su papel como mediadores entre sus hijos (as) y los Medios Masivos de Comunicación, a fin de favorecer un manejo más responsable.
- Que las Madres y Padres de familia reflexiones acerca de las formas de comunicación que se dan en su hogar, a fin de generar nuevos canales en sus relaciones principalmente con sus hijos (as).

#### **4.2.3. Destinatarios**

Como ya es sabido, los destinatarios del taller fueron las Madres y Padres de Familia que tienen a sus hijos y/o hijas en la Escuela Secundaria Diurna Josefa Ortiz de Domínguez (turno vespertino). Esta propuesta de desarrollo educativo, buscó responder a las necesidades y características de esta población, sin embargo, la experiencia piloto, mostró que la propuesta motivó más la asistencia de las madres, aun así, consideramos que el taller debe estar dirigido también a los padres.

Incluir a los hijos (os) en las actividades resulta muy fructífero y significativo, ya que proporciona la posibilidad de que las madres reconozcan el consumo de la familia, que comprendan el poder educativo de los MMC y que se constituyera una posibilidad de entendimiento y convivencia entre ambos.

Sabemos que las MPF no tiene un interés prioritario por educarse para los medios. Esto se debe a varios factores: sus compromisos laborales y del hogar; problemas económicos y familiares o incluso creer que la escuela es la principal responsable de la educación de sus hijos (as). Sin embargo, esto no significa que no sea necesario que reciban este tipo de formación, si tomamos en cuenta el papel que juegan los MMC en las sociedades actuales.

Tampoco es imposible despertar el interés por comenzar a reflexionar en estos temas, no solo con las MPF de ésta escuela, sino también de otras instituciones educativas, siempre y cuando los

destinatarios fueran madres, padres o tutores de los menores. La posibilidad de aplicar este taller en otras escuelas de nivel básico o asociaciones que reúnan este auditorio, es factible.

Sería deseable, no obstante, que compartieran problemáticas y preocupaciones similares; por ejemplo:

- Que exista un hábito excesivo por el consumo de bienes culturales, proveniente de los MMC. Situación que no es difícil ya que generalmente en donde existen servicios eléctricos, hay una televisión o radio, y son los MMC el principal pasatiempo de la gente (sobre todo en las zonas urbanas).
- Que la exposición a los contenidos de los MMC sea acrítica. Generalmente los mensajes de los medios no pasan por la reflexión de lo que se ve o escucha. Sin darnos cuenta éstos medios ejercen una función educativa. Es importante aclarar que existen distintas formas de relacionarnos, las cuales varían de acuerdo al contexto en que se desarrollan. Por lo que resulta indispensable que, antes de aplicar el curso en otra población, se indague sobre sus problemáticas y los patrones de consumo cultural específico.
- Que exista el interés por “educarse para los medios”. Este interés puede provenir de la institución educativa o de los propios padres.

#### **4.2.4. Temáticas**

La propuesta se compone de seis tópicos, los cuales se proponen desarrollar en nueve sesiones y 18 horas de trabajo. Desde que se elaboró la propuesta piloto, se pensó abordar un tema por sesión, debido a que la asistencia de las MPF podría ser variada. Sin embargo, esto resultó difícil ya que algunos temas se abordaban de manera más amplia y ocuparon más de una sesión. Una recomendación útil para el aprovechamiento del taller, es la asistencia regular.

La aplicación piloto confirmó las temáticas y la importancia de mantenerlas. Aunque se modificaron algunas actividades y se enriquecieron cada uno de los temas, con reflexiones y orientaciones que se fueron manifestando en la práctica y que seguramente irán creciendo y modificándose conforme se aplique el taller. Se agregaron nuevos temas que surgieron durante la experiencia piloto. A continuación presentamos las temáticas y su distribución por sesión en el taller “**¡Que no te controlen los medios!**”

## Programa de contenidos

TEMA	SESIÓN	CONTENIDOS
<i>¿Qué es la comunicación?</i>	1	Concepto de comunicación. Tipos de comunicación y distintos lenguajes que utiliza el ser humano. La importancia de la comunicación Los MMC como formas de comunicación en la vida cotidiana.
<i>Televisión</i>	2	La función de la TV en el hogar. El lenguaje televisivo. La publicidad (audiencias y el <i>marketing</i> ).
Géneros televisivos: <i>Noticias y Caricaturas.</i>	3	Los Noticieros. Elaboración de un noticiero. Las Caricaturas. Los géneros, contenidos y estructura de las caricaturas.
Géneros televisivos: <i>Telenovelas y Series.</i>	4	Las Telenovelas. Características, valores, estereotipos, roles presentados y recursos de las Telenovelas. Las Series televisivas. Características, valores, estereotipos y roles presentados en las series.
<i>La Radio</i>	5	Lenguaje radiofónico. Imágenes sonoras. La publicidad en la radio. La música que escuchan sus hijos (as).
<i>Medios Impresos</i>	6	Características de los medios impresos. La publicidad en las revistas. El cómic. Estereotipos y el manejo de la sexualidad que se hace en las revistas semanales.
<i>Internet y Videojuegos</i>	7	Videojuegos. Mitos, realidades y contenidos violentos de los Videojuegos. La <i>Internet</i> . Usos y excesos de la red.
<i>Comunicación entre padres e hijos (as)</i>	8	Reconocimiento de las formas de comunicación que practican con sus hijos (as). El referente en la comunicación interpersonal.
<i>Estrategias para darle un mejor uso a los distintos MMC.</i>	9	Alternativas para mejorar la comunicación con los hijos (as) al interior de la familia, y la relación positiva entre MMC y adolescencia.

A continuación expondremos brevemente las temáticas que se desarrollarán en las sesiones, los objetivos que se pretenden y las actividades para abordarlas.<sup>92</sup>

<sup>92</sup>. Cfr. *Infra.*, Apéndice III, p. 155.



#### 4.2.4.1. La comunicación

La comunicación es una actividad inherente al ser humano, es una herramienta que permite la interrelación con la sociedad y cultura. Dentro del taller se abordan tres aspectos básicos, a saber:

- El concepto y caracterización de la comunicación como proceso complejo e indispensable de la condición humana.
- La comunicación que promueven los MMC, así como el reconocimiento de las relaciones y pautas de consumo que se establecen con éstos. Evidenciando la posibilidad de desarrollar la capacidad crítica y selectiva que modifique sus prácticas.
- La comunicación que se desarrolla al interior de la familia, como parte determinante del consumo que se hace de MMC.

La comunicación tiene un papel protagónico en la propuesta. Ya que el tema central del taller es la comunicación que se genera a partir de la relación que se establece con los MMC y el reconocimiento y modificación de dichas relaciones.

Definir el concepto de comunicación es complejo. Sin embargo podríamos retomar la definición de Cooley quien define a la comunicación, como “... *el mecanismo a través del cual existen y se desarrollan las relaciones humanas: todos los símbolos de la mente, junto con los medios para transportarlos a través del espacio y preservarlos en el tiempo. Ello incluye la expresión del rostro, la actitud, el gesto, las inflexiones de la voz, palabras, escritura, imprenta, ferrocarriles, telégrafos, teléfonos y cualquier otra cosa que represente la última conquista del espacio y del tiempo*”<sup>93</sup>.

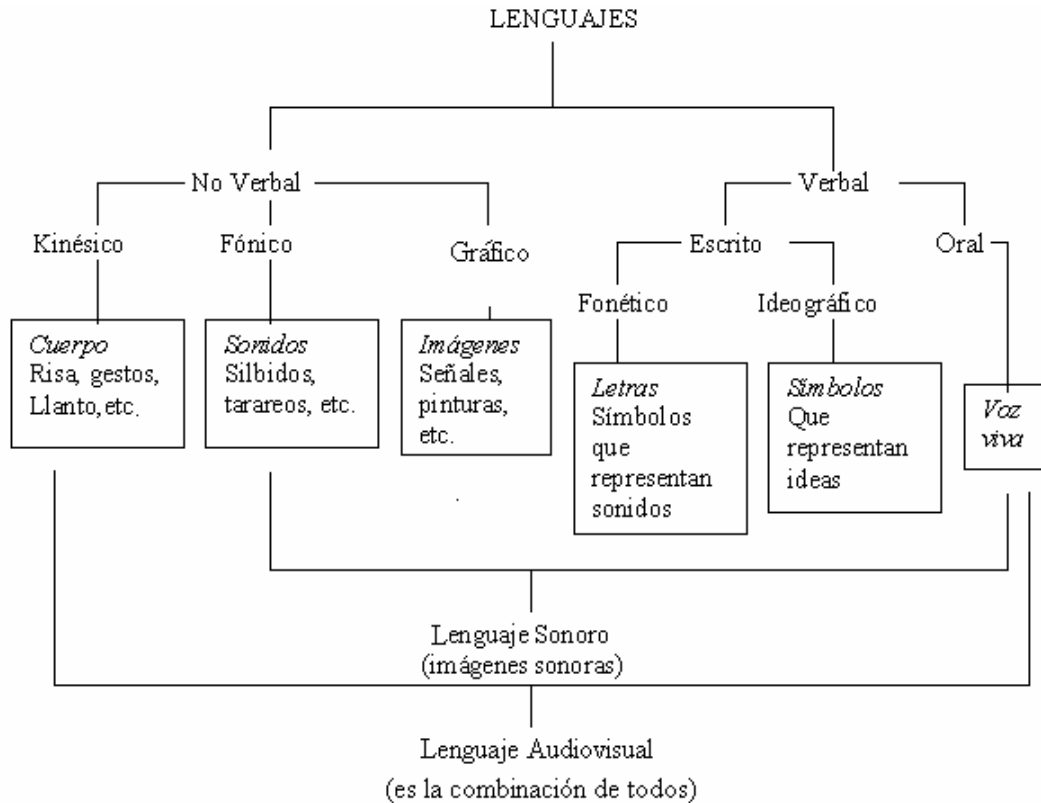
Comunicarnos es por tanto una interacción, en donde lo que manifiesta una persona incide en otra y viceversa. Por tanto sin suscribirnos a esta teoría, podemos decir que el axioma que Paul Watzlawick nos sugiere es muy acertado *No es posible no comunicarse*. En palabras de este autor diremos “...*si se acepta que toda conducta en una situación de interacción tiene un valor de mensaje, es decir, es comunicación, se deduce que por mucho que uno lo intente, no puede dejar de comunicar. Actividad o inactividad, palabras o silencio, tiene siempre valor de mensaje: influye sobre los demás, quienes, a su vez, no pueden dejar de responder a tales comunicaciones y, por ende, también comunican.*”<sup>94</sup>

Ahora bien, intencional o no, la comunicación forma parte esencial de nuestra cotidianidad. Y ésta se manifiesta a través de distintos lenguajes. Como son:

---

<sup>93</sup> O. COOLEY *The significance of Communication*, citado por JOSE PAREJO, *Comunicación no verbal y educación. El cuerpo y la escuela*, Paidós, Barcelona, 1965, p. 37.

<sup>94</sup> PAUL WATZLAWICK, *Teoría de la comunicación humana*, Herder, Barcelona, 1989, p. 50.



Nuestra condición humana nos ha hecho seres de comunicación, seres que estamos en contacto con estos lenguajes, ya sea recibiendo información o utilizándolos para comunicarnos.

Por este proceso el ser humano recicla constantemente los datos que recibe, y de esta manera está en relación permanente con el mundo, por lo que Freire nos dice que el ser humano es un *ser integrado*<sup>95</sup> y que se vale de la comunicación para establecer la interacción.

Dicha comunicación puede ser de distintos tipos:

- Intrapersonal. Esta comunicación es la que se da al interior del individuo. A través de ella se obtiene un conocimiento de sí mismo, y por tanto se detectan necesidades buscando la forma de satisfacerlas. De hecho podría decirse que la información que se recibe del exterior se procesa de forma interna, existiendo por tanto en todo proceso comunicativo, este tipo de comunicación.
- Interpersonal. Es la que se establece con otra persona por tanto la información no proviene de lo que capta el sujeto, sino de alguien más. Dentro de esta comunicación se da un intercambio de ideas y mensajes que pueden ser transmitidos a través de lenguajes verbal y no verbal. Esta comunicación sustenta en gran parte las relaciones que se tienen con las personas cercanas, es la base de las relaciones humanas; y muchos conflictos son generados a partir de interferencias en

<sup>95</sup> Cfr. PAULO FREIRE, *La educación como práctica de la libertad*, siglo XXI, México, 1989, p. 32.

este proceso. En la comunicación humana intervienen variables como la percepción, emociones, intereses y necesidades, lo que crea marcos de referencia distintos para cada persona provocando que el receptor interprete de manera particular los mensajes.

- Intragrupal. Esta comunicación tiene lugar al interior de un grupo, dando lugar a una interrelación entre sus miembros. Sin embargo los integrantes de grupos pueden pertenecer a su vez a otros grupos desempeñando distintos roles, lo que puede provocar conflictos al interior de alguno de estos grupos.
- Intergrupal. Como se mencionó anteriormente el grupo se encuentran en permanente contacto con distintos grupos. En la sociedad se establecen sistemas de relaciones y por tanto de comunicaciones amplias y complejas, prueba de esto son los MMC que llegan a un sin número de grupos.

Estas formas de comunicación y tipos de lenguajes están presentes en la vida diaria. Sin embargo en muchas ocasiones no se es conciente de ese fenómeno, desde que nos levantamos hasta antes de dormir, estamos bombardeados por distintos estímulos provenientes del entorno.

Es por esto que la comunicación es la primera temática abordada en el taller y es de carácter introductorio. Tiene como objetivo: Que las Madres y Padres de familia reflexionen sobre lo qué es la comunicación, sus formas y reconozcan la importancia de los MMC en el proceso de formación de sus hijos e hijas. Así se pretende reflexionar sobre la complejidad de la comunicación, las formas que tiene de manifestarse y a partir de eso, ubicar el papel de los MMC, en la vida de la sociedad actual.

Para trabajar esta temática se buscará crear un ambiente que permita la confianza y participación de los asistentes, a través de una actividad de integración que propicie la formación de grupo.

Para conocer sus percepciones sobre la comunicación y los MMC se realizará una *actividad de exploración*, en donde las participantes, darán a conocer sus apreciaciones sobre el proceso y las formas de comunicación con las que conviven diariamente. Apoyándonos en la teoría Freiriana, revisaremos los distintos lenguajes de los que se vale la comunicación humana, mediante la *actividad expositiva* de los elementos básicos del tema.

Posteriormente las asistentes quienes trabajarán dichos lenguajes, a través de una *actividad de aplicación* lúdica, los identificarán y harán una reflexión sobre los lenguajes que utilizan los MMC y que los hace tan atractivos para su consumo.

Por último se propone una *reflexión y autoevaluación* en donde se comentarán aquellos aspectos relevantes que surjan del trabajo y reflexión del grupo.

#### 4.2.4.2. Medios Masivos de Comunicación

El cuestionario diagnóstico aplicado a nuestros destinatarios, nos confirmó que los MMC ocupan una parte importante del tiempo libre de las personas. Gran parte de la información que recibimos diariamente proviene de los MMC, los cuales se valen de lenguajes gráficos, sonoros y audiovisuales, para producir y reproducir mensajes.

Los Medios Masivos de Comunicación, engloban aquellos medios que transportan y hacen llegar los mensajes al mismo tiempo a una gran cantidad de personas, por lo que su distribución se da de forma masiva, estos son: televisión, radio, impresos (revistas, periódicos, historietas, libros), así como las nuevas tecnologías multimedia (*Internet* y videojuegos).<sup>96</sup>

La oferta mediática y de servicios en México ha presentado un incremento en los últimos años. Hasta hace diez años, los servicios de televisión por cable, vía satélite, *Internet* y telefonía celular, eran limitados y con alto costo; hoy día, prácticamente en cualquier lugar se puede recibir, vía satélite, los servicios de televisión de paga y la telefonía celular abarca todo el territorio nacional y las grandes ciudades de otros países.

En México existen dos regímenes de medios: los concesionados que le permiten a particulares cobrar por los servicios (de forma directa o indirecta a través de publicidad) y los permisionados, en donde las instituciones no pueden obtener ingresos de la venta de tiempo o servicios. La presidencia de la República es la encargada de otorgar las concesiones y permisos a través de la Secretaría de Gobernación y de la Secretaría de Comunicaciones y Transportes.

Los MMC al transmitir su información llevan implícita una ideología que promueve valores y pautas de conducta, que no siempre son entendidas por las personas, quienes hacen un consumo activo, pero también acrítico de los mensajes. En la experiencia piloto, nos dimos cuenta que las MPF, reconocían al lenguaje oral como principal forma de comunicación y no había un reconocimiento de la educación informal que se recibe a través de los distintos medios de comunicación. También se manifestó la inconformidad por parte de las asistentes sobre los contenidos que se manejan en dichos medios. Sin reconocer el papel tan importante que tienen ellas como mediadoras entre sus hijos y los MMC. Estas situaciones claramente identificadas en la prueba piloto nos obligó a promover el reconocimiento de las prácticas de consumo que la familia hace de los medios.

Dadas las múltiples realidades que se desprenden de cada uno de los medios de comunicación. A continuación particularizamos en los más utilizados en los grupos familiares.

#### 4.2.4.3. Televisión

Sin lugar a dudas es la televisión el MMC más consumido por las familias mexicanas y los destinatarios del taller sobre Educación para los Medios, no fueron la excepción.

---

<sup>96</sup> Cfr., HUND D. WULF, “Comunicación y sociedad”, en FLORENCE TOUSSAINT, *Crítica de la información de masas*, Trillas, México, 1990, p. 76.

La televisión desde sus inicios, provocó grandes esperanzas y temores acerca de los efectos que pudiera causar.<sup>97</sup> Actualmente este medio influye sobre la audiencia de modo impresionante. Esto se debe a la facilidad que se tiene para acceder a ella ya que resulta muy económica y fácil de utilizar. Ha sido capaz de conectar al mundo para presenciar un evento, como por ejemplo, el caso del mundial de Fútbol que se realizó en Corea Japón (Mayo-Junio 2002), en donde sin importar el horario, se presenciaron los partidos en un tiempo real. Lo que es posible gracias a la existencia de este aparato.

Las primeras concesiones de televisión en nuestro país fueron otorgadas a los empresarios, por lo que desde el principio se impulsó un modelo comercial; donde la publicidad se convirtió en el principal mecanismo de financiamiento. La televisión ha ido transformándose paulatinamente; pasando de una televisión abierta con pocos canales a una televisión restringida pero con gran oferta de canales y programación.

Actualmente existen cuatro grandes empresas de televisión<sup>98</sup> que cuentan con concesiones para comercializar sus servicios y productos, así como cuatro instituciones que producen televisión educativa y cultural.<sup>99</sup>

La distribución de canales, estaciones y repetidoras de televisión presenta una alta concentración, en pocas empresas. Por ejemplo, la mayor parte de las concesiones se encuentran en manos de *Televisa*, la empresa productora de espectáculos más importante en México y en el mundo de habla hispana: tiene 240 estaciones de 298 que existen a nivel nacional, cuatro canales nacionales de televisión abierta y produce más de 20 telenovelas anualmente. Por su parte, Televisión Azteca tiene actualmente bajo su concesión dos canales nacionales.

El gobierno administra en los diferentes estados de la República estaciones locales y estatales que tienen una presencia marginal entre la gran oferta de medios comerciales. En el caso del Distrito Federal, el canal 11 es un canal cultural permisionado al Instituto Politécnico Nacional.

En contraste, la televisión contratada o de pago, cuenta con gran cantidad de empresas que ofrecen servicios locales de televisión por cable. Existen actualmente 143 sistemas de este tipo operados principalmente por empresarios locales. Hay cuatro grandes cadenas de televisión de paga: Cablevisión (tv por cable) y Sky (tv vía satélite) ligadas a Televisa; Multivisión (tv por antena) y Direct TV (tv vía satélite), vinculadas a Televisión Azteca. Como ejemplo de la

---

<sup>97</sup> SARAH GARCÍA Y LUCIANA RAMOS, *Medios de comunicación y violencia*, Instituto Mexicano de Psiquiatría, México, 1994, pp.185-188. En esta obra nos dicen, que la TV, se creía que serviría para educar a los niños de una manera divertida, acercaría por primera vez a millones de individuos a la cultura, proporcionaría un sano entretenimiento diario, informaría con oportunidad de acontecimientos relevantes ocurridos en el mundo y podrían surtir efectos catárticos. Pero también existía la preocupación de que la exposición continua a la televisión provocaría daños a la vista, despertaría violencia en las personas, reduciría el nivel de los gustos culturales de la audiencia, contribuiría a un deterioro moral general, induciría a las masas a la superficialidad y suprimiría la creatividad.

<sup>98</sup> TV Azteca, Televisa, MVS Televisión y Cablevisión.

<sup>99</sup> Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa, Canal 11 IPN, TV UNAM y Canal 22.

concentración baste decir que Cablevisión cuenta con 420,000 suscriptores y Sky con 350,000 suscriptores a nivel nacional.<sup>100</sup>

A la mayoría de la población le agrada mirar televisión. Sobre todo a los niños y adolescentes quienes al apretar un sólo botón pueden observar imágenes y escuchar sonidos que los atraen. Bajo este panorama, resulta importante la generación de acciones educativas que ayuden a las personas a reconocer estas prácticas de consumo. Dentro de esta relación niño-medio, las MPF tienen un papel importante ya que es en el hogar en donde se da este primer acercamiento y son ellos los responsable de dichos hogares.

Fue bajo este perfil por lo que, en la segunda sesión, se fijó como objetivo: Que las Madres y Padres de familia reflexionen sobre el papel que juega la televisión en su familia y el uso que hacen de ella .

Para lograr este objetivo, se ideó comenzar con una *actividad de exploración*, que permita propiciar el ambiente adecuado para conocer las preferencias televisivas de las asistentes. También como parte de esta exploración e introducción a la temática se realizará una actividad en donde se incite a las MPF a reflexionar sobre el papel que juega la televisión en sus hogares y las relaciones que los miembros de la familia establecen con ella. La actividad se basa en la representación, herramienta utilizada por el sociodrama para trabajar diversos contenidos.

Con apoyo audiovisual se realizará una breve *exposición*, sobre la producción televisiva a fin de resaltar aspectos importantes como su lenguaje, el *marketing* y la audiencia y la representación de la realidad.

Se desarrollará una *actividad de aplicación* en donde se comprendan algunos elementos del “*Marketing* y la audiencia”, tema incluido que ayudará a conocer la receta empresarial de la televisión, ya que en muchas ocasiones pasa desapercibido a las MPF, quienes consideran que no influyen en las conductas. En la experiencia piloto las asistentes reflexionaron sobre publicidad transmitida por la televisión sin recordar los nombres de los productos, sin embargo el hijo de una de las mamás que la acompañaba en esa sesión, se acordaba perfectamente de todo el anuncio, incluyendo el producto que se vendía. Este comportamiento ayudó para corroborar la importancia del tema, además de que fue uno de los que causó mayor asombro y en donde notamos un cambio de percepción. En el marco de este tema el propósito es propiciar la reflexión del discurso que se utiliza en la publicidad.

Para concluir se hará la *reflexión y autoevaluación* que permita abordar en grupo aquellos aspectos más relevantes que surjan durante el desarrollo de la sesión.

En nuestra encuesta diagnóstica, todas las familias manifestaron tener por lo menos una televisión en el hogar. Utilizada como un artefacto de distracción, entretenimiento e información,

---

<sup>100</sup> <http://noticias.cablevision.com.mx> y <http://sky.com.mx>.

la televisión se vale de distintos géneros y formatos como son: los noticieros, caricaturas, telenovelas y series. Estos géneros y formatos los convertimos en tópicos de estudio para abordarse en el taller, porque nuestros destinatarios hacían un mayor consumo de estos.

La tercera sesión abordará noticieros y caricaturas. Su objetivo : Que las Madres y Padres de familia conozcan los géneros televisivos: caricaturas y noticieros.

Para abordar ambos géneros, utilizamos la misma estructura. Se propone una *actividad de exploración* que permita conocer el consumo y la apreciación del género. En el caso de los noticieros, se explorará la concepción que se tiene de la noticia y se promoverá el reconocimiento entre un suceso cotidiano y una noticia. Respecto a las caricaturas, se pretende conocer cuál es el consumo que sus hijos hacen de este género y qué tanto es reconocido por las MPF.

Posteriormente se realizará una *actividad expositiva* sobre el tema retomando los aspectos de la actividad anterior. En el caso de los noticieros se sugiere que se centre en la definición de la noticia, sus elementos y la elaboración del noticiero. En las caricaturas sobre sus principales características, así como la variedad de sus géneros.

En la *actividad de aplicación*, se busca trabajar los temas a través del análisis y reflexión. En el tema de las noticias se pretende que se analice la forma cómo se transmiten éstas por los noticieros y la repercusión que tienen en su vida. Los noticieros televisivos muestran siempre una visión parcial de los sucesos que ocurren en el mundo. Transmitiendo algunos hechos trascendentes para la humanidad con aspectos superficiales de artistas o gente del medio televisivo. Por lo que dentro de esta actividad se sugiere una alternativa que pretende acercarlos, al proceso que tienen las noticias antes de salir al aire.

En lo que respecta a las caricaturas, la actividad que se propone pretende que los asistentes analicen los contenidos, estructura y la influencia que tienen en sus hijos. Se analizará los tipos de caricaturas definidas como de: acción, fantasía y dramática. Tratando de identificar estos elementos en las caricaturas que son mayormente consumidas por la familia de las asistentes. Dentro de esta misma actividad se sugiere una variación, en caso de contar con la importante asistencia de los niños, ya que en esta sesión se sugiere su participación.

Por último se hará la *autorreflexión y la evaluación* retomando los aspectos básicos que surjan en el proceso.

Otros géneros también consumidos son la telenovela y la serie. Para abordar estos puntos se dedica la cuarta sesión. El objetivo es: Que las Madres y Padres de familia conozcan las características de las telenovelas y series y aquellas que comparten entre sí.

Durante el desarrollo de la sesión, se *explorará* el consumo que las participantes hacen de las telenovelas, así como los motivos que tienen para verlas. En el caso de las series, además de identificar su consumo, se pretende que identifiquen las diferencias y similitudes entre ambos géneros.

En la *exposición* del tema, se abordan en distintos tiempos las características de ambos géneros. En la exposición de las series se hará una comparación con las características de las telenovelas, partiendo de las apreciaciones manifestadas en la actividad anterior.

En la *actividad de aplicación* se promoverá la reflexión sobre los estereotipos que presentan los personajes, la ideología manejada en la trama, la forma como solucionan los conflictos y cómo los toman y reflejan en su vida cotidiana.

Ya que ambos géneros comparten la misma estructura narrativa se pasa de uno a otro relacionándolos, caso que no sucede con caricaturas y noticieros.

Al igual que en las sesiones anteriores se promoverá al final de la sesión *la autorreflexión y análisis* grupal.

#### **4.2.4.4. Radio**

La radio es un medio de comunicación que después de la prensa revolucionó la comunicación de masas, dado que la información que transmitía llegaba a un gran número de escuchas.

La radio surge a través de la fusión de dos inventos: el micrófono de Alejandro Graham Bell en 1877 y el bulbo (válvula termoiónica) desarrollado por John A. Fleming en 1904. Su perfeccionamiento se dio tiempo después, en 1908, lográndose transmitir desde la Torre Eiffel de París.

En México la radio tuvo un papel predominante y fue reconocida como medio de comunicación en la década de los treinta. Con la aparición de las emisoras de frecuencia modulada (FM) además de la amplitud modulada (AM), la radio hace uso de las nuevas tecnologías convirtiéndose en un medio que lleva bastante tiempo entre nosotros pero manteniendo el interés por su consumo.

La radio es un medio atractivo ya que permite al mismo tiempo que se escucha realizar un sin fin de actividades. A nivel nacional, la radio esta presente en el 99% de los hogares<sup>101</sup> y como se evidenció en el cuestionario diagnóstico todos los miembros de la familia la sintonizan de 1 a 3 hrs. diarias.

La publicidad es una característica básica de la radio, ya que no sólo de ésta dependen los ingresos de las estaciones, sino que también determinan los hábitos de consumo de quien la escucha.

El lenguaje de la radio es el sonoro, presenta la voz como elemento clave; así como los sonidos y el silencio; que comunican o expresan distintos mensajes. Como es un medio que llega a un gran número de personas, el tipo de programas que presenta es muy variado; los hay musicales (en la

---

<sup>101</sup> <http://www.inegi.org.mx>.



mayoría de los casos), de opinión, concursos, informativos, culturales, etc. El lenguaje de la radio da la posibilidad de crear imágenes mentales a partir de lo que escuchamos (imágenes sonoras).

La sesión destinada a este medio se ha puesto como objetivo: Que las Madres y Padres de familia conozcan el lenguaje radiofónico, revisen la evolución de la música y analicen la que escuchan actualmente sus hijos(as). La *actividad de exploración* busca introducirlos al tema al tiempo que conoceremos sus apreciaciones y concepciones sobre este medio en particular. Esto se hará con la ayuda de un cuento hecho para la radio .

Una vez que se conozcan sus percepciones del medio será necesaria una *actividad de exposición*, con apoyo audiovisual que presente los elementos y características del lenguaje radiofónico.

En la primera *actividad de aplicación*, con la ayuda de una cinta grabada se buscará que recreen y describan las imágenes sonoras . Esto ayudará a reconocer las herramientas de las que se vale este medio para transmitir sus mensajes y la particularidad con lo que recibe cada receptor el mensaje.

En otra *actividad de aplicación* se analizará la evolución de la publicidad en la radio. Dentro de esta misma actividad puede comentarse también la evolución de la música, y de esta forma abordar la siguiente temática. En donde se busca que reflexionen sobre el consumo que hacen sus hijos (as) de la música y a partir de ahí conocer el contenido real, que en muchas ocasiones es juzgado por las MPF, sin saber de lo que se habla.

Por último se realizará una *reflexión o evaluación final* sobre los contenidos temáticos y la dinámica del grupo.

#### **4.2.4.5. Medios Impresos**

Los medios de comunicación impresa tienen su origen con la invención de la imprenta. Desde el siglo XV con la Revolución Industrial en Europa, se modificó la forma en la que se tenían registros escritos sobre diversos temas; la imprenta hacia posible llegar a un gran número de personas dando inicio a la idea comunicación en masa.

Los medios impresos son una categoría que agrupa a los periódicos, revistas (de distintos géneros), cómics, novelas semanales y libros; pero no todos estos medios se consumen en igual cantidad.

México es considerado uno de los países donde sus habitantes carecen de un hábito de la lectura de medios impresos, sin embargo cabe dudar esta afirmación; pues indudablemente medios impresos como las revistas juveniles, novelas semanales, periódicos y cómics son negocios rentables y con grandes ganancias. Según nuestro diagnóstico, más de la mitad de nuestra población no lee ni un libro al año, mientras que esta misma población declara consumir hasta cuatro veces al mes alguna revista o periódico.

Basándonos en lo anterior, esta sesión busca: Que las Madres y Padres de familia conozcan el lenguaje y contenidos de las revistas juveniles, así como los valores y estereotipos que promueven las revistas semanales.

Para lograr este objetivo será necesario realizar un *actividad de exploración* que permitirá reconocer las características de los distintos medios impresos y las percepciones que los asistentes tienen de estos medios. Según nuestras observaciones el interés de las asistentes se ubicó en la publicidad que contiene las revistas comerciales y cómo se distribuyen a lo largo del impreso, por lo que resulta importante darle continuidad al interés del grupo.

La *actividad de exposición* abordará los lenguajes de este medio, así como sus características para que con la ayuda de una *actividad de aplicación*, sean las asistentes quienes, analicen y comenten los contenidos de las revistas juveniles. Las revistas juveniles ofrecen una excelente oportunidad para trabajar el análisis denotativo y connotativo de los mensajes.

Debido al interés que mostraron las participantes sobre el cómic en la fase piloto, ahora proponemos trabajar en la identificación de sus elementos y la polisemia de las imágenes. Es necesario mostrar el por qué resultan tan atractivos para los hijos (as).

Un tema necesario lo es también el de las novelas semanales, por su cuestionable calidad de contenidos. El abordaje de este tema requiere una buena conducción, pues la práctica nos dice que puede resultar agresiva o adversa para las participantes, el tema es muy útil para reconocer y reflexionar sobre el manejo que se hace de la sexualidad y de los estereotipos de hombre y mujer dentro de este medio.

Por último, mediante una *actividad de reflexión y evaluación*, el grupo reflexionará sobre los contenidos de la sesión y el proceso del grupo.

#### **4.2.4.6. Videojuegos e Internet.**

El desarrollo tecnológico que tuvo lugar en las últimas décadas del siglo pasado, dio lugar al surgimiento de los Videojuegos y la *Internet*. En el caso de los Videojuegos es la compañía ATARI (en 1972) quien lanza al mercado un juego de “*ping-pon*”, seguido por “*Pac-Man*”, siendo estos los juegos pioneros a nivel mundial.<sup>102</sup>

En 1985 NINTENDO lanza un equipo que mejora los elementos rudimentarios del ATARI con “*Mario Bros*”, seguido por equipos como: *Game Boy*, *SEGA*, *Nintendo 64*, *Play Station*, etc. Consolas que conectadas a un televisor o monitor de computadora, y con la ayuda de controles, representaban mundos o situaciones imaginarias, atractivas al jugador.

Estos juegos ocupan gran parte del tiempo libre de los niños, adolescentes y adultos. En 1993, en Gran Bretaña, se registraron tres casos de epilepsia debido al uso de videojuegos. Esta y otras

---

<sup>102</sup> Cfr. ALEJANDRO V. PEÑA y FRANK VIVEROS, “*Educación con los medios*”, SEP, México, 1999, p. 147.

situaciones han provocado que las MPF tengan ciertos prejuicios y mitos con respecto a los videojuegos y su papel en la formación de sus hijos (as). Cabe señalar que este tipo de juegos desarrollan determinadas habilidades al tiempo que deterioran otras (como la imaginación y la creatividad); desarrollan decodificaciones variadas al tener que apretar botones para maniobrar imágenes, hiperactividad motriz y una alta concentración perceptiva.<sup>103</sup>

El objetivo de la sesión destinada a los videojuegos es : Que las Madres y Padres de familia conozcan el lenguaje de los videojuegos, así como las diferentes temáticas o mensajes, que dichos medios abordan.

Para abordar el tema es necesario conocer las percepciones que tienen las MPF sobre los videojuegos. La *actividad de exploración*, les introducirá al tema y se conocerán sus concepciones sobre este tema mediante el análisis de imágenes, para que observen los procesos educativos y los reflexionen.

Nos apoyaremos en una *actividad de exposición* para mostrar cómo los videojuegos cuentan con un soporte audiovisual que los hace tan atractivos ante sus hijos (as). Combina imágenes en movimiento, efectos de sonido casi reales y recrean una atmósfera tan detallada que, impacta por asemejarse a la realidad.

Así mismo, mediante una *actividad de aplicación* los asistentes manipularán estos juegos y reconocerán las temáticas y recursos del lenguaje que utilizan. Reflexionarán sobre los mitos que giran en torno a estos medios y a las posibles ventajas y desventajas de su consumo.

Por último la *actividad de evaluación y autorreflexión* permitirá que el grupo analice los contenidos temáticos y su utilidad.

La *Internet* es la máxima expresión de las nuevas tecnologías ya que, además de ostentar un lenguaje audiovisual, da la posibilidad de acceder a un sin fin de información proveniente de todas partes del mundo y de temáticas igualmente variadas.

La Red está estrechamente vinculada a la computadora y a las telecomunicaciones, pues a través de éstas, es que tiene lugar. Generalmente es vista como una herramienta, dada su utilidad para realizar trabajos con mayor rapidez y mejor presentación y se le reconoce obviamente un carácter educativo o formativo.<sup>104</sup>

En México, el nivel económico de la población no permite que la mayoría cuente con una computadora en casa o con el servicio de *Internet*. Es en las ciudades donde los jóvenes principalmente se acercan a este tipo de medios, a diferencia de sus Madres y Padres, a quienes les cuesta trabajo relacionarse con esta nuevas tecnologías.

---

<sup>103</sup> Cfr. JOSE F. GONZÁLES, *Televisión y juegos electrónicos: amigos o enemigos*, Eos, Madrid, 1999, p. 150.

<sup>104</sup> *Revista Educación para los medios Visión Crítica*, SSED, SEP, Año 1, No. 1, México D.F., Diciembre- Marzo 1998-99, p. 21.

El objetivo de esta temática es: Que las MPF conozcan los lenguajes y los alcances de los servicios de la red. La *actividad de exploración* buscará conocer las percepciones que los asistentes al taller tienen de este medio y si conocen sus posibilidades educativas y de entretenimiento.

Se realizará una *actividad de exposición* para que se conozca el lenguaje y el soporte audiovisual que respalda a la red, la gran cantidad de información a la que se puede acceder, la comunicación en tiempo real a distintas partes del mundo, entretenimiento y recreación; además de los peligros al acceder a páginas sobre pornografía y publicidad, sin la orientación necesaria.

Para que las asistentes dejen de prejuizar a este medio, se realizará una *actividad de aplicación* con la cual tendrán contacto con este medio, situación que para la mayoría de las MPF será nueva, ya que no están familiarizados con estos medios como lo están sus hijos (as); que aunque no cuentan con el equipo necesario en casa acceden a este mediante la renta del mismo (*cibercafé*).

Por último, mediante una *actividad de reflexión* el grupo analizará los contenidos aprendidos durante la sesión, así como la evaluación del proceso y dinámica del grupo.

#### **4.2.4.7. La Comunicación dentro de la familia**

Una temática que surgió de la propuesta piloto, fue la Comunicación intrafamiliar. La comunicación intragrupal puede verse afectada porque sus miembros se relacionan en otros grupos, provocando una inadaptación. En el caso de las familias, además de formar un grupo, sus miembros pertenecen a otros grupos, sobre todo en el caso de los adolescentes quienes por las características de su edad, el grupo de pares es determinante en su vida, dentro de ese otro grupo cumple roles distintos a los que tiene en la familia, lo que en muchas ocasiones provoca problemas en su interior.

La relación padre e hijo es difícil porque en muchas ocasiones no se cuenta con las habilidades que se requieren para comunicarse asertivamente con los demás, lo que deriva en problemas, que afectan las relaciones familiares. Algunas de las causas por las que la comunicación resulta problemática son:

- Referentes distintos: Todas las personas tenemos un referente bajo el cual partimos para entender las cosas. Cada uno de nosotros somos seres únicos. Bajo esta lógica no es difícil entender cómo cada ser humano percibe los mensajes de forma diferente y es por eso que se da uno de los principales problemas de comunicación.
- Vicios en el lenguaje: Las palabras son polisémicas, una misma palabra puede significar muchas cosas y aunado a el uso de modismos, las confusiones de significado aumentan.

- Sobrecarga: Cuando es mucha la información que damos y recibimos, lo que en nuestro papel de emisor nos impide decirlo adecuadamente y como emisores captar toda la idea.
- *Status*: Cuando nos comunicamos con otra personas siempre existe una relación de jerarquía lo cual determina nuestra forma de recibir y captar los mensajes.
- Ruido: Por ruido se entiende todo aquello que impide, empobrece, hace confuso, interrumpe, fragmenta, deforma o altera el mensaje o contenido.<sup>105</sup> En este caso se tomará tanto aquellos aspectos físicos, como psicológicos que deforman la comunicación.

La aplicación piloto evidenció que las MPF requieren mantener una buena comunicación con sus hijos (as) como paso importante en sus relaciones y como una posibilidad de hacer frente a la educación que se recibe de los medios. Las MPF no pueden cambiar los contenidos que se transmiten por los medios, pero si pueden mantener una buena comunicación con sus hijos (as) que permita orientarlos al recibir dichos mensajes.

Por lo tanto el objetivo de este tema (sesión ocho) es: Que las Madres y Padres de familia reconozcan las formas con las que se comunican con sus hijos e hijas; y a partir de esta reflexión, promoverán estrategias para favorecer las competencias comunicativas.

Para esta sesión se buscó involucrar la participación de todos los miembros de familia y se presentan actividades que pueden realizarse dentro del taller o en casa.

Como *actividades de exploración* tenemos, la presentación de una imagen que motive a los asistentes a reflejar y reconocer los principales problemas de comunicación que viven en sus hogares. La *exposición del tema*, abordará elementos de la comunicación interpersonal, así como las principales causas que provocan conflictos al comunicarnos.

En la *actividad de aplicación* retomaremos una de las principales causas que impiden la adecuada comunicación: el referente. Que aunque existen otras la propuesta piloto detectó esta causa como prioritaria. También se sugiere que los asistentes expresen un mensaje positivo que ellos hayan creado en torno a la comunicación familiar, con diversos lenguajes.

Por último se realizará la *autorreflexión y la evaluación*.

#### **4.2.5. Metodología**

La metodología que desde la postura freiriana se propone, se circunscribe a lo que Carlos López, nos dice sobre la noción de taller: “...*metodología participativa es un instrumento excelente para operar en el proceso de enseñanza aprendizaje. Tiene una estructura pedagógica cuyo eje principal está basado en la acción. Nos permite integrar la teoría, la práctica y la reflexión, en*

---

<sup>105</sup> Cfr. LUIS HARO, *Psicología de las relaciones humanas*, Porrúa, México, 2001, p.195.

*un aprender haciendo.*”<sup>106</sup> La realización de esta propuesta taller, recupera la modalidad de educación no formal. Este contempla objetivos claros de aprendizaje, sin ser una propuesta institucionalizada que forme parte de la currícula de alguna institución educativa. La modalidad como taller ofrece una mayor flexibilidad y da la oportunidad de crear alternativas que permitan respetar y aprovechar las características de los destinatarios.

Para desarrollar el taller, hemos tomado elementos derivados de la concepción de Paulo Freire, de ahí que se considere necesario la reflexión (que provoque la toma de conciencia) sobre su situación social y cultural cotidiana. Aceptamos que el ser humano no es un ser acabado, sino un sujeto inconcluso, en constante aprendizaje. Debe entenderse que el educando es por propia naturaleza, un sujeto activo; si se pretende influir en él a través de una acción educativa, deben considerarse en todo momento sus capacidades humanas.

Los educandos son concebidos como sujetos con necesidades que requieren soluciones desarrolladas por ellos mismos, buscando siempre las respuestas a sus problemáticas cotidianas, basándose en el reconocimiento y reflexión de su situación concreta.

Un aspecto esencial en el método de trabajo del taller es partir siempre de las apreciaciones de las MPF sobre las temáticas que se sugieren. Motivándolos constantemente para reflexionar sobre su realidad y, de esta manera, buscar la transformación de la misma.

Buscando traducir las etapas para el desarrollo operativo del taller, adaptamos la metodología creada por Paulo Freire para alfabetizar.

A continuación describimos las cuatro etapas de la metodología, su función e importancia dentro de nuestra propuesta:

- *Etapas de Exploración:* Esta etapa tiene una doble finalidad, conocer las apreciaciones que tienen las asistentes sobre el tema que se va abordar e introducirlos a éste.

Generalmente a través de imágenes se muestra una codificación sobre una situación identificable para que los asistentes, a través de preguntas, expresen sus apreciaciones sobre determinado tema. Resulta importante plantear preguntas que permitan al destinatario explorar y manifestar sus opiniones y motivar a todo el grupo, para que las comente.

En esta etapa se puede favorecer la coincidencia entre las asistentes al comentar, las ideas que dicha imagen les vaya sugiriendo con base en su referente.

Estas apreciaciones que se dan al inicio, son fundamentales ya que son la guía para el desarrollo de la sesión. Al retomarlas se da la oportunidad de adaptar los contenidos y sobre todo hacerlos más significativos para las asistentes.

---

<sup>106</sup> CARLOS LOPEZ, *Talleres, ¿Cómo hacerlos?*, Troquel, Buenos Aires, 1993, p.11.

- *Exposición del tema:* El objetivo de esta segunda etapa es conocer aspectos muy concretos sobre las distintas temáticas, como conceptos claves y formalidades sobre los lenguajes de cada medio. Por lo que el tiempo dedicado a esta etapa es breve.

El desarrollo de esta etapa se apoya en material didáctico. Mediante vídeos se muestran aspectos técnicos sobre los distintos medios. Se pretende que a través de esta exposición, se den herramientas a los participantes para realizar el análisis y reflexión sobre cada una de las temáticas.

Para iniciar, es indispensable retomar los comentarios generados por los asistentes en la etapa anterior y vincularlos con los contenidos que se expondrán; y en caso necesario, modificar la exposición en función de los intereses del destinatario.

Un punto importante que deberá tomarse en cuenta sobre esta etapa, es el tiempo ya que en la aplicación piloto, comprobamos que puede existir la tendencia a que la coordinadora se exceda en la monopolización de la palabra, por lo que resulta importante no perder de vista la intención de esta etapa y los objetivos del taller.

- *Actividad de trabajo:* Esta permite aplicar en situaciones reales y útiles los contenidos o aspectos relevantes que fueron expuestos en la etapa anterior. El taller valora el conocimiento de los asistentes, por lo que, aunque las actividades están sugeridas para cada sesión, éstas pueden ser adaptadas en función del grupo y sus características.

Por lo general estas actividades se apoyan en variaciones del socio drama. En la aplicación piloto, resultaron una excelente alternativa para abordar las temáticas contenidas en el taller, ya que para trabajar aspectos vivenciales fue más significativo verlas representadas; además de que por su espontaneidad y naturalidad este tipo de actividades gustaron a las asistentes.

Si bien el carácter lúdico de las actividades las vuelve entretenidas, se debe mantener siempre una actitud reflexiva en el grupo. Es en esta etapa donde se buscan generar propuestas de solución a las problemáticas planteadas, las cuales se pueden ir anotando en una lámina y retomar en la última sesión. En la aplicación piloto se perdieron de vista muchas soluciones que planteaban las madres, porque no fueron registradas en forma gráfica.

En la propuesta final se presentan distintas actividades para trabajar un mismo tema, esto se hizo con la intención de hacer más flexible el taller, con base en las posibles variaciones o situaciones que pueden generarse (no contar la infraestructura necesaria, el número de participantes y el tiempo).

El tiempo puede convertirse en una dificultad, pues según el grado de participación las sesiones pueden alargarse; por lo que es recomendable administrar los tiempos, proporcionar instrucciones claras e involucrarse en el trabajo de los equipos.

- *Reflexión grupal y autoevaluación:* Esta etapa busca reflexionar en grupo sobre las problemáticas planteadas y sus posibles soluciones, así como realizar una evaluación de los aprendizajes, de la temática abordada y del proceso.

Estas etapas aparecen incondicionalmente en el desarrollo de las sesiones, aunque en la mayoría se mantiene el orden presentado, esta puede variar de acuerdo a la temática y al grupo. Sin embargo, cada etapa da pauta al comienzo de la siguiente. El tránsito de una etapa a otra debe darse de forma natural y con base en la dinámica del grupo, es decir, será el propio grupo quien marque el cómo se va desarrollando cada una de las etapas.

Otro aspecto que debe tomarse en cuenta en el taller, es la creación y mantenimiento de un ambiente cordial que propicie la participación del grupo. Se busca que cada individuo tenga la oportunidad de expresar sus puntos de vista, aunque surjan opiniones opuestas. Se trata de propiciar el debate y la reflexión en torno a sus problemáticas, pero en un ambiente de respeto y apertura.

Promover una comunicación horizontal y bidireccional es un propósito buscado, ya que de esta forma se promueve el aprendizaje grupal. Al utilizar la palabra y ser escuchada por el resto de los participantes, se favorecen las reflexiones en grupo.

Una aspecto importante de la propuesta es que no se plantea como definitiva, sino que se pretende que se reelabore en cada aplicación ya que debe ser adecuada, primeramente, a las características y necesidades de cada grupo de destinatarios. La propuesta ofrece una estructura flexible que permite dicha adecuación.

En este contexto el seguimiento se plantea como un aspecto central en su aplicación, ya que permite valorar el desarrollo del proceso de aprendizaje del grupo y perfeccionar la propuesta.

Consideramos mantener el seguimiento toda vez que se aplique esta propuesta. Para lo cual sería necesario reconocer el valor de los siguientes instrumentos:

- Instrumento de entrada: se pretende conocer las razones por las que asistieron las madres al taller y las expectativas de éste; así mismo como algunas concepciones que tienen sobre la temática, a fin de cotejarse posteriormente con los resultados dados por el cuestionario final y conocer los cambios que se generaron.
- Registro del proceso: Mediante una grabadora o cámara de vídeo conviene registrar toda la sesión; dicha información puede ser analizada posteriormente. Esta herramienta resulta útil ya que permite retomar el desarrollo de la sesión, desde otra perspectiva distinta a la que se tiene cuando se está dentro del proceso (esta herramienta puede suplirse con la observación de alguien que no participe en el proceso).
- Prueba al término de cada sesión: al concluir cada sesión se puede destinar un breve espacio para revisar los aspectos más significativos de la vivencia, al abordar cada uno de los temas.



Este momento sirve también para evaluar el proceso de aprendizaje, el desenvolvimiento de los participantes, los materiales, etc., y la sesión en general.<sup>107</sup>

- Prueba de evaluación al final: se realiza al término del taller con la finalidad de realizar una recopilación de lo más significativo que se vivió; además de conocer la percepción final que los destinatarios tienen.

#### 4.2.6. Conducción

La conducción es una actividad clave en la aplicación del taller, ya que debe favorecer su óptimo desarrollo.

El taller deberá ceñirse lo más posible a la metodología freireana. Así, el educador es un facilitador o guía, y no un poseedor y único depositario de conocimientos. Deberá respetar la naturaleza del ser humano, reconocer y desarrollar sus potencialidades, motivarlo a la reflexión y análisis de sus prácticas como una vía para la modificación de las mismas. Recordemos a Freire quien a propósito dice *“la reflexión crítica sobre la práctica se torna una exigencia de la relación teoría / práctica sin la cual la teoría puede convertirse en palabrería y la práctica en activismo”*.<sup>108</sup>

Uno de los propósitos de la propuesta es no dar soluciones, sino promover las herramientas necesarias para desarrollarlas por sí mismos; por ello, el respeto y la consideración en todo momento de las concepciones del grupo son una condición innegable.

El conocimiento sobre las temáticas, es necesario, pero particularmente, se deberá propiciar un ambiente de igualdad basado en el diálogo, por lo que la figura del EMIREC<sup>109</sup> constituye, una aspiración para favorecer la comunicación.

Freire señalaba en una de sus últimas obras que *“quien enseña aprende al enseñar y quien aprende enseña al aprender,”*<sup>110</sup> quizá por eso para la transformación sea una condición el respeto en los grupos para escucharse.

Por tanto el educador-facilitador deberá cuidarse de no caer en la educación tradicionalista, abusando de la palabra; todo lo contrario, procurará tener control sobre su papel, permitiendo

---

<sup>107</sup> En la fase piloto se les entregaba un cuestionario al término de cada sesión con una extensión de no más de 10 preguntas, salvo el cuestionario de la sesión final que por abarcar todos los temas es más extenso. Es recomendable dedicarle los últimos minutos de la sesión para responder estos cuestionarios, ya que cuando se les permitió por cuestión de tiempo llevarse los a contestar a casa hubo madres que después de dos sesiones la entregaron y quienes la extraviaron.

<sup>108</sup> P. FREIRE, *op. cit.*, p.24.

<sup>109</sup> *Cfr. Supra.*, p.38.

<sup>110</sup> P. FREIRE, *op. cit.*, p.25.

que fluya el diálogo de los educandos. Esta fue una de las experiencias más enriquecedoras al pilotear la propuesta ya que, desde un principio, se buscó reducir el tiempo de las conductoras.

La dosificación del tiempo para las exposiciones ahora es un criterio importante. En la medida de lo posible, deberá ser más amplio para que las MPF opinen, analicen y generen soluciones.

De hecho la última sesión esta destinada casi en su totalidad a la recopilación, organización y análisis de las propuestas que las MPF generaron durante el desarrollo del taller. Nuestra sugerencia es que los asistentes, pueden ser quienes opinen, pregunten y encuentren las soluciones a los problemas relativamente comunes y cotidianos a los que se enfrentan con sus hijos e hijas adolescentes.

Paulo Freire en su libro *Pedagogía de la Autonomía: saberes necesarios para la práctica educativa*, señala algunas habilidades que nos parece, podrían dar una idea sobre la conducción deseable:

- Disponibilidad para el diálogo. Mantener un modelo de comunicación bidireccional permanente, donde alumno y educador expongan sus puntos de vista; sin que ninguna de las partes monopolice los comentarios o la reflexión, buscando siempre la igualdad de condiciones.
- Saber escuchar. El educador debe no sólo escuchar literalmente lo que el educando expone, sino también lo que puede entenderse entre líneas o los significados no tan evidentes que tienen sus comentarios y/o reflexiones.
- Compromiso. El educador tiene que estar comprometido con su profesión y su función, así como con los objetivos del taller para poder guiar al grupo en la transformación de sus prácticas.
- Curiosidad. El educador tiene que tener la inquietud de conocer más sobre un tema para poder despertar la curiosidad en el educando y este exponga sus propias problemáticas y busque soluciones.
- Buen juicio. Para saber cuándo retomar, limitar o extender tiempos de exposición o análisis sobre cualquier tema, así como la modificación de alguna actividad.
- Respeto por los saberes del alumno. Partir de las consideraciones del alumno, de su propia realidad y de sus referentes sobre las distintas temáticas. No considerarse como el único poseedor de conocimientos durante el proceso de enseñanza- aprendizaje.
- Actitud crítica. Cuestionar las apreciaciones o comentarios del grupo con el único fin de problematizarlos y hacer análisis más profundos sobre las temáticas y situaciones identificadas.
- Reflexión crítica sobre la práctica. Cuestionar no sólo el desarrollo del grupo, sino también sus prácticas, con la finalidad de modificarlas.
- Aprehensión de la realidad. Toda reflexión o análisis tiene que ser basada en la realidad, ya que ésta es la que se pretende modificar; no se puede problematizar algo inexistente ya que resultaría poco práctico. El educador tiene que conocer la realidad del grupo, que se comentará, analizará y modificará a lo largo del taller.

- La convicción de que el cambio es posible. Si el educador no está convencido de que con su labor es posible un cambio tanto de sus practicas como las del grupo, resulta inútil todo el trabajo como conductor de un proyecto en el que ni él mismo cree.<sup>111</sup>

Algo que no debe perderse de vista en ningún momento es que se trabaja con seres humanos, con habilidades y características que no siempre son tomadas en cuenta, y que para promover un cambio en las prácticas del grupo, es necesario un cambio de las propias; tener la calidad moral para guiar al grupo en su transformación

#### 4.2.7. Materiales Didácticos

A través de la experiencia piloto pudimos definir los materiales necesarios para apoyar la propuesta. No se pretende que los materiales didácticos sean un fin en sí mismo, sino, un soporte que permita abordar las distintas temáticas. En general los materiales deben ser utilizados para:

- Explorar las concepciones de los destinatarios. A través de codificaciones presentadas en distintos lenguajes<sup>112</sup> (en su mayoría visuales), que representen aspectos cotidianos de los asistentes. A través de ellas se promueve el reconocimiento de su realidad y su percepción sobre está.
- Exponer las temáticas. Estos materiales sirven como apoyo a las exposiciones de las coordinadoras, como son: láminas, vídeos sobre la producción de televisión, telenovelas, noticieros y radio.
- Reflexionar y abordar las distintas temáticas. Se requiere de gran variedad de materiales, tales como: video grabación de un segmento de una película y una telenovela, audio grabación de comerciales y canciones, diversos medios impresos (revistas diversas, periódico, comic y novela semanal), juegos de mesas y videojuegos. Estos apoyos didácticos permitirán que los asistentes trabajen los contenidos que se vayan abordando durante el taller.

Cabe señalar que un mismo material puede ser utilizado para distintos fines, ello dependerá del desarrollo del proceso educativo.

También resulta necesario contar con materiales de soporte técnico, como: radio, televisión, video casetera, y computadora. Cuando aplicamos la propuesta piloto se tuvo la fortuna de contar con infraestructura suficiente para poder desarrollar el taller. Si se está hablando de MMC lo ideal sería contar con la tecnología necesaria para abordarlos, pero no como parte de una corriente de Tecnología Educativa,<sup>113</sup> sino como recursos materiales que permitan cumplir con los objetivos establecidos. Sin embargo, el proceso de aprendizaje y las construcciones que el educando realice sigue siendo lo más importante para el desarrollo del taller.

---

<sup>111</sup> *Ibid.*, pp.31-110.

<sup>112</sup> *Cfr. Supra.*, p. 52.

<sup>113</sup> *Cfr. Supra.*, p. 36.

Se sabe que no siempre se puede contar con la infraestructura necesaria, por esta razón, se elaboraron actividades alternativas que permitieron abordar el tema, sin necesidad de contar con una computadora, por ejemplo.<sup>114</sup>

#### 4.2.8. Alcances y Limitaciones de la Propuesta

Nuestra propuesta de ninguna manera pretende ser rígida, por el contrario, se exhorta al coordinador que la aplique la flexibilidad para trabajarse con base en las necesidades de cada grupo. Es por eso que algunas actividades presentan una alternativa, para que en caso de que las características del grupo o el lugar donde se lleve a cabo el taller no permita realizarlas, se sustituyan las contempladas originalmente (por ejemplo, el contar o no con el equipo requerido como video, televisión, grabadora, computadora, *Internet*, etc). Aunque la propuesta puede verse limitada, si no se cuenta con los recursos ni la infraestructura básica.

También es importante crear material didáctico para el taller atendiendo a los destinatarios, como sería la realización de videos que reflejen los intereses y problemáticas de éstos. Sin embargo esto será una tarea pendiente, por el momento.

Una de las dificultades que habrá que superarse es, sin duda, la poca atención de las MPF a este tipo de cursos. Por tanto, se requiere hacer una invitación constante y amplia en donde se exponga la importancia de educarse para los medios, ya que ésta es desconocida para ellos. La escuela debería involucrar a las MPF en la formación de sus hijos (as). Sin embargo existe un desinterés por parte de estos centros educativos, lo que limita el desarrollo de este tipo de propuestas.

Este taller surge como una respuesta a un problema que se presentaba en una escuela secundaria específica. Sin embargo, consideramos que ésta puede ser aplicado en otras escuelas o en asociaciones en donde exista un interés o inquietud sobre los Medios Masivos de Comunicación.

La propuesta tiene la posibilidad de lograr que las MPF:

- Reconozcan que el diálogo no es la única forma de comunicación, importante.
- Valoren la acción educadora que los MMC ejercen sobre los espectadores que los consumen.
- Reflexionen críticamente sobre el consumo que hacen de los MMC.
- Favorezcan un acercamiento con los MMC que permita su desmitificación
- Sean conscientes de su papel como educadores y mediadores al interior de la familia, pues son ellos quienes inculcan en sus hijos e hijas formas de consumo de los MMC.
- Fomenten el desarrollo de habilidades comunicativas.

La propuesta podría lograr mayor alcances si se incluye a los hijos e hijas en el mayor número de sesiones posibles (o por lo menos para las sesiones 3, 7 y 8, así como en la sesión de clausura).

---

<sup>114</sup> Cfr. *Infra.*, Apéndice III, p. 170.

Existe un trabajo de investigación y construcción que sustenta este trabajo. Se trato de recuperar todas las experiencias que desarrollamos a lo largo del taller, como son: el diagnóstico y la prueba piloto. A través de ellas pudimos comprobar los aciertos y errores en los contenidos, metodología, conducción y difusión. Sabemos que de ninguna manera esta propuesta esta totalmente acabada, pues conforme se lleve a cabo, esta se ira modificando.

Reconocemos que este esfuerzo, requiere de apoyo económico e institucional para lograr llegar a un número importante de personas, sin que quede como una propuesta aislada. Sin embargo creemos que su aportación es un taller que promueve un proceso educativo en donde el educando y educador aprende juntos, un espacio de opinión y reflexión para las MPF, quienes tienen la posibilidad de transformar sus concepciones y buscar una mejor forma de relacionarse con los MMC.

## CONCLUSIONES

La vida actual, sobre todo en las grandes ciudades como la nuestra, presentan un bombardeo constante de información proveniente de los Medios Masivos de Comunicación, ocupando tiempo importante en la vida de la población.

Si consideramos estas características de la sociedad actual, existe una importante necesidad de educarse para los medios, especialmente las Madres y Padres, ya que como nos hemos percatado, si alguien en la familia ejerce una verdadera y sólida influencia sobre sus hijos e hijas, son ellos mismos.

Si bien los medios masivos de comunicación educan, son las Madres y Padres de familia quienes en gran medida determinan la forma en que la familia se relacionará con estos medios. Pero, también son ellos quienes tienen la capacidad de modificar sus prácticas de consumo cultural y por ende mediar sobre las de sus hijos (as).

Consideramos que la Educación para los Medios debe ocuparse en involucrar a este sector en sus propuestas. Aunque en México no existe un movimiento fuerte en este sentido, esto no impide que se manifiesten propuestas que contemplen a las Madres y Padres de familia. El propósito es claro: lograr un cambio intrínseco en las relaciones y consumo que las familias hacen de los Medios Masivos de Comunicación. Aún hace falta sistematizar los esfuerzos aislados que se han creado para estos destinatarios y consideramos que puede ser a través de la escuela como puede cubrirse esta necesidad.

En el desarrollo de esta experiencia, corroboramos la posibilidad de que las MPF reflexionarán en grupo sobre sus prácticas de consumo y se dieran cuenta del poder educativo que los medios ejercen sobre sus hijos e hijas.

Sin embargo, hay que resaltar que una de las problemáticas a las que nos enfrentamos fue el desinterés de educarse para los medios. Problema complicado, pues por un lado, ellos mismos realizan un consumo indiscriminado de los Medios Masivos de Comunicación, ya que los miran como una posibilidad de entretenimiento y descanso; y por el otro, la situación socioeconómica de nuestra población, los obliga a dedicar mayor tiempo y atención a solucionar necesidades prioritarias, como el tener una vivienda, alimentarse, vestirse, etc; bajo esta condición no hay tiempo ni interés para atender aspectos como la influencia de los medios.

Sabemos que las Madres y Padres de Familia no muestran un interés natural por este tipo de proyectos, sin embargo, no significa que no sea necesario desarrollarlos. Existiendo siempre la posibilidad de interesarlos. Por lo que resaltamos la necesidad de que la escuela se involucre en la formación de este sector, en éste y otros temas. Y que no sólo sean llamados para obtener de ellos ingresos económicos o para recibir quejas sobre la conducta de sus hijos e hijas ya que esto propicia que las MPF no se asuman como los principales formadores y delegan esta importante responsabilidad a la escuela.

Legalmente existe la Asociación de Padres de Familia. El objeto y contribuciones de esta organización son variadas, y sin embargo, según nuestra experiencia, esta participación es

reducida al aspecto económico, en donde la Asociación constituida no siempre representa los intereses de las Madres y Padres de la escuela, sino que es una expresión de las necesidades materiales que las autoridades de la escuela determinan. Efectivamente el reglamento que rige esta asociación, señala la participación de éstos para el mejoramiento de la institución, pero no es su única función, ya que también promueve el trabajo conjunto de la comunidad escolar y colaborar en programas de educación de adultos que permitan mejorar la vida familiar.

Por tanto, es la institución escolar quien tiene como responsabilidad promover aprendizajes en las Madres de Padres de familia, que les permitan dar continuidad a sus proyectos pedagógicos y que ayuden a mejorar su vida personal. Es la escuela quien puede desarrollar una conciencia de participación más allá de lo económico. Si constantemente son llamados sólo para la cooperación económica o para que reprendan a sus hijos (as) por su conducta, se refuerza su papel como proveedores y represores. En cambio, si la escuela les proporciona herramientas para aprender nuevas cosas y se preocupa por involucrarlos en el proceso educativo de sus hijos(as), desempeñarán un mejor papel como formadores y educadores fomentando con esto su desarrollo personal y familiar.

Éste es uno de los retos que deben plantearse las personas que fomentan la Educación para los Medios. Se tiene que lograr captar la atención de las autoridades escolares y de las MPF, para que asistan y reflexionen sobre la relación que establecen con los MMC y cómo pueden utilizarlos para beneficiar y no perjudicar su vida cotidiana.

Es importante que como pedagogas nos preocupemos por un problema que influye en todos los niveles educativos tanto dentro como fuera de la institución escolar. Es labor de la pedagoga (o), como profesional de la educación, interesarse por responder a problemáticas sociales concretas y urgentes como lo es el “bombardeo de informativo” que diariamente realizan los distintos medios. Consideramos que esta profesión, sin lugar a dudas tiene un campo importante de intervención dentro de la institución escolar, pero que también tiene la posibilidad de ir más allá de ésta.

Todo propuesta de intervención pedagógica que se genere resultará más fructífera en la medida que responda a necesidades y características concretas de la población a la que se dirige, por tanto, es de vital importancia que la pedagoga (o) antes de aplicar una propuesta como la que desarrollamos en este documento, tenga conocimiento sobre el sujeto educativo y las problemáticas que presenta.

Un aspecto que no podemos perder de vista como profesionales de la educación es lograr aprendizajes significativos. Por lo que, resulta importante partir de la apreciación de los destinatarios. Es decir, se debe reconocer las situaciones concretas de las Madres y Padres de familias, de sus problemáticas, inquietudes y necesidades para asegurar no sólo contar con su interés y participación, sino también que este proceso les resulte útil para su vida cotidiana.

Al Educar para los Medios a este sector, se les proporcionan herramientas para que reflexionen y modifiquen sus prácticas de consumo; pero al favorecer una conciencia, se está promoviendo la formación de un ciudadano participativo que al darse cuenta de su situación, tiene la posibilidad de actuar para transformarla. En esta lógica, la Educación Para los Medios con estos destinatarios bien puede ser entendida como parte de la educación permanente.

Es decir, la EPM promueve aprendizajes sobre un tema en específico, sin embargo, es también una posibilidad de inculcar a las Madres y Padres de familia, el interés de reflexionar y conocer sobre diversos aspectos que influyen sobre su vida cotidiana. Puede generar el interés de la persona por continuar formándose por este sector a lo largo de su vida.

Consideramos por tanto que la EPM dirigida a este sector debería impulsar lo siguiente:

1. Reconocer los referentes que tienen las madres y padres de familia en relación con los nuevos contenidos de aprendizaje.
2. Que los contenidos sean significativos y funcionales para las Madres y Padres.
3. Estimular el diálogo a fin de practicar la tolerancia, la reflexión, la crítica y la construcción del conocimiento.
4. Promover la reflexión sobre sus problemáticas a fin de que los Padres y Madres de familia creen sus propias soluciones y las lleven a cabo.

No debe pretenderse dar soluciones mágicas o recetas útiles, sino promover la generación de sus propias soluciones. En este entendido, el proceso es responsabilidad del educando y educador. Por tanto el papel del educador será de guía que promoverá los ambientes adecuados para desarrollar el taller.

Por último, reconocemos que la EPM, además de dar a las Madres y Padres de familia herramientas para reflexionar sobre sus prácticas de consumo y promover su modificación a través de una recepción crítica y selectiva, debe favorecer las habilidades comunicativas, que promuevan buenas relaciones dentro de la familia. Ya que de nada sirve que las MPF tengan todas las herramientas para relacionarse de manera más sana con dichos medios, sino tienen la posibilidad de relacionarse y comunicarse adecuadamente con sus hijos (as). Esta condición imposibilita la oportunidad de establecer canales de comunicación que les permitan orientarlos en los temas que los medios generalmente distorsionan impidiendo también, una adecuada comunicación familiar, factor indispensable para el desarrollo positivo de todos sus miembros.



## BIBLIOGRAFÍA

### I. LEGISLACIÓN CONSULTADA:

Reglamento de Asociación de padres de familia, Subsecretaría de Servicios Educativos para el D.F., SEP, México, 2002.

### II. PUBLICACIONES PERIÓDICAS:

*Educación para los medios. Visión Crítica*, (Revista de la Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal), SEP, Año 1, No. 1, México D.F., Diciembre- Marzo 1998-99.

*Educación para los medios. Visión Crítica*, (Revista de la Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal), SEP, Año 1, No. 2, México, Abril-Junio de 1999.

*Educación para los medios. Visión Crítica*, (Revista de la Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal), SEP, Año 2, No. 3, Diciembre-Marzo, de 1999-2000.

*Revista del Consejo Nacional Técnico de la Educación*, SEP, No. 54, Diciembre, 1998.

### III. OBRAS CONSULTADAS:

ACEVEDO, Alejandro, *Aprender jugando*, Tomo 2, Limusa, México, 1983.

AGUILAR, María José, *Como animar a un grupo*, CCS, Madrid, 2000.

ALONSO, Aurora, *Educación para los medios: reconstrucción teórica y análisis de una experiencia*, tesis, UNAM, Facultad de Filosofía, Mayo, 2000.

ALONSO Aurora y LUVIANO, Guadalupe, *Comunicación y Educación*, Fascículo 1, UPN-ILCE, México, 1996.

APARICI, Roberto, *La educación para los medios de Comunicación*, UPN-ILCE, México, 1996.

ARÉVALO, Javier, *Imágenes visuales I y II*, Fascículos 5 y 6, UPN-ILCE, México, 1996.

ASOCIACIÓN A FAVOR DE LO MEJOR, *Manual de recepción activa y crítica. En los medios a favor de lo mejor. Selecciona lo que ves lo que oyes y lo que lees*, Asociación a favor de lo mejor A.C., México, 1998.

AUSUBEL, David. *Psicología Educativa: un punto de vista cognoscitivo*, Trillas, México, 1978.

CENECA, *Educación para la Comunicación. Manual Latinoamericano de Educación para los Medios de Comunicación*, CENECA, Santiago, 1992.

CHARLES, Mercedes, *Programa de Educación para los Medios, Guía del televidente para padres de familia*, Vol. I, ILCE, México, 1999.

CHARLES, Mercedes y OROZCO, Guillermo, *Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios*, Trillas, México, 1990.

ERIKSON, Eric, *Identidad, juventud y crisis*, Paídos, Buenos Aires, 1971.

ESCOBAR, Samuel, *Paulo Freire: Una pedagogía latinoamericana*, Kyrios, México, 1993.

ESCUADERO, Teresa, *Lenguajes*, Fascículo 2, UPN-ILCE, México, 1996.

FREIRE, Paulo, *¿Extensión o Comunicación?, La concientización en el medio rural*. siglo XXI, México, 1997.

\_\_\_\_\_ *La educación como práctica de la libertad*, siglo XXI, México, 1969.

\_\_\_\_\_ *Pedagogía de la autonomía: Saberes necesarios para la práctica educativa*, siglo XXI, México, 1999.

\_\_\_\_\_ *Pedagogía de la esperanza*, siglo XXI, México, 1999.

\_\_\_\_\_ *Pedagogía del oprimido*, siglo XXI, México, 1969.

FRITZEN, Silvino, *70 ejercicios prácticos de dinámica de grupo*, Salterrae Santander, España, 1988.

GADOTTI, Moacir, *Historia de las ideas pedagógicas*, siglo XXI, México, 1998.

GARCÍA, Dora, *Metodología del trabajo de investigación*, Trilla, México, 1988.

GARCIA, Nohemy, *Educación Mediática: el potencial pedagógico de las nuevas tecnologías de la comunicación*, SEP-UPN-Miguel Ángel Porrúa, México, 2000.

GARCÍA, Sarah y RAMOS, Luciana, *Medios de comunicación y violencia*, Instituto Mexicano de Psiquiatría, México, 1994.

GONZÁLES, José, *Televisión y juegos electrónicos: amigos o enemigos*, Eos, Madrid, 1999.

GUTIÉRREZ, Francisco, *Pedagogía de la comunicación en la educación popular*, Quinto Centenario, Madrid, 1993.

- HARO, Luis, *Psicología de las relaciones humanas*, Porrúa, México, 2001.
- HERNÁNDEZ, Gregorio, *Implicaciones educativas del consumo cultural en adolescentes de Neza ¿Más turbados que nunca?*, tesis, CINVESTAR-IPN, Octubre, 1994.
- JEREZ, Talavera Humberto, *Pedagogía esencial para usted que enseña*, Jertalhum, México 1997.
- KAPLÚN, Mario *A la educación por la comunicación. La práctica de la comunicación educativa*, Santiago de Chile, UNESCO/OREAL, 1992.
- LEÓN, Rafael, *Educación para los medios: una propuesta constructivista para el Colegio de Bachilleres*, tesis, UIA, México, D.F., 1998.
- LÓPEZ, Carlos, *Talleres: ¿Cómo hacerlos?*, Troqvel, Argentina, 1993.
- NARTINIANO, Víctor y otros, *Didáctica general. Manual introductorio*, ANUIES, México, 1992.
- NOYOLA, Antonio, *Imágenes sonoras*, Fascículo 4, UPN-ILCE, México, 1996.
- MARTÍNEZ, Irene, *Alfabetización audiovisual*, Fascículos 7, UPN-ILCE, México, 1996.
- MEJIA, Rojas Benito, *Socio didáctica I: Técnicas y prácticas dinámicas*, Progreso, México, 1989.
- MUSS E. Rolf, *Teoría de la adolescencia*, Paidós, México, 1997.
- OROZCO, Guillermo, *Programa de Educación para los Medios, Guía del televidente para padres de familia*, Vol. II, ILCE, 1999 .
- OROZCO, Guillermo, Año 2000: odisea de los medios de comunicación, Fascículo 9, UPN-ILCE, México, 1996.
- \_\_\_\_\_ *Televisión y Audiencias. Un enfoque cualitativo*, UIA, Madrid, 1996.
- PAIN, Abraham, *Educación Informal. Potencial educativo de las situaciones cotidianas*, New visión, México, 1987.
- PALACIOS, Jesús, *La cuestión escolar: Críticas y alternativas*, Laia, S.A., México, 1999.
- PANZA, Margarita, *Operatividad de la Didáctica*, Gernika, tomo 2, México, 1997.
- PAREJO, José, *Comunicación no verbal y educación. El cuerpo y la escuela*, Paidós, Barcelona, 1965.

PEÑA, Alexandrov y VIVEROS , Frank , *Educación con los medios, La radio en la escuela, La tv y escuela ¿Amigos y/o enemigos?*, SEP, México, 1999.

PEÑA, Alexandrov y VIVEROS , Frank, *Guía para padres*, 1. “Comunicación familiar... y medios”, 2. “El Cómic: Héroe o Villano”, 3. “Del bolero al Hip Hop ...la radio que nos tocó vivir.....”4. “Antes, durante y después de ver Televisión” y 5. “Mitos y ritos de los videojuegos” SEP, México, 1999.

PÉREZ, Samuel, *Paulo Freire: Educación e Ideología.*, Toma y Lee editorial , México, 2001.

SÁNCHEZ, Adolfo, *La filosofía de la praxis*, Grijalbo, México, 1967.

SÁNCHEZ, Elena, *Recepción*, Fascículo 8, UPN-ILCE, México, 1996.

SÁNCHEZ, Roberto, *¡Toma el control!. Guía práctica para aprovechar los medios de comunicación en familia*, Jertalhum, México, 1999.

SARRAMONA, Jaime, *Comunicación y Educación*, Ceac, España 1988.

SARTORI, Giovanni, *Homo videns. La sociedad teledirigida*, Tarus, México, 1998.

TOUSSAINT, Florence, *Crítica de la información de masas*, Trillas, México, 1990.

TRILLA, Bernet Jaime, *La educación fuera de la escuela, ámbitos no formales y educación social*, Ariel, S.A., México, 1996.

UNESCO, *La educación en materia de comunicación*, UNESCO/ REAR, México, 1984.

VALDÉZ, Guadalupe, *Imágenes de la realidad*, Fascículo 3, UPN-ILCE, México, 1996.

WATZALAWICK, Paul, *Teoría de la comunicación humana*, Herder, Barcelona, 1989.

#### IV. OTRAS FUENTES CONSULTADAS:

DICCIONARIO DE LA LENGUA ESPAÑOLA, Real Academia Española, décimo novena edición, tomo II.

VIVEROS, Frank *Políticas de Formación de profesores en la Educación para los Medios en la Ciudad de México*, México, 2000.

<http://www.inegi.org.mx>.

<http://noticias.cablevision.com.mx>.

<http://www.reforma.com.mx>.

<http://sky.com.mx>.

## **APÉNDICE I**

Instrumento diagnóstico, cuestionario de entrada de la primera sesión y de salida de todas las sesiones.

## **APÉNDICE II**

Cartas descriptivas de la propuesta piloto: **“Educación para los Medios dirigido a Madres y Padres de familia”**

## **APÉNDICE III**

Cartas descriptivas de la propuesta final: **“¡Que no te controlen los medios!”**



APÉNDICE I

**Lic. Pedagogía.**  
**“Propuesta de Educación para los Medios para Madres y Padres de Familia”**

**CUESTIONARIO DIAGNÓSTICO**

El presente cuestionario tiene como fin conocer el consumo cultural de las familias, que tienen algún hijo (a) en la Escuela Secundaria Diurna “Josefa Ortiz de Domínguez”, turno vespertino. La información recibida servirá para diseñar un curso de Educación para los Medios.

Su opinión es importante, por lo cual le solicitamos responder las preguntas que a continuación se exponen.

Nombre del padre o madre: \_\_\_\_\_ Edad: \_\_\_\_ años.

Domicilio \_\_\_\_\_ Tel. \_\_\_\_\_

**I. Información Socioeconómica.**

1. Marque con una “X” el último nivel de estudios de la madre y el padre de familia.

Nivel de Estudios	Padre	Madre
Primaria incompleta		
Primera completa		
Secundaria incompleta		
Secundaria completa		
Preparatoria incompleta		
Preparatoria completa		
Carrera Técnica incompleta		
Carreta Técnica completa		
Carrera Universitaria incompleta		
Carrera Universitaria completa		
Otra. Especifique		

2.Ocupación actual del Padre \_\_\_\_\_

3.Ocupación actual de la Madre \_\_\_\_\_

4. Con fines meramente estadísticos marque con una “X” la opción que más se acerque al ingreso mensual familiar.

600-1000	1000-2000	2000-3000	3000-4000	4000-5000	5000 o más

NOTA: PARA LAS SIGUIENTES PREGUNTAS SE RECOMIENDA QUE SEAN CONTESTADAS POR TODOS LOS MIEMBROS DE LA FAMILIA.

**II. Información sobre el consumo cultural.**

1. Marque con una “X” el número de televisores que hay en su casa:

1 \_\_\_ 2 \_\_\_ 3 \_\_\_ 4 \_\_\_ 5 \_\_\_ Más de cinco \_\_\_

2. Marque con una “X” cuántas horas permanece prendida la Televisión al día.

Menos de 1 hr. \_\_\_ 1 hr. \_\_\_ 2 hrs. \_\_\_ 3hrs. \_\_\_ 4hrs. \_\_\_ 5hrs o más. \_\_\_

3.Llene la siguiente tabla, guiándose por el ejemplo.

Miembro de la Familia	Anote las Horas que ve la televisión al día	Anote que programas ve	Anote los canales donde los ve
<b>Ejemplo: Hijo</b>	4 hrs.	Pokémon, Batman del Futuro, El Chavo y Bizbirije.	2,5 y 11
<b>Madre</b>			
<b>Padre</b>			
<b>Hijo</b>			
<b>Hija</b>			
<b>Otro</b>			

4. Llene la siguiente tabla, guiándose por el ejemplo.

Miembro de la Familia	Horas que escucha la radio al día	Anote los Programas o tipo de música que escucha	Anote la estación que acostumbra escuchar
<b>Ejemplo: Madre</b>	4 hrs.	Mariano en las mañanas, Esencia de mujer y en general música romántica.	Estéreo Joya e Inolvidable .
Madre			
Padre			
Hijo			
Hija			
Otro			

5. Llene la siguiente tabla, guiándose por el ejemplo.

Miembro de la Familia	Anote las revistas que acostumbre leer	Anote las veces a la quincena que la lee	Anote los periódicos y la sección que lee	Veces a la la quincena que la lee
<b>Ejemplo: Padre</b>	Selecciones y el Tele Guía	1 vez por quincena	El Universal Política y Deportes	Cada tercer día
Madre				
Padre				
Hijo				
Hija				
Otro				

6. Llene la siguiente tabla, guiándose por el ejemplo.

Miembro de la Familia	Número de libros que lee al mes	Título del libro
<b>Ejemplo: Hija</b>	1 al mes	“El Principito”
Madre		
Padre		
Hijo		
Hija		
Otro		

7. Llene la siguiente tabla, guiándose por el ejemplo.

Miembro de la Familia	Anote las veces que va al cine al mes	Anote las últimas Películas que haya visto aunque no halla sido en el cine	Anote el género Preferido(drama, comedia, etc)
<b>Ejemplo: Hijo</b>	2	La momia regresa y Drácula 2001	Acción y suspenso
Madre			
Padre			
Hijo			
Hija			
Otro			

8. En caso de no ir al cine, explique por que:

---

9. Llene la siguiente tabla, guiándose por el ejemplo.

Miembro de la Familia	Anote el número de veces que asiste al teatro por año	Anote el título de las últimas obras de teatro a las que asistió	Anote el género teatral que prefiera (comedia, drama, musical, etc)
<b>Ejemplo: Hija</b>	1	Vaselina	Musical
Madre			
Padre			
Hijo			
Hija			
Otro			

10. Anote la misma información sobre otro medio de comunicación que use habitualmente (videojuegos, cómic, fotonovela, etc.):

Miembro de la Familia	Número de veces que lo consume al mes	Especifique el medio o medios
Madre		
Padre		
Hijo		
Hija		
Otro		

11. Marque con una "X" la respuesta de la siguiente pregunta. Cuando Pensamos en la Televisión, ¿qué es lo primero que se nos viene a la mente?

Opciones	Un programa	Un personaje	Un rato de descanso	Un momento de diversión	Una oportunidad de estar reunidos	Un buen Pretexto para no hablar entre nosotros	Otras
Ejemplo:	X			X			
Madre							
Padre							
Hijo							
Hija							
Otro							

12. Veo la televisión ¿porqué?:

Opciones	Me gusta	No tengo nada mejor que hacer	Me relaja	Me divierte	Por que es fácil	Conozco cosas nuevas	Otras
Ejemplo:	X	X					
Madre							
Padre							
Hijo							
Hija							
Otro							

13. Escucho la radio ¿por qué?

Opciones	Me gusta	No tengo nada mejor que hacer	Me relaja	Me divierte	Por que es fácil	Para sentirme acompañado(a)	Otras
Ejemplo:	X	X					
Madre							
Padre							
Hijo							
Hija							
Otro							

14. Leo algún periódico o revista ¿por qué?

Opciones	Me gusta	No tengo nada mejor que hacer	Me relaja	Me divierte	Por que es fácil	Conozco cosas nuevas	Otras
Ejemplo:	X	X					
Madre							
Padre							
Hijo							
Hija							
Otro							



15. ¿En algún momento comentan lo que opinan sobre un programa que les guste o desagrada, con algún miembro de su familia?

Miembro de la familia	SI	NO	AVECES
<b>Ejemplo</b>			X
Madre			
Padre			
Hijo			
Hija			
Otro			

16. ¿Como Padre o Madre de familia usa a la Televisión como premio o castigo en la conducta de sus hijos?

Miembro de la familia	SI	NO	AVECES
<b>Ejemplo</b>			X
Madre			
Padre			

17. ¿Imponemos nuestros propios gustos televisivos a nuestros hijos?

Miembro de la Familia	SI	NO	AVECES	NO SE
<b>Ejemplo</b>			X	
Madre				
Padre				

18. La manera en la que generalmente ven la televisión en su casa es:

Miembro de la Familia	Individual: cada quien sus programas	Colectiva: todos el mismo programa
<b>Ejemplo</b>		X
Madre		
Padre		
Hijo		
Hija		
Otro		

19. Marque con una "X" los servicios con los que cuenta.

Miembro de la Familia	Computadora en su casa	Renta o préstamo De una computadora	Internet en su casa	Renta o préstamo del servicio de Internet
<b>Ejemplo</b>	X			X
Madre				
Padre				
Hijo				
Hija				
Otro				

En el siguiente cuadro evalúe colocando una "X" en la calificación que le otorga a los canales ahí mencionados.

20. Cuadro para la Madre:

Calificaciones	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	NO SE
Canal 2					
Canal 4					
Canal 5					
Canal 7					
Canal 9					
Canal 11					
Canal 13					
Canal 22					
Canal 28					
Canal 40					
Otro canal (especifique cual)					

21. Cuadro para el Padre:

Calificaciones	MALO	REGULAR	BUENO	EXCELENTE	NO SE
Canal 2					
Canal 4					
Canal 5					
Canal 7					
Canal 9					
Canal 11					
Canal 13					
Canal 22					
Canal 28					
Canal 40					
Otro canal (especifique cual)					

22. ¿Qué opina de la música que escuchan sus hijos(as)?

\_\_\_\_\_

23. ¿Qué le gustaría saber sobre la televisión, la radio, las revistas, los periódicos o cualquier otro medio de comunicación?

\_\_\_\_\_

24. Si pudiera asistir a un curso sobre Educación para los Medios destinado a Madres y Padres de Familia ¿En qué horario y días podría hacerlo?

Marque con una "X" la opción que más le convenga de las que a continuación se le presentan.

HORARIO	De 4:00 a 6:00 PM	De 6:00 a 8:00 PM
Lunes y Miércoles		
Martes y Jueves		
Miércoles y Viernes		

24. ¿Estaría dispuesto a concedernos en un futuro una entrevista para conocer su importante opinión sobre este y otros temas?

SI	NO	Si su respuesta fue No, explique porque
----	----	---

Si respondió que si ,asegúrese de haber puesto correctamente su teléfono al principio del cuestionario.

¡MUCHAS GRACIAS! Padre y Madre de familia por el tiempo dedicado a responder este cuestionario, hecho para usted con el fin de conocer sus muy importantes puntos de vista.

Atte. Diana Quiroz y Alejandra Rule, pasantes de la Licenciatura en Pedagogía.

Sesión 1. <b>Comunicación</b>	
Cuestionario de entrada	Cuestionario de cierre de sesión
<p>Nombre:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué esperan del curso?</li> <li>¿Qué entiende por comunicación?</li> <li>¿Cuáles son los Medios Masivos de Comunicación que conoce?</li> <li>¿Cuál es el medio que más se consume por su familia?</li> <li>¿Cree que los medios de comunicación influyen negativa o positivamente en la formación de sus hijos e hijas, así como en su familia en general? y ¿Por qué?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué aprendió el día de hoy?</li> <li>¿Qué entiende por comunicación?</li> <li>¿Cuáles de los lenguajes ya conocía?</li> <li>¿Cómo se sintió durante la sesión?</li> <li>¿Qué le agrado y que le disgusto de esta sesión?</li> </ol>

Sesión 2. <b>Televisión</b>	Sesión 3. Géneros televisivos: <b>Noticias y Caricaturas</b>
Cuestionario de cierre de sesión	Cuestionario de cierre de sesión
<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué ha aprendido hoy?</li> <li>¿El curso a propiciado que reconozca el papel que ocupa la televisión en su hogar?</li> <li>¿Para qué le sirve conocer como se realiza un programa de televisión?</li> <li>¿Qué relación existe entre la publicidad y la programación televisiva?</li> <li>¿Qué le agrado y que le disgusto de esta sesión?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué ha aprendido hoy?</li> <li>¿Qué es un noticiero y cómo se crea?</li> <li>¿Qué tipo de noticias aparecen en un noticiero televisivo?</li> <li>¿Qué tipo de valores se manejan en las caricaturas que ven nuestros hijos?</li> <li>¿Qué le agrado y que le disgusto de esta sesión?</li> </ol>

Sesión 4. Géneros televisivos: <b>Telenovela y Serie</b>	Sesión 5. <b>La Radio</b>
Cuestionario de cierre de sesión	Cuestionario de cierre de sesión
<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué aprendió hoy?</li> <li>¿Cuáles son los personajes que intervienen en una telenovela?</li> <li>¿Qué tipo de trama se maneja en las telenovelas y cual es su función?</li> <li>¿Qué diferencias existen entre una serie y una telenovela?</li> <li>¿Qué le agrado y que le disgusto de esta sesión?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué aprendió hoy?</li> <li>¿Qué elementos intervienen en el lenguaje radiofónico y de que le sirve conocer como se realizan los programas de radio?</li> <li>¿Cómo funciona la publicidad en la radio?</li> <li>¿Cuál sería la importancia de escuchar la música que le agrada a nuestros hijos (a)?</li> <li>¿Qué le agrado y desagrado de toda la sesión?</li> </ol>

Sesión 6. <b>Medios Impresos</b>	Sesión 7. <b>Internet y Videojuegos</b>
Cuestionario de cierre de sesión	Cuestionario de cierre de sesión
<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué aprendió hoy?</li> <li>¿Cuáles son los estereotipos y temas que se manejan en las revistas juveniles?</li> <li>¿Qué tipo de publicidad aparece en las revistas?</li> <li>¿Qué manejo se hace de la sexualidad en las revistas semanales?</li> <li>¿Qué le agrado y desagrado de la sesión?</li> </ol>	<ol style="list-style-type: none"> <li>¿Qué aprendió hoy?</li> <li>¿Cuáles son las ventajas y desventajas de los video juegos?</li> <li>¿Cuáles son las ventajas y las desventajas de la <i>Internet</i>?</li> <li>¿Considera necesario conocer el uso y la información que se encuentra en el <i>Internet</i>?</li> <li>¿Qué le agrado y le desagrado de la sesión?</li> </ol>

**Sesión 8. Propuestas de las MPF para un mejor uso de los MMC**

Cuestionario de cierre del curso

1. ¿Para qué le sirvió el curso?
2. ¿Qué medios de comunicación se trataron durante el curso?
3. ¿A cambiado la forma en la que ve los medios?, ¿si, no por qué?
4. ¿Se relaciona de la misma manera con los medios después que antes del curso?
5. ¿Los temas tratados en el curso fueron de su interés?, ¿si, no y por qué?
6. ¿Cuáles fueron los temas del curso que más le gustaron?
7. ¿Qué temas no le gustaron o considera innecesarios del curso?
8. ¿Qué temas le pondría o quitaría al curso?
9. ¿Qué fue lo más sobresaliente que aprendió en el curso?

10. ¿Cómo evaluaría el desempeño de las conductoras?

BUENO	MALO	REGULAR

11. ¿Consideras que las conductoras conocían los temas que expusieron?

SI	NO	AVECES	NO SE

12. Las actividades que utilizaron fueron.

BUENAS	MALAS	REGULARES

13. El material que se utilizó en el curso lo considera.

BUENO	MALO	REGULAR	SUFICIENTE	DEFICIENTE

14. ¿El curso cumplió con las expectativas que tenía en un principio?
15. ¿Le pareció apropiado el horario y duración del curso?
16. ¿Cuál fue la razón por la que asistió al curso?
17. ¿Qué otro nombre le pondría al curso?
18. ¿Cuáles considera que fueron las razones para la poca asistencia al curso?
19. ¿Qué alternativas hubiera utilizado para provocar una mayor asistencia de padres y madres al curso?
20. ¿Qué estrategias propone para relacionarse de una forma más sana con los medios?

## APÉNDICE II

### SESION I

TEMA			
¿Qué es la comunicación?			
OBJETIVO			
Reflexionar sobre las formas de comunicación y su importancia, reconociendo a los Medios Masivos de Comunicación como parte de la formación de sus hijos e hijas.			
ACTIVIDAD	DESARROLLO PRESENTACIÓN	RECURSOS	TIEMPO
<p>Establecer el primer vínculo entre el educador y educando, así como dar a conocer el objetivo, los contenidos y la importancia del curso.</p> <p><b>ACTIVIDAD DE INTEGRACIÓN :</b> Integrar a los participantes, propiciando un ambiente de confianza y participación.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Repartir tarjetas para que pongan su nombre.</li> <li>• Colocarlos en círculo de manera que la tarjeta con su nombre sea visible para todo el grupo.</li> <li>• Se da un minuto para que el grupo trate de memorizar el mayor número de nombres.</li> <li>• Se recogen las tarjetas con los nombres.</li> <li>• Una vez mezcladas se regresan las tarjetas de forma indistinta con el fin de que cada persona entregue la tarjeta a el dueño correspondiente evitando equivocarse.</li> <li>• Después cada persona se coloca su tarjeta para poder dirigirse por su nombre.</li> </ul>	<p>Tarjetas , marcadores y seguros</p>	<p>10 min.</p>
<p><b>APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO DE ENTRADA:</b> Conocer su percepción sobre la comunicación, los MMC y la relación que establece con ellos.</p> <p><b>ACTIVIDAD: CONOCIENDO EXPECTATIVAS.</b> Conocer que esperan obtener los asistentes del curso.</p>	<p>Aplicación del cuestionario.</p>	<p>Cuestionarios, plumas o lápices.</p>	<p>10 min.</p>
<p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: IMÁGENES QUE COMUNICAN.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducir a los participantes al curso.</li> <li>• Identificar la concepción que tienen sobre la comunicación.</li> <li>• Reconocer las distintas formas de comunicación</li> </ul>	<p>Se pedirá a los participantes expresen cuales son las expectativas que tienen durante el curso y los intereses que los motivaron a asistir.</p> <p>A través de una lamina, se cuestionara acerca de ¿Qué es la comunicación?, ¿En dónde se encuentra? y de ¿Cómo se manifiesta?, Introduciendo así al tema a partir de sus propias apreciaciones, tratando de reflexionar sobre la comunicación como un proceso amplio y complejo. Durante la participación de las asistentes, se registrara en una lamina todas las opiniones que nos ayudaran en el siguiente momento.</p>	<p>Lámina</p>	<p>15 min.</p>
<p><b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b></p>	<p>Con las participaciones anteriores se creará una definición general sobre lo que es la comunicación. Se expondrá brevemente los diversos lenguajes que existen, tratando de identificar cuales son más importantes para los participantes.</p>	<p>Hojas</p>	<p>10 min.</p>

<p><b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN:</b>  <b>TITANIC:</b> Introducirlos a la siguiente actividad y la formación de equipos.</p> <p><b>LENGUAJES:</b> Utilizar los distintos lenguajes de los que se vale el ser humano.</p> <p><b>REFLEXION FINAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar el proceso de apropiación de los contenidos de la sesión.</li> <li>• Analizar en conjunto la importancia de la comunicación, el cómo y qué comunican.</li> <li>• Identificar a los MMC como otra forma de comunicación y su importancia en la formación de sus hijos.</li> </ul>	<p>Se forma siete equipos de acuerdo a el números de participantes, con la dinámica de el “Titanic”:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pedirá a los participantes que se imaginen que se encuentran en el Titanic y este va a naufragar y hay que subir a las lanchas para no ahogarse, las lanchas son de distintas capacidades.</li> <li>• Se menciona en voz alta un número de tripulantes en cada lancha para que se agrupen, según el número que se mencione, hasta llegar al siete.</li> <li>• Se pedirá que pasen a su lugar con las personas que quedaron en la lancha quienes serán sus integrantes de equipo.</li> <li>• Se les otorgo a cada equipo un sobre con una tarjeta que mencione una situación y un tipo de lenguaje, que el equipo deberá <b>ejemplificar</b>.</li> </ul>		10 min.
<p><b>REFLEXION FINAL</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Evaluar el proceso de apropiación de los contenidos de la sesión.</li> <li>• Analizar en conjunto la importancia de la comunicación, el cómo y qué comunican.</li> <li>• Identificar a los MMC como otra forma de comunicación y su importancia en la formación de sus hijos.</li> </ul>	<p>Se discutirá sobre el proceso, como se sintieron, la utilidad , etc.</p>		20 min.
<p><b>CUESTIONARIO DE SALIDA.</b>  Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<p><b>CUESTIONARIO DE SALIDA</b></p>	Copia del cuestionario	10 min.

**SESION 2**

TEMA: TELEVISIÓN		TEMAS QUE SE MANEJA EN ESTE MEDIO.	
ACTIVIDAD	DESAARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
<p>OBJETIVO: Que los padres y madres de Familia reflexionen sobre el papel que juega la televisión en su familia, el uso que hacen de ella y que comprendan el lenguaje que se maneja en este medio.</p> <p>ACTIVIDAD DE INTEGRACIÓN.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se les entregará una tarjeta a los participantes, para que anoten sus tres programas preferidos, posteriormente se la pegaran en la espalda.</li> <li>Tendrán que encontrar otra u otras personas que les guste el mismo programa .</li> <li>Ya agrupados comentaran porque lo ven, que es lo que les agrada, si hay algo que les desagrade.</li> <li>Por último se comentara en todo el grupo.</li> </ul>	<p>Tarjetas y marcadores</p>	<p>10 min.</p>
<p>ACTIVIDAD: EL PAPEL QUE JUEGA LA TELEVISIÓN EN MI HOGAR.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Cada participante se colocara tras la pantalla de una televisión, la cual será entrevistada por otro participante.</li> <li>El entrevistador tendrán una guía sobre las preguntas que puede realizar, dando la oportunidad para agregar las preguntas que consideré necesarias. (anexo 1)</li> <li>¿En que lugar de la casa se encuentra?</li> <li>¿Cuántas televisiones más hay en el hogar donde se encuentra?</li> <li>¿Cuánto tiempo permanece encendida, durante el día?</li> <li>¿Qué canales transmite más tiempo?</li> <li>¿Qué miembro de la familia pasa más tiempo frente a usted?</li> <li>¿Cómo mantiene la atención de las personas que la miran?</li> <li>¿Cuándo castigan a un miembro de la familia, le prohíben que la mire?</li> <li>¿Cuántas veces, los miembros de la familia han dejado de hacer otra actividad, por mirarla?</li> <li>Todos los participantes tendrán que representar el papel de televisión y entrevistador.</li> </ul>	<p>Televisión y cuestionario.</p>	<p>15 min.</p>
<p>LA RELACIÓN Y USO QUE LOS HIJOS E HIJAS ESTABLECEN CON LA TELEVISIÓN.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Reflexión grupal.</li> </ul>	<p>Hojas.</p>	<p>10 min.</p>
<p>EXPOSICIÓN DE: EL LENGUAJE TELEVISIVO</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Contestaran una hoja en donde se indique el tiempo que dedican sus hijos e hijas ha hacer distintas actividades. Posteriormente se hará una reflexión grupal , enfatizando la importancia de conocer el lenguaje audiovisual.</li> </ul>	<p>video casetera y televisión.</p>	<p>10min.</p>
<p>EXPOSICIÓN DE: AUDIENCIA Y MARKETING.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se transmitirá un video, sobre como se realiza un programa</li> <li>El coordinador resaltara aspectos importantes que se deducen del video, como la trama y el lenguaje.</li> <li>Reflexión grupal sobre la representación de la realidad</li> <li>El coordinador expondrá como se maneja el marketing y la audiencia.</li> </ul>	<p>video casetera y televisión.</p>	<p>20 min. 5 min. 10 min. 10 min.</p>

<p>CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregara a tres participantes una tarjeta con el nombre de un producto , que tendrá que ser vendido a los demás, no pueden decir el nombre, solo sus características , porque hay que comprarlo.</li> <li>• Los demás participantes harán billetes con los que compraran los productos , se colocará el dinero en los productos.</li> <li>• Posteriormente se destapara la tarjeta y se verá que producto fue mejor pagado.</li> <li>• Reflexión grupal sobre como se maneja la publicidad.</li> </ul> <p>CUESTIONARIO DE SALIDA.</p>		10 min.
			10 min.
		Copias del cuestionario.	10 min.



**SESIÓN 3**

**TEMA: GENEROS TELEVISIVOS (NOTICIAS Y CARICATURAS)**

**OBJETIVO:** Que los padres y madres de familia conozcan los distintos géneros televisivos y las características propias de cada uno.

ACTIVIDAD	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN.	<p style="text-align: center;"><b>NOTICIERO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pegaran dos láminas: una para Noticias y otra para Sucesos Cotidianos.</li> <li>• Se entregaran tarjetas a cada uno de los participantes en donde aparecerá un hecho ya sea cotidiano o no.</li> <li>• Cada participante pegara la tarjeta en la lamina en la que crea que corresponde.</li> <li>• Posteriormente se leerá y se pedirá que expliquen el porque lo colocaron en la lámina.</li> <li>• Finalmente se preguntará acerca de lo que es una noticia y un noticiero, de donde se informan y porqué.</li> </ul>	Tarjetas, cinta adhesiva, láminas.	10 min.
EXPOSICIÓN DEL TEMA “NOTICIERO”	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El coordinador aborda temas como: ¿Qué es una noticia? ¿Qué es un noticiero?, ¿Cómo se elabora?.</li> </ul>	Láminas	15 min.
ANÁLISIS SOBRE LAS NOTICIAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pedirá a los participantes que mencionen las noticias que vieron el día anterior, las cuales serán anotadas en una lámina.</li> <li>• Se formaran equipos (de acuerdo al número de participantes) y cada equipo escogerá una noticia para analizar y discutirla.</li> <li>• Posteriormente cada equipo expondrá el análisis que realizaron, dando un espacio, después de cada exposición, para que los demás equipos opinen.</li> </ul>	Láminas	15 min.
HAGAMOS UN NOTICIEROS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se formaran nuevos equipos y se les pedirá que elaboren un noticiero, de acuerdo a las características dadas en la segunda actividad. Se sugerirá que las noticias sean tomadas del ámbito familiar y escolar.</li> <li>• Dentro de cada equipo, se asignaran los distintos roles que intervienen en la producción de un noticiero., tales como: reportero, conductor, productor, etc.</li> <li>• Cada equipo expondrá sus noticias</li> <li>• Reflexión final sobre la subjetividad de un noticiero y el papel que juega en las televisionas.</li> </ul>		20 min.
ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN	<p style="text-align: center;"><b>CARICATURAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pedirá al grupo que formen un circulo y se enumeren a modo de formar dos equipos, el equipo de los unos y el equipo de los dos, los cuales quedaran intercalados.</li> <li>• Cada equipo elegirá un capitán.</li> <li>• Se entregara una pelota a cada capitán que deberá ser transportada por los miembros de su equipo hasta regresar al capitán.</li> <li>• Hace anotación el equipo que logre pasar la pelota por todos los miembros de su equipo y hacerla llegar al capitán más rápidamente.</li> <li>• El equipo que anote al ultimo escribirá sobre la lamina una caricatura vista por sus hijos y el tipo de caricatura que es (de acción, fantasía y dramática).</li> </ul>	Láminas, marcadores y pelotas.	15 min.

<p>EXPOSICIÓN DEL TEMA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se repetirá la misma actividad hasta elaborar un listado de las caricaturas que más se consumen por sus hijos.</li> </ul>	<p>Láminas</p>	<p>15 min.</p>
<p>ANÁLISIS DE UNA CARICATURA</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las capacitadoras expondrán las principales características de las caricaturas , así como sus distintos géneros.</li> <li>• Se formaran tres equipos, a cada equipo le tocara un género de caricatura distinto.</li> <li>• Cada equipo seleccionara una caricatura de la lista que pertenezca al genero que le corresponda y harán un análisis de la misma.</li> <li>• Se dará orientación personalizada a cada equipo sobre los puntos a analizar, respetando siempre la iniciativa e interés del grupo.</li> <li>• Cada equipo expondrá su análisis a los demás equipos.</li> <li>• Se realizara una reflexión grupal sobre la forma en la que podemos orientar a nuestros hijos cuando ven caricaturas.</li> </ul>	<p>Láminas y marcadores.</p>	<p>20 min.</p>
<p>CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<p>CUESTIONARIO DE SALIDA</p>	<p>Copias del cuestionario.</p>	<p>10 min.</p>

**SESIÓN 4**

**TEMA:** GÉNEROS TELEVISIVOS (TELENOVELA Y SERIES)

**OBJETIVO:** Que los padres y madres de familia conozcan los distintos géneros televisivos y las características propias de cada uno.

ACTIVIDAD	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
<p>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN</p>	<p style="text-align: center;"><b>TELENOVELA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les solicita a los participantes que en una hoja en blanco anoten la telenovela que más les agrada ver y la que menos les guste y los personajes con los que se identifique o le agraden.</li> <li>• Se integraran en equipos de cuatro integrantes máximo para comentar que les agrada y desagrada de las telenovelas y sus personajes.</li> <li>• Posteriormente cada equipo anotará la telenovela más vista en la lamina correspondiente y la telenovela más desagradable en la lamina correspondiente.</li> <li>• Se hará lo mismo con los personajes de las telenovelas.</li> <li>• Se discutirá en grupo los motivos que los hacen ver determinada telenovela e identificarse con algunos de sus personajes.</li> <li>• Se proyectará un vídeo que contenga las características propias de las telenovelas.</li> <li>• La coordinador expondrá las características generales de las telenovelas, así como su lenguaje y recursos.</li> </ul>	<p>Hojas blancas lápices o marcadores</p>	<p>15 min.</p>
<p>EXPOSICIÓN DEL TEMA: LAS TELENOVELAS</p>	<p>El grupo realizará el análisis de un segmento de una telenovela, tratando de analizar los roles de buenos y malos ; las características generales y estereotipadas de las heroínas y los villanos así como la trama y las soluciones que se presentan a los distintos conflictos presentados. Se pedirá al grupo que anote en una lamina las características generales de las telenovelas a modo de conclusión.</p>	<p>Láminas y video</p>	<p>20 min.</p>
<p>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN</p>	<p style="text-align: center;"><b>SERIES</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se formaran nuevamente equipos para que reflexionen sobre las posibles diferencias o similitudes que existen entre las telenovelas y las series, propiciando el uso de ejemplos.</li> <li>• Se pedirá a los equipos que compartan sus reflexiones con todo el grupo, al tiempo que la coordinadora anota las características propias de las series, que se vayan mencionando.</li> </ul>	<p>El episodio de una telenovela grabado en video</p>	<p>15 min.</p>
<p>EXPOSICIÓN DEL TEMA</p>	<p>La coordinadora expondrá brevemente las características de las series, tales como: la trama (los conflictos y su forma de solucionarlos), los personajes, el contexto y los valores.</p>	<p>Marcadores y láminas</p>	<p>10min.</p>

<p>ACTIVIDAD: LA MEJOR SERIE</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El grupo se dividirá en dos equipos , cada uno representará un género distinto; el equipo uno representara una telenovela y el equipo dos, una serie.</li> <li>• A cada integrante de los equipos se le entregará una tarjeta, que contendrá el personaje ( héroe, heroína, villano, ayudantes, etc), que representará en el género asignado.</li> <li>• Se les pedirá que la trama se relacione con los hechos o actividades de una familia típica mexicana.</li> <li>• Cada equipo representará la escena.</li> </ul>	<p>Utilería, maquillaje, música.</p>	<p>20 min.</p>
<p>CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Por último se realizará una reflexión grupal sobre lo trabajado durante la sesión.</li> </ul> <p>CUESTIONARIO DE SALIDA</p>	<p>Copias del cuestionario</p>	<p>10 min. 10 min.</p>

**SESIÓN 5**

TEMA: LA RADIO

OBJETIVO: Que los padres y madres de Familia conozcan , el lenguaje radiofónico, así como analicemos la evolución de la música y la que escuchan actualmente sus hijos.

ACTIVIDAD	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN	<p style="text-align: center;"><b>Lenguaje Radiofónico</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se reproducirá un cuento hecho para la radio.</li> <li>Se les pedirá a los participantes que comenten sobre lo que escucharon, resaltando el tipo de sonidos que se oyeron. Estos se irán anotando en una lámina.</li> </ul>	grabadora, lámina y cinta grabada.	15 min.
EXPOSICIÓN DEL TEMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se transmitirá un video en donde se presenta el lenguaje radiofónico y la producción en radio.</li> <li>La capacitadora expondrá brevemente los elementos del lenguaje radiofónico en base a lo que expresaron los participantes anteriormente, enfatizando la voz, los efectos espaciales, la música y el silencio, como elementos esenciales en el lenguaje radiofónico.</li> </ul>	Laminas, cinta y grabadora	25 min.
ACTIVIDAD: IMÁGENES SONORAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>La capacitadora pedirá al grupo que se ubiquen dándole la espalda a la televisión y que cierren los ojos.</li> <li>Se les pasará un fragmento de una película que solo podrán escuchar.</li> <li>Se pedirá al grupo que trate de describir la imagen que fueron creando en su mente con los sonidos y veces que escucharon. Posteriormente se les volverá a pasar el mismo fragmento de la cinta, pero esta vez podrán verla.</li> <li>Se analizará en grupo la forma en la que nuestra mente forma imágenes a partir de sonidos, y el como se sintieron los integrantes del grupo al no poder ver la imagen que correspondía a dichos sonidos.</li> </ul>	Videograbadora y cinta grabada.	25 min.
ACTIVIDAD: PUBLICIDAD RADIOFONICA	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se presentará a los participantes un audio en donde se aprecie los comerciales antiguos, con los actuales.</li> <li>Se pedirá a los participantes que expresen la diferencia entre ellos, y como se maneja la publicidad en la radio.</li> <li>La capacitadora expondrá brevemente la evolución de los anuncios radiofónicos y como se maneja el marketing en la radio.</li> </ul>	Grabadora y cintas grabadas	20 min.
ACTIVIDAD: ROLAS, VALORES Y ALGO MÁS.	<p style="text-align: center;"><b>LA MÚSICA DE NUESTROS HIJOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se transmitirá dos canciones: "La planta" de Caos y "Reputación" de Arjona.</li> <li>Anotar de manera individual lo primero que piense con relación a dichas canciones. Tratando de pensar y escribir, cuál es el mensaje de cada canción.</li> <li>Después en grupo máximo de cinco integrantes, comente sus anotaciones y comparen los diferentes puntos de vista al respecto.                     <ul style="list-style-type: none"> <li>Discuta en grupo lo siguiente:                             <ul style="list-style-type: none"> <li>¿Cuál de las dos canciones es más agresiva?</li> <li>¿Cuál de las dos canciones es más agresiva?</li> <li>¿Qué valores promueve cada canción?</li> <li>¿Sus hijos e hijas piensan en los valores que transmiten esas canciones?</li> </ul> </li> <li>Posteriormente se discutirá las reflexiones con todo el grupo.</li> </ul> </li> </ul>	Grabadora, hojas, lápices y cintas grabadas	25 min.
CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.	CUESTIONARIO DE SALIDA	Copias del cuestionario	10 min.

**SESION 6**

**TEMA: MEDIOS IMPRESOS**

**OBJETIVOS:** Que los padres y madres conozcan el lenguaje y contenidos de las revistas juveniles, así como los valores y estereotipos que promueven las revistas semanales.

<b>ACTIVIDAD</b>	<b>DESARROLLO</b>	<b>RECURSO</b>	<b>TIEMPO</b>
<p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: ¿QUÉ SE LEÉ EN LA FAMILIA?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les entregará de manera individual una hoja, a cada participante en donde contestarán las lecturas que se realizan en casa generalmente.</li> <li>• Posteriormente en grupo se identificará los medios impresos más utilizados en la familia y el porque de este consumo. Se discutirá: ¿Por qué se lee más revistas , que libros?</li> </ul>	<p>Hoja, plumas, láminas, plumones</p>	<p>15 min.</p>
<p><b>ACTIVIDAD: CARACTERÍSTICAS DE LOS MEDIOS IMPRESOS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se dividirá al grupo en cuatro equipos, los cuales escogerán una tarjeta.</li> <li>• Según la tarjeta que le haya tocada a cada equipo se les entregará un medio impreso, que puede ser: revista, novelas semanales, cómic o periódico. El medio que le corresponda a cada equipo tendrá que ser secreto.</li> <li>• Cada equipo tendrá que reconocer los elementos que se encuentran en el impreso asignado, como imágenes, colores, forma, contenidos, etc.</li> <li>• Posteriormente cada equipo presentará su descripción del impreso que les toco y los demás equipos adivinarán de que medio se trata.</li> <li>• Cada que se adivine, será un punto para el equipo.</li> <li>• Se hará una reflexión grupal sobre las características de estos medios impresos.</li> </ul>	<p>Tarjetas, revista, periódico, novela semanal y cómic.</p>	<p>20 min.</p>
<p><b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La capacitadora expondrá brevemente y en base a la dinámica anterior las características de los medios impresos y su consumo en la sociedad mexicana</li> </ul>	<p>Láminas</p>	<p>10 min.</p>
<p><b>ACTIVIDAD: ANALICEMOS LA VARIEDAD DE REVISTAS</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará una revista distinta (juvenil, moda, de difusión, espectáculos, etc) a cada dos participantes, se pedirá que identifiquen: ¿Cuáles son los temas que se abordan? ¿Qué productos se anuncian? ¿Cuántos de esos productos se anuncian por televisión? ¿Qué tipo de personas aparecen? ¿Cómo están vestidas? ¿A que publico va dirigida? ¿Qué nos gusta? ¿Qué no nos gusta? Se pedirá a los participantes arranquen las hoja que contengan publicidad. Posteriormente en grupo se discutirá las reflexiones sobre las preguntas.</li> </ul>	<p>Revistas.</p>	<p>25 min.</p>
<p><b>ACTIVIDAD: EL COMIC.</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se harán cuatro equipos , a los que se les entregara un sobre que contiene 10 cuadros con dibujos, relacionados entre sí.</li> <li>• Cada equipo formará una pequeña historia con los dibujos, como en los cómics: a los que podrá agregar diálogos, onomatopeyas, definiendo al villano, al héroe, los oponentes y los ayudantes.</li> <li>• Se montara una exposición con los trabajos, para que todos los participantes puedan conocer los trabajos de cada equipo.</li> <li>• En grupo se reflexionará sobre el desarrollo del trabajo y lo que utilizaron para enlazar la historia, resaltando la importancia de cada elemento.</li> </ul>	<p>Sobres, dibujos, láminas, cinta adhesiva, plumones y tijeras</p>	<p>20 min.</p>

<p>ACTIVIDAD: LAS NOVELAS SEMANALES.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les pedirá a los participantes que se pongan en un lugar y la posición que se sientan más cómodos.</li> <li>• Cerrarán los ojos, mientras escuchan música tranquila de fondo, después de propiciar la relajación, la capacitadora les pedirá que imaginen una situación que aparezca en una portada de una novela semanal, exhortándolos a pensar como se sentirían.</li> <li>• Posteriormente se les pedirá que abran los ojos y comenten en grupo como se sintieron.</li> <li>• Se reproducirá en acetato la portada de la novela semanal, que se describió.</li> <li>• En grupo se discutirá sobre las falsas situaciones que se ven en ese tipo de novelas, los falsos valores y el rol del hombre y la mujer.</li> </ul>	<p>Reproductor de cuerpos opacos y una imagen</p>	<p>10 min.</p>
<p>CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<p>CUESTIONARIO DE SALIDA</p>	<p>Copias del cuestionario</p>	<p>10 min.</p>

SESIÓN 7

TEMA: INTERNET Y VIDEOJUEGOS

OBJETIVO: Que las madres y padres de familia conozcan el lenguaje de los videojuegos y del *Internet*.

ACTIVIDAD	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
ACTIVIDAD: JUEGOS EN EQUIPO.	<p style="text-align: center;"><b>LOS VIDEOJUEGOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les entregará a los integrantes del grupo distintos juegos de mesa para que jueguen con ellos.</li> <li>• Entre los juegos se encontrará un <i>tetris</i> o uno de los juegos de la computadora, así como juegos tradicionales como la lotería o las serpientes y escaleras..</li> <li>• Se rolarán los juegos para tratar que la mayoría del grupo juegue tanto con los juegos tradicionales como con los juegos de video.</li> <li>• Se les pedirá a los participantes comentar el grupo sus impresiones y el como se sintieron con los distintos tipos de juego, cual les gusto más y el porque.</li> </ul>	Juegos de maesa y de computadora	15 min.
EXPOSICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La coordinadora expondrá las principales características de los videojuegos y la <i>Internet</i>.</li> <li>• Se enfatizará en la violencia de los juegos y la pornografía que se presenta dentro de estos dos medios.</li> </ul>	Láminas	15 min.
ACTIVIDAD: LO QUE JUEGAN NUESTROS HIJOS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se proyectara una cinta grabada con varios videojuegos o de ser posible llevar un videojuego.</li> <li>• Todos los integrantes del grupo jugaran y verán a los demás jugar.</li> <li>• Se analizaran en grupo las características de los videojuegos haciendo hincapié en la violencia , los estereotipos que promueven en nuestros hijos y el como se sintieron jugando los juegos que juegan sus hijos.</li> </ul>	Cinta y videojuego	20 min.
ACTIVIDAD: @ PARA TODOS	<p style="text-align: center;"><b>LA INTERNET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pedirá a los integrantes del grupo que anoten en un sobre su dirección completa y suficiente para mandar o recibir una carta tomándoles el tiempo que tardan en hacerlo.</li> <li>• Posteriormente se les pedirá que en una tarjeta anoten su mail (en caso de tenerlo) o que inventen uno, tomándoles también el tiempo que tardan en anotarlo.</li> <li>• Hacer mención y análisis del tiempo que tardan en anotar su dirección completa en comparación con lo que tardan en anotar un mail.</li> <li>• Enseguida se dividirá al grupo en dos equipos, uno representara el proceso del correo clásico y el otro el de un mail..</li> <li>• El equipo 1 representará todo el proceso del correo, desde la escritura de la carta hasta llegar a manos del remitente.</li> <li>• El equipo 2 representará el proceso por el que pasa un mail, desde su redacción hasta llegar a la computadora del destinatario(s).</li> </ul>	Sobres y tarjetas	20 min.
EXPOSICIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La coordinadora hablará sobre la importancia de la información y el papel de la Internet como principal fuente de información actualmente en el mundo.</li> </ul>	Láminas	10 min.



<p>ACTIVIDAD: LA VELOCIDAD QUE DESINFORMA</p> <p>ACTIVIDAD: DOBLE CLICK.</p> <p>CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se jugará “teléfono descompuesto” con algún tema de sexualidad.</li> <li>• Se analizará la forma en la que se modifica el mensaje de una persona a la otra y se hará la comparación con la modificación de la información que existe en la Internet y la hacen nuestros hijos.</li> <li>• Se utilizará la computadora de la escuela.</li> <li>• Se tomará el tiempo con el que se encuentra una información específica y se analizará la presencia de publicidad y la facilidad con la que se accede a páginas pornográficas.</li> <li>• Se analizará tanto la información que aparece en la computadora como la facilidad con la que se accede a ella.</li> </ul> <p>CUESTIONARIO DE SALIDA</p>	<p>Una computadora.</p> <p>Copias del cuestionario</p>	<p>10 min.</p> <p>20 min.</p> <p>10 min.</p>
--	---	--	--

**SESIÓN 8**

**TEMA:** ESTRATEGIAS PARA DARLE UN MEJOR USO A LOS DISTINTOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA.

**OBJETIVO:** Que las madres y padres de familia creen sus propias alternativas de uso positivos de los MMC.

<b>DESARROLLO</b>		<b>RECURSOS</b>	<b>TIEMPO</b>
<b>ACTIVIDAD</b>			
ACTIVIDAD: GENERANDO ALTERNATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se formarán cinco equipos, a los que se les asignara un medio en particular.</li> <li>• Cada equipo deberá generar alternativas para mejorar el uso del medio asignado en la familia. La pregunta guía de la reflexión será: ¿Qué puedo hacer como padre para propiciar una relación más sana con los medios dentro de mi familia?</li> <li>• Cada equipo anotará sus propuestas en una lamina que presentara al resto del grupo.</li> <li>• Se abrirá un espacio para que todo el grupo opine y enriquezca las alternativas propuestas.</li> </ul>	Láminas y marcadores.	30 min.
APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará un cuestionario final de evaluación, que deberá se contestado de manera individual por los participantes.</li> </ul>	Cuestionario y bolígrafos.	10 min.
MESA REDONDA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se invitará a los participantes a hacer comentarios sobre el curso en general, sobre los temas, el proceso del trabajo, las dinámicas y la utilidad del curso.</li> </ul>		20 min.
CLAUSURA DEL CURSO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de reconocimientos a los participantes del curso.</li> <li>• Se realizará un convivio.</li> </ul>	Reconocimientos Alimentos	60 min.

## APÉNDICE III

### SESIÓN 1

TEMA ¿Qué es la comunicación?		TIEMPO
CONTENIDOS Concepto de comunicación, tipos de comunicación y distintos lenguajes que utiliza el ser humano, la importancia de la comunicación y los MMC como formas de comunicación en la vida cotidiana.		RECURSOS
OBJETIVO Que las Madres y Padres de familia reflexionen sobre lo que es la comunicación, sus formas y reconozcan la importancia de los MMC en el proceso de formación de sus hijos e hijas.		TIEMPO
ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS
<p>PRESENTACIÓN: Establecer el primer vínculo entre el educador y educando, así como dar a conocer el objetivo, los contenidos y la importancia del curso.</p> <p>ACTIVIDAD DE INTEGRACIÓN : Integrar a los participantes, propiciando un ambiente de confianza y participación</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las coordinadoras se presentarán, para posteriormente explicitar el objetivo del curso.</li> <li>• Se repartirán tarjetas para que pongan su nombre.</li> <li>• Colocarlos en círculo de manera que la tarjeta con su nombre, sea visible para todo el grupo.</li> <li>• Se da un minuto para que el grupo trate de memorizar el mayor número de nombres.</li> <li>• Se recogen las tarjetas con los nombres.</li> <li>• Una vez mezcladas, se regresan las tarjetas de forma indistinta con el fin de que cada persona entregue la tarjeta a el dueño correspondiente, evitando equivocarse.</li> <li>• Después cada persona se coloca su tarjeta para poder dirigirse por su nombre.</li> </ul> <p>VARIACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Colocados en círculo, sin mirar la tarjeta, cada persona dirá una vez su nombre .</li> <li>• Después cada persona dirá su nombre en voz alta agregando el del compañero anterior.</li> <li>• Las coordinadoras deberán repetir el nombre de todos.</li> </ul>	<p>Láminas</p> <p>Tarjetas , marcadores y seguro</p>
<p>APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO DE ENTRADA: Conocer su percepción sobre la comunicación, los MMC y la relación que establece con ellos.</p> <p>ACTIVIDAD: CONOCIENDO EXPECTATIVAS. Conocer que esperan obtener los asistentes del curso.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará un cuestionario de cinco reactivos, (instrumento de evaluación).</li> <li>• Se pedirá a los participantes expresen cuales son las expectativas que tienen sobre el curso y los intereses que los motivaron a asistir.</li> </ul> <p>VARIACIÓN:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• En una tarjeta cada integrante anotara tres veces la frase: <i>yo espero del taller</i>.</li> <li>• A continuación de la frase anotara lo que espera de forma breve.</li> <li>• Posteriormente cada uno de los asistentes leerá al grupo las expectativas que tiene del taller y se comentara al respecto.</li> </ul>	<p>Cuestionarios, plumas o lápices.</p>

SESIÓN 1	DESARROLLO		RECURSOS	TIEMPO
<b>ACTIVIDAD/ OBJETIVO</b> <b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: IMÁGENES QUE COMUNICAN.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>● Introducir a los participantes al curso.</li> <li>● Identificar la concepción que tienen sobre la comunicación.</li> <li>● Reconocer las distintas formas de comunicación</li> </ul>	<p>● A través de una lámina, se cuestionará acerca de ¿Qué es la comunicación?, ¿En dónde se encuentra? y de ¿Cómo se manifiesta?; La introducción al tema será a partir de sus propias apreciaciones, tratando de reflexionar sobre la comunicación como un proceso amplio y complejo.</p> <p>● Durante la participación de las Madres y Padres, se registrarán en una lámina todas las opiniones que nos ayudarán en un momento posterior.</p>		<p>Lámina que presente situaciones donde se lleven a cabo distintas formas de comunicación.</p>	<p>15 min.</p>
<b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b>	<p>● Con las participaciones anteriores se formará una definición sobre la comunicación. Se expondrán los diversos lenguajes que existen, y se identificará a cuáles son los más importantes para los participantes.</p>		<p>Ilustraciones que ejemplifiquen las distintas formas de comunicación</p>	<p>10 min.</p>
<b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: TITANIC:</b> Introducirlos a la siguiente actividad y la formación de equipos.	<p>● Se pedirá a los participantes que se imaginen que se encuentran en el Titanic y este va a naufragar y hay que subir a las lanchas para no ahogarse, las lanchas son de distintas capacidades.</p> <p>● Se menciona en voz alta un número de tripulantes en cada lancha para que se agrupen, según el número que se mencione, hasta llegar al siete.</p> <p>● Se pedirá que pasen a su lugar con las personas que quedaron en la lancha quienes serán sus integrantes de equipo, tratando de formar siete equipos de acuerdo al número de asistentes.</p>		<p>Ilustraciones que ejemplifiquen las distintas formas de comunicación</p>	<p>5 min.</p>
<b>LENGUAJES:</b> Utilizar los distintos lenguajes de los que se vale el ser humano.	<p>● Se le entregará a cada equipo un sobre con una tarjeta que mencione una situación y un tipo de lenguaje, que el equipo deberá ejemplificar.</p>			<p>20 min.</p>
<b>REFLEXION FINAL</b> Evaluar el proceso de apropiación de los contenidos de la sesión. Analizar en conjunto la importancia de la comunicación, el cómo y qué comunican. Identificar a los MMC como otra forma de comunicación y su importancia en la formación de sus hijos.	<p>● Se discutirá en grupo sobre el proceso (como se sintieron) la utilidad de los contenidos y aquellos aspectos surgidos durante el desarrollo de la sesión.</p> <p>● El coordinador puede iniciar con preguntas al aire para ser respondidas de manera voluntaria por el grupo, tratando de que todos participen de acuerdo a la dinámica del grupo.</p>			<p>15 min.</p>

SESIÓN 1 ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
<p>CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará un cuestionario para la evaluación de la sesión (de cinco reactivos).</li> </ul>	<p>Copia del cuestionario y lápices.</p>	<p>10 min.</p>
<p>BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. SERRANO, Manuel, <i>La producción social de la comunicación</i>, Alianza Universidad, España, 1986.</li> <li>2. FERNÁNDEZ, Fátima, <i>Los medios de difusión masiva</i>, Juan Pablos, México, 1982.</li> <li>3. HARTLEY, John, Et. al. Conceptos clave en comunicación y estudios culturales, Amorrortu, Buenos Aires Argentina, 1997.</li> <li>4. DOMÍNGUEZ, Josefa, <i>Activos y creativos con los medios</i>, UNESCO, Colombia, 1991.</li> <li>5. AGUADED, Ignacio (coordinador), <i>Educación y medios de comunicación en el contexto Iberoamericano</i>, Universidad Internacional de Andalucía, España, 1995.</li> </ol>			

**SESIÓN 2**

TEMA		RECURSOS	TIEMPO
<p><b>TELEVISIÓN</b></p> <p><b>CONTENIDOS</b></p> <p>La función de la TV en el hogar, el lenguaje televisivo y la publicidad (audiencias y el marketing).</p> <p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Que las Madres y Padres de familia reflexionen sobre el papel que juega la televisión en su familia y el uso que hacen de ella .</p>			
<b>DESARROLLO</b>			
<p><b>ACTIVIDAD DE INTEGRACIÓN:</b></p> <p><b>INCIDENCIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Propiciar en los asistentes un ambiente cordial y relajado.</li> <li>• Introducirlos al tema de la sesión.</li> <li>• Explorar las preferencias de los asistentes en cuanto a los programas que consumen.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les entregará una tarjeta a los participantes, para que anoten sus tres programas preferidos, posteriormente se la pegaran en la espalda.</li> <li>• Tendrán que encontrar otra u otras personas que les guste el mismo programa tratando de formar subgrupos.</li> <li>• Ya agrupados comentarán porque lo ven, que es lo que les agrada, si hay algo que les desagrada de dichos programas.</li> <li>• Por último se comentará en todo el grupo.</li> </ul> <p><b>VARIANTE.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Con ayuda de una grabadora, los participantes se irán agrupando por los programas que tengan en común anotados en sus tarjetas, al tiempo que bailan al ritmo de la música.</li> </ul>	<p>15 min.</p> <p>Tarjetas y marcadores</p>	
<p><b>ACTIVIDAD:</b> EL PAPEL QUE JUEGA LA TELEVISIÓN EN MI HOGAR.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reconocer la función y el rol que tiene la televisión en el hogar.</li> <li>• Que los padres identifiquen si conocen el tiempo que sus hijos pasan frente a la televisión y los programas que ven.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Poner música tranquila de fondo.</li> <li>• Pedir a los participantes que cierren los ojos, respiren profundo y se concentren únicamente en la música.</li> <li>• Después pedirles que se imaginen que están en su casa, que se ubiquen en el lugar donde se encuentra la televisión más usada y finalmente que imaginen que ellos son esa televisión.</li> <li>• Pedir que consideren el tiempo que pasan encendidos, quién los usa más, qué la hace tan atractiva para los miembros de su familia y los canales y programas que se ven en ella.</li> <li>• Posteriormente se pedirá a cada participante que se coloque tras el dibujo de una pantalla de televisión, para ser entrevistada por otro participante.</li> <li>• El entrevistador tendrá una guía de las preguntas y podrá agregar las preguntas que considere necesarias.</li> <li>• ¿En que lugar de la casa se encuentra?</li> <li>• ¿Cuántos televisores más hay en el hogar donde se encuentra?</li> <li>• ¿Cuánto tiempo permanece encendida, durante el día?</li> <li>• ¿Qué canales transmite más tiempo?</li> <li>• ¿Qué miembro de la familia pasa más tiempo frente a usted?</li> <li>• ¿Cómo mantiene la atención de las personas que la miran?</li> <li>• ¿Cuándo castigan a un miembro de la familia, le prohíben que la mire?</li> <li>• ¿Cuántas veces, los miembros de la familia han dejado de hacer otra actividad, por mirarla?</li> </ul> <p><b>VARIANTE</b></p> <p>En caso de que el grupo sea mayor de 15 personas el trabajo puede hacerse en parejas.</p>	<p>25 min.</p> <p>Televisión y cuestionario</p>	

**SESIÓN 2**

ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
EXPOSICIÓN DEL TEMA: EL LENGUAJE TELEVISIVO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Proyección del video “Mensajes y Audiencia” del Curso de EPM de la UPN, sobre cómo se realiza un programa de televisión.</li> <li>• El coordinador resaltará aspectos importantes del video, como la trama y el lenguaje.</li> <li>• Reflexión grupal sobre la representación de la realidad en la televisión.</li> </ul>	Video, reproductora y televisión	20 min.
EXPOSICIÓN DEL TEMA: AUDIENCIA Y MARKETING	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El coordinador expondrá cómo se maneja el <i>marketing</i> y la audiencia.</li> </ul>		15 min.
ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: LA SUBASTA. Reflexionar como se explota el discurso en la publicidad.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará a tres participantes una tarjeta con el nombre de un producto, que tendrá que ser vendido a los demás, no pueden decir el nombre, sólo sus características y por que hay que comprarlo.</li> <li>• Los demás participantes harán billetes con los que comprarán el producto o productos que más les interesen.</li> <li>• La coordinadora colocará el dinero sobre la tarjeta del producto y una vez que los participantes hayan gastado todo su dinero, se verá cuál producto fue mejor pagado.</li> <li>• Reflexión grupal sobre cómo la publicidad maneja discursos que promueven la compra de emociones, sentimientos y formas de vida.</li> </ul>	Tarjetas, Hojas y plumones.	15 min.
REFLEXIÓN GRUPAL <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar en conjunto el papel que juega la televisión en su familia, el uso que hacen de ella y su lenguaje.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se discutirá en grupo sobre el proceso (como se sintieron) la utilidad de los contenidos y aquellos aspectos surgidos durante el desarrollo de la sesión.</li> <li>• El coordinador puede iniciar con preguntas al aire para ser respondidas de manera voluntaria por el grupo, tratando de que todos participen de acuerdo a la dinámica del grupo.</li> </ul>		10 min.
CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará un cuestionario para la evaluación de la sesión (de cinco reactivos).</li> </ul>	Copias del cuestionario y plumas.	10 min.
<b>BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA:</b> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. BARRIOS, Leoncio, <i>Familia y Televisión</i>, Monte Ávila, Venezuela, 1992.</li> <li>2. CONAPO, La televisión y los niños, México, 1986.</li> <li>3. CORONA, Sarah, <i>El genio en la botella. Un uso activo de la televisión</i>, Terra Nova, México, 1984.</li> <li>4. ESPINOZA, Gabriel, <i>La mirada del televisor. Reflexiones sobre la simaxis y la semántica de la imagen en televisión</i>, ILCE, México, 1992.</li> <li>5. FERRERES, Joan, <i>Estrategias para el uso de la TV</i>, cuadernos de pedagogía No. 234, España, 1995.</li> </ol>			

**SESIÓN 3**

TEMA		RECURSOS	TIEMPO
<p><b>GENEROS TELEVISIVOS (NOTICIAS Y CARICATURAS)</b></p>			
<p><b>CONTENIDOS</b> Los noticieros, la elaboración de un noticiero y las caricaturas (los géneros, contenidos y estructura de las caricaturas).</p>			
<p><b>OBJETIVO</b> Que las Madres y Padres de familia conozcan los géneros televisivos: caricaturas y noticieros.</p>			
<b>ACTIVIDAD/ OBJETIVO</b>	<b>DESARROLLO</b>		
<p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: SUCESO COTIDIANO &amp; NOTICIA.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explorar la concepción que tienen sobre lo que es una noticia y un suceso cotidiano.</li> </ul>	<p><b>NOTICIERO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pegaran láminas con dibujos o imágenes que representen sucesos cotidianos y noticias.</li> <li>• Se preguntara a los asistentes ¿Dónde hay noticia?, ¿Cuál es un suceso cotidiano?, ¿Qué diferencias existen entre un suceso cotidiano y una noticia, etc?, ¿Cómo se informan y por qué?</li> </ul>	Láminas y cinta adhesiva.	15 min.
<p><b>EXPOSICIÓN DEL TEMA “NOTICIERO”</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La coordinadora abordará temas como: ¿Que es una noticia?, ¿Qué es un noticiero?, ¿ Como se elabora? Y ¿Cuáles son los elementos de la noticia?</li> </ul>	Láminas	10 min.
<p><b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: ANÁLISIS SOBRE LAS NOTICIAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Reflexionar sobre la importancia y repercusión que tienen las noticias en su vida.</li> <li>• Se analizará la forma en la que son dadas las noticias.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pedirá a los participantes que mencionen las noticias que vieron el día anterior, las cuales serán anotadas en una lámina.</li> <li>• Se formarán equipos (de acuerdo al número de participantes) y cada equipo escogerá una noticia para analizar y discutirla: La repercusión de la noticia en su vida , qué imágenes aparecen, cómo se dice la noticia, distinguir el suceso en concreto y los comentarios personales de los conductores noticiosos.</li> <li>• Cada equipo expondrá el análisis que realizaron, dando un espacio, para que los demás equipos opinen.</li> </ul>		
<p><b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: HAGAMOS UN NOTICIERO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer el proceso que tienen la noticias antes de salir al aire.</li> </ul>	<p><b>ACTIVIDAD ALTERNATIVA</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se formarán nuevos equipos y se les pedirá que elaboren un noticiero, de acuerdo a las características dadas en la segunda actividad.</li> <li>• Dentro de cada equipo, se asignaran los distintos roles que intervienen en la producción de un noticiero., tales como: reportero, conductor, productor, etc.</li> <li>• Los reporteros(as) tendrán que elegir sus noticias de distintas imágenes pegadas alrededor del salón, el orden de aparición dentro de su noticiero y la forma en la que serán dadas.</li> <li>• Después de que cada equipo presente su noticiero se hará una reflexión final sobre la subjetividad de un noticiero y el papel que juega en las televisoras.</li> </ul> <p><b>VARIANTE.</b> En el caso de que asistan los hijos (as) de los participantes, se elaborara un noticiero infantil, donde serán los niños quienes elijan las noticias que darán y la forma en la que lo harán.</p>		



ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
<b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN:</b> <b>FÚTBOL</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Introducirlos al nuevo género televisivo.</li> <li>Explorar el consumo que sus hijos hacen de las caricaturas.</li> </ul>	<p><b>DESARROLLO</b></p> <p><b>CARICATURAS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se pedirá al grupo que formen un círculo formando dos equipos, quedando intercalados.</li> <li>Cada equipo elegirá un capitán.</li> <li>Se entregará una pelota a cada capitán que deberá ser transportada por los miembros de su equipo hasta regresar al capitán.</li> <li>Anota gol el equipo que logre pasar la pelota por todos los miembros de su equipo hasta hacerla llegar al capitán rápidamente.</li> <li>El equipo que anote al último escribirá sobre la lámina una caricatura vista por sus hijos y el tipo de caricatura (acción, fantasía y drama).</li> <li>Se repetirá la actividad hasta elaborar un listado de las caricaturas más consumidas por sus hijos(as).</li> </ul> <p><b>VARIANTE.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>En el caso de que asistan al curso los hijos de los participantes, se formaran dos equipos, padres contra hijos y tendrán que representar por turnos, una caricatura con mímica y el equipo contrario tendrá que adivinar de que caricatura se trata.</li> <li>Se irán anotando en un a lámina las caricaturas adivinadas o no para tener un listado final y usarse para analizar el consumo de caricaturas que hacen sus hijos(as).</li> </ul>	<p>Láminas, marcadores y pelotas.</p>	<p>15 min.</p>
<b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las coordinadora expondrán las principales características de las caricaturas, así como sus distintos géneros.</li> </ul>	<p>Láminas.</p>	<p>10 min.</p>
<b>ANÁLISIS DE UNA CRICATURA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>Analizar los contenidos, estructuras y la influencia de las caricaturas en sus hijos.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se formaran tres equipos, a cada equipo le tocará un género de caricatura distinto.</li> <li>Cada equipo seleccionará una caricatura del listado anteriormente elaborado, que pertenezca al género que le corresponda y la analizará.</li> <li>Se dará orientación personalizada a cada equipo sobre los puntos a analizar, respetando siempre la iniciativa e interés del grupo, tales como el manejo que se hace de la violencia, los estereotipos, el manejo de la realidad y la fantasía, los temas y valores que se tratan, el consumo de los hijos sobre este género televisivo y sus repercusiones.</li> <li>Cada equipo expondrá su análisis y se realizará una reflexión grupal sobre la forma en la que podemos orientar a nuestros hijos cuando ven caricaturas.</li> </ul> <p><b>VARIANTE.</b> En caso de contar con la asistencia de los hijos:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se formaran equipos según el número de participantes, quedando cada padre con su hijo como un solo competidor en su equipo.</li> <li>Se les proporcionará un memorama con imágenes de las caricaturas (tomadas del cuestionario diagnóstico como las más consumidas por los hijos de familia).</li> <li>Cada que el tirador no haga par, tomara un sobre y comentara o contestara lo que se le indique en este, tanto el padre como el hijo deben responder las preguntas. A cada género le corresponde un paquete de sobres con preguntas como:</li> </ul> <p><b>Fantasia</b> Menciona las características del personaje bueno: es feo o bello, es listo o tonto, es fuerte o débil, es bondadoso o cruel, es decidido o indeciso, valiente o cobarde.</p>	<p>Láminas y marcadores.</p>	<p>30 min.</p>

SESIÓN 3 ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
<p>REFLEXIÓN GRUPAL Analizarán en conjunto a los noticiero y caricaturas como géneros televisivos consumidos por la familia.</p> <p>CUESTIONARIO DE SALIDA. Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<p>Menciona las características del personaje malo: es feo o bello, es listo o tonto, es fuerte o débil, es inteligente o tonto, es bondadoso o cruel, es decidido o indeciso, valiente o cobarde.</p> <p>¿Qué problemas tienen los personajes y como los resuelven ? ¿Qué te hace reír de la caricatura?</p> <p><b>Acción</b> Menciona a los personajes buenos y malos.</p> <p>Menciona las características del personaje bueno: es feo o bello, es listo o tonto, es fuerte o débil, es bondadoso o cruel, es decidido o indeciso, valiente o cobarde.</p> <p>Menciona las características del personaje malo: es feo o bello, es listo o tonto, es fuerte o débil, es inteligente o tonto, es bondadoso o cruel, es decidido o indeciso, valiente o cobarde.</p> <p>¿Qué es lo que más te gusta y lo que te disgusta de los héroes? Si existe una heroína ¿Qué características tiene y qué diferencia tiene con los héroes masculinos? ¿Cómo es el mundo de la caricatura y qué es lo que te gusta y no te gusta? y ¿Cómo piensas que será el mundo en el futuro?</p> <p><b>Dramática</b> ¿Qué problemas se presentan en la caricatura? ¿Cómo los resuelven en al caricatura? ¿Cómo lo resolverías tú? ¿Cómo inicia la historia?, ¿Cómo la iniciarías tú? ¿Cómo termina la historia? ¿Cómo la terminarías tú? ¿Qué es lo que más te gusta de la caricatura? ¿Porqué? ¿Qué es lo que no te gusta? ¿Porqué?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se discutirá en grupo sobre el proceso (como se sintieron) la utilidad de los contenidos y aquellos aspectos surgidos durante el desarrollo de la sesión.</li> <li>• El coordinador puede iniciar con preguntas al aire para ser respondidas de manera voluntaria por el grupo, tratando de que todos participen de acuerdo a la dinámica del grupo.</li> <li>• Se entregará un cuestionario para la evaluación de la sesión (de cinco reactivos).</li> </ul>	<p>Copias del cuestionario.</p>	<p>10 min.</p> <p>10 min.</p>
<p>BIBLIOGRAFÍA:</p>	<p>1. FUENZALIDA, Valerio, <i>Educación para la televisión</i>, CENECA, Santiago de Chile, 1987. 2. CORONA, Sarah, <i>Televisión y juego infantil</i>, UAM-X, México, 1989. 3. SARMIENTO, Sergio, <i>Taller de análisis de los noticieros</i>, Centro Guarura, Caracas Venezuela, 1995. 4. WOLF, Mario, <i>Los efectos sociales de los medios</i>, Paidós, España, 1995. 5. CORNEJO, Ines, Et. al., <i>Televisión si, pero con orden</i>, en LOZANO, Anuario de Investigación de la Comunicación II, CONEICC, México, 1995.</p>		

**SESIÓN 4**

TEMA GENEROS TELEVISIVOS (TELENOVELA Y SERIES )		RECURSOS	TIEMPO
<b>CONTENIDOS</b> Las Telenovelas, características, valores, estereotipos, roles presentados y recursos. Las Series televisivas, características, valores, estereotipos y roles que presentan.			
<b>OBJETIVO</b> Que las Madres y Padres de familia conozcan las características de las telenovelas y series y aquellas que comparten entre sí.			
<b>ACTIVIDAD/ OBJETIVO</b>	<b>DESARROLLO</b>		
<b>ACTIVIDADES DE EXPLORACIÓN: HABLANDO DE TELENOVELAS.</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducirlos al tema de la telenovela.</li> <li>• Identificar el consumo que las participantes hacen de las telenovelas, los personajes y los motivos que tienen para verlas.</li> </ul>	<b>TELENOVELA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se les pedirá a lo participantes que jueguen memoria.</li> <li>• Las parejas del memoria estarán integradas por un artista (que represente algún personaje) y la telenovela en la que aparece</li> <li>• El equipo que más parejas acertada logre ganara.</li> <li>• Posteriormente se formaran dos equipos (dependiendo del número de asistentes) para realizar un análisis sobre: ¿qué artista identificaron con más facilidad?, ¿qué telenovela conocen la mayoría del grupo?, ¿con qué artista o personaje se identificaron más y por qué?, etc.</li> </ul>	Hojas blancas lápices o marcadores.	15 min.
<b>EXPOSICIÓN DEL TEMA: LAS TELENOVELAS</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se proyectará el video “ Mensajes y Audiencias” del Curso de EPM de la UPN que presenta las características propias de las telenovelas.</li> <li>• La coordinadora expondrá las características generales de las telenovelas, así como su lenguaje y recursos.</li> </ul>	Video y láminas	15 min.
<b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: ANÁLISIS DE UNA TELENOVELA</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Identificar las principales características de la telenovela (estereotipos, trama, conflictos, soluciones y temas) como influye en su familia, y como les agradaría que fueran.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El grupo realizará el análisis de un segmento de telenovela, tratando de reflexionar sobre los roles de los personajes buenos y malos ; las características generales y estereotipadas de la heroínas y el villano; la temática; el desarrollo de la trama y las soluciones que se presentan a los distintos conflictos que la integran; la influencia que tiene en su vida personal y familia; y como les gustaría que fueran.</li> </ul>	El episodio de una telenovela gravado en video y una lámina.	20 min.
<b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: SEMEJANZAS Y DIFERENCIAS</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducirlos al tema de las series.</li> <li>• Identificar las diferencias y similitudes entre las series y las telenovelas.</li> </ul>	<b>SERIES</b> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se formaran equipos, dependiendo del número de asistentes y se les pedirá que comenten entre ellos las posibles diferencias o similitudes que existen entre las telenovelas y las series, mencionando ejemplos.</li> <li>• Se pedirá a los equipos que compartan sus reflexiones con todo el grupo. La coordinadora anota en una lámina las características propias de las series, que se vayan mencionando.</li> </ul>	Marcadores y láminas	15 min.

**SESIÓN 4**

ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
EXPOSICIÓN DEL TEMA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• La coordinadora expondrá brevemente las características de las series, tales como: la trama (los conflictos y su forma de solucionarlos), los personajes, el contexto y los valores en base a la lámina realizada por las participantes en la segunda actividad de aplicación.</li> <li>• Se compararán las características de las telenovelas y series, con la ayuda de las láminas anteriormente realizadas.</li> </ul>	Rotafolio.	10 min.
ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: MI SERIE Y TELENOVELA FAVORITA.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El grupo se dividirá en dos equipos, cada uno representará un género distinto; el equipo uno representará una telenovela y el equipo dos, una serie.</li> <li>• Cada equipo escogerá al azar una tarjeta, que especificará si representa serie o telenovela.</li> <li>• Se les pedirá que la trama se relacione con los hechos o actividades de una familia típica mexicana.</li> <li>• Cada equipo representará la escena.</li> <li>• Por último se realizará una reflexión grupal sobre lo trabajado durante la sesión, enfatizando qué tipo de temas, problemas, soluciones, personajes, tramas, les resultarían más interesantes y significativos para su vida personal y la de su familia.</li> </ul>	Utilería, maquillaje, música.	25 min.
REFLEXIÓN FINAL Analizarán en conjunto las telenovelas y series televisivas consumidos por la familia	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se discutirá en grupo sobre el proceso (como se sintieron) la utilidad de los contenidos y aquellos aspectos surgidos durante el desarrollo de la sesión.</li> <li>• El coordinadora puede iniciar con preguntas al aire para ser respondidas de manera voluntaria por el grupo, tratando de que todos participen de acuerdo a la dinámica del grupo.</li> </ul>		10 min.
CUESTIONARIO DE SALIDA Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará un cuestionario para la evaluación de la sesión (de cinco reactivos).</li> </ul>	Copias del cuestionario.	10 min.
<b>BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA:</b>			
1. FUENZALIDA, Valerio, <i>La apropiación educativa de la telenovela</i> , revista Diálogos de la comunicación No. 44, FELEFACS, Perú, 1996.			
2. TREJO, Raúl (coord.), <i>Televisa el quinto poder</i> , Claves Latinoamericanas, México, 1987.			
3. MICHEL, Guillermo, <i>Para leer los medios</i> , Trillas, México, 1990.			
4. OROZCO, Guillermo y CHARLES, Mercedes, Medios de comunicación, familia y escuela, en revista de comunicación educativas No. Especial de octubre de 1992, ILCE, México, p.p. 63-76.			
5. ANORUE, Gabriela, Contexto de la publicidad de la respuesta directa mexicana, Tesis, UNAM, México, 1994.			

**SESIÓN 5**

TEMA		RECURSOS	TIEMPO
<p><b>LA RADIO</b></p> <p>El lenguaje radiofónico, las imágenes sonoras, la publicidad en la radio y la música que escuchan sus hijos (as).</p>			
<p><b>OBJETIVO</b></p> <p>Que las Madres y Padres de familia conozcan el lenguaje radiofónico, revisen la evolución de la música y analicen la que escuchan actualmente sus hijos(as).</p>			
<p><b>DESARROLLO</b></p>			
<p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: ESCUCHA Y TE CUENTO.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Introducir a los participantes al tema de la radio.</li> <li>Identificar los elementos que integran al lenguaje radiofónico.</li> <li>Evidenciar que los sonidos crean imágenes mentales.</li> </ul> <p><b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b></p>	<p>Grabadora, lámina y cinta grabada</p>	<p>15 min.</p>	
<p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: IMÁGENES SONORAS</b></p> <p>Evidenciar la forma en la que la radio comunica mediante la formación de imágenes mentales creadas a partir de la escucha de los sonidos y el marco referencial de cada individuo.</p>	<p>Videograbadora video y lámina anterior</p>	<p>20min.</p>	
<p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN Y APLICACIÓN : PUBLICIDAD RADIOFONICA</b></p> <p>Analizar las características principales de los anuncios radiofónicos y el manejo que de la publicidad se hace.</p>	<p>Videograbadora y cinta grabada.</p>	<p>15 min.</p>	
<p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN Y APLICACIÓN : PUBLICIDAD RADIOFONICA</b></p> <p>Analizar las características principales de los anuncios radiofónicos y el manejo que de la publicidad se hace.</p>	<p>Se presentará a los participantes un audio en donde se escuchen comerciales antiguos y actuales. Se pedirá a los participantes que expresen la diferencia entre ellos, y como se maneja la publicidad en la radio, se anotará en una lámina. A partir de la lámina y comentarios anteriores, la coordinadora expondrá brevemente la evolución de los anuncios radiofónicos y cómo se maneja el <i>marketing</i> en la radio. Se comentarán en grupo las características generales de la publicidad radiofónica.</p>	<p>Grabadora y cintas grabadas.</p>	<p>25 min.</p>

SESIÓN 5 ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
<p>ACTIVIDAD: ROLAS, VALORES Y ALGO MÁS.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Promover el conocimiento y análisis de la música que escuchan sus hijos (as).</li> <li>• Evidenciar que las groserías y el estruendo en la música no implican necesariamente que se manejen antivalores.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se transmitirá dos canciones: “La planta” de Caos y “Reputación” de Arjona.</li> <li>• Se les pedirá a los participantes anotar de manera individual lo primero que piense al terminar de escuchar la primera canción (La planta) y posteriormente repetir lo mismo con la segunda (Reputación). Pensar y escribir sobre cuál es el mensaje de cada canción.</li> <li>• En subgrupos (máximo de cinco integrantes), comentar sus anotaciones y comparar los diferentes puntos de vista.</li> <li>• Apoyándose con preguntas como: ¿Cuál de las dos canciones etiqueta más a la mujer? ¿Qué valores promueve cada canción? ¿Sus hijos e hijas piensan en los valores que transmiten esas canciones?</li> <li>• Discutir las reflexiones con todo el grupo.</li> </ul>	<p>Grabadora y cintas grabadas.</p>	<p>25 min.</p>
<p>REFLEXIÓN FINAL</p> <p>Analizarán en conjunto las telenovelas y series televisivas consumidos por la familia</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se discutirá en grupo sobre el proceso (como se sintieron) la utilidad de los contenidos y aquellos aspectos surgidos durante el desarrollo de la sesión.</li> <li>• El coordinador puede iniciar con preguntas al aire para ser respondidas de manera voluntaria por el grupo, tratando de que todos participen de acuerdo a la dinámica del grupo.</li> </ul>		<p>10 min.</p>
<p>CUESTIONARIO DE SALIDA</p> <p>Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará un cuestionario para la evaluación de la sesión (de cinco reactivos).</li> </ul>	<p>Copias del cuestionario</p>	<p>10 min.</p>
<p>BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. DE LA SELVA, Alma, <i>Radio e ideología</i>, El Caballito, México 1986.</li> <li>2. GARCIA, Emilio, <i>Radio y televisión educativas</i>, KLEOS, Zaragoza, 1989.</li> <li>3. KAPLUN, Mario, <i>Producción de programas de radio</i>, Ciespal Quito, 1980.</li> <li>4. Mc LUHAN, M., <i>El medio es el mensaje</i>, Trillas, México, 1990.</li> <li>5. NOYOLA, Antonio, <i>Imágenes sonoras</i>, SEP-UPN, México, 1994.</li> </ol>			

**SESIÓN 6**

TEMA		RECURSOS	TIEMPO
<b>MEDIOS IMPRESOS</b>			
<b>CONTENIDOS</b>			
Las características de los medios impresos, la publicidad en las revistas, el cómic y los estereotipos y el manejo de la sexualidad que se hace en las revistas semanales.			
<b>OBJETIVO</b>			
Que las Madres y Padres de familia conozcan el lenguaje y contenidos de las revistas juveniles y el cómic, así como los valores y estereotipos que promueven las revistas semanales.			
<b>ACTIVIDAD/ OBJETIVO</b>		<b>DESARROLLO</b>	
<p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN:</b> ¿QUÉ SE LEÉ EN LA FAMILIA?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Explorar el consumo que de los medios impresos se hace.</li> <li>• Evidenciar las causas por las que se consume más un medio que otro.</li> </ul> <p><b>A DE APLICACIÓN: COMO SOY Y QUE CONTENGO</b> Identificar las principales características de los Medios Impresos.</p>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• En una mesa se colocarán distintos medios impresos, de los cuales cada integrante del grupo tendrá que tomar los que habitualmente se consumen en su hogar.</li> <li>• Se hará una reflexión sobre los medios impresos que se consumen y los que quedaron en la mesa por ser los menos leídos</li> <li>• En base a la actividad anterior, se les preguntara sobre el por qué se consume determinado impreso y las características del mismo.</li> <li>• La reflexión puede irse guiando mediante las siguientes preguntas: ¿Cuáles son los temas que se abordan?, ¿Qué productos se anuncian por televisión?, ¿Qué tipo de personas aparecen?, ¿Cómo están vestidas?, ¿A que publico va dirigida?, ¿Qué nos gusta?, ¿Qué no nos gusta? Posteriormente cada equipo presentará su descripción del impreso que les toco y los demás equipos adivinarán de que medio se trata.</li> <li>• Cada que se adivine, será un punto para el equipo.</li> <li>• Por último se hará una reflexión grupal sobre las características de estos medios impresos.</li> </ul>	<p>10 min.</p> <p>20 min.</p>
<b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• La coordinadora expondrá brevemente y en base a la dinámica anterior las características de los medios impresos y su consumo en la sociedad mexicana</li> </ul>	10 min.
<b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: IMAGENES QUE VENDEN</b>		<ul style="list-style-type: none"> <li>• En base a la dinámica anterior, se utilizará el género de revista más leído.</li> <li>• Se les entregara una revista por equipo.</li> <li>• Se pedirá a los participantes arrancar las hojas que contengan publicidad, para evidenciar la cantidad que de ésta se presenta en este tipo de medios.</li> <li>• Elegir el anuncio que más halla llamado su atención para analizar el mensaje connotado – denotado y la polisemia de la imagen.</li> <li>• En grupo se hará una reflexión sobre los anterior</li> </ul>	20 min.

**SESIÓN 6**

ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
<p>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: EL COMIC.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Analizar los distintos elementos gráficos que intervienen en el cómic.</li> <li>• Mostrar porque el cómic resulta atractivo para sus hijos.</li> <li>• Evidenciar la polisemia de las imágenes y como toman sentido a partir del marco referencial de cada individuo</li> </ul>	<p>Se harán cuatro equipos, a los que se les entregará un sobre que contiene cuadros con dibujos, relacionados entre sí. Cada equipo construirá una pequeña historia con los dibujos, utilizando el cómic. Se agregarán diálogos, onomatopeyas, y se definirá al villano, al héroe, oponentes y ayudantes.</p> <p>Se montará una exposición con los trabajos terminados.</p> <p>En grupo se reflexionará sobre el desarrollo del trabajo, la importancia de cada elemento, la manera en que cada equipo interpretó los dibujos, el porqué son atractivos y los contenidos que se manejan éstos.</p>	<p>Sobres, dibujos, láminas, cinta adhesiva, plumones y tijeras</p>	<p>20 min.</p>
<p>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: LAS NOVELAS SEMANALES. Reconocer el manejo distorsionado que de la sexualidad se hace, en este tipo de novelas.</p>	<p>Se les pedirá a los participantes que se pongan en un lugar y la posición que se sientan más cómodos.</p> <p>Cerrarán los ojos, mientras escuchan música tranquila de fondo, después de propiciar la relajación, la coordinadora les pedirá que imaginen una situación que aparezca en una portada de una novela semanal, exhortándolos a pensar como se sentirían.</p> <p>Posteriormente se comentará en grupo como se sintieron.</p> <p>Se reproducirá en acetato la portada de la novela semanal, que se describió.</p> <p>En grupo se discutirá sobre las falsas situaciones que se ven en ese tipo de novelas, los falsos valores y el rol del hombre y la mujer.</p>	<p>Reproductor de acetatos y acetato</p>	<p>20 min.</p>
<p>REFLEXIÓN FINAL Analizarán en conjunto los medios impresos más leídos en la familia y las razones para hacerlo; así como las características de los mismos y la importancia de este consumo en su vida cotidiana.</p>	<p>Se discutirá en grupo sobre el proceso (como se sintieron) la utilidad de los contenidos y aquellos aspectos surgidos durante el desarrollo de la sesión.</p> <p>El coordinadora puede iniciar con preguntas al aire para ser respondidas de manera voluntaria por el grupo, tratando de que todos participen de acuerdo a la dinámica del grupo.</p>		<p>10 min.</p>
<p>CUESTIONARIO DE SALIDA Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<p>Se entregará un cuestionario para la evaluación de la sesión (de cinco reactivos).</p>	<p>Copias del cuestionario</p>	<p>10 min.</p>
<p>BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. APARICI, Roberto y GÁRCIA, Agustín, <i>Pedagogía de la imagen</i>, UNED, España, 1991.</li> <li>2. PEÑA, Vladimir y VIVEROS Frank, <i>El cómic: héroes o villanos</i>. Colección, Guía para padres, programa "Si para nuestros hijos e hijas", SSSE.DF., México, 1999.</li> <li>3. VAZQUEZ, Miguel, <i>La nueva cultura de la imagen</i>, en cuadernos de Pedagogía No. 241, España, 1996.</li> </ol>			



**SESIÓN 7**

TEMA		RECURSOS	TIEMPO
<p><b>INTERNET Y VIDEOJUEGOS</b></p> <p><b>CONTENIDOS</b> Los mitos, realidades y contenidos violetos de los videojuegos y la <i>Internet</i> (usos y excesos de la red).</p> <p><b>OBJETIVO</b> Que las Madres y Padres de familia conozcan el lenguaje de los videojuegos, así como las diferentes temáticas o mensajes, que dichos medios abordan; así como los lenguajes y los alcances de los servicios de la red</p>			
<p><b>ACTIVIDAD/ OBJETIVO</b></p> <p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN:</b> ¿QUE ESTAN JUGANDO NUESTROS HIJOS (AS)?</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducirlos al tema.</li> <li>• Conocer la apreciación que tienen sobre los videojuegos.</li> </ul> <p><b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b></p>	<p><b>DESARROLLO</b></p> <p><b>LOS VIDEOJUEGOS</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pegarán en el salón dos laminas, una con el dibujo de un niño jugando videojuegos y otra con un niño en la escuela.</li> <li>• Se les preguntará a los asistentes ¿qué esta haciendo el niño?, ¿en dónde hay una acción educativa?, ¿en cuál de estas el niño esta aprendiendo algo? ¿qué opinan sobre los videojuegos?</li> </ul> <p>• La coordinadora expondrá las principales características de los videojuegos. Se enfatizara en la violencia y pornografía de los videojuegos.</p> <p>• Algunos de los integrantes del grupo ( tratando de que jueguen la mayoría) utilizaran algún videojuego educativo y uno común, de modo que puedan apreciar sus características.</p> <p>• Se analizaran en grupo las características de los videojuegos (la violencia y los estereotipos) y el cómo se sintieron al participar en los juegos que utilizan sus hijos.</p>	<p>Láminas.</p> <p>Acetatos</p> <p>Computadora y disco con videojuego</p> <p>Láminas</p> <p>Laminas y acetatos</p>	<p>20 min.</p> <p>10 min.</p> <p>20 min.</p> <p>20 min.</p> <p>10 min.</p>
<p><b>DINAMICA DE EXPLORACIÓN:</b> @ PARA TODOS * Introducirlos al tema de la Internet.</p> <p><b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b></p>	<p><b>LA INTERNET</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se mostrarán dos láminas que representen analogías como: Una enciclopedia y todos sus fascículos y una enciclopedia en CD. La pantalla de una computadora llena de palabras alusivas a la información que puede encontrarse en la red y una maquina de escribir.</li> <li>• Se preguntará a los asistentes las similitudes o diferencias que encuentran en las imágenes, así como sus percepciones particulares sobre este medio en particular; ¿qué opinan de el? ¿lo consideran una herramienta? ¿ lo utilizan? ¿lo conocen? etc.</li> <li>• La coordinadora hablara sobre las características de la Internet, resaltando el fácil y rápido acceso a una gran cantidad de información y la pornografía que se presenta en este medio.</li> </ul>	<p>Láminas</p> <p>Láminas</p> <p>Láminas y acetatos</p>	<p>20 min.</p> <p>20 min.</p> <p>10 min.</p>

**SESIÓN 7**

ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
<p><b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN:</b> TELEFONO DESCOMPUESTO Evidenciar la facilidad con la que se distorsiona la información.</p>	<p><b>ACTIVIDAD ALTERNATIVA</b> (En caso de contar con el tiempo que requiere para su aplicación de sobra)</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se escogerá un mensaje relacionado con algún tema de sexualidad.</li> <li>• El mensaje será transmitido de una persona a otra al oído.</li> <li>• Al último de los asistentes le corresponde decir el mensaje en voz alta, como se lo hayan dicho a él, sin importar que se haya modificado en el trayecto.</li> <li>• Se analizará la forma en la que se modifica el mensaje de una persona a la otra y se hará la comparación con la modificación de la información de la Red y el uso que le dan los hijos.</li> </ul>		10 min.
<p><b>ACTIVIDAD: DOBLE CLICK.</b> Evidenciar la importancia de conocer el tipo de información que se presenta en este medio y la gran posibilidad de distorsión de la misma</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se mostrará a los asistentes una serie de imágenes y páginas de Internet impresas con el fin de que muestren la gran cantidad de información y servicios que se ofrecen en este medio. Mostrando con que botones se accede a determinada información.</li> </ul> <p><b>ACTIVIDAD ALTERNATIVA</b> En caso de contar con computadora (s) y servicio de Internet</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se utilizará la computadora de la escuela.</li> <li>• Se tomará el tiempo con el que se encuentra una información específica y se analizará la presencia de publicidad y la facilidad con la que se accede a páginas pornográficas.</li> <li>• Se analizará tanto la información que aparece en la computadora como la facilidad con la que se accede a ella.</li> </ul>	Hojas y acetatos	20 min.
<p><b>REFLEXIÓN FINAL</b> Analizarán en conjunto los videojuegos y la Internet como nuevas tecnologías y su utilidad en la vida cotidiana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se discutirá en grupo sobre el proceso (como se sintieron) la utilidad de los contenidos y aquellos aspectos surgidos durante el desarrollo de la sesión.</li> <li>• El coordinador puede iniciar con preguntas al aire para ser respondidas de manera voluntaria por el grupo, tratando de que todos participen de acuerdo a la dinámica del grupo.</li> </ul>		10 min.
<p><b>CUESTIONARIO DE SALIDA</b> Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará un cuestionario para la evaluación de la sesión (de cinco reactivos).</li> </ul>	Copias del cuestionario	10 min.
<p><b>BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA:</b></p> <ol style="list-style-type: none"> <li>1. GONZALEZ, José Francisco, <i>Televisión y juegos electrónicos: ¿amigos o enemigos?</i>, LEOS, España, 1999.</li> <li>2. MARTIN, Barbero Jesús, <i>De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía</i>, Gustavo Gilli, México, 1991.</li> <li>3. CHARLES, Wrigth, <i>Comunicación de masas</i>, Paidós, Buenos Aires, 1986.</li> <li>4. GONZALEZ, Ana María, <i>Entre mass media te veas</i>, Colección Periodismo Cultural, México, 1994.</li> </ol>			

**SESIÓN 8**

TEMA		RECURSOS	TIEMPO
<p><b>COMUNICACIÓN ENTRE PADRES E HIJOS</b></p>			
<p><b>CONTENIDOS</b> El reconocimiento de las formas de comunicación que practican con sus hijos (as) y el referente en la comunicación al interior de la familia.</p>			
<p><b>OBJETIVO</b> Que las Madres y Padres de familia reconozcan las formas con las que se comunican con sus hijos e hijas; y a partir de esta reflexión, promoverán estrategias para favorecer las competencias comunicativas.</p>			
<p><b>ACTIVIDAD/ OBJETIVO</b></p> <p><b>ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: ¿QUIÉNES SOMOS Y COMO NOS COMUNICAMOS?</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Introducirlos al tema.</li> <li>• Sensibilizar a los PMF sobre la forma en la que se comunican con sus hijos.</li> <li>• Conocer la apreciación que tienen sobre sus propias formas de comunicarse y la de los demás miembros de su familia.</li> </ul>	<p><b>DESARROLLO</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Se mostrará una imagen en donde se represente una discusión entre padres e hijos(as).</li> <li>• Se dividirá al grupo en tres equipos (dependiendo del número de asistentes).</li> <li>• Se les pedirá que elaboren una historia con referencia a la imagen, que contenga las razones por las que los personajes discuten, ¿cuál fue el problema que genero el conflicto?, etc.</li> <li>• Cada equipo expondrá su historia y se anotaran en un lámina los conflictos referentes a la comunicación que sean comentados durante las narraciones.</li> </ul>	<p>Láminas o acetatos</p>	<p>30 min.</p>
<p><b>EXPOSICIÓN DEL TEMA</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Las coordinadora expondrán las principales características de la comunicación interpersonal y la importancia de esta, en una familia.</li> </ul>	<p>Hojas, lápices y la imagen a describir.</p>	<p>10 min.  25 min.</p>
<p><b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: MI REFERENTE</b> Evidenciar la importancia de las comunicación para desarrollar cualquier actividad humana.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Una participante del grupo describirá una imagen para que los demás asistentes la dibujen sin verla.</li> <li>• Quien describa la imagen sólo podrá mencionar las figuras y formas que la componen sin muchos detalles .</li> <li>• El resto del grupo seguirá las instrucciones y tratar de armar una imagen con las formas y figuras descritas .</li> <li>• Posteriormente se pedirá al grupo que comparen entre sus dibujos.</li> <li>• Se reflexionará sobre la diferencia que existe entre los dibujos y las diferentes formas en que interpretamos y entendemos las cosas a partir de nuestro marcos referenciales.</li> </ul>		
<p><b>ACTIVIDAD DE APLICACIÓN: NO TE PREOCUPES OCUPATE</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Conocer Las principales quejas o problemas que se producen al interior de una familia por una inadecuada comunicación entre sus miembros.</li> <li>• Que propongan posibles sugerencias para solucionar los problemas planteados al inicio de la dinámica.</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se pedirá a los asistentes que cierran los ojos, para escuchar la canción “No basta” .</li> <li>• Posteriormente se les pedirá que reflexionen sobre los principales problemas que una inadecuada comunicación con sus hijos o el excesivo consumo que hacen de los MMC propician conflictos al interior de la familia.</li> <li>• Las problemáticas mencionadas serán anotadas en una lamina a la vista del grupo.</li> <li>• Leer al grupo la narración “Heridas”, y motivar una reflexión que propicie la generación de una lista de posibles sugerencias para solucionar las problemáticas anotadas en la lámina de la actividad anterior.</li> </ul>	<p>Grabadora, cinta grabada de la canción Láminas y marcadores y narración</p>	<p>35 min.</p>

SESIÓN 8 ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
	<ul style="list-style-type: none"> <li>Las posible sugerencias serán anotadas en otra lamina que permanecerá a la vista del grupo.</li> </ul> <p>ACTIVIDAD ALTERNATIVA</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>Se divide al grupo en tres equipos.</li> <li>A cada uno se le entregara un sobre con un pensamiento motivacional y de unión familiar, que tendrán que comunicar al grupo mediante alguno de los MMC (radio, TV e impresos).</li> <li>Se analizará en grupo la forma en que cada equipo comunico su mensaje, el adecuado uso de las distintas características de cada medio el grado de interacción de los integrantes del equipo.</li> </ul>	Sobres y material para recrear a los distintos medios de comunicación	20 min.
REFLEXIÓN FINAL Analizarán en conjunto la importancia de la comunicación para evitar o solucionar con conflictos al interior de la familia.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se discutirá en grupo sobre el proceso (como se sintieron) la utilidad de los contenidos y aquellos aspectos surgidos durante el desarrollo de la sesión.</li> <li>El coordinador puede iniciar con preguntas al aire para ser respondidas de manera voluntaria por el grupo, tratando de que todos participen de acuerdo a la dinámica del grupo, aprovechando las laminas elaboradas en las ultimas actividades, así como la sensibilización promovida por la canción y la narración..</li> </ul>		10 min.
CUESTIONARIO DE SALIDA Evaluar el proceso y desarrollo de los participantes y la sesión en general.	<ul style="list-style-type: none"> <li>Se entregará un cuestionario para la evaluación de la sesión (de cinco reactivos).</li> </ul> <p>NOTA. Para esta sesión se sugiere contar de ser posible con la presencia de los hijos junto con las MPF.</p>	Copias del cuestionario	10 min.
<p>BIBLIOGRAFÍA SUGERIDA:</p> <ol style="list-style-type: none"> <li>GONZALEZ, Avilez, <i>Principios básicos de comunicación</i>, Trillas, México, 1994.</li> <li>ALARDIN, Susana, <i>El niño con problemas de comunicación humana</i>, JUS, S.A., España, 1993.</li> <li>CHARLES, Mercedes y OROZCO, Guillermo, <i>Educación para los medios: una propuesta integral para los maestros, padres y niños</i>, ILCE-UNESCO, México, 1992.</li> </ol>			

**SESIÓN 9**

TEMA			
ORDENAMIENTO DE PROPUESTAS DE SOLUCIÓN.			
CONTENIDOS			
Alternativas de las madres de familia para mejorar la comunicación con sus hijos(as) al interior de la familia, y la relación positiva entre MMC y adolescencia.			
OBJETIVO			
Que las madres y padres de familia generen alternativas de uso positivo de los MMC, así como aprovechar e intercambiar sus experiencias personales con respecto a las competencias comunicativas y el consumo de los medios.			
ACTIVIDAD/ OBJETIVO	DESARROLLO	RECURSOS	TIEMPO
ACTIVIDAD DE EXPLORACIÓN: TE ACUERDAS CUANDO...	<ul style="list-style-type: none"> <li>• El coordinador hará comentarios que motiven al grupo a participar.</li> <li>• Se dibujara colectivamente en una lámina, una línea del tiempo donde se marcarán las diferentes fases de desarrollo por las que pasó el grupo; al tiempo que se cuestionan entre si sobre la forma en la que el grupo cambio, la relación que existía entre los integrantes del grupo y la que tienen en ese momento.</li> </ul>	Lámina y marcadores.	15 min.
CTIVIDAD: GENERANDO ALTERNATIVAS	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se formaran cinco equipos, a los que se les asignara un medio en particular.</li> <li>• Cada equipo deberá generar alternativas para mejorar el uso del medio asignado en la familia. La pregunta guía de la reflexión será: ¿Qué puedo hacer como padre para propiciar una relación más sana con los medios dentro de mi familia?</li> <li>• Cada equipo anotara sus propuestas en una lámina que presentará al resto del grupo.</li> <li>• Se abrirá un espacio para que todo el grupo opine y enriquezca las alternativas propuestas.</li> </ul>	Láminas y marcadores.	20 min.
APLICACIÓN DEL CUESTIONARIO DE EVALUACIÓN	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se entregará un cuestionario final de evaluación, que deberá ser contestado de manera individual por los participantes.</li> </ul>		10 min.
MESA REDONDA	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se invitará a los participantes a hacer comentarios sobre el curso en general, sobre los temas, el proceso del trabajo, las dinámicas y la utilidad del curso.</li> </ul>	Cuestionario y bolígrafos.	20 min.
CLAUSURA DEL CURSO	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Entrega de reconocimientos a los participantes del curso.</li> </ul>	Reconocimientos	15 min.
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Se realizara un convivio.</li> </ul>	Alimentos	40 min.

NOTA. Para esta sesión se sugiere contar de ser posible con la presencia de los hijos junto con los PMF.