



SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA
UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
UNIDAD AJUSCO
LICENCIATURA EN PEDAGOGÍA

LA REVISTA ELECTRÓNICA COMO RECURSO PARA LA ALFABETIZACIÓN
MEDIÁTICA DE NIÑOS DE 10 A 11 AÑOS.

PROPUESTA PEDAGÓGICA
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
LICENCIADAS EN PEDAGOGÍA

PRESENTAN:
AMÉRICA VALDEZ RODRÍGUEZ
VIVIANA VÁZQUEZ ROSALES

ASESORA:
MTRA. LETICIA SUÁREZ GÓMEZ.

CIUDAD DE MÉXICO, DICIEMBRE 2016.

Agradecimientos

Viviana

Agradezco a Dios por todas las circunstancias, momentos y personas que me trajeron hasta aquí, gracias por la fortaleza y amor con que me ha acompañado en cada etapa, gracias a Él por la vida de mis padres, Luis y Mariza, quienes han estado en todo momento dispuestos a apoyarme, gracias a ellos por su amor, su esfuerzo y su confianza en mí, no lo habría logrado si no fuera por todo su trabajo y apoyo. Los amo papás, ¡gracias!

A Isaac, mi compañero, mi mejor amigo y mi amor, gracias por tu compañía, por tu paciencia, por tu ayuda, por ser partícipe de este proceso, por enseñarme y por estar dispuesto a aprender conmigo. Te amo.

América, gracias por tu tiempo, trabajo, esfuerzo, por compartir tus conocimientos y juntas hacerlos uno, sobre todo, gracias por tu amistad. ¡Lo logramos!

Gracias a todas aquellas personas que formaron parte de esta gran etapa, amigos, compañeros, maestros, familiares; gracias por estar, permanecer y dejar huella.

América

El presente trabajo es la culminación de años de dedicación, fuerza y ejemplo que dos de las personas más importantes en mi vida me han brindado, así que no tengo palabras para describir el agradecimiento que tengo para mi madre Guillermina Rodríguez, por su apoyo incondicional gracias por ser como sólo tú sabes y estar siempre para mí. Gracias Margarito Valdez, mi padre quien en cada etapa de mi vida me ha retado a crecer como persona. Gracias a los dos por ser mi ejemplo de amor y valentía.

A mi esposo Israel, quien es el más grande apoyo que tengo, la fortaleza y palabras de aliento que requerí durante este proceso, en especial cuando sentía que no podía más las obtuve a tu lado, gracias por no dejarme caer y recordarme que juntos no hay nada que no podamos lograr.

A mi hija Samantha, quien es mi motor para levantarme día a día y quien me inspira a ser una mejor persona en todos los aspectos, tú me enseñaste que lo más importante en esta vida es ser feliz y a tu lado lo soy, gracias por animarme y acompañarme en éste camino.

A mi hermano Martín y su bella familia ya que me enseñaron que no importa el tiempo ni los obstáculos a enfrentar, cuando se tiene un objetivo se lucha por lograrlo sin excusa alguna, además agradezco el darme a dos de las personas que iluminan mi día a día y que me motivan a ser un ejemplo para ellos, mis sobrinos Gael y Camila.

Alguien más a quién le debo mi agradecimiento eterno, es a la persona que comprende exactamente como fue todo este camino, gracias a la que desde hace cuatro años nombro como mi amiga, confidente, hermana del alma y demás Viviana, gracias por permitirme recorrer este camino contigo sin ti hubiera sido muy difícil, juntas lo logramos, nos apoyamos y no nos dejamos caer.

Agradezco a Dios por rodearme de las personas indicadas mi familia, amigos y maestros, por poner en mi camino a la UPN y llenarme de fuerza.

Por último pero no menos importante agradezco a nuestra asesora la Maestra Leticia Suárez, quien nos brindó su tiempo, apoyo, conocimiento y paciencia, muchas gracias por creer en nosotras y animarnos a seguir adelante.

ÍNDICE

Pág.

Introducción.....	7
-------------------	---

Capítulo I

Vida cotidiana y educación informal.

I.I Vida cotidiana.....	14
I.II Educación informal.....	20
I.III Medios de comunicación y TIC como protagonistas de la educación informal.....	24

Capítulo II

Perspectiva teórica de la educomunicación.

II.I Supuestos teóricos.....	30
II.II Qué es la alfabetización mediática.....	35
II.III Lenguaje audiovisual. Recursos a utilizar en la revista electrónica	37
II.IV Pensamiento crítico.....	42
II.V Enfoque constructivista.....	46

Capítulo III

Propuesta de revista electrónica, contenidos y alcances.

III.I Metodología.....	55
------------------------	----

III.II Aplicación del cuestionario.....	56
III.III Sistematización de la información obtenida en los cuestionarios.....	56
III.IV Diseño: Contenido y aprendizajes propuestos.....	60
III.V Consideraciones finales.....	87
Referencias.....	91
Anexos	

INTRODUCCIÓN

El presente trabajo tiene como propósito describir las ventajas que ofrece la propuesta pedagógica de la revista electrónica como recurso para la alfabetización mediática para niños de entre 10 y 11 años con la finalidad de impulsar el pensamiento crítico. Para ello se presenta el contenido y actividades de la edición número cero de la revista, a través del análisis de las preferencias de consumo mediático de los niños de entre 10 y 11 años de edad.

Nuestro interés personal en torno a este tema surgió de la experiencia previa obtenida del diseño que hicimos de una revista dirigida a padres de niños en edad preescolar cuyo objetivo era la alfabetización mediática. La razón por la que decidimos abocarnos a los niños, estuvo basada en la reflexión de esa experiencia que nos llevó a pensar que la alfabetización audiovisual debe iniciarse desde pequeños, en nuestro caso concluimos que fuera con niños de entre 10 y 11 años, ya que a esa edad empieza su contacto con internet y, con base en las etapas de desarrollo de Piaget, las cuales se citarán más adelante, ya tienen la capacidad para desarrollar un pensamiento crítico y reflexivo ante los medios.

Pudiese pensarse que el consumo de revistas no es una práctica popular entre la población infantil pero esto no es así, pues existen algunas como *Barbie*, *Cartoon* y *Disney Junior*, de las cuales según el Instituto Nacional Electoral (INE) en su Catálogo Nacional de Medios Impresos e Internet 2014 (p. 5 y 24) reporta una edición mensual con un tiraje de 65,000 ejemplares de estas revistas, mismas que manejan pasatiempos basados en las caricaturas de esos canales de televisión. Así mismo, se producen revistas con contenidos escolares y científicos como es el caso de *Muy interesante Junior* que maneja diseños llamativos visualmente, utilizando variedad de colores tamaños y formas, y que no necesariamente están producidas a partir de los personajes de moda y gustos de los niños. Consideramos que la revista

electrónica en su formato digital es pertinente, para el sector al que está dirigida ya que con base en el diagnóstico realizado se comprobó que existen niños de entre 10 y 11 años de edad con acceso a recursos tecnológicos, televisores, consolas de videojuegos, internet, teléfonos celulares, etc., razón por la cual la propuesta retoma estos elementos tecnológicos que conforman el mundo de los niños con fines educativos, pues si bien ellos ya están accedendo a internet, juegos, redes sociales, etc.; lo están haciendo de manera acrítica e irreflexiva, por lo tanto es indispensable una alfabetización en medios con la finalidad de no sólo verlos como un medio de entretenimiento, sino como recursos para el aprendizaje informal.

De ahí el interés de proponer una revista electrónica para los niños de entre 10 y 11 años con base en sus gustos e intereses. Para esta propuesta nuestra labor pedagógica consiste en diseñar las actividades y contenidos pertinentes basados en las necesidades e intereses de la población a la que va dirigida, retomando para el diseño de la misma algunos de los programas televisivos y de internet más demandados por este sector, y con ello promover la lectura del lenguaje audiovisual y analizar estereotipos utilizados en sus programas favoritos, es decir, se trata de llevar al niño a la realización de un análisis objetivo y subjetivo.

En este sentido, se hace necesario considerar lo que los niños aprenden fuera de la escuela, ya que este aprendizaje no siempre es *in situ* y muchas veces esa otra educación (la informal) es más relevante y significativa que la formal. Otro elemento que también sustenta esta propuesta es el Programa Sectorial de Educación 2013-2018 (PSE), que prevé seis objetivos para articular el esfuerzo educativo; nuestra propuesta se enfoca en el número 6 que establece: “Impulsar la educación científica y tecnológica como elemento indispensable para la transformación de México en una sociedad del conocimiento” (PSE, 2013, p. 67). A pesar de tratarse de un objetivo dirigido a trabajar en el ámbito formal, en él se observa que se pretende desarrollar una educación apoyada en la tecnología con la finalidad de ser de utilidad para la

formación integral de los sujetos, es por ello que lo rescatamos aun cuando nuestra propuesta va dirigida al ámbito de la educación informal, es decir, se procura fomentar la educación mediática la cual a su vez impulsa la educación tecnológica; pero desde el ámbito informal con la meta de lograr un aprendizaje significativo, a través de las prácticas cotidianas. En este sentido, surge la necesidad de retomar a la revista electrónica desde el ámbito pedagógico, es decir, desde una disciplina cuyo objeto de estudio es la educación y se interesa en la formación de individuos de manera integral.

A través de esta propuesta se desarrollan como principales objetivos el impulsar el pensamiento crítico en niños de 10 a 11 años a través de la alfabetización mediática. Explicar la perspectiva teórica que sustenta una educación en medios, analizar las preferencias de consumo mediático de los niños de 10 y 11 años, planear el contenido propuesto para la edición número cero de la revista electrónica y describir qué ventajas ofrece la revista electrónica como propuesta pedagógica de alfabetización mediática para niños de entre 10 y 11 años.

Dichos objetivos surgen gracias al análisis del gran auge y presencia de los medios de comunicación en la sociedad actual lo cual nos lleva a cuestionar el papel de las audiencias, principalmente el de las nuevas generaciones; siendo los niños un sector de la población que puede ser fácilmente influenciado por los mensajes mediáticos porque se encuentran en el proceso de formación de su personalidad y son los que más expuestos están a los medios, siendo consumidores de diversos productos audiovisuales, entonces por qué no contar con una educación que los prepare para enfrentar y trabajar con las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC).

Lo anterior se torna urgente si se acepta que los mensajes provenientes de las TIC intervienen en la formación de la identidad de estos niños mediante el consumo de

diversos programas, series o películas cuyos personajes son imitados por los niños sin cuestionarse los valores e ideologías que están detrás de ellos; del programa, la película, el video o la serie de televisión o de internet que ven y que dictan las conductas que los chicos adoptarán como moda, misma que impacta en su vida diaria pues llegan a constituir parte de su actuar cotidiano. Con ello se constituye un aprendizaje informal al que las audiencias arriban de forma voluntaria, por tal motivo surge la necesidad de generar propuestas como la presente que contribuyan a la alfabetización mediática; ya que en la actualidad en países como el nuestro, el tema de la alfabetización en medios aún no es trabajado con la importancia que estos tiempos exigen. Si bien podemos encontrar investigaciones sobre el tema; éstas giran en torno a la perspectiva didáctica o hacen referencia a la lectura de contenidos específicos de ciertos programas, sobre todo de comedia o caricaturas; pero se deja de lado el aprendizaje y desarrollo de las habilidades crítico reflexivas que brindan a la audiencia la oportunidad de aprender a leer los contenidos mediáticos que los diversos medios (televisión, prensa, radio, internet) ofrecen.

Ello brinda la oportunidad de incursionar en la educación informal por medio de estrategias pedagógicas que apoyen en la formación de audiencias críticas y reflexivas, a partir de la incorporación de los medios y las TIC, los cuales permiten nuevos lugares de aprendizaje que poco se relacionan con lo que plantea la escuela. En este sentido, la propuesta de la revista electrónica pretende fomentar el desarrollo de habilidades para una lectura de contenidos mediáticos, mismas que podrán ser puestas en práctica en la interacción con los distintos medios, atendiendo la necesidad de favorecer que las y los niños de entre 10 y 11 años aprendan a leer e interpretar de manera crítica y reflexiva los contenidos que ofrecen los medios de comunicación, con el fin de tener audiencias participativas que no sólo sean consumidoras y reciban mensajes, sino que también, reflexionen, analicen los contenidos que ofrecen los medios; y produzcan sus propios mensajes, es decir, hay que enseñar a los niños a interactuar con las TIC y los medios, para aprender a

leerlos tal y como lo hacemos con los libros y a utilizarlos como las matemáticas, la física o la química, pero desde la pedagogía.

Para lograrlo en nuestra propuesta nos enfocamos en contestar las siguientes preguntas: ¿De qué manera la revista electrónica puede impulsar el pensamiento crítico en los niños de 10 a 11 años a través de la alfabetización en medios? ¿Cómo la perspectiva teórica de la educomunicación puede sustentar una propuesta de revista electrónica? ¿Cuáles son los contenidos más demandados por los niños de 10 a 11 años? ¿Cuáles son los contenidos y actividades pertinentes para la edición número cero de la revista electrónica con base en los gustos, intereses y necesidades de los niños de 10 y 11 años? ¿Qué ventajas ofrece la revista electrónica como recurso para que los niños de 10 a 11 años reflexionen sobre sus consumos mediáticos?

La presente propuesta se enmarca en el enfoque constructivista de Jean Piaget con base en el cual se describen las características de los niños de 10 y 11 años, bajo el mismo enfoque constructivista se retoma la teoría sociocultural de Lev Vigotsky, la cual plantea que el niño aprende a través de su interacción con el medio en el que se desarrolla. La importancia de basar la propuesta en este enfoque consiste en hacer énfasis en la influencia que la sociedad, (en este caso específico: las TIC y los medios) ejerce sobre los niños para moldearlos y para que éstos puedan desarrollar todas sus capacidades como individuos sociales.

También se busca promover la relación del mundo exterior con los contenidos que se tratarán en la revista, de manera que encuentren un vínculo entre lo visto en sus programas favoritos y la realidad que viven. Bajo esta mirada se pretende que a través de la propuesta de revista electrónica los niños arriben a la alfabetización mediática y posteriormente al pensamiento crítico, de manera voluntaria, autónoma y compatible con su realidad, sus intereses y gustos. Es por ello que la presente propuesta se enfoca en proporcionar un recurso que sea de interés para el sector a

quien va dirigida, pero que a su vez busca ayudar a adquirir nuevos conocimientos y competencias que permitan a los niños enfrentarse a los retos de la modernidad con un pensamiento crítico y reflexivo. También se retoman autores como Freinet, Crovi, entre otros, con el fin de sustentar la importancia de la relación entre el aprendizaje cotidiano, las TIC y las nuevas formas de aprendizaje.

Para alcanzar cada uno de los objetivos mencionados seguimos una propuesta metodológica cualitativa apoyándonos en el cuestionario con el fin de recabar datos útiles para la elaboración de la revista. La investigación se dividió básicamente en tres etapas: Aplicación del cuestionario, sistematización de la información y elaboración y diseño de la propuesta.

La presente investigación gira en torno a tres capítulos, en el capítulo I Vida cotidiana y educación informal, se presenta el concepto de vida diaria como escenario de la educación informal y como el centro de interacción de los sujetos de la investigación con los medios y las TIC, así mismo la influencia de éstos en la cultura, la identidad y su papel como agentes educativos; pues si bien, no es común pensar que accedemos a algún medio de comunicación, red social o tecnología con el fin de ser instruidos o educados, es cierto que a la par del uso que les damos adquirimos aprendizajes de los cuales no somos siempre conscientes. En este sentido, se aborda también el lenguaje y los aspectos de cambio que ha sufrido en su significado tradicional gracias al desarrollo de la tecnología y los medios, puesto que, en la actualidad, ya no hablamos ni utilizamos únicamente el lenguaje oral o escrito, sino que a través del mundo digital estamos en continua interacción con otros lenguajes como el audiovisual.

Derivado de ello, en el capítulo II Perspectiva teórica de la educomunicación, se explica la investigación y aportes de varios autores a este campo de estudio; se definen los conceptos de alfabetización mediática, lenguaje audiovisual y algunas nociones de lo que éste engloba: planos, ángulos, etc., del mismo modo, la teoría

pedagógica que sustenta la propuesta, se define a la educación informal, los principios de la pedagogía crítica de Paulo Freire, así como el enfoque constructivista desde la mirada genética de Jean Piaget y la teoría socio-cultural de Vigotsy en las que se basan las actividades diseñadas para la revista y que dirigen los procesos de enseñanza y aprendizaje.

Por último, en el capítulo III propuesta de revista electrónica, contenidos y alcances, se describe la metodología utilizada y los gustos e intereses que señalaron tener los niños de entre 10 y 11 años del grupo muestra con el que se trabajó, esto gracias a un cuestionario aplicado el cual sustenta el contenido de la revista, así mismo se desarrolla el diseño, se explica el uso de ésta y su contenido. En este capítulo se presenta el número cero de la revista, el cual puede tener modificaciones y variar el contenido de los temas en el tiempo de la publicación ya que la misma se basa en las demandas de los usuarios.

Capítulo I

Vida cotidiana y educación informal

Para entender el fenómeno de la educomunicación, se hace necesario abordar a los medios y su influencia en el contexto de la vida cotidiana con la finalidad de entender su papel como agentes educativos constructores de la realidad. Es así que este capítulo inicia con un panorama general sobre el concepto de vida cotidiana y su relación con la cultura popular de los niños de entre 10 y 11 años, para luego, establecer la relación que existe entre los medios, las TIC, la cultura y el aprendizaje informal al que arriban en especial las nuevas generaciones.

I.1 Vida cotidiana

Si bien el concepto de vida cotidiana podría parecer algo sencillo de explicar ya que se puede relacionar con la rutina del día a día, en realidad no lo es. Este es un fenómeno que ha sido tema de investigación para diversos autores entre los que destacan Schutz, Berger, Luckman, Piña entre otros. Siguiendo a Piña (1998), la vida cotidiana es:

el mundo inmediato de las personas que conforman una sociedad determinada. La relación social que se establece en la VC es cara a cara; ahí se vive con asociados, las personas con las que se intercambian tantas experiencias en sus vidas se encuentran cruzadas. Los asociados, dirá Schutz, envejecen juntos, porque sus vidas se imbrican. (p. 54).

Es cierto que al hablar de vida cotidiana se hace referencia a esas rutinas que le dan estructura a la vida diaria, es decir, a todos aquellos elementos tanto sociales, económicos y culturales que intervienen en el desarrollo e interacción de los sujetos de una sociedad; pero no se puede pasar por alto al hecho de que dentro de la vida cotidiana se llevan a cabo procesos de adquisición de conocimiento, ya que cuestiones tan comunes del día a día como el lavado de dientes o la rutina a la hora

de comer, han pasado por los denominados procesos de asimilación y acomodación de Piaget, (descritos en el siguiente capítulo), con los cuales los sujetos conforman esquemas mentales que se vuelven parte de sus experiencias y por lo tanto son transformados en conocimiento.

El conocimiento al que se arriba a través de la vida cotidiana, es el del sentido común que es el primero al que los seres humanos estamos expuestos, ya que se comienza con la rutina social e interacción con otros desde el nacimiento, “La vida cotidiana no es el puro pasar de los días, sino una especie de substancia de nuestro vivir, que se dibuja en contraste con lo extraordinario de nuestra existencia” (Alvira, 2005, p. 9). Por lo cual la vida cotidiana dota de experiencias y elementos que apoyan el desarrollo biopsicosocial de los sujetos tanto en lo individual como en lo social. En este sentido, también se hace referencia a la definición de Schutz, retomada por Ahumada quien define: “al mundo de la vida diaria como la escena de la acción social, es el espacio donde los hombres entran en interacción y tratan de entenderse unos con otros, así como consigo mismos” (Ahumada, 2005, p. 17). En este contexto social los individuos adquieren diversas experiencias que les permiten alcanzar nuevos aprendizajes sobre el mundo que les rodea y darles significado a los diferentes elementos que en él se encuentran, nos referimos al conocimiento ordinario, que no se adquiere en un curso, ni mucho menos en el marco de la educación formal, sino en la interacción libre y cotidiana con otros individuos y su entorno.

Dichas experiencias y significados están condicionados y definidos por objetivaciones sociales previas del mundo y arbitrarias de tal modo que cuando un individuo nace, el contexto en el que va a desarrollarse ya cuenta con objetos, instituciones, personas y relaciones establecidas y heredadas, a las que Schutz se refiere como antecesores y las contemporáneos que son quienes se encargan de transmitir ese conocimiento y tipificaciones a fin de que el sujeto adquiriera elementos

para desarrollarse por sí sólo “desde la infancia el sujeto va acumulando patrones de conducta que utiliza para comprender y entender, así como para controlar las múltiples experiencias a las que ha de enfrentarse en la vida cotidiana” (Ahumada, 2007, p. 22).

Como se mencionó anteriormente, padres, maestros, amigos, instituciones, etc. se encargan de transmitir el conocimiento del mundo; sin embargo, el conocimiento se construye de manera social en la interacción con los otros “la vida cotidiana es intersubjetiva porque el pensamiento de sentido común permite conocer y reconocer el mundo, pero no es asunto privado, sino intersubjetivo, es decir, socializado, por ende el conocimiento es social” (Ahumada, 2007, p. 28): Desde esta perspectiva, se puede decir que la sociedad tiene una gran influencia en la vida cotidiana, en cómo se concibe la realidad individual, la social; y por lo tanto en la construcción de la identidad “lo social y lo cultural puede llegar a entenderse como un cinturón amplio que envuelve al yo, en el que se incluyen las experiencias que cualquier ser humano vive desde el inicio de su ciclo vital” (Monereo, 2011, p. 27). Experiencias que al ser parte de su cotidianidad forman piezas de la cultura de cada individuo, lo cual provoca una relación recíproca en la que los sujetos forman a la cultura y la cultura los forma a ellos, esto entendiendo a la cultura como el conjunto de procesos que tienen en común los miembros de una sociedad, llámense costumbres, lenguaje, símbolos, etc. retomando la definición de Edgar Morín, quien citado por Ahumada (2005) refiere que:

Una cultura constituye un cuerpo complejo de normas, símbolos, mitos, cuya penetración se efectúa con arreglo a procesos mentales de proyección e identificación polarizados sobre los símbolos, mitos e imágenes de la cultura, así como las personalidades místicas o reales que encarnan sus valores (los antepasados, los héroes, los dioses). (p. 28).

La cultura se entiende como un proceso de construcción social, el cual se conforma por los aspectos ordinarios de la vida, puede representarse por lo que John B. Thompson (1998) llama “formas culturales” como lo son la pintura, el cine, la danza,

el arte en general, o por cuestiones que los sujetos interiorizan formando parte de su actuar y forma de pensar, es decir, esquemas mentales o de comportamiento que tienen lugar gracias al lenguaje, las costumbres, y demás elementos que hacen sentir a los sujetos parte de una sociedad o de un grupo en específico, esto se logra seleccionando de manera individual los aspectos con los que mejor se identifiquen de acuerdo a sus gustos e intereses. Guerrero (2002) la define como:

el producto de acciones sociales concretas generada por actores sociales igualmente concretos y en procesos históricos específicos. [...] es posible, porque existen seres concretos que la construyen desde su propia cotidianidad como respuesta a la dialéctica transformadora de la realidad y de la vida. (p. 51).

En este sentido, la cultura es un tipo de herencia, la cual define la manera en que los miembros de la sociedad se comportan y se relacionan entre ellos y con aquellos que expresan una cultura distinta. Actualmente se ve como los significados que la sociedad le otorga a ciertos aspectos de la vida; pero estos significados deben ser duraderos y compartidos, ya que son parte de una sociedad, Giménez (2003) lo ejemplifica así:

hay significados vinculados con mi biografía personal que para mí revisten una enorme importancia desde el punto de vista individual e idiosincrásico, pero que ustedes no comparten y tampoco yo deseo compartir. A éstos no los llamamos significados culturales. Y tampoco son tales los significados efímeros de corta duración, como ciertas modas intelectuales pasajeras y volátiles (p. 2).

A pesar de que los significados deben de contar con cierta durabilidad para ser considerados parte de la cultura de una sociedad, es importante destacar que no son permanentes, ya que como se mencionó anteriormente los miembros de la sociedad influyen en la formación de la cultura por lo cual ésta va evolucionando con el paso del tiempo y se nutre de los avances tecnológicos, sociales y económicos, para a su vez impactar en el desarrollo de la misma sociedad. Sin embargo, cada sujeto va adquiriendo significados culturales de los distintos grupos sociales a los que

pertenece, por ejemplo los niños, en primera instancia, adquieren los significados que son comunes en el seno familiar, posteriormente resignifican con lo aprendido en la escuela, en algún grupo extraescolar, en su grupo de amigos y en esta época más que en cualquier otra, con lo aprendido a través de los mensajes mediáticos, con todo ello irán formando sus propios valores, ideologías y demás aspectos que conforman la identidad. Para ello un factor de suma importancia, ya que es a través del cual se transmite la cultura, es el lenguaje, que como se sabe va más allá de lo verbal o escrito, por lo cual cada vez tiene un mayor impacto y utilidad.

Hablar de cultura es hablar de lenguaje, siguiendo la idea de Ahumada (2007) quien dice que:

es un medio de comunicación. Con esta afirmación se dan dos de los caracteres principales y esenciales del lenguaje. Primero, el lenguaje es un medio, y segundo, es un código social. “El lenguaje no es un simple efecto o reflejo de los procesos y de la organización social. Constituye significaciones sociales y por ende prácticas sociales”. (p. 37,).

Anteriormente al hablar de lenguaje no se pensaba en las tipificaciones que ahora existen, mismas que también se encuentran en constante cambio y que, buscan tener cabida en la sociedad mediante el uso de los diferentes elementos propios de cada lenguaje (imágenes, sonido, imágenes en movimiento, etc.). Desde esta perspectiva, se puede hablar del lenguaje audiovisual que se caracteriza por su dinamismo, frescura y ritmo, elementos que sirven de referente para que los niños y jóvenes se sientan atraídos por ciertos aspectos de la cultura que imponen los medios y que juegan un papel importante en su formación. Tal es el caso de internet que facilita el acceso a productos culturales de todas partes del mundo, de ahí que los medios se describan como ventanas al mundo (Silverstone, 2004) que forman y conforman a los sujetos.

El mundo de información que se abre ante los niños aparece como una sobrecarga que, de alguna manera, influye en la perspectiva individual de cada persona. Esta sobrecarga de información que “produce dos efectos en apariencia paradójicos, pero en realidad convergentes: la sobreinformación y la desinformación” (Pérez, 2013, p. 55). La primera tiene que ver con la gran cantidad y el consumo de información por parte de las audiencias, que se consume de manera acelerada e irracional, ya que la saturación es tanta que no es posible organizarla racionalmente, ni se cuenta con las habilidades necesarias para llevar a cabo un proceso de discriminación, ello conduce al efecto de desinformación, debido a que en lugar de producirse esquemas mentales que sirvan para la comprensión, lo que sucede es un efecto de desorientación en los sujetos por no saber qué es pertinente y qué no, qué es fiable y qué no es inútil.

Lo anterior representa un grave problema porque los niños no están preparados para entender e interpretar los distintos recursos y lenguajes empleados por los medios. Y al no saber hacerlo se enfrentan a un exceso de información, que puede ser engañosa y por lo tanto manipuladora. Si a esto se le agrega que el mundo que ofrecen los medios y las TIC resulta altamente significativo por los temas que tratan, el lenguaje y colores que utilizan, etc., se observa el por qué es que los niños acceden a éstos de manera voluntaria. Es importante destacar que nos guste o no, los contenidos que ahí se presentan desde el ámbito de lo informal, educan para bien o para mal. De ahí la importancia de retomar los intereses de los niños para aprovecharlos con miras a formar sujetos críticos capaces de leer e interpretar la ideología que subyace en los contenidos que los medios proponen.

Los medios y las TIC ya están insertos en el contexto de la vida cotidiana y, alrededor de ellos se ha gestado toda una cultura popular cultura, entendida como “aquella que construyen los medios de comunicación; la música, el cine y otras expresiones es para muchos jóvenes el lugar desde el cual dan sentido a su propia

realidad” (Morduchowicz, 2010, p. 29). Los niños y jóvenes se sienten identificados con lo que los medios les ofrecen debido a que éstos toman parte de su vida cotidiana para el diseño de los programas, juegos, música o comerciales, con lo cual logran hacer sentir al espectador parte de una cultura que sí los entiende. Con base en lo anterior, se pretende que la revista electrónica aquí propuesta: *Más de tú TV*, sirva como recurso de alfabetización para aprender el lenguaje de los medios, para leer los mensajes y fomentar la posibilidad del desarrollo de la consciencia crítica, por medio de una educación que los niños no conciben como tal, nos referimos a la educación informal.

I.II Educación informal

La educación es un sector base en toda sociedad y está estrechamente ligada a la cultura. Si bien es cierto que son los adultos quienes se encargan de transmitir los conocimientos a las nuevas generaciones, sabemos que el proceso de aprendizaje dura toda la vida y se da en todos los ámbitos de la cotidianidad, para Cuadrado (2008):

El concepto de educación ha sufrido profundas transformaciones a lo largo de la historia aunque siempre se ha podido relacionar con el perfeccionamiento y la mejora de las personas, como resultado de algún tipo de aprendizaje. Se trata de un proceso de transformación individual y colectivo para convertir la sociedad que existe en la sociedad deseable. (p. 17).

De este modo, la educación tiene como fin formar a los sujetos para que estos puedan desarrollarse dentro de su contexto social. Como concepto, está fuertemente relacionado con la institucionalización sin embargo, no es únicamente en ella donde se adquiere dicha formación, tal es así que ahora se reconocen tres modalidades, educativas: la formal, la no formal y la informal; pero para los fines de este trabajo sólo se retomará la educación informal que hace referencia a todos aquellos

conocimientos adquiridos en la vida diaria, al conocimiento del mundo a través de actividades de interacción con el medio.

Al respecto, el glosario de la Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura (UNESCO), hace referencia a la educación informal como: “actividades educativas organizadas por regla general fuera del sistema educativo formal. En diferentes contextos abarca [...] la adquisición de competencias necesarias para la vida diaria y competencias profesionales, y la cultura general” (2007, p. 392).

Se hace necesario considerar lo que los niños aprenden fuera de la escuela, ya que este aprendizaje no se queda fuera de ella, sino que se convierte en referente de lo que lo que los sujetos experimentan dentro del salón de clases “La educación no sólo la proporciona la escuela sino que es toda la sociedad y especialmente los medios de comunicación, que entran en competencia con el saber establecido y tradicional” (Montoya, 2005, p. 49). Se parte del principio de que los contenidos que se abordan en la escuela no deberían estar alejados de lo que los niños ven y viven en su vida cotidiana, y es precisamente este aspecto lo que representa para esta investigación una veta a desarrollar con la revista digital, que trata de dar un giro al uso de los mensajes mediáticos.

El cambio implica que los niños cuenten con habilidades que les permitan construir su propio aprendizaje, mediante la reflexión, para cuestionar lo que los medios les ofrecen, para discriminar información y fuentes y sobre todo para ser conscientes de que el aprendizaje no descansa se da día con día y a cada momento, lo cual implica que los niños y la sociedad en general deben estar preparados para enfrentar por cuenta propia la saturación de información, deben hacerse partícipes y responsables de su propio aprendizaje. Es por ello que a través de la propuesta de la revista electrónica, se pretende que el niño explore de manera independiente los temas y actividades que le permitan arribar a conocer los elementos que utilizan los medios,

analizarlos y criticarlos, por las razones que establece Cuadrado (2008) cuando dice que:

De alguna manera, el mundo representacional que se construye a través de la educación informal tiene un peso determinante en nuestro futuro para comprender e interpretar el mundo. Ese mundo representacional opera reforzando y articulando nuestra manera de ver y comprender la realidad. El mundo que construimos en nuestras mentes no es sólo el de la educación formal sino, sobre todo, el que se da a través de la educación informal la que no se ve, la que no se instruye en los muros de una institución educativa. (p. 11).

Esa educación que “no se ve” se deja sentir a través de lo que los mensajes mediáticos transmiten, ya que cabe mirar con atención los programas de moda, para darse cuenta que el protagonista se convierte en el ideal de los niños y niñas, e imitan su forma de actuar o vestir, sin darse cuenta del por qué o para qué lo hacen, simplemente se dejan llevar por lo que les atrae y que luego re significan, en la vestimenta, en las marcas de la ropa que usan, la música que oyen, las películas que ven, etc., es decir, hacen todo un despliegue signos porque para ellos lo importante es pertenecer a cierta cultura y grupo social. Ello es logrado gracias al mundo dinámico que los medios ofrecen y que resulta tan atractivo para los niños lo que compite sin duda con lo que ofrece la educación formal. Al respecto, Morduchowicz (2010) señala que:

Los medios privilegian fundamentalmente el aquí y ahora, lo rápido y lo efímero, “la puesta en escena” de la información más que los contenidos que transmite, lo sensacional y emocional más que lo racional y abstracto. Hablan de todos los temas, sin gradaciones en el tiempo y sin ningún control evaluativo en la adquisición de esas informaciones. Los medios de comunicación son un mundo abierto a todas las influencias exteriores, hablan de todo de la misma manera y abordan todos los niveles de la cultura. Se adaptan a todos aun cuando todos no encuentren lo mismo en ellos. (p. 21).

De este modo, la educación informal funciona como referente en la vida del niño ya que constituye la primera educación pues desde el seno familiar se comienzan a adquirir los primeros significados (conocimiento del sentido común) que guiará a los niños en su

interacción con el mundo que los rodea; es un conocimiento que se adquiere como producto de las experiencias en el contexto de la vida cotidiana, es producto de un proceso educativo informal a través del cual, el niño se acerca a la cultura y adquiere las primeras competencias para comunicar, desarrollar su lenguaje, hábitos y costumbres que lo prepararán como un ser social competente y autónomo, capaz de generar sus propios aprendizajes (experiencias) y enfrentarse a otros más formales.

Si bien no ponemos en duda el alcance y potencial de la educación formal, es importante que las experiencias de la vida cotidiana tengan mayor presencia en la educación, pues, “La inteligencia manual, artística, científica, no se cultiva por el uso de las ideas únicamente sino por la creación, el trabajo y la experiencia” (Freinet, 2011, p. 26). La escuela apoya al niño en la adquisición de conocimientos que le sirven para adaptarse a la sociedad, para desarrollar habilidades que le serán útiles dentro del campo laboral; pero es importante no hacer a un lado todas esas experiencias, que a su vez se traducen en conocimiento, que el niño adquiere fuera de la escuela ya que es ahí donde pasa la mayor parte del tiempo, va de pantalla en pantalla, y todo ese conocimiento informal puede aprovecharse por medio de la presente propuesta para lograr desarrollar prácticas que le sirvan en esta era digital, con el fin de aprovechar y ampliar las habilidades con las que ya cuenta por ser miembro de la generación de los nativos digitales, es decir, se vive en una época llena de cambios tecnológicos, día con día surgen nuevos medios, aparatos, y demás, artefactos, que llevan a los niños a crecer con la moda del consumismo y de todo lo que los medios y TIC les venden para hacerlos sentir parte de un grupo o status, todo eso son contenidos para los cuales los niños no están preparados. A partir de ese panorama, según los profesionales de la educación, se abre una nueva oportunidad de intervención, Orozco (2011) menciona que:

Se requiere, entre otras muchas cosas, consensuar “nuevos motivos” para educar, “nuevos enfoques pedagógicos”, “nuevos estilos comunicativos” y diferentes destrezas que deben ser desarrolladas, tanto en los educadores como, sobre todo,

entre los sujetos que conforman las audiencias contemporáneas, incluidos, por supuesto, los mismos educadores en ese papel. (p. 267).

En este sentido es de esperarse que los cambios sociales se acompañen de cambios metodológicos en la educación que permitan seguir avanzando como individuos contruidos socioculturalmente, es decir, reconocer el aprendizaje informal como el “altar” de la escuela que puede ayudarla a mejorar en lo formal, pues “Cuando los estudiantes contemporáneos abandonan cada día la escuela se introducen en un escenario de aprendizaje organizado de forma radicalmente diferente” (Pérez, 2013, p. 47). Estos escenarios son de los medios y las TIC; de ahí que se resalte la necesidad de la formación de ciudadanos preparados para vivir en una sociedad llena de cambios tecnológicos y saturada de mensajes.

I.III Medios de comunicación y TIC como protagonistas de la educación informal

Datos del Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) (2013) revelan que:

para las tecnologías emblemáticas de la revolución digital -la computadora y el Internet- igualmente se ha multiplicado la proporción de hogares habilitados: para la primera, la proporción se triplica, y en el caso de Internet se multiplica por cinco. La disponibilidad de televisión de paga guarda un comportamiento y proporción muy cercanos al de las computadoras: para el periodo de referencia, la proporción pasó del 13 por ciento a casi el 37 por ciento. (p.10).

Estos datos ponen en evidencia el nivel de penetración que la tecnología digital está teniendo en la vida cotidiana, sin embargo, el problema es que niños, jóvenes y adultos se exponen al consumo mediático sin ninguna educación en medios que permita empoderarlos como sujetos críticos y reflexivos, “los niños además de ser la audiencia más frágil porque todavía no tiene formada una personalidad ni una inteligencia madura son los que más expuestos están a los medios, son voraces consumidores de todo tipo de productos audiovisuales” (Montoya, 2005, p.52):

Si bien los medios no pretenden educar a las audiencias, lo cierto es que sus mensajes sí están cargados de ideologías y valores que se ven reflejados en sus conductas, hábitos, formas de pensar y sentir, es decir, tienen gran influencia en la formación y desarrollo de los individuos, Orozco (2011) afirma que:

En la época actual, la producción de identidades pasa necesariamente por las pantallas. Lleva a ellas y a la vez resulta de ellas. Porque estas pantallas no son una opción esporádica de búsqueda de información o entretenimiento, como pudo haber sido el ir al cine un fin de semana hace cuarenta años o leer un libro o un periódico. Hoy, la interacción con las pantallas por ese sector que está en interacción con ellas es “un dado”, un punto de partida y también de llegada, es una condición de la cotidianidad y del intercambio social en su conjunto. (pp. 272-273).

Las pantallas y la producción de las que Orozco habla no son del todo aprovechadas por la educación formal lo que trae como consecuencia una brecha entre escuela y realidad. Aunado a esto se tiene que en la actualidad los niños están en contacto con una gran variedad de mensajes, muchos de ellos no aptos para su edad, pero los cuales influyen en la conformación de su identidad ya que “Los medios electrónicos, desde su mera aparición contribuyen a la <<desaparición de la infancia>>, precisamente porque los niños y jóvenes acceden a cualquier mensaje e información sin necesidad de ninguna alfabetización previa” (Morduchowicz, 2008, p. 3).

Así mismo, representan experiencias en la vida de los niños, a partir de las cuales pueden entender la realidad en la que viven la cual está conformada por un entorno lleno de: “símbolos, mitos e imágenes de la cultura, así como las personalidades místicas o reales que encarnan sus valores, los antepasados, los héroes, los dioses” (Morín, 1962, p. 56). Por ejemplo la televisión, es vista como medio masivo de información puesto que representa un actor importante dentro de la vida cotidiana actual, ésta ofrece un sinnúmero de símbolos que representan la vida diaria de los diversos grupos sociales, es decir, reconstruye la realidad y la adapta ofreciendo contenidos específicos a públicos determinados, dichos contenidos están cargados de ideologías y valores que, cuando los individuos no han sido preparados para filtrar, organizar y seleccionar de manera crítica son adoptados como ideales que se

convierten en formas de pensar y actuar dentro de la sociedad. En torno a esto Ahumada (2007) refiere que:

la imagen televisual está elaborada siguiendo códigos específicos, ya que responde a la exaltación y creación de valores sociales y culturales con el fin de estimular las reacciones del público al cual irá dirigido, así mismo los mensajes televisivos crean una representación de la realidad formando imágenes o estereotipos de la forma de vida social. (p. 63).

Entonces, la brecha que existe entre educación y medios difícilmente permite que los individuos cuenten con las herramientas que les ayuden a ser usuarios reflexivos y críticos ante las TIC, entendiendo lo último según Alvarado (2012) como:

una propuesta de aprender a pensar de manera autónoma, lo que conlleva el proponer estrategias de interpretación que apunten al pensamiento creativo [...] promover la actitud crítica, implica identificar el carácter político de la industria cultural y del proceso comunicacional; supone sospechar de la transparencia de los mensajes mediáticos y apunta a conformar un ciudadano independiente, cuestionador y creativo (p. 101).

Los mensajes mediáticos son inevitables, los estereotipos, valores e ideologías que tratan de imponer son parte de la cotidianidad; sin embargo, con una educación mediática, los sujetos pueden crear sus propios mensajes y optar de manera crítica y reflexiva por lo que a su parecer mejor les convenga, ya que podrán contar con las habilidades necesarias para entender y analizar los lenguajes propios de los medios y ver más allá de lo que se muestra, pues no se trata sólo de ser audiencia sino de dar el paso a ser usuario, “ser usuario, insisto, conlleva una diferencia cualitativa en relación con el sólo ser audiencia. Ser usuario implica la agencia de la audiencia. Y agencia, como la pensó Giddens (1996), supone reflexión, no sólo acción”. (Orozco, 2011, p. 273). La reflexión se ve como la contraparte de la percepción acrítica, con el fin de que los sujetos puedan tomar decisiones basadas en experiencias y juicios propios, cabe resaltar que cada individuo es quien es, gracias a la interacción sociocultural que establece con otros (familia, amigos, vecinos o compañeros de

alguna institución llámese escuela, institución religiosa, entre otras); porque tiene un papel importante en la formación de la identidad.

La identidad involucra cuestiones sociales, históricas, políticas, económicas y demás, da un sentido de pertenencia, de identificación con ciertos parámetros culturales y sociales, concibiéndose como “un término que hace referencia a la forma en que la gente comprende su relación con el mundo, y al modo en que tal relación es construida en el tiempo y el espacio y se proyecta en sus posibilidades futuras” (Monereo, 2011, p. 32). Así, la identidad se encuentra estrechamente vinculada con la vida cotidiana, ya que es por medio del conocimiento ordinario que se empiezan a formar los primeros patrones identitarios, de conducta, gustos e intereses etc. del sujeto. La identidad se ve influenciada por distintos factores sociales como la cultura, la política, el lenguaje, la moda y en esta época en especial, por los medios de comunicación incluyendo las TIC; lo cual resalta la necesidad de fomentar la alfabetización mediática entre los niños y jóvenes principalmente, que brinde las herramientas necesarias para reflexionar en torno a los mensajes mediáticos, las pautas comportamentales que promueven, estilos de vida, estereotipos de belleza, de hombre, mujer, etc. y con ello conformar una identidad sustentada en valores y toma de consciencia social. Al ser miembros de una sociedad, los seres humanos requieren sentirse parte de algo, de ahí que surjan grupos políticos, escolares, tribus urbanas, etc., con las cuales, de acuerdo a los gustos e intereses individuales cada persona, se puede sentir atraída al interactuar con otros sujetos e ir encontrando su propia identidad.

Lo anterior, supone un arduo trabajo en la elaboración de metodologías y el conocer los lenguajes propios de los medios para aprovecharlos en beneficio del desarrollo de la alfabetización mediática, puesto que, por ejemplo para Ahumada (2007):

el lenguaje de la televisión es audio-escrito-visual, esto nos remite a pensar que la televisión reúne diferentes lenguajes y crea el suyo propio; es un lenguaje polisintético al amalgamar distintos elementos que pertenecen a diversas formas de

expresión y significación. Todo ello para poder representar y recrear el medio ambiente [...] conjunta la vista y el oído como los principales sentidos con los que percibimos nuestro entorno y que son los que nos posibilitan la percepción del medio ambiente en su dimensión espacio temporal. (p. 59).

A través de los mensajes mediáticos que reciben por medio de la televisión, los niños encuentran historias que contar, personajes a quienes imitar y sobre todo experiencias y aprendizajes que conforman su identidad y por lo tanto la forma en que se relacionan con los demás, pues los contenidos y mensajes de los medios se vuelven también temas de conversación entre los niños, determinan el grupo de amigos que eligen porque se identifican de acuerdo a sus gustos y preferencias, así como con qué personas se sienten escuchados, con quienes pueden ser ellos mismos, expresar lo que resulta atractivo, determinan lo que pueden soñar, jugar, incluso debatir, es por ello que se vuelve apremiante el interés por conducirlos al pensamiento crítico, puesto que ahora dichos mensajes no son transmitidos a los niños sólo mediante la televisión, sino también vía celular o tablet con los que accesa a juegos que otras generaciones conocieron como “juegos de mesa”: memoramas, dados, serpientes y escaleras, etc., además de que pueden encontrar calculadoras, calendarios, pues ahora prácticamente hay una aplicación o herramienta para cualquier necesidad, con ello se podría pensar que las nuevas generaciones o nativos digitales, ven a la tecnología como omnipotente.

En este sentido, es un imperativo que los niños cuenten con una educación en medios que los oriente en el consumo mediático, que los haga conscientes de que lo que aprenden fuera de la escuela en el contexto de la rutina del entretenimiento, también les está dejando aprendizajes y está reconfigurando su identidad.

Así lo detalla Roxana Morduchowicz (2010):

Los medios de comunicación participan en la construcción de esa identidad. Influyen sobre nuestra noción de género, sobre nuestro sentido de clase, de raza,

de nacionalidad, sobre quienes somos “nosotros” y quiénes son “ellos”. Las imágenes de los medios de comunicación organizan y ordenan nuestra visión del mundo y nuestros valores más profundos: [...] Los medios nos dicen cómo comportarnos ante determinadas situaciones sociales; nos proponen qué pensar, qué sentir, qué creer, qué desear y qué temer. Nos enseñan qué es ser hombre y qué es ser mujer, cómo vestirnos, qué consumir, de qué manera vestirnos, de qué manera ser popular y evitar el fracaso, como reaccionar ante miembros de grupos sociales diferentes al “nuestro” y de qué modo responder a normas, instituciones y valores sociales. (p. 35).

Vemos entonces que los medios retoman aspectos de la vida cotidiana para hacer llegar sus mensajes, a través de los cuales ofrecen valores, formas de ser, pautas comportamentales e ideologías mediante las cuales los individuos enfrentan sus experiencias e interactúan con otros compartiendo esas ideas, significados, representaciones y nociones del mundo que han adquirido a través de imágenes, canciones, sitios web, radio, revistas, periódicos, noticieros y, en el caso de los niños, también aprenden conductas, cómo relacionarse; incorporan gustos y preferencias que determinarán su identidad. Para ellos existe gran diversidad de contenidos mediáticos que se expresan, no sólo a través de la televisión, sino también la Internet mediante plataformas como YouTube, así los niños pueden acercarse a sus contenidos preferidos, a los videojuegos, aparatos portátiles (tablets o celulares) que los convierten en audiencias conectadas, y voraces consumidores, “las identidades de los jóvenes se trazan en la intersección del texto escrito, la imagen electrónica y la cultura popular”, (Morduchowicz, 2010, p. 34). De tal manera que se han vuelto casi indispensables para las nuevas generaciones.

Hasta aquí hemos abordado la relación existente entre los medios y vida cotidiana, resaltando el gran auge y presencia que los mensajes mediáticos tienen dentro de la sociedad y en especial en el desarrollo de la identidad de los niños. En el siguiente capítulo se explicará la perspectiva teórica de la educomunicación, como parte del proceso constructivista que lleva a los niños de entre 10 y 11 años a fomentar el desarrollo del pensamiento crítico.

Capítulo II

Perspectiva teórica de la Educomunicación

En el presente capítulo se hace necesario explicar la teórica que sustenta una educación en medios con el fin de dar un panorama sobre lo que conlleva la educación mediática; para ello se retoman conceptos como alfabetización mediática y educomunicación, debido a que son nociones que forman parte de una perspectiva que permite comprender dialógicamente la relación del binomio comunicación-educación; además se enfatiza en la relación que dichos conceptos tienen con el desarrollo del pensamiento crítico a través del constructivismo; ya que este enfoque resalta la importancia del individuo como participe de la adquisición del conocimiento.

A continuación se presentan los principales *Supuestos teóricos* que sustentan la perspectiva educomunicativa.

II.1 Supuestos teóricos

Un concepto que se torna relevante para el desarrollo de esta investigación es el de educomunicación también conocido como educación para los medios, comunicación educativa, educación en materia de comunicación, etc. Para Aparici (2010):

La educomunicación nos presenta una filosofía y una práctica de la educación y de la comunicación basada en el diálogo y en la participación que no requieren sólo de tecnologías sino de un cambio de actitudes y de concepciones pedagógicas y comunicativas. (p. 17).

A partir de una perspectiva pedagógica, la unión de estas dos disciplinas hace posible la creación de metodologías propias que apoyen a los miembros de la sociedad en su interacción con los medios y las tecnologías de la información y comunicación (TIC) con el fin de llevar procesos receptivos críticos de los mensajes mediáticos y con ello desarrollar su capacidad reflexiva y posteriormente de producción, en otras palabras, la educomunicación es una perspectiva que propone

la necesidad de formar “prosumidores¹” (consumidores-productores que no sólo consuman mensajes mediáticos, sino que también participen críticamente en la producción de los mismos) “de lo que se trata, es de que los alumnos puedan experimentar qué significa ser productores culturales, capaces de leer diferentes textos y, ciertamente, de producirlos” (Morduchowicz, 2010, p.51). Sin embargo el primer paso para lograr que los alumnos lleguen a ser también productores es que estén mediáticamente alfabetizados, por ello que la propuesta de revista electrónica se enfoca primordialmente a la alfabetización antes que a la producción.

Por otro lado, pudiese pensarse que curricularmente se trabaja una educación en medios dentro de la educación formal porque se incorpora la tecnología (internet, videos, música, etc.) al aula, sin embargo, el hecho de dotar a los alumnos con recursos tecnológicos o ver algún documental o película dentro del aula, está alejado de lo que en realidad busca la educación para los medios, pues siguiendo a Ferguson citado por Morduchowicz (2010) dice que:

La educación en medios analiza la manera en que los medios construyen el mundo y actúan como mediadores entre él y nosotros. Se fundamenta sobre una noción esencial: los mensajes de los medios son construcciones. Así, la educación en medios propone aprender a interrogar estas representaciones y con el fin de comprender la forma en que damos sentido a la realidad y el modo en que otros (los medios) le dan sentido para nosotros. (p. 65).

Así mismo, esta perspectiva educomunicativa se basa en los principios de la pedagogía crítica de Paulo Freire, quien en su libro *Pedagogía de la autonomía*, refiere que se deben considerar los saberes con que cuentan los educandos, teniendo presente que enseñar exige ser crítico y, “Se es crítico cuando tenemos la competencia semiótico-comunicacional para entender y ponderar los mensajes masivos” (Hernández, 2001, p. 2). En la actualidad al hacer referencia a los saberes con que cuentan los educandos nos encontramos con una gran variedad de ellos, ya que en especial los niños y jóvenes van de una pantalla a otra, es decir, del

¹ Alvin Toffler (1979) crea el concepto de prosumidores como una idea futurista, surgiendo de la combinación de las palabras productor y consumidor.

videojuego al celular, de ahí a la televisión, a la computadora, etc. y en cada una de ellas, los sujetos se enfrentan con diversos lenguajes para los que no han sido alfabetizados y no cuentan con las habilidades necesarias para leer críticamente los mensajes, ni para discernir lo que el productor quiere comunicar. Es por ello que desde la educomunicación se pretende que el usuario de los medios y las tecnologías sea también crítico de ellos.

Por lo tanto, se puede resaltar que la unión de la comunicación y la pedagogía puede dar surgimiento a nuevas metodologías que sirvan como base para el desarrollo de habilidades comunicativas y educativas que apoyen en la formación de un pensamiento crítico y al desarrollo de habilidades ante la presencia de los mensajes mediáticos que ya son parte de la rutina diaria de ahí la necesidad de que “la integración entre la escuela y los medios debe pasar, necesaria y fundamentalmente, por una verdadera y profunda educación en medios. Es ella, precisamente, la que da sentido a la pedagogía como práctica cultural” (Morduchowicz, 2010, p. 64). Entendida como aquella educación que no se da únicamente en la escuela como institución, sino a través de la cultura y contexto de los individuos a partir de la cual, éstos conforman su percepción de la realidad. La educación como práctica cultural, pretende incluir la cultura popular en el proceso de enseñanza y aprendizaje, con el fin de que la información que adquieren los niños y jóvenes a través de los medios, no se quede fragmentada, sino que puedan darle un significado y sentido valorativo. Al respecto, Rincón (2008) propone:

innovar desde el aprendizaje de los otros modos de comprender y explicar a la vida; hay que intervenir los lenguajes [...] Hay que aprender a “pensar con imágenes” [...] hay que llevar a las audiencias a convertirse en productores de resistencias creativas a través de sus intervenciones mediáticas. (p.97).

Al hablar de innovación pudiese pensarse que se hace referencia a un tema nuevo, pero no es el caso de la educomunicación o educación mediática, pues esta corriente ha estado presente desde la década de los ochentas como campo de

estudio en México y en otros países de Latinoamérica así como en muchos otros de Europa; Aparici (2010) refiere que:

se originó en Latinoamérica y se extendió a España. En otros países y sin tener contacto entre sí se articularon, también diferentes movimientos con el objeto de introducir en la enseñanza primaria y secundaria el análisis, estudio y prácticas de los medios de comunicación. Es en 1984 cuando se institucionalizó este campo de estudio a nivel mundial a través de la UNESCO. (p. 10).

Gracias al desarrollo en diversos países se han creado instituciones específicas que se encargan de la investigación y difusión de esta temática que tanto atañe a la época actual y que aun cuando no ha alcanzado la fuerza que se requiere dentro de la educación formal, sí comienzan a abrirse áreas de investigación en torno a la educación para los medios como muchas de las coordinadas por el instituto Latinoamericano de Comunicación Educativa (ILCE) en México, que es el organismo que tiene como misión “proponer, articular e impulsar iniciativas y proyectos de comunicación educativa de vanguardia que generen experiencias de aprendizaje significativo [...] contribuir al mejoramiento de la educación y la cultura, a través de los medios y los recursos audiovisuales” (ILCE,2016, párr. 1).

Ahora bien, la comunicación y la educación son dos ciencias que no han estado separadas del todo. Realizando una mirada retrospectiva hacia los inicios de la teoría pedagógica, encontramos antecedentes del uso de los medios visuales en la educación como el de Juan Amós Comenio, conocido como el padre de la Pedagogía, quien fue el creador del primer libro ilustrado, mismo que utilizó para la enseñanza del latín, pues pretendía que el aprendizaje se diera en un ambiente de alegría y motivación para los alumnos, por lo que con dicha herramienta Comenio trató de mostrar a sus estudiantes la realidad del mundo a través de imágenes.

En su libro *Didáctica Magna*, Comenio hace referencia a la necesidad de una educación que pueda rendir sus frutos en el marco de la vida cotidiana; Comenio

proponía una didáctica que motivara al alumno el deseo de conocer y que la enseñanza se relacionara con la vida diaria de los educandos. Desde entonces, para muchos educadores la propuesta de Comenio ha estado presente y en este espacio también encuentra lugar, puesto que si bien, en sus orígenes no estuvo ideada para analizar el contenido mediático, ya que no es característico de aquella época, sí se reconoce la importancia de utilizar recursos que atraigan la atención de los alumnos, que los motiven y acerquen al aprendizaje para que éste tenga significado en su contexto.

En este sentido, también se encuentran las teorías del pedagogo, francés Celestin Freinet quien no alejó la comunicación de la práctica educativa, ya que entre sus propuestas se incluye el uso de los medios de comunicación y la tecnología para fines educativos, dado que es a partir de la práctica docente que surge la preocupación de implementar nuevas técnicas de enseñanza y aprendizaje que permitan unificar la vida cotidiana con lo aprendido en la escuela. De ahí que Freinet implementó el uso de la imprenta con la finalidad de que sus alumnos produjeran textos propios basados en su experiencia. A partir de ello, observó que el interés y la pasión por el trabajo escolar se incrementaban en los niños, por lo que continuó innovando técnicas que propiciaran un ambiente más atractivo y significativo en el entorno escolar.

Aunque el auge de sus escritos tienen lugar a principios del siglo XX, éstos continúan vigentes en muchos aspectos de nuestra actualidad, por ejemplo, en su libro: “Técnicas de la escuela moderna” Freinet (1999) refiere:

He aquí un problema escolar. Y tienen razón: los niños de hoy no reaccionan como los niños de hace 20 años ni de hace 10 años. El trabajo escolar no les interesa porque no se inscribe ya en su mundo. Entonces, inconsistentemente, sólo le prestan una porción mínima de su interés y de su vida, y todo lo demás lo reservan para lo que consideran la verdadera cultura y la verdadera alegría de vivir [...] sobre todo los medios audiovisuales de información los hacen vivir en un mundo que no tiene nada en común con la vieja escuela donde se obstinan en mantenerlos. (p. 3).

Con esta cita se observa que lo que Freinet afirmaba a principios del siglo pasado no está muy alejado de lo que pasa actualmente con la educación institucional, pues basta con indagar en los índices de deserción escolar o preguntarle a los niños qué piensan de la escuela para darse cuenta que las prácticas tradicionales de la educación formal están muy lejos de satisfacer sus necesidades porque el dinamismo de los lenguajes que les ofrecen la tecnología y los medios de comunicación, los atrae y hace ver a las instituciones educativas y sus métodos como algo sin significado. Es por ello que surge la necesidad de implementar nuevas metodologías e incursionar en campos de estudio diferentes, a saber el campo de la educomunicación, que atañe a las necesidades e intereses formativos de la sociedad actual. Como parte de estas metodologías, se presenta a la alfabetización mediática.

II.II Qué es la alfabetización mediática

Hablar de alfabetización, remite al resultado obtenido de una educación brindada para aprender a leer y escribir; pero gracias al avance tecnológico y el surgimiento de nuevos medios de información, el leer y escribir va más allá de sólo relacionar esta práctica con el lenguaje verbal o escrito, sino que enfatiza el desarrollo de habilidades relacionadas con la lectura, escritura y producción de medios, siendo ésta el inicio de una educación mediática, es decir, “el conocimiento y las habilidades que adquieren los alumnos [...] implica necesariamente <<leer>> y <<escribir>> los medios. Por lo tanto la educación mediática se propone desarrollar tanto la comprensión crítica como la participación activa”. (Buckingham, 2005, p. 21)

La alfabetización mediática brinda las habilidades necesarias en miras de desarrollar una visión crítica sobre los mensajes que se consumen día con día; pero no se queda ahí, busca desarrollar la capacidad creativa del sujeto para que de consumidor, pase a ser productor de sus propios mensajes, ello con la ayuda de la comprensión y utilización de distintos lenguajes (sonoro, visual, audiovisual, escrito, etc.). Para Hernández (2001) un sujeto alfabetizado:

Es aquel que posee conocimientos instrumentales en el lenguaje audiovisual. Los aspectos formales de los medios se analizan desde la perspectiva de métodos estructuralistas y semiológicos. En líneas generales se estudian las escalas de plano, las angulaciones y movimientos de cámara, los encuadres, la iluminación y el decorado [...] Se enseña también a no confundir la ficción con la realidad, el desarrollo de los conflictos del discurso audiovisual, el núcleo narrativo del relato y los valores estéticos y morales inherentes a los mensajes. (p. 13).

Es decir, un sujeto alfabetizado es aquel que cuenta con una educación para leer a los medios tal y como lo hace con el libro de texto en la escuela. Es un sujeto que mediáticamente, desarrolla habilidades para comprender planos, colores, sonidos, etc.; pero no sólo se queda en la comprensión, sino también es capaz de llevar esos conocimientos a la producción de sus propios mensajes mediáticos a través del manejo de colores, formas, sonidos, palabras, es decir, del dominio de lo que se conoce como lenguaje mediático que se pone en acto en la producción de algún medio entendido como “la cosa o acción que sirve o se utiliza para conseguir algo o transmitir información [...] Los medios intervienen: no nos ponen en contacto con el mundo, sino que nos ofrecen versiones selectivas del mismo” (Buckingham, 2005, p. 19). Pero, ¿Cómo hacerlo?

Lo que se pretende a través de la alfabetización mediática, es que las pantallas: televisión, portables, internet, videojuegos, etc. no se consideren poseedores de la verdad absoluta con contenidos dignos de imitar sin cuestionar, y provocando en el espectador un bombardeo de información que contiene ideologías y valores bien contruidos, sino que éste se vuelva crítico ante el contenido de los medios, pueda leer y decodificar sus lenguajes y mensajes y poder llegar a ser productor de los mismos.

En el caso particular de esta investigación se trabajará con una revista electrónica que servirá como medio para alfabetizar a los niños y con ello aprendan a leer sus programas favoritos, a cuestionar los temas abordados en ellos, las características

de sus personajes, o sea, los estereotipos; se involucren en el diseño, formas, colores, música y demás elementos utilizados en sus programas o videojuegos favoritos, y con ello acercarlos a la disciplina de la educomunicación; desde una perspectiva informal, pero con una metodología distinta.

En tanto que dicha intervención se trabajará a partir de una propuesta de revista electrónica, los recursos a utilizar serán principalmente gráficos, colores, planos y sonidos para trabajar el tema de la imagen y el lenguaje que en ella se maneja.

II.III El lenguaje audiovisual. Recursos a utilizar en la revista electrónica

El lenguaje audiovisual es el resultado de la combinación de elementos tanto visuales como sonoros, aplicados a la imagen fija y en movimiento; para poder estudiarlo se necesitan conocimientos acerca del significado de recursos como los colores y planos que son característicos del lenguaje audiovisual. Debido a la variedad de elementos con los que cuenta, este tipo de lenguaje permite mostrar representaciones de la realidad y en ocasiones alterarla, esto mediante el manejo de elementos propios como el encuadre, planos y ángulos.

Hablar del encuadre es hacer referencia a la “Totalidad del área rectangular de la imagen proyectada sobre la pantalla” (Konigsberg, 2004, p. 197). Es decir, a una selección de la imagen o realidad que se ofrece, en el ejemplo (ver figuras 1 y 2), se puede observar que el producto final que se muestra es la selección que el autor por cuestiones personales decide mostrar como trabajo final; sin embargo la representación real va más allá de lo que se obtiene como resultado. El encuadre también pone en juego aspectos como la distancia a la que se muestra la imagen lo cual da surgimiento a los planos.



Figura 1. Muestra la imagen tomada completa. Creación propia.



Figura 2. Muestra la porción de la imagen que el autor desea dar a conocer. Creación propia.

Los planos se entienden como “la porción válida de una toma que se usa en la edición y que forma parte del producto audiovisual acabado. [...] la profundidad entre los elementos que configuran el encuadre y el observador” (Delgado, 1999, p. 89). Con ello surgen distintos tipos de planos, algunos ejemplos son; plano general “resalta, de una u otra forma, la relación del hombre con su entorno vital” (Schmitd, 1987, p. 83). Muestra un escenario (ver figura 3). Primer plano, que muestra el rostro de una persona cortándolo por los hombros (ver figura 4), “Es el plano expresivo por excelencia y nos permite acceder con gran eficacia al estado emotivo del personaje” (Peña, 2013, p. 104). Plano a detalle, el cual “enfatisa o señala de una forma especial” (Lacruz, 2002, p. 115). Es decir muestra una parte de algún objeto o del cuerpo como puede ser una mano, un pie, un ojo, etc. (ver figura 5).



Figura 3. Plano general.
Creación propia.



Figura 4. Primer plano
Creación propia.

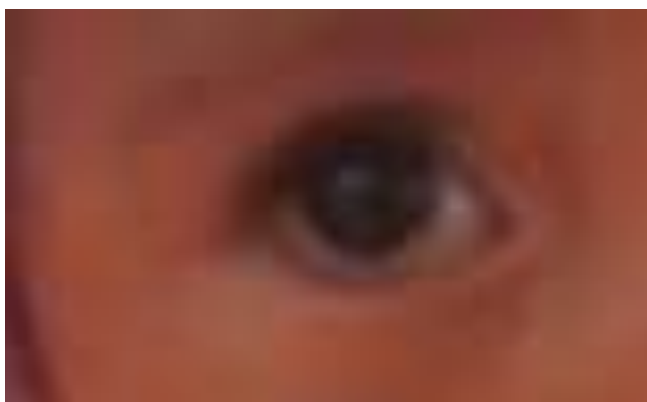


Figura 5. Plano a detalle.
Creación propia.

Cada plano pretende mostrar y comunicar cosas diferentes dependiendo del autor o productor de la imagen o programa, ya que son ellos quienes deciden qué parte de la realidad mostrar o enfocar. Por ejemplo, en el plano general se muestra el contexto en el que se encuentra una persona o cosa y permite al espectador situarse en el lugar de la acción, identificar los elementos que influyen en la trama y ambientalizarse en un lugar determinado. Por el contrario, el primer plano y el plano a detalle permiten observar menos elementos del contexto, pues pretenden situar la atención de la audiencia en una sola persona o cosa y en el caso del primer plano es la expresión facial, su lenguaje verbal y no verbal, y su aspecto físico los que nos permitirán leerle.

Otro elemento del lenguaje audiovisual es la angulación, la cual denota el “nivel entre el objetivo de la cámara y el objeto o sujeto que se graba. [...] carga la imagen de gran valor ideológico y expresivo” (Delgado, 1999, p.89). Dando lugar a ciertos tipos de ángulos como lo son el de picada, cuando la toma se realiza desde arriba del personaje (ver figura 6), “es el que se realiza desde arriba hacia abajo, aplasta a los personajes, normalmente denota abatimiento psíquico o físico, derrumbamiento,

anonadamiento u obsesión” (Peña, 2013, p. 105). Otro tipo de ángulo es el de contrapicada (ver figura 7), definido como “el que tiene lugar desde abajo hacia arriba, tiene un efecto amplificador” (Peña, 2013, p. 115).



Figura 6. Picada.
Creación propia.



Figura 7. Contrapicada.
Creación propia.

Otro elemento importante del lenguaje audiovisual son los sonidos, pues, “pueden pasar inadvertidos, a pesar de ser los que, en ocasiones, aportan mayor expresividad al mensaje” (Fernández, 2000, p. 144). Entre los recursos sonoros se encuentran la palabra que tiene un significado casi siempre general por lo cual sirve para transmitir ideas, la música recurso empleado para ambientar y crear la atmósfera, y el silencio, que por lo general se utiliza con fines dramáticos.

Gracias a los elementos característicos del lenguaje audiovisual se puede observar que es un lenguaje que cuenta con los recursos necesarios para ser atractivo ante los ojos de los niños y de la sociedad en general, por lo que llega a influir fuertemente, en una sociedad a la cual no se le brindan las herramientas necesarias para aprender a leerlo, “Aprender el lenguaje audiovisual nos hará críticos y conscientes de las influencias de agentes educativos informales como la televisión, la radio, el cine, la prensa o los cómics” (Cuadrado, s. f. p.1). Para comprender mejor la importancia del desarrollo del pensamiento crítico es necesario aclarar lo que por este pensamiento habrá de entenderse y lo haremos refiriéndonos a los principales exponentes y supuestos teóricos.

II. IV Pensamiento crítico

El aprender a pensar es uno de los objetivos fundamentales de la educación, pues al pensar el sujeto es capaz de ir más allá de lo superficial; de ser más objetivo, reflexivo y activo. Si a esto se le suma la capacidad de dar una mirada crítica, se podrían tener grandes alcances tanto en lo individual como en lo social, ya que los individuos no se conformarían sólo con ser receptores de mensajes e información, sino que serían capaces de juzgar el por qué y el cómo de los mismos. En palabras de Campos (2007):

El pensamiento crítico es el pensar claro y racional que favorece el desarrollo del pensamiento reflexivo e independiente que permite a toda persona realizar juicios confiables sobre la credibilidad de una afirmación [...]. Es un proceso mental disciplinado que hace uso de estrategias y formas de razonamiento que usa la persona para evaluar argumentos o proposiciones, tomar decisiones y aprender nuevos conceptos. (p. 19).

Por lo cual cabe resaltar la importancia de lograr que las nuevas generaciones lo desarrollen, en este caso específico ante los mensajes de los medios, para ello las propuestas que se desarrollan con base en la perspectiva educomunicativa deben

hacerse atractivas para la población a la que se dirige, en este caso a los niños de 10 y 11 años, ya que con ello es más probable que se interesen en ellas y, por lo tanto, se logre un aprendizaje significativo que conlleva el proceso de reflexión y producción de conocimiento a través del ya mencionado pensamiento crítico, es decir, que los sujetos de hoy reflexionen alrededor de la ideología y valores que proponen los mensajes mediáticos que los rodean. En este sentido, Kaplún (1992) manifiesta que el pensamiento crítico:

pone el énfasis en el contenido ideológico de los mensajes. Entiende que toda auténtica formación de la actitud crítica de los receptores debe pasar necesariamente por la toma de conciencia por parte de éstos de la ideología subyacente en los mensajes –entendida ésta fundamentalmente como el conjunto de valores y creencias que articulan las conductas sociales cotidianas– y del proceso ideológico implícito en las operaciones de codificación y decodificación de los mismos (p. 197).

Esto no es una tarea fácil, ya que implica que el sujeto se haga responsable de su educación tanto en el ámbito formal como en el informal, lo que conlleva a la formación de un ser autónomo, responsable y reflexivo. En palabras de Sanz (2010):

El pensador crítico está bien documentado, confía en la razón, su mente abierta y flexible, es justo a la hora de evaluar, íntegro cuando confronta sus sesgos personales, dispuesto a reconsiderar, razonable en la selección de criterios y persistente en la búsqueda de resultados. (p. 56).

Esta concepción de pensador crítico está atravesada por postulados del pensamiento crítico de Paulo Freire, quien se refiere a este como “pensamiento y acción” cuya finalidad es que los estudiantes dejen de ser actores pasivos para convertirse en sujetos capaces de conocer y crear, “El alumno debe poseer habilidades para el estudio independiente, conjugando responsabilidad, creatividad, capacidad expresiva y espíritu de búsqueda, además de un constante y renovado deseo de aprender.” (Crovi, 2007, p. 57).

Así mismo, se hace necesario el desarrollo de ciertas características por parte del educador quien debe romper con el paradigma autoritario en el que el maestro aparece como un ser superior que transfiere conocimientos a un sujeto inferior, es decir, “que desde los principios del proceso vaya quedando cada vez más claro, que aunque diferentes entre sí, quien forma se forma y re-forma al formar y quien es formado se forma y forma al ser formado” (Freire, 2004, p. 12).

Así en el proceso de enseñanza y aprendizaje se va concibiendo al alumno como un sujeto independiente, capaz de crear y construir conocimiento y no sólo como un receptor. Entonces, la educación como practica cultural debe “permitir generar espacios para que los alumnos construyan y creen sus propios significados e historias de vida, basadas en sus experiencias reales y cotidianas” (Morduchowicz, 2010, p.54).

Para ello el proceso de aprendizaje debe darse de manera autónoma y libre, para que propicie la construcción mediante la reflexión, “el proceso de aprender [...] es un proceso que puede encender en el aprendiz una curiosidad creciente, que puede tornarlo más y más creador” (Freire, 2004, p. 12). Precisamente con el propósito de que los usuarios se tornen más creativos y cuestionadores de los mensajes de los medios, en la revista electrónica se pretende que la alfabetización mediática sea un proceso que lleve al niño a estimular su capacidad reflexiva de manera libre, es decir, el trabajo con la revista no se dará como parte de un contenido escolar o como una educación formal, sino a partir de un proceso informal que tenga como punto de partida los gustos e intereses de los niños, con la finalidad de que puedan acceder a ella por cuenta propia vía internet o redes sociales y, mediante juegos y videos comiencen a desarrollar habilidades críticas y reflexivas sobre los mensajes mediáticos. Si bien las actividades que se encuentren en la revista tendrán como propósito que el niño adquiera una educación mediática, sólo se pretende que sirva de guía en la construcción que el niño haga por cuenta propia de su conocimiento

considerando que “enseñar no es transferir conocimientos, sino crear las posibilidades de su construcción o de su producción” (Freire, 2004, p. 8).

Al narrar su experiencia en la ejecución de nuevas técnicas lo que él llama “nueva pedagogía”, Celestine Freinet, evalúa un antes y después de la actitud de sus alumnos al implementar la imprenta, en sus actividades escolares y concluye que ésta última despierta la curiosidad e interés de sus alumnos en las clases, ya que aunque reconoce haber realizado otras actividades al aire libre relacionadas con el arte tradicional de su región y trabajos manuales, considera que nunca antes de la utilización de la imprenta sus alumnos se habían interesado tan profundamente en la clase; ya que según este autor “Son los niños los que, incansablemente, en las actividades de una clase donde cada cual puede ser él mismo con toda libertad, la proponen, la dictan, la imponen” (Freinet, 2011, p. 29):

Con base en lo anterior, se puede ver que la historia educativa demuestra cómo es necesario renovar las prácticas y los métodos que se emplean para que los procesos de enseñanza y aprendizaje constituyan un valor significativo en las vidas de los educandos, debido a que cuanto más se acerque la educación a la vida cotidiana, más interés, motivación y resultados se verán demostrados en los alumnos, mismos que a través del enfoque constructivista se vuelven partícipes del desarrollo de habilidades y conocimientos útiles para su vida.

Para comprender la relevancia del enfoque constructivista en la presente investigación y en el desarrollo intelectual del niño, se aborda a continuación la definición de constructivismo desde la perspectiva de Piaget y Vygotsky. Se recurre al primero para comprender el desarrollo evolutivo del niño y con base en este proponer una serie de actividades dentro de la revista electrónica, y al segundo para retomar su teoría sociocultural, la cual brinda las bases para fundamentar que el niño aprende no sólo dentro de la escuela sino también fuera de ella, ya que ante todo es un ser social.

II.V Enfoque constructivista

El constructivismo es un enfoque psico-pedagógico que propone una teoría sobre el proceso de aprendizaje, éste modelo tiene cuatro principales autores: Vygotsky, Piaget, Ausbel y Bruner de los cuales, en la presente investigación se retoman a los dos primeros: Jean Piaget y Liev Vygotsky; el primero porque con su teoría genética, a través de las etapas del desarrollo, permite observar cómo el individuo va adquiriendo conocimientos y habilidades propias de la edad. Dicha teoría hace referencia a que los sujetos aprenden gracias a la asimilación y acomodación de la información. Por su parte, los postulados de Vygotsky son útiles porque representan un enfoque constructivista social, en el sentido de que considera que el niño aprende gracias a su relación con el ambiente y al ser un ser social, mediante la interacción va creando conciencia de sí mismo y de su alrededor. Este es un autor que afirma que el aprendizaje se da gracias a la interacción con el entorno en el que se desarrollan los sujetos, la cultura y la sociedad.

Jean Piaget

Su teoría genética propone diferentes etapas o estadios de desarrollo en la vida de cada niño desde que nace hasta su juventud con la intención de resolver las cuestiones epistemológicas que dan como resultado el aprendizaje; se hace cuestionamientos referidos al qué, cuándo y cómo se aprende. En cada etapa describe características cognitivas con base en la edad, de las que deriva etapas de desarrollo o estadios, a saber: sensoriomotora (0-2años), preoperacional (2-7años), operaciones concretas (7-11años), y operaciones formales (11-17 años); en cada una de ellas maneja esquemas cognitivos para describir las habilidades con las que cuenta el niño de acuerdo a su edad y las cuales le ayudan a comprender el mundo que le rodea, algunos de estos esquema se dan de manera innata como lo es el estímulo reflejo de succión en un bebe, y conforme va creciendo el niño también va

formando esquemas representativos de su realidad que representa de manera mental, siendo resultado de su experiencia y de su evolución.

Para Piaget los esquemas mentales se van modificando con el paso del tiempo gracias a los procesos de asimilación y acomodación, el primero entendido como “el proceso con el que el sujeto interpreta y da significado a la realidad de acuerdo con el esquema correspondiente” (Martí, 2002, p.53). A medida que el niño va creciendo la asimilación se va modificando y por lo tanto el sujeto actúa de acuerdo a los elementos que han sido asimilados por él, por ejemplo el concepto de diversión no es el mismo para un niño de tres años que para uno de 12, cada uno lo ha procesado o asimilado de manera distinta de acuerdo a su experiencia, es decir, la asimilación es el resultando de lo que el sujeto capta del mundo que le rodea, y esto está basado en las experiencias vividas conforme a su edad, por lo tanto los esquemas mentales que desarrolla se encuentran en constante cambio. Esa modificación en la que se encuentran los esquemas mentales es el proceso conocido como de acomodación, ya que una vez que se asimila la información, ésta se modifica y se ajusta en nuevos esquemas, la acomodación “tiende a modificar los órganos (en el plano biológico) y los instrumentos intelectuales (en el plano psicológico)” (Méndez, 2006, p. 45).

Estos procesos de asimilación y acomodación son mediante los cuales los sujetos logran interpretar y dar significado a la realidad “El punto esencial del constructivismo piagetano es que el sujeto va construyendo espontáneamente sus conocimientos mediante la interacción con la realidad que le rodea” (Martí, 2002, p. 54). Ello de acuerdo a su edad.

En este sentido, y para fines prácticos de esta investigación, sólo se retomará la etapa de las operaciones formales, ya que de acuerdo con Piaget, durante esta etapa que inicia alrededor de los 11 años (edad de nuestros sujetos de

investigación), los individuos comienzan a desarrollar su capacidad reflexiva y analítica, es decir, su pensamiento se torna más abstracto y son capaces de usar hipótesis, lo que Piaget nombró como razonamiento hipotético-deductivo. Los niños en esta etapa, cuentan con los esquemas mentales necesarios para desarrollar un pensamiento crítico y las habilidades para poner en práctica los nuevos conocimientos adquiridos, por ejemplo de la revista, a través de la revista; además son capaces de interactuar con las TIC, lo cual vuelve pertinente el uso de la propuesta. También durante esta etapa el sujeto es capaz de crear sus propios juicios al hacer uso de la comparación o la negación de ciertas circunstancias o en palabras de Piaget (1999) durante el estadio de las operaciones formales:

El muchacho busca espontáneamente las reglas o normas que rigen un fenómeno. Es capaz de analizar las relaciones posibles entre los elementos de un fenómeno. Detecta correctamente las relaciones de proporcionalidad presentes en un fenómeno. Controla las variables de experimentación. Cuida exhaustivamente la coherencia de su razonamiento, y la congruencia de este con su realidad (p. 39).

En este sentido, los sujetos de nuestra investigación ya se encuentran en condiciones de ver críticamente los mensajes, de ahí la necesidad de fomentar en ellos este tipo de educación pues en esta etapa el niño puede detectar la relación que existe entre lo que los medios muestran y lo que realmente pasa en su vida cotidiana; o sea, es capaz de evaluar si esta relación es congruente y por lo tanto decidir de manera crítica qué medios o programas consumir y cuáles no, qué de su realidad está presente en ellos y por qué, etc.

Otra característica notable durante esta etapa es la configuración de la identidad que comienza a cobrar mayor fuerza a esta edad, pues entre los 10 y 11 años, los niños están viviendo su pre-adolescencia por lo que comienzan a preocuparse acerca de su persona, por cómo son vistos por los demás y otras cuestiones sociales. Es entonces cuando son altamente influenciados por modas, pautas comportamentales y estereotipos que comienzan a identificar en los personajes de su preferencia los cuales retoman e imitan.

Eso explica por qué los medios de comunicación y las tecnologías resultan tan llamativos y significativos para las nuevas generaciones pues siempre están innovándose y buscan ajustarse a los gustos e intereses de su audiencia, mismas que arriban a ellos de manera voluntaria y desde el entorno familiar, “Los intereses se forman en la infancia, en la edad de la escuela primaria y de la familia” (Freinet, 2011, p. 24).

Hoy día es característico de los niños de esta edad, estar en contacto frecuente con alguna pantalla, bien sea el televisor, celular, tablet o computadora, pues las tecnologías se han impregnado e introducido en la intimidad del hogar a tal punto que es imposible ignorar los contenidos mediáticos por lo que no es de extrañarse que dichos mensajes formen y conformen a los sujetos y que sus repercusiones se dejen ver en su identidad, en su forma de ser, actuar, pensar y sentir, ya que “Los medios han conseguido impregnar profundamente las texturas y rutinas de nuestra vida cotidiana, y nos proporcionan muchos de los <<recursos simbólicos>> que utilizamos para dirigir e interpretar nuestras relaciones y para definir nuestras identidades” (Buckingham, 2005, p. 23).

Al respecto, otro factor importante que caracteriza a los niños de esta edad es el hecho de que son sujetos que se encuentran en el tránsito de un cambio significativo como es el que representa el pasar de una escuela a otra y de un nivel educativo a otro, pues algunos de ellos pasan de la primaria a la secundaria e inician una etapa de cambios físicos y psicológicos que los hacen sumamente vulnerables a estereotipos o prejuicios retomados por los medios y las TIC (sexo, drogas, belleza, moda, feminidad, masculinidad, etc.). Dichos modelos intervienen en la formación de su identidad mediante el consumo de personajes que imitan sin cuestionar los valores e ideologías que están detrás del programa, la película, el video o la serie de televisión o de internet que ven y que dictan las conductas que los chicos adoptan

como moda, misma que impacta en su vida diaria pues llegan a constituir parte de su actuar cotidiano.

Si algo caracteriza a los niños de esta época es que se modernizan a la par que lo hace la tecnología y exigen el dinamismo que ofrecen los medios y su diversidad de lenguajes en especial durante esta etapa, pues todo ello forma parte de su contexto y de sus experiencias diarias. Con respecto a esto, Freinet (2011) menciona lo siguiente:

Los mismos niños ya no son lo que uno era a su edad. Ya no tienen ni las mismas preocupaciones, ni los mismos intereses, ni el mismo carácter: también ellos se modernizan con gran rapidez y su comportamiento se ha modificado. (p. 2).

La contraparte de estos hábitos se encuentra en la escuela tradicional donde el aprendizaje se adquiere mediante la transmisión de conocimiento por parte del profesor al alumno. En este modelo, el alumno es mero receptor y el proceso de aprendizaje se centra en la enseñanza más que en la construcción del conocimiento, es decir, la forma de enseñanza de la escuela tradicional responde a un modelo exógeno con énfasis en los contenidos y efectos es decir, busca moldear la conducta de acuerdo a ciertos objetivos por lo cual es el maestro quien dicta las normas, el que habla y quien tiene la razón, ya que él decide que enseñar, y es primordial terminar los contenidos preestablecidos, más que el hecho de que el alumno realmente los aprenda.

Por su parte el enfoque constructivista toma en consideración la realidad del niño tanto dentro como fuera de la escuela y lo ve como un sujeto activo y por lo tanto participe de su aprendizaje, es decir, parte de una enseñanza que pone énfasis en el proceso de construcción que el acto de aprender implica, según Soler (2006):

el constructivismo sostiene que el aprendiz toma la información del mundo y construye su propia versión de ese conocimiento y lo procesa en un área concreta del saber. El constructivismo se ocupa de cómo construimos el conocimiento, mientras que la tradición objetivista se centra en el producto de nuestro conocer. (p. 30).

Hasta este momento se abordó la perspectiva constructivista de acuerdo a la genética con el fin de comprender el desarrollo del niño en la etapa de las operaciones formales, sin embargo es relevante el papel que la sociedad tiene en el desarrollo del niño, por lo cual a continuación se retoma la perspectiva sociocultural de Vygotsky

Liev Vigotsky

Su teoría sociocultural también conocida como histórico-cultural o psicología cultural; plantea que el niño aprende a través de su interacción con el medio en el que se desarrolla ya que esto le permite tomar conciencia de sí mismo y de su entorno, que en el caso concreto de los niños de 10 y 11 años está relacionado con los medios y las TIC. De igual manera, la relación del sujeto con el objeto está mediada por el uso que el primero da al segundo, incorporando y apropiándose de símbolos que le permiten entender e interactuar con su realidad.

Esta relación es muy clara cuando de medios y TIC se trata donde la gran diversidad de signos que se despliegan en sus contenidos permiten al niño entender las representaciones que los medios hacen de la realidad. Por ejemplo, en el caso de los programas dirigidos a los niños de esta edad, recurren a signos propios de la escuela, la familia y los amigos, es decir, refieren a espacios relacionados con el entorno del niño que se traducen en contextos donde los personajes de los programas viven diversas aventuras y experiencias en las cuales el juego cobra gran relevancia, lo que representa un símbolo de identidad para los niños, pues durante esta etapa predomina el interés por el juego; que es una actividad sumamente significativa, es “el medio natural de autoexpresión que tienen los niños, y es en su medio donde tenemos que aprender a observarles” (García, 2015, p. 180). Así los personajes de los programas se convierten en un referente de apropiación e imitación para el público infantil.

De ahí que retomar un medio de interés para el niño como puede ser el internet donde se trabaje con una revista digital puede resultar interesante para este sector en tanto que se retoma el postulado sociocultural de Vygotsky que refiere a que el uso que el sujeto le dé al objeto, media la relación con su entorno y, por lo tanto, el aprendizaje. Así, bajo esta mirada constructivista los niños podrán darse cuenta de la manera en que los medios y sus mensajes representan la realidad y podrán compararla con la propia de manera crítica.

El socioconstructivismo es un enfoque que concibe al educando como un ser social, activo, protagonista en el proceso de aprendizaje y producto de las interacciones culturales y sociales donde la interacción del sujeto con el medio social que le rodea son factores indispensables para que se dé el proceso de aprendizaje. Vygotsky concibe el desarrollo personal como una construcción cultural, que se realiza a través de la interacción con otras personas de una determinada cultura mediante la realización de actividades sociales compartidas. Para él toda función intelectual debe explicarse a partir de su relación esencial con las condiciones históricas y culturales; es por ello que Vygotsky (2012) refiere que:

con relación al análisis del desarrollo psíquico del niño, dicho proceso se realiza en forma del paso de lo exterior (social) a lo interior (psíquico), los medios de comunicación se revelan como medios de comportamiento, la estructura de las funciones psíquicas superiores corresponde a la estructura de las relaciones entre los seres humanos, «el pensamiento verbal equivale al traslado del lenguaje al interior», «la reflexión es el traslado de la discusión al interior» [...] En el desarrollo cultural del niño, toda función aparece dos veces: primero a nivel social, y más tarde, a nivel individual; primero entre personas (interpsicológica), y después, en el interior del propio niño (intrapsicológica). (p.254).

Esta relación de lo social con lo psíquico se pretende lograr a través de las actividades lúdicas que la revista electrónica propondrá, ya que buscará que los niños se relacionen con lo que están acostumbrados en su entorno cotidiano. Dentro del marco de la teoría sociocultural de Vygotsky, un concepto fundamental y que sirve como

base para la presente propuesta es el denominado Zona de Desarrollo Próximo (ZDP), quien el propio Vygotsky citado por Moll (1990) define como:

La distancia entre el nivel de desarrollo real, en tanto determinado por la capacidad de resolver problemas de manera independiente, y el nivel de desarrollo potencial, en tanto determinado por la capacidad de resolver problemas bajo la orientación de un adulto o en comparación con pares más capacitados. (p. 86).

Entendiendo como desarrollo real, el nivel de dominio que tiene el niño sobre un tema o situación determinada, es decir, hace referencia a las funciones que se encuentran en proceso de maduración y que con la ayuda de los adultos, también denominados pares, llegan a crecer hasta arribar al desarrollo potencial que es cuando el niño es capaz de resolver circunstancias de manera independiente. Esto se logra gracias a la interacción en sociedad, es decir, a “La colaboración con otra persona – se trate de un adulto o de un par más capacitado -, en la zona de desarrollo próximo conduce así a un desarrollo en forma culturalmente apropiada” (Moll, 1990, p.189). En el caso particular de la revista electrónica propuesta en la presente investigación, la ZDP, se ve como el desarrollo del pensamiento crítico y de la alfabetización mediática, a través de actividades desarrolladas por pedagogos (pares) con el fin de contribuir a que los niños logren dominar las circunstancias que el auge de las TIC representa, tomando como punto de partida los conocimientos con los que cuentan.

Hasta aquí se han abordado algunas de las concepciones que giran en torno a la educación en medios y a los enfoques constructivistas que fundamentarán el presente trabajo, poniendo énfasis en la relación que el constructivismo, desde la perspectiva genética y social, tiene con la educocomunicación y en especial con el hecho de impulsar el pensamiento crítico entre los niños de 10 a 11 años a través de la alfabetización mediática por lo que se retomaron las características de estos niños. En el siguiente capítulo se penetrará en el diseño de la propuesta de revista electrónica,

para ser trabajada con niños de 10 a 11 años de edad dentro del ámbito de la educación informal.

CAPÍTULO III

Propuesta de revista electrónica, contenido y alcances

El presente capítulo abordará los aspectos metodológicos de la propuesta de revista electrónica, misma que tiene por objetivo impulsar el pensamiento crítico de los niños entre 10 y 11 años a través de la alfabetización mediática. Así mismo abordará los detalles de contenido y diseño de la propuesta.

Metodología

Con el fin de impulsar el pensamiento crítico de los niños de 10 y 11 años a través de una perspectiva de alfabetización audiovisual, se parte de una propuesta metodológica cuantitativa “pertenece o relativo a la cantidad y de su análisis se determina las porciones de cada elemento analizado” (Barragán, 2003, p. 115). Lo anterior debido a que la base del diseño de la propuesta se encuentra en la información recabada gracias a la aplicación de un cuestionario, “sistema de preguntas racionales, ordenada de forma coherente [...] permite la recolección de datos provenientes de fuentes primarias, es decir, de personas que poseen la información que resulta de interés” (García, 2004, p. 29.). Sin embargo también nos apoyamos en la observación participante definida como “la observación de los fenómenos que el investigador hace desde *dentro de la comunidad*” (Rojas, 2002, p. 166). Ello debido a que el grupo de niños en el que nos basamos, fueron parte de los niños con quienes trabajamos durante la realización del servicio social, así fue como tomamos nota de sus intereses, inquietudes y rutinas, mismas que nos ayudaron en la elaboración del cuestionario. De este modo el proceso metodológico se organizó de la siguiente manera:

I Aplicación de cuestionario

Este instrumento fue aplicado a una muestra de 30 niños de entre 10 y 11 años de edad con la finalidad de indagar sobre los medios y programas de su preferencia; así como de los contenidos que gustan ver; conocer su opinión acerca de las revistas electrónicas y los contenidos que les interesaría encontrar en ellas, pues como ya se dijo en el capítulo II estos niños se encuentran en una etapa de desarrollo en la que son capaces de interactuar de manera autónoma con los medios y las tecnologías construyendo procesos reflexivos.

Para tal efecto, el cuestionario se organizó a partir de 19 preguntas establecidas en cuatro categorías: medios, música, internet y revista digital. La primera (medios) con la finalidad de conocer la tecnología y medios de comunicación e información con que los niños encuestados cuentan y el tiempo que invierten en ellos. La segunda (música), tuvo como objetivo conocer la música que prefieren, sus artistas favoritos y el por qué la escuchan. La categoría de Internet giró en torno a conocer la razón por la cual estos sujetos utilizan la red, por ejemplo, cuáles son sus sitios preferidos y para qué utilizan comúnmente el internet. Por último, la cuarta categoría (revista digital), se incluyó con la idea de conocer los elementos que para los niños resultarían atractivos para estructurar la propuesta y cómo les gustaría que se les presentara para que ellos la utilizaran; por ejemplo qué colores prefieren y cuáles son los juegos que les gustaría encontrar en ella así como los temas y personajes de su preferencia (ver anexo 1).

II Sistematización de la información obtenida en los cuestionarios

A continuación se presentan los resultados en torno a las preferencias de consumo mediático que la muestra de niños de entre 10 y 11 años señalaron tener, ya que indagar sobre esta práctica común de la sociedad actual era vital, en tanto que sería la materia prima que sustentaría la estructura de la propuesta, debido a que los

mensajes de los medios y las TIC han impregnado la cotidianidad de los sujetos como aprendizajes que incorporamos a nuestras vidas, razón por la cual resulta apremiante utilizarlos con fines educativos.

Resultados.

A continuación se describen los resultados obtenidos de dicho instrumento que tuvo por nombre “los medios y tú”:

El 100% de los niños se encuentra entre 10 y 11 años de edad, y cuentan con al menos una televisión en casa, el 77% con una computadora, de ellos el 60% tiene conexión a internet y consola de videojuegos y el 43% también tiene radio (ver anexo 2). Con ello se puede observar que las TIC están al alcance de los niños de la edad a la que va dirigida la propuesta, ya que son parte de su cotidianidad.

Al preguntar con qué aparatos portátiles cuentan, el 100% indicó tener tablet, el 27% también teléfono celular, el 13% reproductor de música (iPod o mp3) y el 17% también apuntó tener lap-top (ver anexo 3). Así que la revista aquí propuesta es de fácil acceso para la población a la que va dirigida, ya que puede utilizarse en cualquier aparato portátil que cuente con conexión a internet, y los niños encuestados señalan tener acceso tanto a internet como a aparatos portátiles.

El 43% de los encuestados eligió a la televisión como el aparato electrónico de su preferencia, el 23% a la computadora e internet, y el 33% a la consola de videojuegos (ver anexo 4). Al notar que el televisor es lo que prefieren utilizar los sujetos encuestados, se decidió partir de sus programas favoritos para la elaboración de la edición número cero de la revista electrónica, con el fin de llamar la atención de los niños.

El 37% de los niños encuestados de entre 10 y 11 años invierte de 2 a 4 horas en el uso de los aparatos tecnológicos, el 23% de 1 a 2 horas, otro 23% de 5 a 7 horas y el

17% más de 7 horas (ver anexo 5). De los 30 niños encuestados el 37% gusta de ver películas, el 30% de caricaturas, el 20% de series y sólo el 13% prefiere ver documentales (ver anexo 6).

Entre los programas que más gustan a los niños de esta edad se encuentran “Frozen” y “Maléfica” con un 30%, “Phineas y Ferb” con un 50%, entre el 17% y el 23% prefieren caricaturas como “El chavo del 8” y “Bob esponja”. El 13% se inclina por series infantiles como “Mi pequeña pony” y “Hora de aventura”, mientras que el 10% gusta de ver documentales preferentemente de animales (ver anexo 7).

Con respecto a los personajes favoritos de los niños tenemos a “Perry el ornitorrinco” del programa “Phineas y Ferb” con el 37%, de este mismo programa, al 30% de los niños le agrada “Phineas”, al 17% el “Chavo del 8” y el 10% “Durce” de “Mi pequeña pony” (ver anexo 8). Partiendo de los datos anteriores se decidió el diseño de las actividades y los personajes a utilizar.

Con respecto a la música que prefieren los niños encuestados, el 40% dice gustarle el género del reggaetón, al 20% el pop, mientras que el 10 % se inclina por la música electrónica y otros géneros como bachata, banda y música cristiana (ver anexo 9).

Al preguntarles ¿qué hacen mientras escuchan música?, el 40% dijo hacer tarea, un 30% jugar, el 13% dormir, mientras que un 10% escucha música en su tiempo libre y sólo el 7% cuando hace su quehacer (ver anexo 10). Con ello se puede observar la habilidad con la que cuentan los niños para hacer más de una cosa a la vez, lo cual también es referente del dinamismo que las actividades requieren para poder llamar la atención de los niños de entre de 10 y 11 años.

De los 30 niños encuestados el 60% dijo escuchar música a solas, el 30% con amigos y únicamente el 10% acompañado de su familia (ver anexo 11).

Al preguntar a los niños sobre sus preferencias de consumo mediático a través de internet el 57% de ellos respondió utilizar la computadora y el internet para jugar, el 10% para resolver dudas personales, el 33% para chatear, el 17% para hacer tarea y

el 30% para navegar, es decir van de una página a otra ya que no lo hacen con un fin en particular (ver anexo 12). El hecho de que los niños utilicen internet principalmente para jugar, sirve de base para tener en claro por qué las actividades propuestas en la revista electrónica son principalmente juegos, ya que con ello los niños pueden acceder a ella como parte de su rutina de distracción o tiempo libre.

You Tube es el sitio web más visitado por estos niños de 10 y 11 años con un 47%, Facebook aparece con el 33% y Play store con 20% (ver anexo 13).

Con respecto a los videojuegos el 43% gusta de juegos de destreza, el 20% de acción y aventura, el 17% de “matanza” y el 10% de simulación (Ver anexo 14).

Un 77% de los niños encuestados aceptó que utilizaría una revista digital que le hablara acerca de sus intereses, mientras que un 23% declaró que no le interesaría (ver anexo 15).

De los 30 niños, el 73% declaró no conocer revistas divertidas en internet, un 27% dijo lo contrario (ver anexo 16). De estos últimos, el 62%, es decir, un 17% del universo total, nombro a la revista “Muy interesante”, mientras que el 38%, o sea, un 10% del total de los niños dijo conocer a la revista “Disney” (ver anexo 17).

Con respecto a las actividades que les gustaría encontrar en una revista digital, el 50% de los encuestados se inclinó por la sopa de letras, el 33% por querer encontrar videos y el 27% crucigramas (ver anexo 18).

Los temas de interés para estos niños son en un 70% las caricaturas, al 60% le interesa la tecnología; al 53% los juegos y al 40% los temas de animales (ver anexo 19).

En lo relacionado con el diseño de la revista, al 47% de los niños les gustaría que el color morado estuviera presente, el rosa a un 23% y al 10% que se jugara con los colores verde, amarillo y negro (ver anexo 20).

Con base en esta información, se procedió a diseñar el contenido de la revista electrónica, a fin de que a través de ella se pueda promover la alfabetización audiovisual y el pensamiento crítico entre los niños de 10 y 11 años de edad.

III Diseño: Contenido y actividades de aprendizaje propuestos.

Para lograr que la revista sea una herramienta pedagógica que apoye a los niños a considerar realizar una relectura de los contenidos mediáticos, la metodología de la presente propuesta está basada en Alvarado (2012) quien propone un proceso de 14 pasos para realizar una lectura crítica de los medios, consideramos la metodología que él propone como la más adecuada para el diseño de la presente propuesta debido a que es una metodología flexible que se puede adaptar tanto al ámbito formal como al informal, esto dependiendo de los intereses educativos que se pretendan lograr; para la presente propuesta nos basamos en 9 de los 14 pasos propuestos por Alvarado, para el diseño de las secciones y de la revista en general. Los puntos considerados fueron:

- Seleccionar textos mediáticos; siguiendo este punto fue que se pensó en que el contenido de la revista debía ir de la mano con los intereses que la propia población a la que se dirige, sugiere, así una vez recolectada la información se procedió a trabajar con la caricatura preferida por los niños e introducir algunos conceptos relacionados con el lenguaje audiovisual, por medio de recursos mediáticos que los niños utilizan.
- Identificar valores y apreciaciones que el grupo posee; en este punto el autor sugiere una serie de preguntas dirigidas a conocer qué les gusta, qué no, qué es de su interés, etc.; para lo cual dentro del portal de la revista se abre un espacio de comentarios y sugerencias que los usuarios tienen tanto de la revista y contenido, como de las caricaturas y personajes ahí tratados, apoyando así el aprender a pensar de manera autónoma.
- Estudiar los elementos formales que componen el texto; este punto se ve reflejado en la sección de imagen y juego ya que es ahí donde se habla

acerca de los planos que componen las imágenes de televisión y videojuegos, con lo cual los usuarios pueden comprender cómo cada plano tiene un objetivo predeterminado.

- Interpretar las relaciones que el emisor sugiere; las secciones que se basan en este punto son la de medios, dato curioso y juego en particular en el juego de columnas, ya que es ahí en donde se habla de la historia de la caricatura, sus personajes y además se cuenta acerca del productor, logrando que el niño conozca más afondo a sus personajes y los relacione con la realidad.
- Partir de un tema específico que permita guiar una discusión, en la sección de juego hay un test para papás el cual pretende dar a conocer que tanto se involucran los padres del niño con respecto al bombardeo de información a la que son sometidos gracias a los mensajes mediáticos y con ello sugerirles que presten más atención a lo que sus hijos están recibiendo día con día y que es de suma importancia para su desarrollo, por ello se le pide al niño que lo resuelva con ayuda de sus padres con la finalidad de que tanto niños como padres reflexionen en torno a sus respuestas y en especial a la respuesta que les arroja el test.
- Valorar el texto a partir de la identificación de la fuente, este punto tiene gran influencia en la sección de medios y datos curiosos debido a que en esas secciones se hace referencia a la producción de los programas, a la historia de quienes lo diseñan y a partir de qué lo hacen.
- Inventariar conceptos y definiciones, existe una parte de la revista llamada glosario en la cual se definen de manera breve algunos conceptos que aparecen a lo largo de las secciones, con el fin de que el contenido sea lo más claro posible.
- Motivar relecturas del discurso mediático, en la sección de juegos se invita a los niños por medio del memorama y la sopa de letras a trabajar lo aprendido de la caricatura tratada en el número cero de la revista, en otras caricaturas o videojuegos con el fin de empujar al niño a ser cuestionador.

- Reflexionar en torno a lo analizado, a lo aprendido y comprendido, es el punto clave que busca la revista en general, cada parte de ella está encaminada a lograr que los niños poco a poco reflexionen acerca de los mensajes mediáticos, conociendo la historia de la producción, el por qué de sus personajes, vinculando la imagen con la realidad, etc.

La revista es un medio que ha ido evolucionando con el paso del tiempo a partir de los avances tecnológicos y mediáticos, Martín (2003) refiere:

Las revistas electrónicas son también revistas en su sentido tradicional, entendiéndose por estas últimas las publicaciones de aparición periódica, con secciones previamente establecidas. Pero las revistas electrónicas, por su condición de documentos digitales, no deben ser identificadas plenamente con las publicaciones periódicas ordinarias, que emplean el papel como soporte. Aunque los contenidos de ambos tipos de revistas son los mismos, los formatos empleados y los medios de difusión son diferentes. (p. 3)

Y efectivamente, la propuesta de revista electrónica que aquí se sugiere parte de considerar los recursos propios del medio, es decir, considera hacer uso del lenguaje audiovisual; por lo que está conformada por cinco secciones: Los medios, imagen, personajes, datos curiosos y juegos, “Para que una revista electrónica sea considerada como tal debe cumplir un requisito fundamental: que todo su contenido esté en un formato electrónico, ya sea para su consulta gratuita o por medio de servicios comerciales” (Martín, 2003, p. 3). Como la idea es que la revista se suba a la red, los usuarios podrán acceder a ella de manera gratuita; se sugiere que su periodicidad sea trimestral; puesto que es necesario elaborar las actividades y contenidos con base en los contenidos propios de la alfabetización mediática, ya que éstos se abordarán de manera dosificada en los diferentes números de la revista. En el número cero se abordan la imagen y los personajes. Se tiene pensado que la revista esté disponible en la web y se pueda acceder a ella a través de la dirección www.imwcsp.com/mastv, también podrá encontrarse por medio de buscador como *Google*, en el cual al insertar la dirección se podrá acceder a la revista, esto puede hacerse en aparatos portátiles como tabletas o celulares, como se muestra a continuación (ver figura 8).

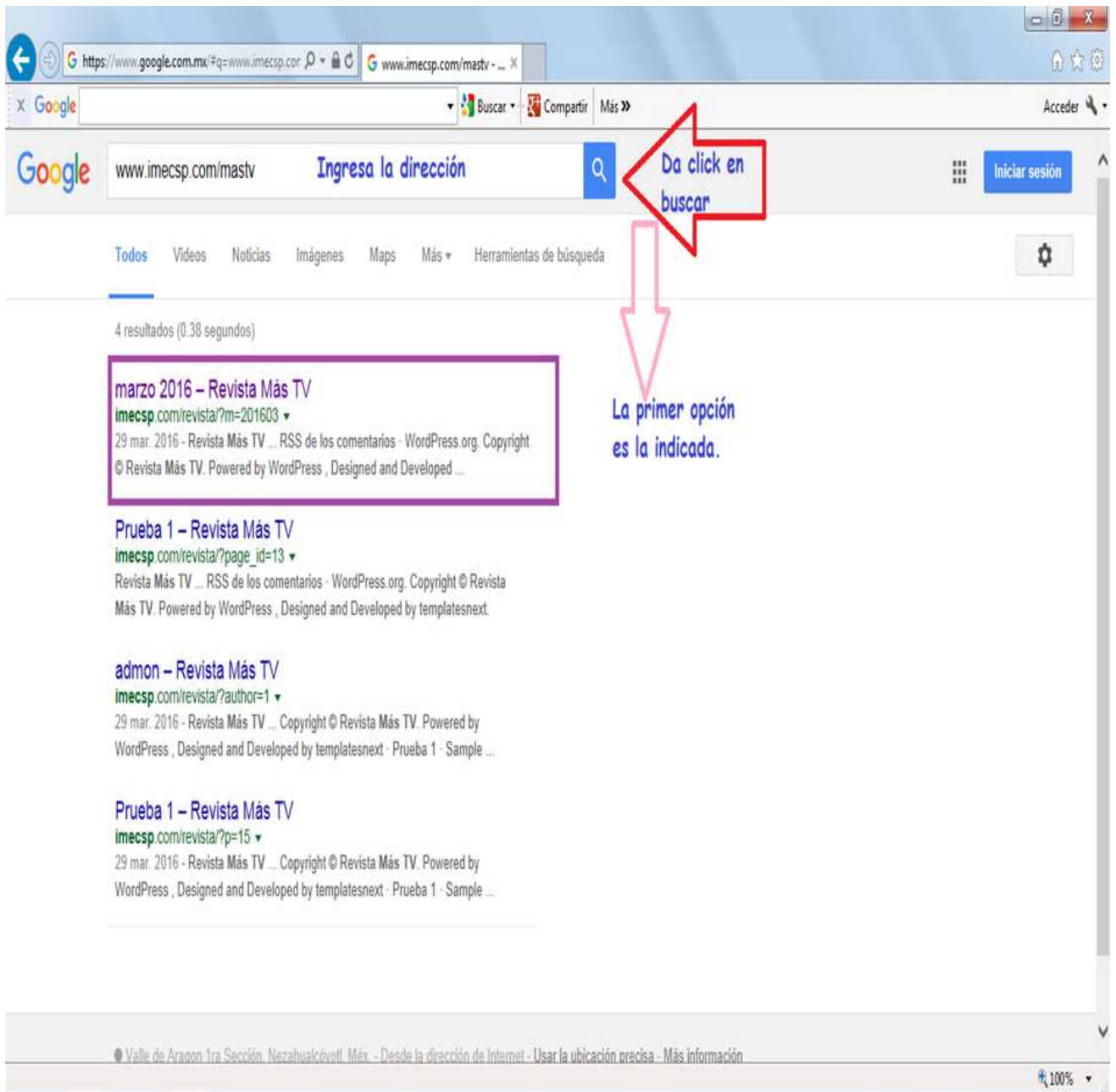


Figura 8. Creación propia.

Para Voutssas (2012), las revistas se clasifican de acuerdo a su perfil, por lo que la aquí propuesta responde a lo que se conoce como publicación informal en tanto que su amplio contenido se dirige al público en general. La revista electrónica aquí propuesta está centrada en el tema alfabetización mediática que será trabajado en sus diversas secciones y retomando programas de televisión e internet, en el caso de la edición número cero se retoma el programa de *Phineas y Ferb*, mismos que aparecen en la portada de la revista. A continuación se muestran las actividades propuestas para la edición número cero de la revista electrónica, con las respectivas secciones que en ella se encuentran.

Primer paso: Ingresar a la revista.

Después de ingresar la dirección electrónica o acceder mediante el buscador dando click a la primera opción se abrirá la siguiente ventana (ver figura 9), en ella deberán dar click sobre la imagen para acceder al inicio en donde se desplegará el inicio y se podrá comenzar a interactuar con las diferentes secciones de la revista como se muestra en las imágenes (ver figura 10).

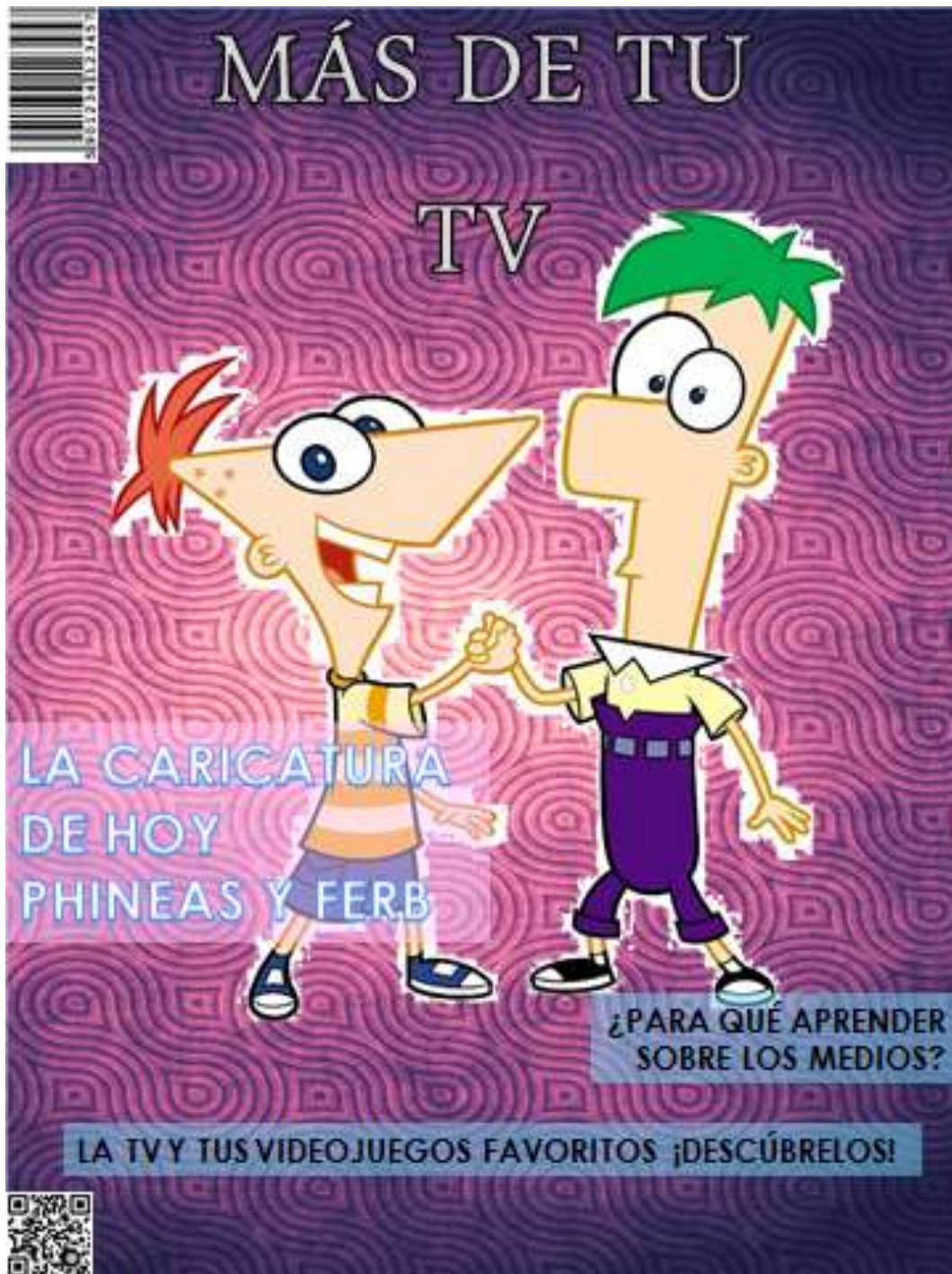


Figura 9. Portada.
Creación propia

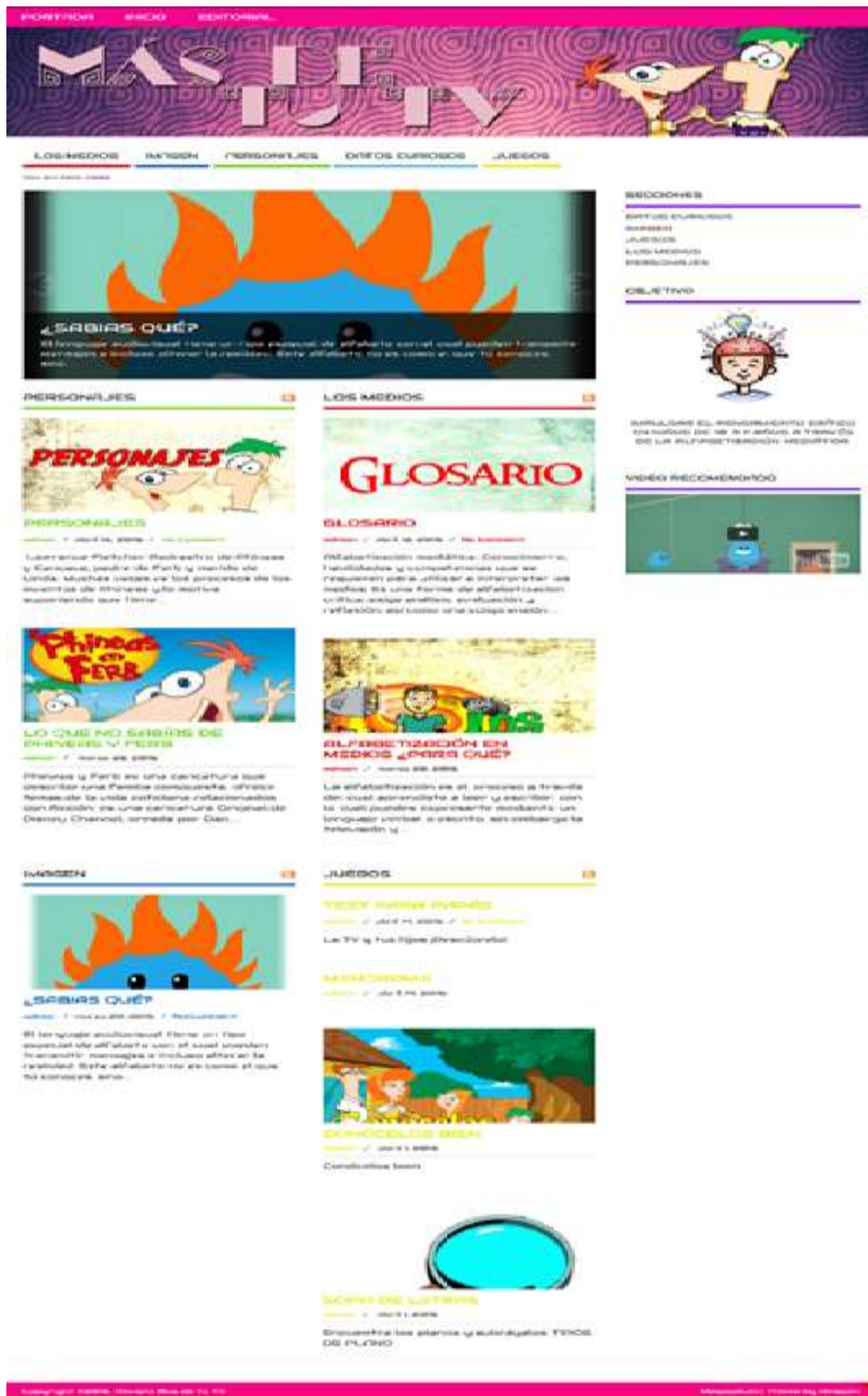


Figura 10. Creación propia.

Segundo paso: Acceder a las secciones de la revista.

En la parte superior de la revista y debajo del nombre de la misma aparecen los nombres de las diferentes secciones, para acceder a cualquiera de ellas, dar click sobre el nombre de la misma (ver figura 11).

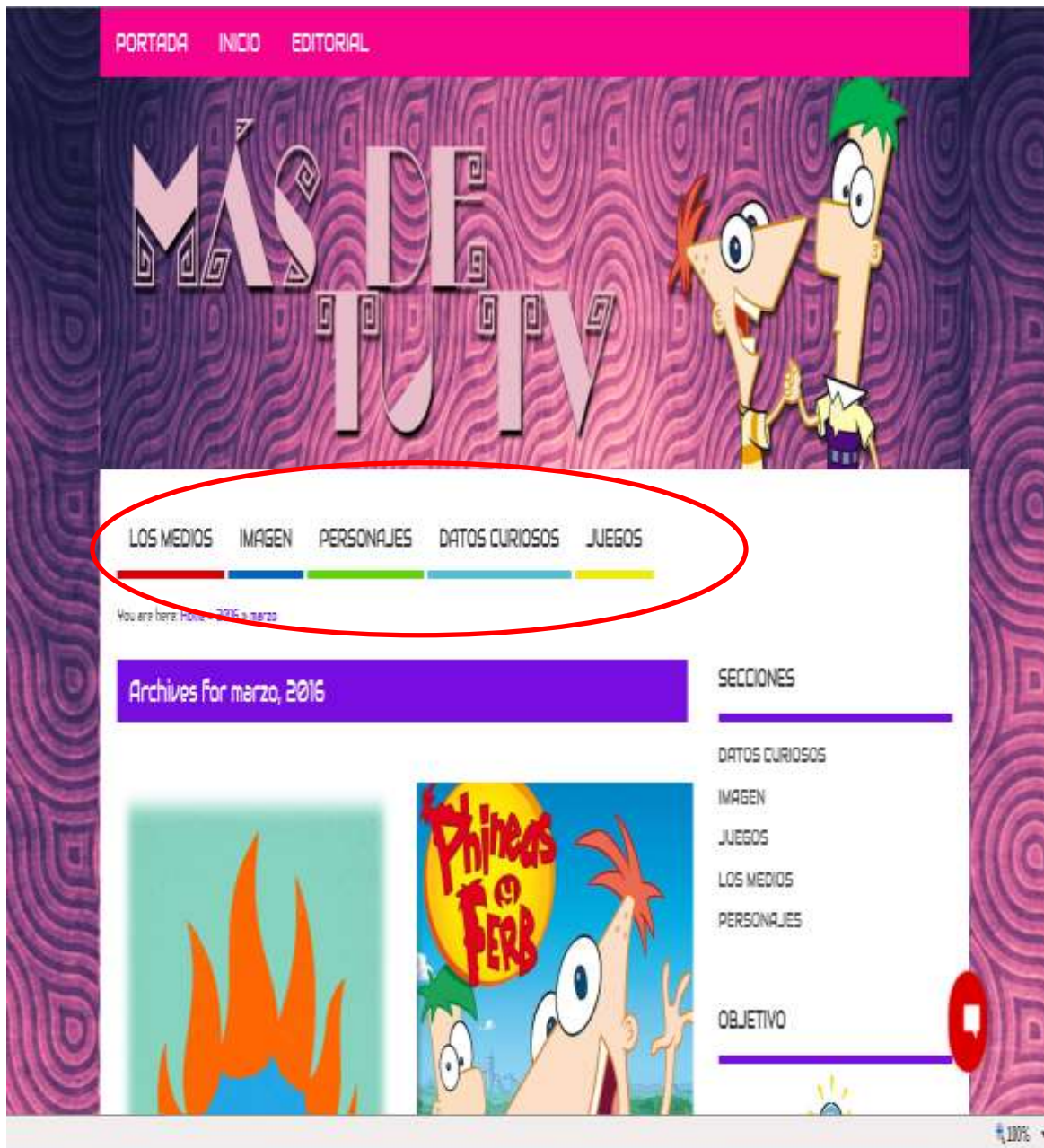


Figura 11. Creación propia.

Se propone que sea a través del juego, los test y artículos sobre los personajes y programas favoritos que se comience a desmitificar a los héroes, a identificar los valores y estereotipos que transmiten; a cuestionar la realidad que proponen; cómo lo hacen, de qué elementos se valen, por qué, es decir, la idea es que comparen y reflexionen sobre ambas realidades: la propia y la mediática. Para ello, primero se debe explicar qué es la alfabetización mediática, así como su relevancia en la vida de los niños y la importancia de llevarla a cabo. Por lo que en la sección “los medios” se ha incluido el artículo “alfabetización en medios ¿Para qué?” en el que se desarrollan los puntos anteriores (ver figura 12).



Figura 12. Creación propia.

En la sección “personajes” (ver figura 13) se proponen dos artículos en los que se describe a los personajes, se aborda información poco conocida sobre los programas y personajes: quién los creó, con qué fin, el porqué de su fisionomía, quién produce determinados programas, etc. con el objetivo de que los niños conozcan la intención con la que se transmiten los mensajes de determinado programa.

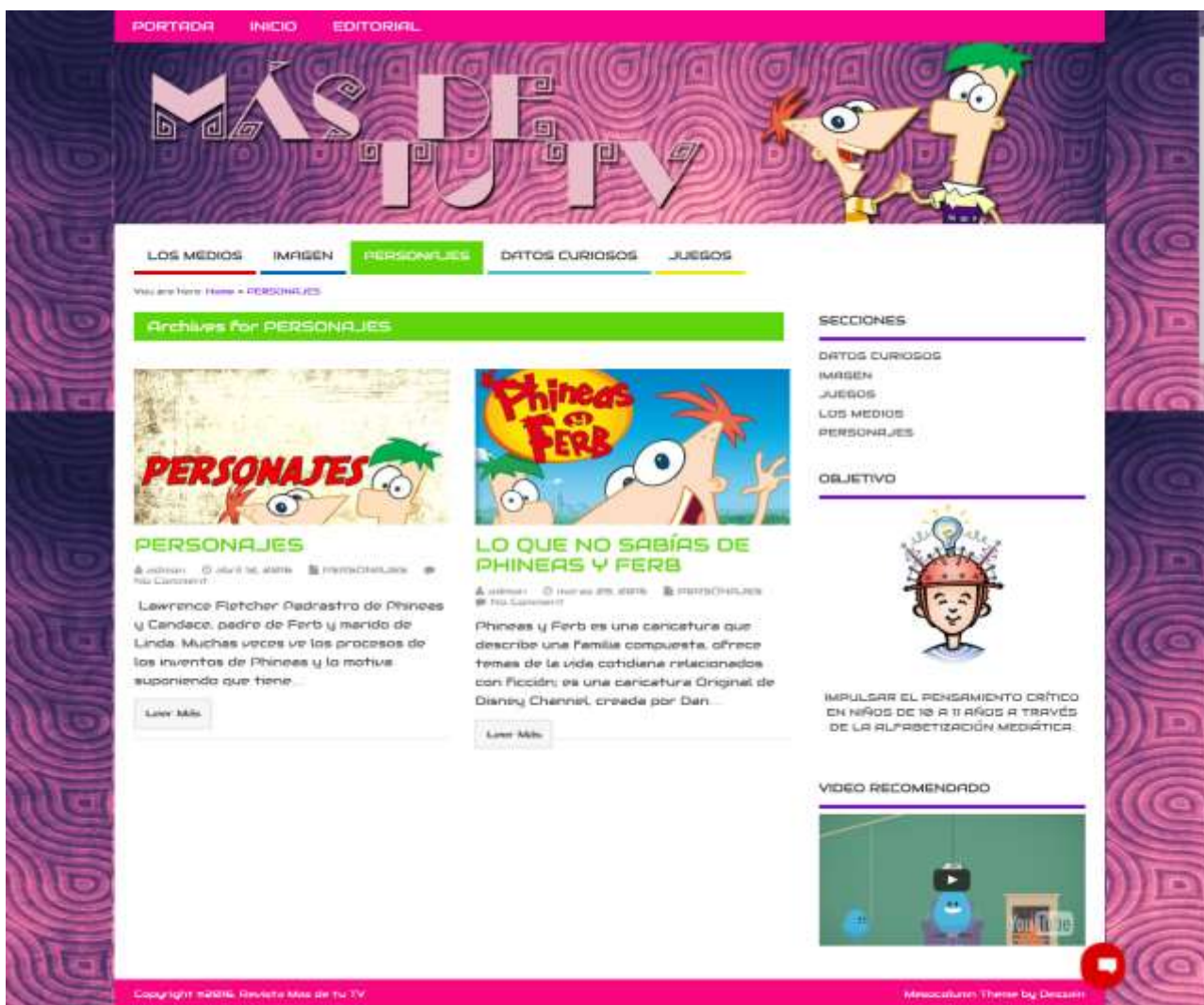


Figura 13. Creación propia.

En el artículo “Lo que no sabías de Phineas y Ferb” (ver figura. 14) se narran algunas de las concepciones centrales que los creadores de la caricatura introducen en ella, tales como la familia, la temática central, el tipo de humor e información general, por ejemplo quiénes son los creadores y cuándo se estrenó. Este artículo tiene como objetivo identificar los estereotipos que se manejan, por ejemplo, de familia, niño listo, escuela, etc.



Figura 14. Creación propia.

Otro artículo que lleva el mismo nombre de la sección “Personajes” (ver figura 15) se relaciona de manera breve una imagen de cada uno los personajes de Phineas y Ferb con sus características generales, tanto físicas como de personalidad. Se trata de humanizar a los personajes de relacionarlos con el entorno familiar, escolar y amistoso en el que se desarrollan en el programa.



Figura 15. Creación propia.

Asimismo, se propone promover la lectura de imágenes fijas y en movimiento, que identifique los estereotipos utilizados en sus programas favoritos, o sea, se trata de llevar al niño a la realización de un análisis objetivo y subjetivo. Por lo que la sección “Imagen” tiene por objetivo identificar los diferentes tipos de planos, para ello se encuentra el artículo “¿Sabías qué...?” (ver figura 16) en el que se explican los diferentes planos utilizando la secuencia de imágenes del juego “Dumb ways” así, como videos que permiten identificar las imágenes en movimiento.

Para la sección nombrada “Datos curiosos” se han incluido artículos como: “Top 5” (ver figura 17) en el que los usuarios podrán conocer cuáles son las caricaturas, videojuegos, películas, etc., con más éxito o mayor preferencia entre los niños de 10 y 11 años. Uno más nombrado de igual forma “dato curioso” (ver figura 18) en el que se presentan algunos datos poco conocidos a cerca del programa que se presenta, (Phineas y Ferb).



Figura 16. Creación propia.

PORTADA INICIO EDITORIAL

MÁS DE TU TV

LOS MEDIOS IMAGEN PERSONAJES DATOS CURIOSOS JUEGOS

TOP 5

Más de tu TV salud e las colles para conocer las caricaturas que los niños de tu edad prefieren.

Con el 30%...

¡¡¡El ganador es!!!

Rank	Percentage
1	7%
2	9%
3	25%
4	29%
5	30%

SECCIONES

- DATOS CURIOSOS
- IMAGEN
- JUEGOS
- LOS MEDIOS
- PERSONAJES

OBJETIVO

IMPULSAR EL PENSAMIENTO CRÍTICO EN NIÑOS DE 10 A 11 AÑOS A TRAVÉS DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.

VIDEO RECOMENDADO

Figura 17. Creación propia.

PORTADA INICIO EDITORIAL

MÁS DE TU TV

LOS MEDIOS IMAGEN PERSONAJES DATOS CURIOSOS JUEGOS

Home » DATOS CURIOSOS » Phineas y Ferb »

DATOS CURIOSOS PHINEAS Y FERB

2 comentarios | 4 de 5 (80%) | DATOS CURIOSOS | No Comment

La secuencia musical de los títulos, originalmente llamada "Today is Going to be a Great Day (Hoy va a ser un gran día)", interpretada por la banda estadounidense Bowling for Soup, fue nominada para un premio Emmy en 2008. Los creadores originalmente escribieron un tema lento, más como "una clásica canción de Disney", pero era necesaria otra versión para atraer a los niños modernos, y se encargó un rock/ska para el corte final.



Los diseñadores buscaron mantener sus personajes visualmente simples, para que así los niños "pudieran dibujarlos fácilmente."

Los personajes principales de la serie provienen de una familia mezclada, una premisa que los creadores consideran poco utilizada en programas infantiles y que refleja la propia crianza de Marsh.

La cabeza de Phineas es triangular y forma la letra P. La cabeza de Ferb forma la letra F y fue diseñada así por su nombre.



IR A JUEGOS PERSONAJES

Comparte:

No Comments Yet

Subscribe to comment feed

Deja un comentario

Tu dirección de correo electrónica no será publicada. Los campos obligatorios están marcados con *

Nombre *

Correo electrónico *

Web

Publicar comentario

Recibir un email con los siguientes comentarios a esta entrada.

Recibir un email con cada nueva entrada.

« CONOCER A MARSH

« LOS MEDIOS

Copyright 2014. Revista Más de tu TV

Mescolario (Frank y Dazal)

SECCIONES

- DATOS CURIOSOS
- IMAGEN
- JUEGOS
- LOS MEDIOS
- PERSONAJES

OBJETIVO



IMPULSAR EL PENSAMIENTO CRÍTICO EN NIÑOS DE 8 A 11 AÑOS A TRAVÉS DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.

VIDEO RECOMENDADO



Figura 18. Creación propia.

Tercer paso: Acceder a las actividades de repaso o juegos.

En la sección “Juegos” se presentan diferentes actividades relacionadas con los artículos de cada sección. Para acceder a ellos el lector deberá dar click en el botón “juegos” que aparece en la parte inferior de la página, al final de cada artículo como se muestra en la figura 19.



Figura 19. Creación propia.

En seguida, se abrirá la ventana del juego correspondiente al artículo que se leyó, por ejemplo, si el usuario se encontraba leyendo el artículo “¿Sabías qué?” al dar click en el botón “juegos” se abrirá la ventana que contiene el juego de memorama, ya que es el que está diseñado para reforzar dicho artículo (ver figura 20). En la misma figura se puede observar un botón que permite regresar al artículo que se estaba leyendo.

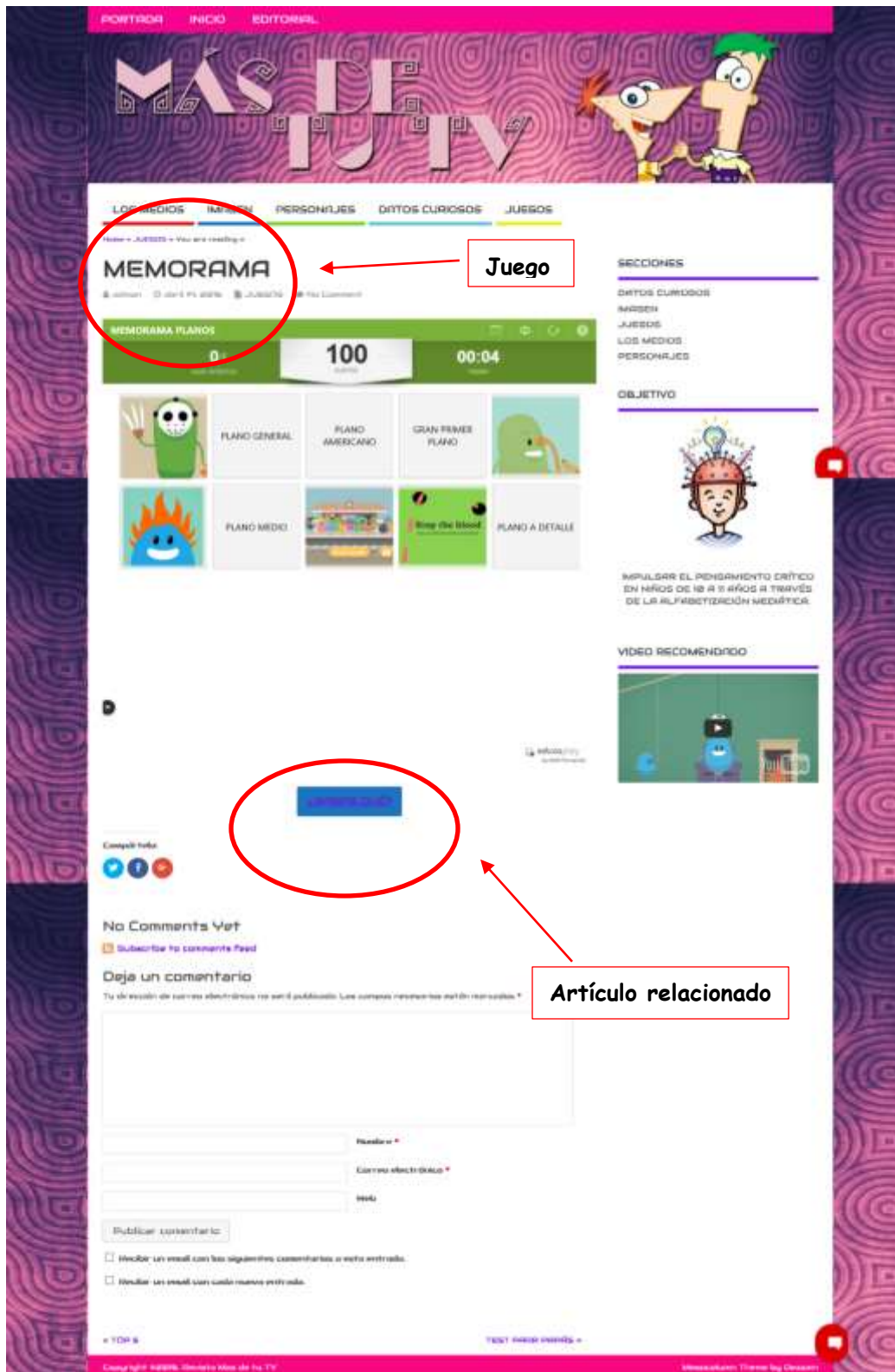


Figura 20. Creación propia.

Otras actividades que se pueden encontrar en la sección de juegos o dando click directamente desde el artículo son:

Una sopa de letras en la que el usuario deberá encontrar los nombres de los planos a fin de recordarlos, o una relación de columnas en la que se debe unir la imagen de cada personaje con sus características (ver figuras 21 y 22). Además en cada juego como reto extra se enfrentan al tiempo que tarden en resolver y a la cantidad de movimientos.

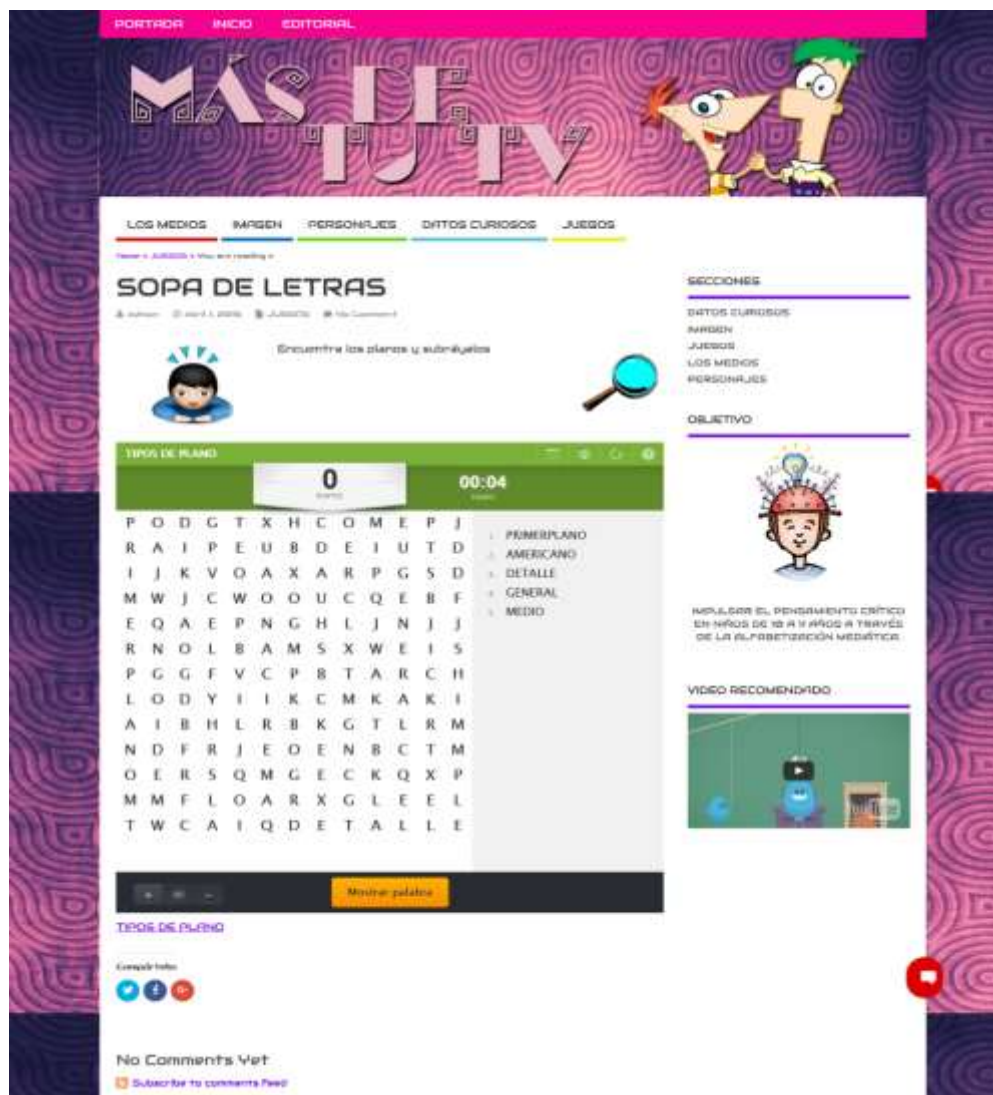


Figura 21. Creación propia.

PORTADA INICIO EDITORIAL

MÁS DE TU TV

LOS MEDIOS IMAGEN PERSONAJES DATOS CURIOSOS JUEGOS

Home > JUEGOS > Más de tu tv > **CONÓCELOS BIEN**

Comparte bien

0/100
100
00:02

MUCHAS VECES VE LOS PROCESOS DE LOS INVENTOS DE PENSAR Y LO MOTIVA SUPONERLO QUE TIENE EL PERIODO DE LINDA.

ES UN CURSO Y CREATIVO BIENO CUYO PROPÓSITO ES TENER LAS MEJORES VACACIONES.

ADOLESCENTE QUE LE GUSTA EL CENTRO COMERCIAL, TALKAR POR TELÉFONO, Y SU PASATIEMPO FAVORITO ES SU DIBUJÓN POR ATRAPAR A BEE.

EL ES UN HOMBRE DE ACCIÓN EN LUGAR DE PALABRAS, PERO SU FALTA DE EXPRESIÓN LA COMPENSA CON LAS MARAVILLAS QUE CONSTRUYE.

NO LE CREE A CANDACE, PORQUE NUNCA LLEGA A TIEMPO PARA

SECCIONES

DATOS CURIOSOS
IMAGEN
JUEGOS
LOS MEDIOS
PERSONAJES

OBJETIVO

IMPULSAR EL PENSAMIENTO CRÍTICO EN NIÑOS DE 10 A 11 AÑOS A TRAVÉS DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.

VIDEO RECOMENDADO

Comparte bien

Compartir en:

No Comments Yet

Subscribe to comments feed

Deje un comentario

Tu dirección de correo electrónico no será publicada. Los campos necesarios están marcados *

Nombre *

Correo electrónico *

Web

Publicar comentario

Enviar un email con los siguientes comentarios a mi correo.

Enviar un email con cada nuevo comentario.

← SIGUE DE LETICIA

DATOS CURIOSOS IMAGEN Y PERSONAJES

Copyright 2016. Revista Más de tu TV

Newsletters: Theme by Design

Figura 22. Creación propia.

El test “la tv y tus hijos” (ver figura 23) es en el cual a través de diversas preguntas se pretende guiar a los padres hacia la reflexión acerca del consumo mediático de sus hijos y su participación en el mismo. Para ello se les solicita indicar en sus respuestas cuál es su conocimiento sobre las preferencias de consumo mediático de sus hijos, así como su interacción con las tecnologías, cuáles prefieren y cuánto tiempo invierten en ellas.

The image shows a screenshot of a website with a pink and purple patterned background. At the top, there is a navigation bar with 'PORTADA', 'INICIO', and 'EDITORIAL'. Below this is the main title 'MÁS DE TU TV' in large, stylized letters, accompanied by a cartoon illustration of two characters. A secondary navigation bar includes 'LOS MEDIOS', 'IMAGEN', 'PERSONAJES', 'DATOS CURIOSOS', and 'JUEGOS'. The main content area features a 'TEST PARA PAPÁS' section with a score of 100 and a time of 00:09. A question asks '¿Cuántas horas ven tus hijos la TV?' with three radio button options: 2A4, 4A6, and 6A8. To the right, there is a sidebar with 'SECCIONES' including 'DATOS CURIOSOS', 'IMAGEN', 'JUEGOS', 'LOS MEDIOS', and 'PERSONAJES'. Below this is an 'OBJETIVO' section with a cartoon of a brain and the text 'IMPULSAR EL PENSAMIENTO CRÍTICO EN NIÑOS DE 10 A 11 AÑOS A TRAVÉS DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.' At the bottom, there is a video player showing a cartoon character and a 'VIDEO RECOMENDADO' section. The page also includes social media sharing icons and a 'No Comments Yet' notice.

Figura 23. Creación propia.

Cuarto paso: Conocer y compartir resultados:

Al finalizar cada juego, en cada uno de ellos se tiene un cronometro para contar el tiempo que tarda el usuario en resolverlo, al terminar el juego, se detendrá el cronómetro y aparecerá el puntaje que se obtuvo (ver figura 24) al finalizar la página ofrecerá la opción de compartir sus resultados en redes sociales como Facebook, Twitter o google; para ello el usuario debe tener abierta su cuenta de Facebook, twitter o google, en otro caso, ingresar su usuario y contraseña dentro de la página de la revista y por último dar click en el botón “compartir” (ver figura 25).



Figura 24. Creación propia.

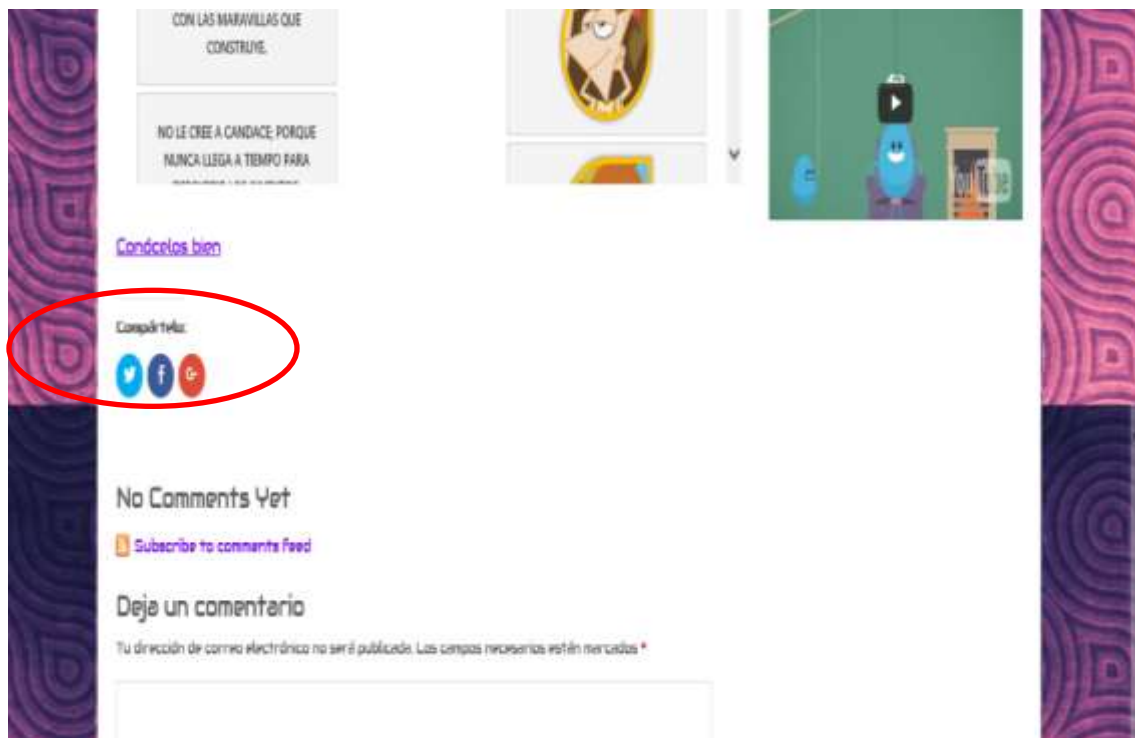


Figura 25. Creación propia.

Otros artículos

Como ya se dijo, se pretende que a través de artículos propios de una revista, tales como: “sabías qué”, “dato curioso”, “lo que no sabías de...”, etc., se lleve a cabo el proceso de aprendizaje mediante el cual, los niños puedan obtener información necesaria para la alfabetización, por ejemplo: tipos de planos y ángulos en las imágenes, colores, movimientos de la cámara, etc., aunado a ello, en *Más de tu tv* se han incluido artículos como “glosario” (ver figura 26) con el fin de dar a conocer a los usuarios vocabulario sobre el tema de la revista, palabras y conceptos que no se manejan de manera habitual y que son utilizadas constantemente en los artículos, con el propósito de facilitar la comprensión de los mismos.

PORTADA INICIO EDITORIAL


MÁS DE TU TV

LOS MEDIOS IMAGEN PERSONAJES DATOS CURIOSOS JUEGOS

Inicio » LOS MEDIOS » You are reading »

GLOSARIO


Andrés · Abril 14, 2018 · LOS MEDIOS · No Comment



SECCIONES


- DATOS CURIOSOS
- IMAGEN
- JUEGOS
- LOS MEDIOS
- PERSONAJES

OBJETIVO



IMPULSAR EL PENSAMIENTO CRÍTICO EN NIÑOS DE 18 A 8 AÑOS A TRAVÉS DE LA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA.

VIDEO RECOMENDADO



- **Alfabetización mediática:** Conocimiento, habilidades y competencias que se requieren para utilizar e interpretar los medios. Es una forma de alfabetización crítica, exige análisis, evaluación y reflexión; así como una comprensión más amplia de contextos sociales, económicos e institucionales de comunicación.
- **Lenguaje audiovisual:** Combinación de imágenes visuales y lenguaje sonoro. El que reproduce de mejor manera la sensación de realidad.
- **Familia compuesta:** Es aquella que se forma cuando miembros de diferentes familias conforman una nueva.
- **Habilidad:** Capacidad, inteligencia y disposición para realizar algo.

Comparte en:




Figura 26. Creación propia.

Otro artículo que se ha incluido es “editorial”, éste con el propósito de que los usuarios conozcan más sobre el concepto de la revista, con qué objetivo fue creada, qué pretende alcanzar y qué ofrece. El usuario puede acceder a él dando click en “editorial” que se ubica en la barra superior (ver figura 27).



Figura 27. Creación propia.

Adicionalmente en cada sitio se encuentra un chat en el que el usuario puede ingresar para enviar sus preguntas o comentarios (ver figuras 28 y 29).

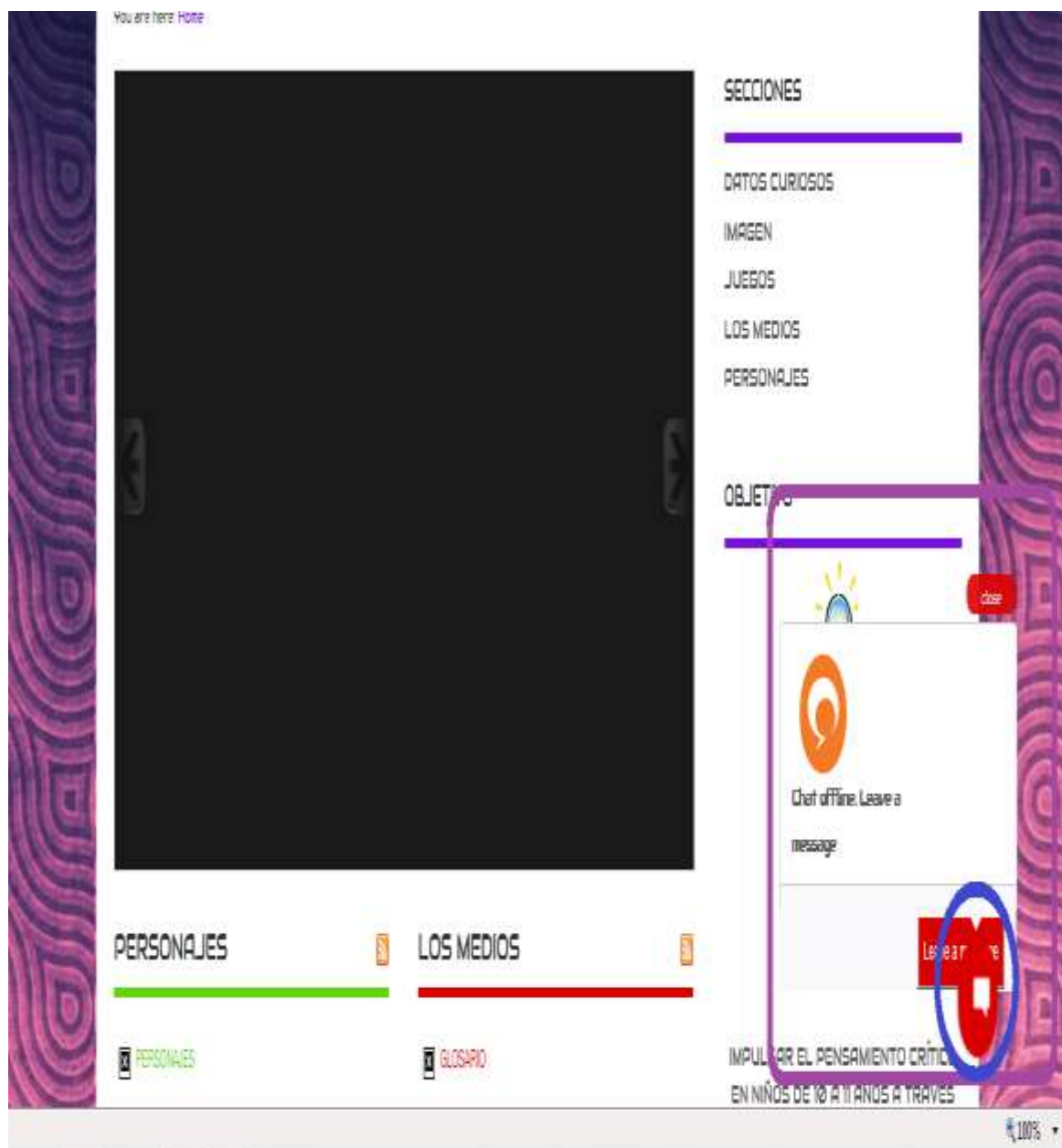


Figura 28. Creación propia.

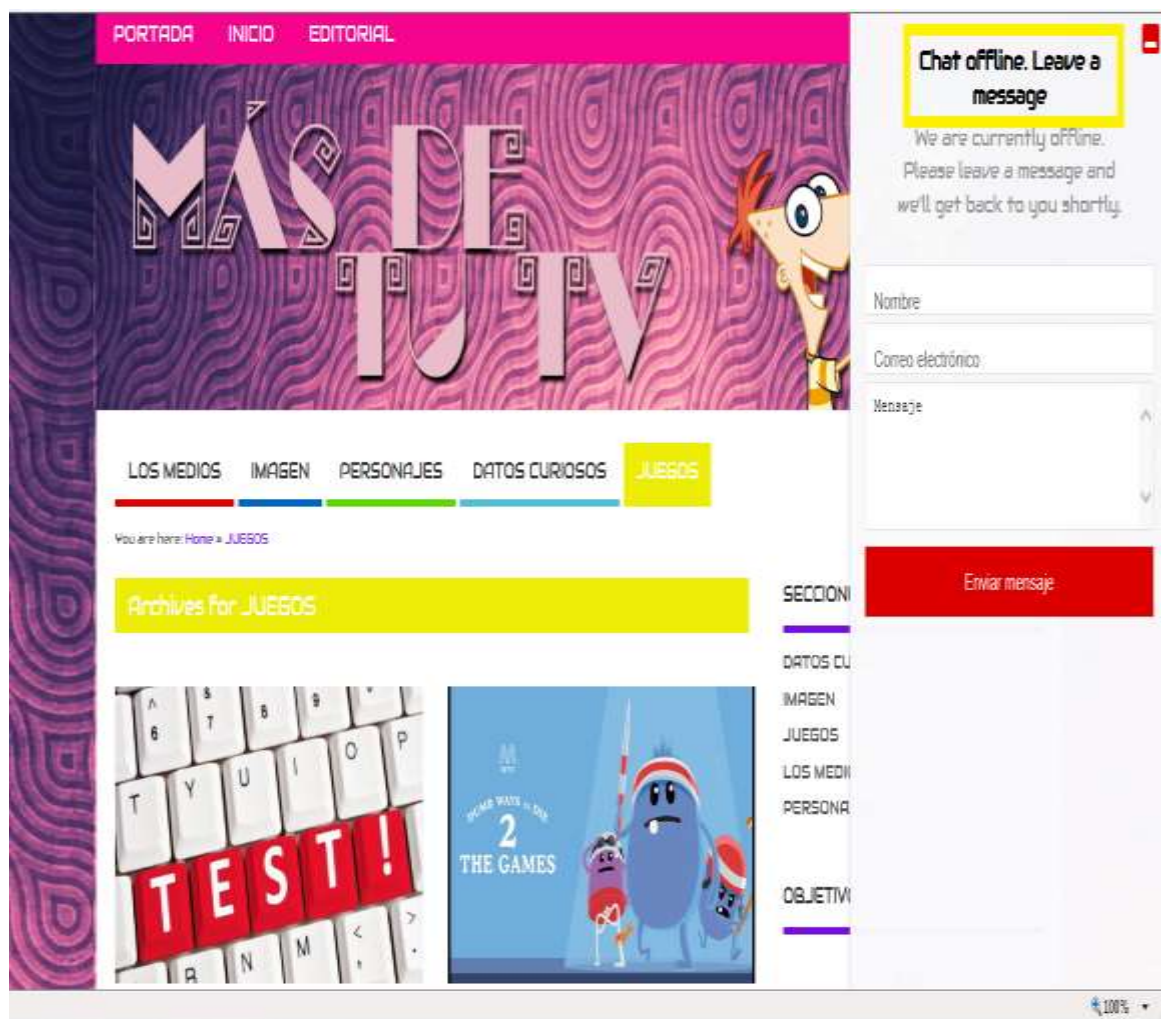


Figura 29. Creación propia.

Con base en estas actividades el uso de la revista puede ser individual o en grupo, ya que su propuesta está basada en un enfoque constructivista el cual se ve reflejado en el hecho de que los contenidos permitan al niño relacionarse con su entorno, puesto que son programas de su uso común y que tienen que ver con su realidad, así mismo es posible que el usuario, en este caso específico los niños de 10 y 11 años, pueden arribar al conocimiento individualmente leyendo y resolviendo las actividades de la revista o bien, de manera grupal, puesto que los contenidos que se manejan, los programas que se seleccionan son del gusto común de los niños de esta edad y es posible compartir y apoyarse en otros para la lectura y resolución de

actividades, del mismo modo, se encuentra un apartado para compartir con los padres, por lo tanto el uso de la revista deberá ser, en determinado momento, en pareja; pues se pretende que el niño sea apoyado tanto por esta propuesta como por sus padres e iguales en su desarrollo del pensamiento crítico y habilidades en la lectura y producción de medios

Consideraciones finales

La propuesta que aquí se diseña toma como base los intereses de los mismos niños que incorpora como materia prima para diseñar una serie de actividades y elegir artículos con las cuales por un lado, leerán y jugarán con sus programas y personajes preferidos; conocerán sus historias, características y personalidades y por otro, podrán poner en práctica sus habilidades cognitivas como la lectura de imágenes, sonido y lenguaje. Es decir, sin darse cuenta, el niño se iniciará en el proceso de alfabetización mediática.

Este es un proceso que tiene como estrategia el juego, que lleve al niño a humanizar a sus personajes favoritos, identificando de qué manera es representada la realidad en dichos programas, con qué fin y qué de ello es coherente con sus vivencias personales y qué no.

En la propuesta de revista electrónica y las actividades en ella descritas, el niño de 10 y 11 años encontrará un sitio de interacción con sus personajes y programas favoritos, pues si bien es cierto que la mayoría de los niños encuestados prefieren ver televisión, o utilizar la tecnología, consideramos que ese 77% que si se interesa por el uso revistas electrónicas, podrá encontrar en este medio un punto de encuentro con la TV y la tecnología digital.

Esperamos que la revista en su formato digital sea pertinente para los niños de 10 a 11 años de edad, ya que en la actualidad vivimos en una era donde están accedendo a los recursos tecnológicos: televisores, consolas de videojuegos, internet, teléfonos celulares, etc., por lo que esta propuesta retoma dichos elementos, pero con fines

educativos, pues como ya dijimos, los niños están consumiendo estos medios y lo están haciendo de manera acrítica e irreflexiva; por lo tanto consideramos indispensable una alfabetización para los medios con la finalidad de ver a los medios y las tecnologías no sólo como un medio de entretenimiento, sino como recursos para el aprendizaje informal y la innovación.

Si bien no todos los mensajes son pedagógicamente pertinentes para ser retomados desde la educación ya que su intención no es educar, es importante que los pedagogos incursionemos en metodologías creativas que apoyen el consumo mediático consciente, reflexivo y crítico. En este sentido la revista electrónica es precisamente una estrategia para fomentar dicho fin; además de que ofrece al niño la posibilidad de que interactúe mediante un medio digital, con sus distintas secciones y contenidos, a través de juegos como memorama, columnas y otras herramientas que le ayudarán a leer los contenidos mediáticos y así estimular su capacidad crítica y reflexiva de forma significativa.

La revista está pensada como una propuesta informal para ser difundida en la red teniendo como ventaja que una vez presentada a un grupo de niños, estos puedan acudir a ella voluntariamente e incluso ayudar a su difusión a través del uso de las redes sociales que los propios niños utilizan, ya que como se ha mencionado el usar la tecnología por cuenta propia llega a ser más significativo que cuando se accede de forma obligada como lo es en el ámbito escolar; además por medio de lo informal se puede ver a la revista como un sitio muy familiar para ellos.

Cabe mencionar la importancia de detenerse a pensar en torno al mensaje que los programas favoritos de los niños desean emitir, ya que estos manejan una serie de estereotipos y valores por ejemplo de amistad, familia, amor, etc.

Así también el diseño de los personajes retoma variedad de formas geométricas básicas que los niños pueden identificar con facilidad: cuadrados, triángulos,

círculos, y que pueden ser aprovechadas en los diferentes contenidos formales para relacionar el conocimiento.

Esta experiencia nos permite observar que los personajes elegidos como el Chavo, Phineas, entre otros, forman parte de su educación, no de la educación institucional ligada con la escuela, sino de aquella con la que los niños se identifican porque es entretenida y divertida; porque responde a sus gustos e intereses, esta es la educación informal. Así pudimos notar que la educación recibida de manera informal dota a los niños de experiencias y conceptos que no aprenden en la escuela porque esta generalmente se preocupa más por impartir contenidos, por terminar un programa y por "formar" individuos que respondan de manera mecánica a las evaluaciones, que memoricen, aunque sea sólo por el momento. Lo que ocurre en los medios es lo que les interesa y eso, no pasa por la escuela y sin embargo, esos mensajes mediáticos transmiten a los niños ideologías y valores que los llevan adoptar estilos de vida, formas de ser, de pensar, de sentir que muchas veces no coinciden con las de nuestra cultura, pero que a pesar de ello forman parte de la cotidianidad.

Creemos que para un desarrollo óptimo de los niños lo más adecuado sería una relación recíproca entre educación formal e informal, es decir, la escuela en lugar de pretender alejar a los niños de la tecnología, puede encontrar en ella un apoyo didáctico. A su vez, puede apoyarse en la educación informal para desarrollar metodologías apropiadas según el sector al que se pretende llegar y los objetivos que pretende cumplir, tal como lo sugiere la presente propuesta basada en fundamentos pedagógicos, en una metodología para el aprendizaje mediático en la que las actividades diseñadas tienen propósitos específicos y que está estructurada considerando la etapa de desarrollo por la que atraviesan nuestros sujetos de la investigación. Es a partir de estos argumentos que consideramos que la propuesta de la revista electrónica es un ejemplo de que la educación informal podría apoyar,

en determinados casos la educación formal, apoyarse con el fin de crear recursos educativos para una mejor formación de los niños de educación básica.

La propuesta que ahora se presenta incluye elementos que pueden modificarse, otros que pueden agregarse en otras ediciones como secciones que incluyan distintos elementos de la alfabetización mediática tales como el color o el sonido, sin embargo, la primera es, a todas luces, la aplicación que por cuestiones personales, falta de tiempo y de recursos no se llevó a cabo. En este sentido, es una línea de investigación que queda pendiente, así como profundizar sobre el impacto y aceptación de la misma entre el sector infantil. Otro aspecto que también se deriva de este hecho es investigar si realmente el recurso funciona como apoyo para la alfabetización mediática y si el niño realmente desarrolla una actitud crítica. Para finalizar queremos dejar en claro que la propuesta de utilización una revista electrónica es una idea arriesgada e innovadora. Arriesgada porque como se mencionó anteriormente la mayoría de los niños no ubica revistas electrónicas; pero esta revista está diseñada de acuerdo a sus intereses y con actividades que ellos mismos proponen por lo que apostamos a este recurso, al menos en el cuestionario que aplicamos entre niños de 10 a 11 años, si aparece como un recurso con altas posibilidades de colocarse entre las preferencias de este sector, en este sentido aparece como un recurso innovador.

Referencias.

Ahumada, R. (2005). *La TV y la educación. Una red interconectada*. México: Plaza y Valés.

Ahumada, R. (2007). *TV. Su influencia en la percepción de la realidad social*. México: Porrúa.

Alvarado, M. (2012). La lectura crítica de medios: una propuesta metodológica. *Revista Comunicar*, 20.

Alvira, R. (2005). *Filosofía de la vida cotidiana*. Madrid: Rialp.

Aparici, R (coord.). (2010). *Educomunicación: más allá del 2.0*. Barcelona: Gedisa.

Barragán, R (coord.). (2003). *Guía para la formulación y ejecución de proyectos de investigación*. La Paz: Fundación PIEB.

Buckinham, D. (2005), *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje, y cultura contemporánea*. España: Paidós.

Campos, A. (2007). *Pensamiento crítico. Técnicas para su desarrollo*. Bogotá: UNESCO.

Crovi, D. (2007). *Comunicación educativa y mediaciones tecnológicas. Hacia nuevos avientes de aprendizaje*. México: ILCE.

Cuadrado, T. (2008). *La enseñanza que no se ve. Educación informal en el siglo XXI*. Madrid: Narcea.

Cuadrado, T. (s. f.). *Características de la comunicación audiovisual*. Recuperado de <http://www.uned.es/espanol/master/primer/modulos/teoria-de-la-representacion/comuaudiovisual.pdf>

Delgado, M. (1999). *De la investigación audiovisual: fotografía, cine, vídeo, televisión*. Barcelona: Proyecto.

Fernández, A. (2000). *De cómo el educador y la tele pueden ser amigos. Una propuesta de educación audiovisual*. Honduras: Guaymuras.

Freinet, C. (1999). *Técnicas de la escuela moderna*. México: Siglo XXI.

Freinet, C. (2011). *Técnicas de la escuela moderna*. México: Siglo XXI.

Freire, P. (2004). *Pedagogía de la autonomía*. Sao Paulo, Brasil: paz e Terra SA.

García, A. (2015). *El juego infantil y su metodología*. Madrid: Editex.

García, C. (2004). *El cuestionario: recomendaciones metodológicas para el diseño de cuestionarios*. México: Limusa.

Giménez, G. (2007). *La cultura como identidad y la identidad como cultura*. México: UNAM.

Guerrero, p. (2002). *La cultura: estrategias conceptuales para comprender la identidad, la diversidad, la alteridad y la diferencia*. Quito: Abya-Yala.

Hernández, G. (2001). *Introducción a la teoría de la educación para los medios*, Investigaciones de la comunicación, N. 13, V. I.

ILCE, (2016). *Misión y Visión*. Recuperado de <http://www.ilce.edu.mx/index.php/nosotros/mision-y-vision>

INEGI, (2013). *En México 42.4 millones de personas usan una computadora y 37.6 millones utilizan internet*. México: INEGI.

Kaplún, M. (1992). *A la educación por la comunicación (La práctica de la comunicación educativa)*. Santiago de Chile: UNESCO.

Konigsberg, I. (2004). *Diccionario técnico Akal de cine*. Madrid: Akal ediciones.

Lacruz, M. (2002). *Nuevas tecnologías para futuros docentes*. La Mancha: Ediciones de la Universidad de Castilla.

- Martí, E. (2002). *Las teorías del aprendizaje escolar*. Barcelona: UOC.
- Martín, J. (2003). *Las revistas electrónicas: características, fuentes de información y medios de acceso*. Recuperado de <http://revistas.um.es/analesdoc/viewFile/197/1961>
- Méndez, Z. (2006). *Aprendizaje y cognición*. Costa Rica: EUNED.
- Moll, L. (1990). *Vygotsky y la educación: connotaciones y aplicaciones de la psicología sociohistórica en la educación*. Buenos Aires: Aique.
- Monereo, C. y Pozo, J. (2011). *La identidad en psicología de la educación, necesidad, utilidad y límites*. Madrid: Narcea.
- Montoya, M. (2005). *La comunicación audiovisual en la educación*. Madrid: Laberinto.
- Morduchowicz, R. (coord.). (2008). *Los jóvenes y las pantallas. Nuevas formas de sociabilidad*. Barcelona: Gedisa.
- Morduchowicz, R. (coord.). (2010). *El capital cultural de los jóvenes*. México: FCE.
- Morín, E. (1962). *El espíritu del tiempo*. París: Bernard Grasset.
- Orozco, G. (2011). *Entre pantallas: Nuevos roles comunicativos y educativos de los ciudadanos*, en Aparici, R. (Coord.). *Educomunicación: Más allá del 2.0*, España: Gedisa.
- Pérez Gómez, A. (2013). La era digital. Nuevos desafíos educativos. *Revista sinéctica*, 40.
- Peña, B. (2013). *Estudios sobre periodismo y televisión*. Madrid: Visión.
- Piaget, J. (1999). *La psicología de la inteligencia*. Barcelona: Crítica.

Piña, J. (1998). *La interpretación de la vida cotidiana escolar. Tradiciones y prácticas académicas*. México: Plaza y Valdés.

Rincón, O. (2008). No más audiencias, todos devenimos productores. *Revista comunicar*, 30.

Rojas, R. (2002). *La investigación social: teoría y praxis*. México: Plaza Valdés.

Sanz, R. (2010). *Competencias cognitivas en educación superior*. Madrid: Narcea.

Schmidt, M. (1987). *Cine y video educativo. Selección y diseño*. Madrid: MEC.

Silverstone, R. (2004). *¿Por qué estudiar los medios?*. Buenos Aires : Amorrortu.

Soler, E. (2006). *Constructivismo, innovación y enseñanza efectiva*. Caracas: Equinoccio.

Thompson, J. (1998). *Ideología y cultura moderna*. México: UAM-Xochimilco.

Toffler, A. (1979). *La tercera ola*. Estados Unidos: Bantam Books.

UNESCO, (2007) *Glosario*. México: UNESCO. Recuperado de <http://www.unesco.org/education/GMR/2007/es/glosario>

Vigotsky, L. (2012). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores*. España: Planeta.

Voutssas, J. (2012). Aspectos para el desarrollo de una revista científica digital. *Revista investigación bibliotecológica*, 58.

ANEXOS

Anexo 1.

LOS MEDIOS Y TÚ

Edad: _____

Instrucciones: Elige una o más opciones entre las posibles respuestas y subráyala (s).

I. *Medios.*

1. En tu casa cuentas con:

- a) Televisión b) Computadora c) Radio d) Consola de video juegos
e) Internet

2. ¿Tienes algún o algunos de los siguientes aparatos portátiles?

- a) Teléfono celular b)) Tablet c) IPod o Mp3 d) Lap top
e) Ninguno

3. ¿Cuál de la tecnología que tachaste prefieres usar?

- a) Televisión ()
b) Computadora ()
c) Radio ()
d) Consola de video juegos ()
e) Internet ()

4. ¿Cuántas horas al día en total inviertes en el uso de los aparatos tecnológicos con los que cuentas?

- a) 1 a 2 horas b) 2 a 4 horas c) 5 a 7 horas d) más de 7 horas

5. Cuando ves televisión ¿Qué tipo de programación prefieres?

- a) Películas b) Caricaturas c) Series d) Documentales

6. Del tipo de programación que prefieres, escribe tres nombres de los programas que más te gustan:

7. ¿Quiénes son tus personajes son tus favoritos?

II. Música

8. ¿Qué tipo de música te gusta escuchar?

- a) Pop b) Rock c) Reggaetón d) Electrónica e) Otra ¿Cuál?
-

9. ¿Qué haces cuando escuchas tu música favorita?

- a) Tarea b) Quehacer c) Tiempo libre d) Dormir e) Jugar

10. Cuando escuchas tu música favorita estás:

- a) Solo b) En familia c) Con amigos

III.- Internet

11. ¿Para qué utilizas el internet y la computadora?

- a) Jugar b) Tarea c) Chatear d) Resolver dudas personales e) Navegar

12. ¿Qué sitios o páginas de internet visitas con mayor frecuencia?

- a) YouTube b) Facebook c) Cartoon Network d) Otra ¿Cuál?
-

13. ¿Qué tipo de videojuegos prefieres?

- a) Acción b) Matanza c) Destreza d) Simulación e) Aventura

IV. Revista digital

14. En el caso de que existiera una revista en formato digital (a través de internet) que hablara de tus personajes, programas y videojuegos favoritos, ¿la utilizarías?

- a) Sí. b) No

15. ¿Conoces alguna revista en Internet que sea divertida?

- a) Sí b) No

16. ¿Cómo se llama?

17. ¿Qué clase de actividades te gustaría encontrar en una revista digital para niños como tú?

a) Crucigramas b) Videos c) Sopa de letras d) Otra _____

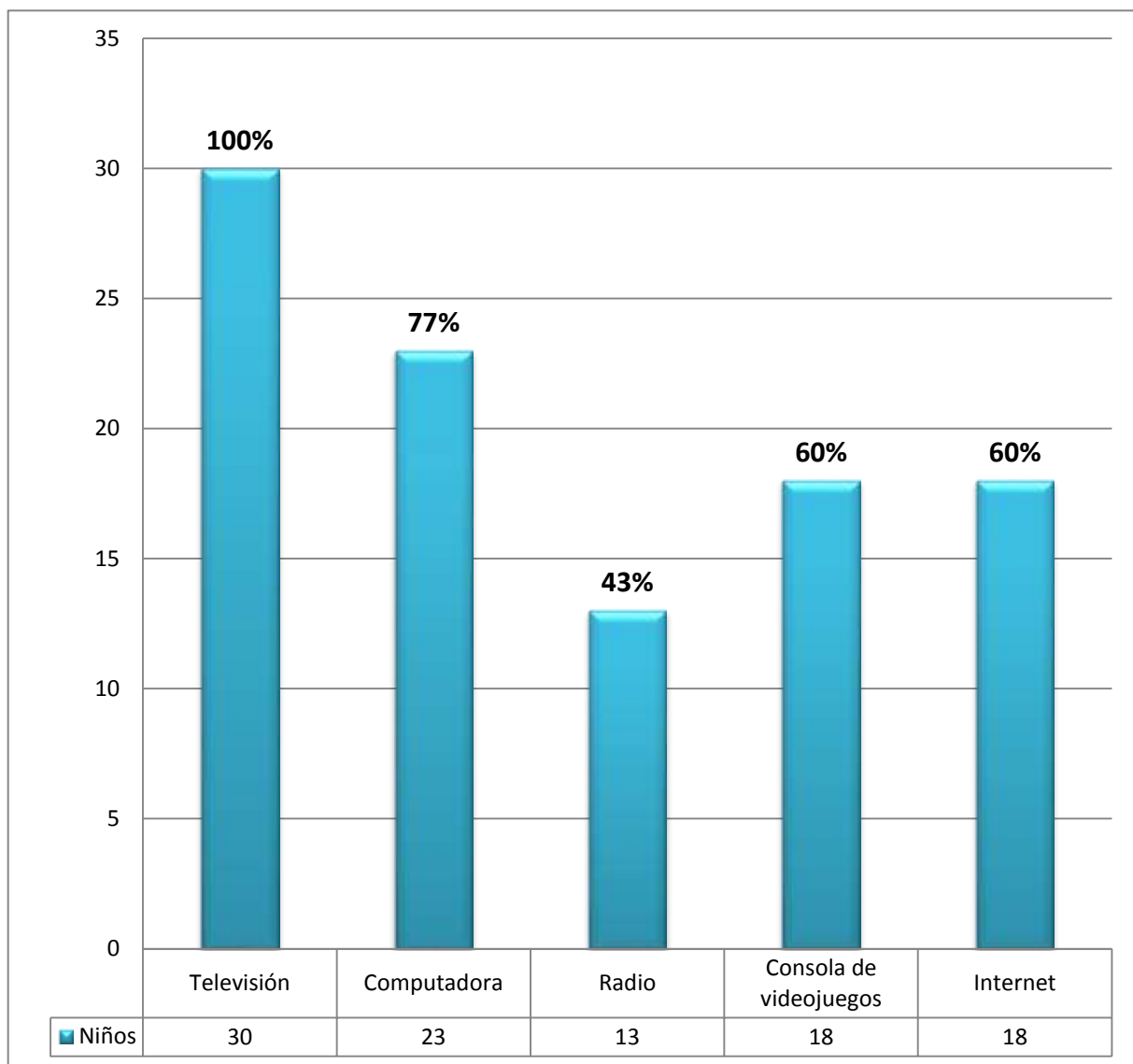
18. ¿Qué temas te gustaría encontrar en ella?

19. ¿Cuáles son tus colores favoritos?

Anexo 2.

1. En tu casa cuentas con:

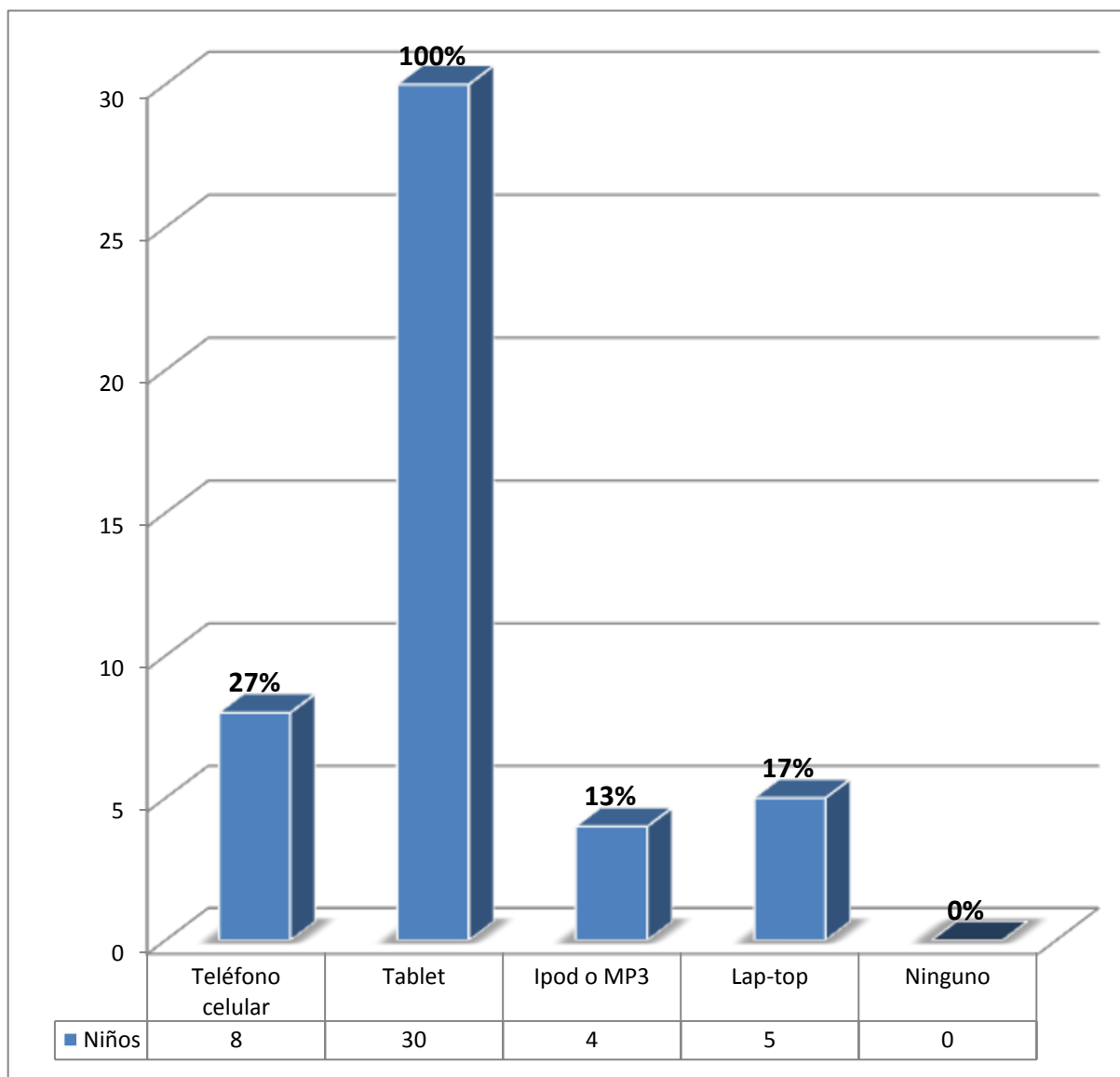
- a) Televisión b) Computadora c) Radio d) Consola de video juegos e)
Internet



Anexo 3.

2. ¿Tienes algún o algunos de los siguientes aparatos portátiles?

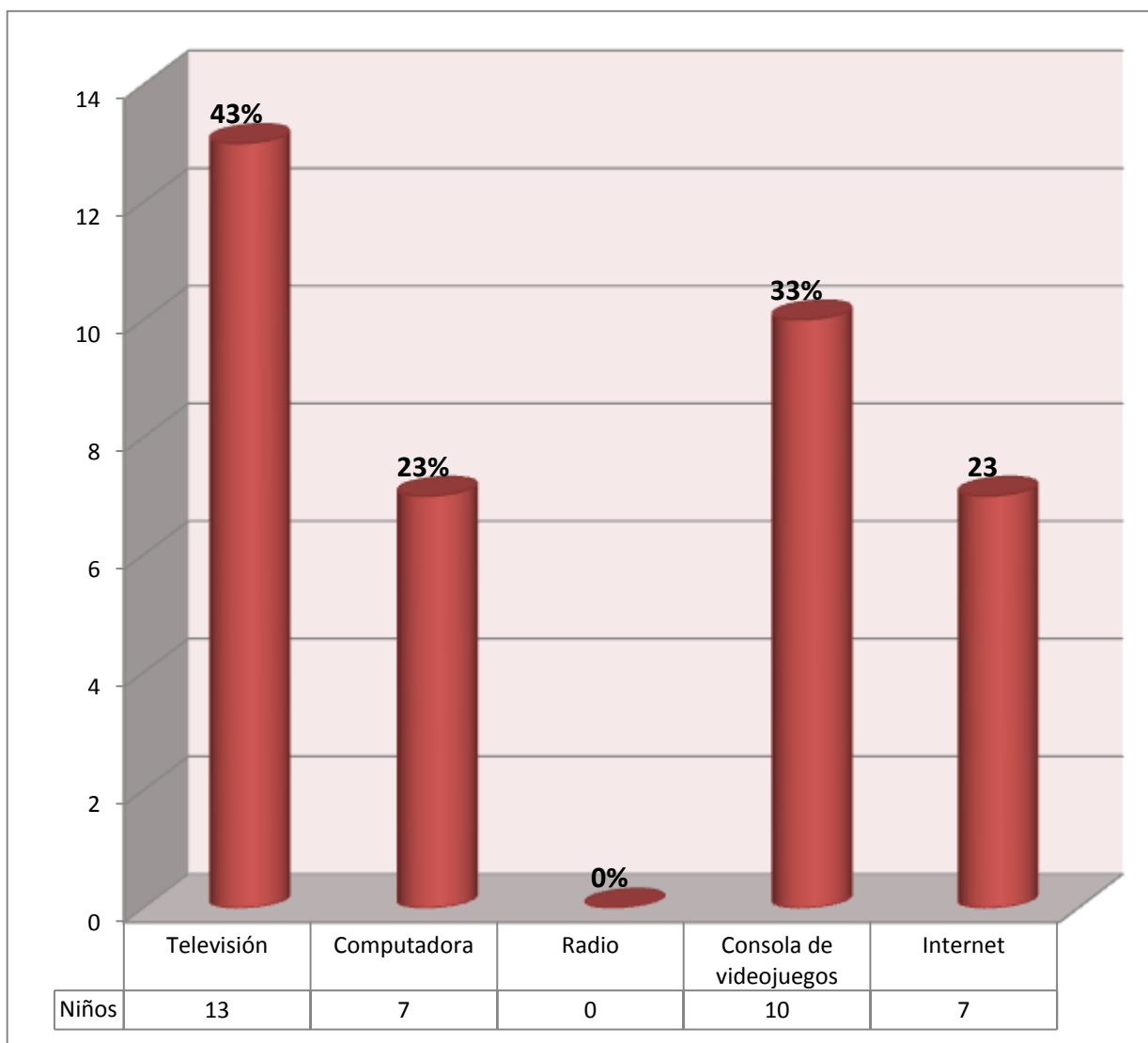
- a) Teléfono celular b) Tablet c) iPod o Mp3 d) Lap top
e) Ninguno



Anexo 4.

3. ¿Cuál de la tecnología que tachaste prefieres usar?

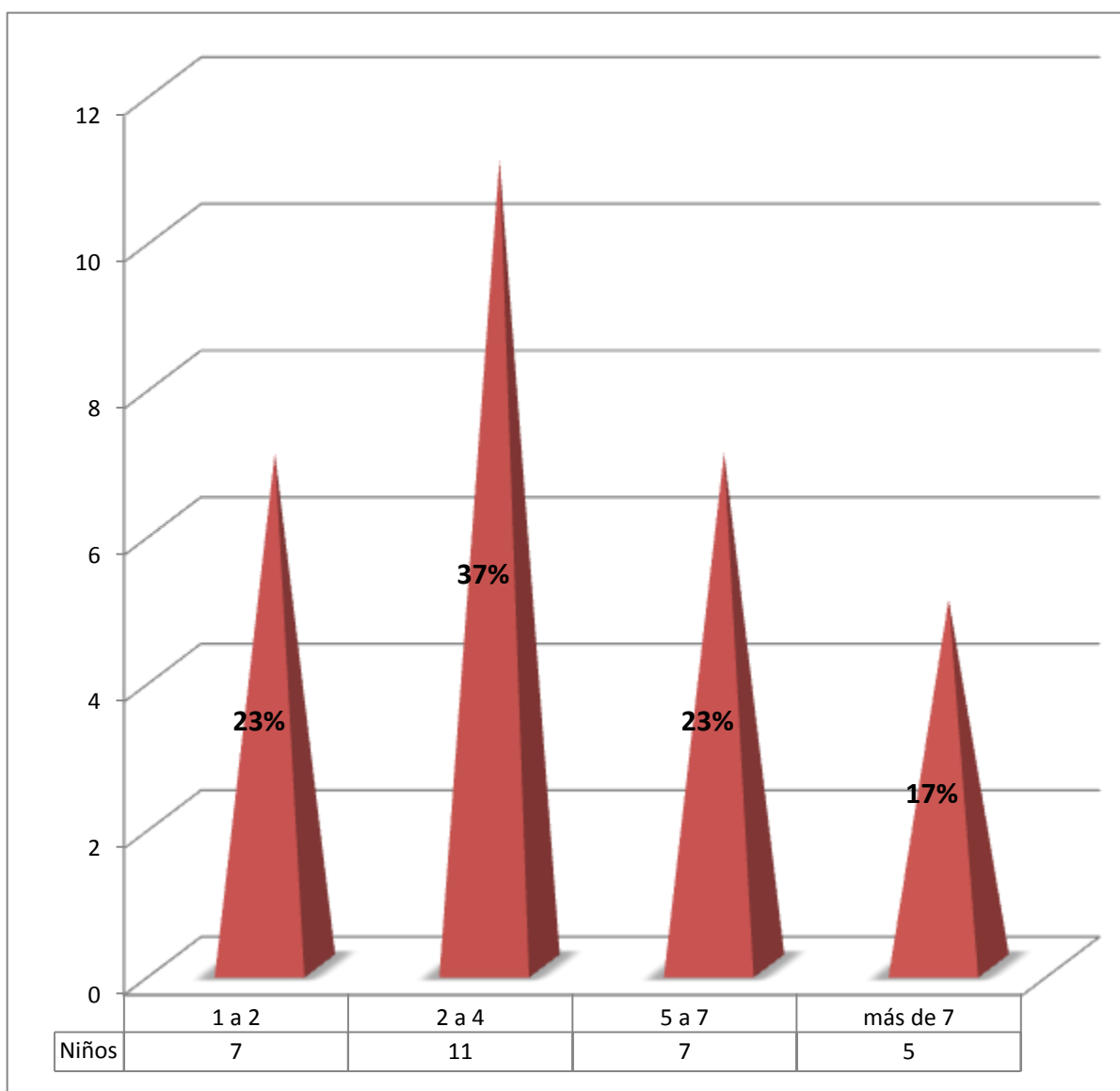
- a) Televisión b) Computadora c) Radio d) Consola de video juegos e) Internet



Anexo 5.

4. ¿Cuántas horas al día en total inviertes en el uso de los aparatos tecnológicos con los que cuentas?

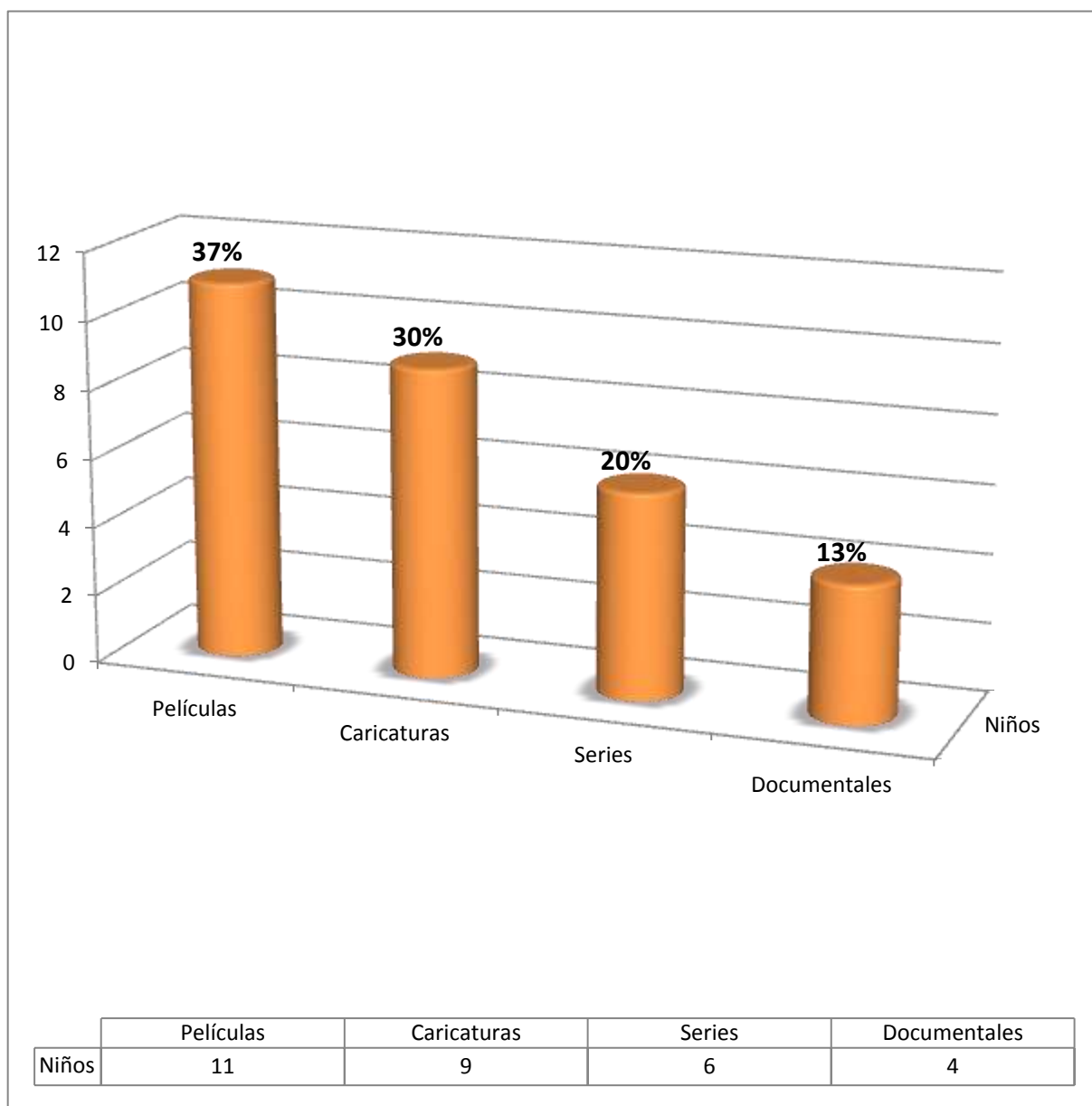
- a) 1 a 2 horas b) 2 a 4 horas c) 5 a 7 horas d) más de 7 horas



Anexo 6.

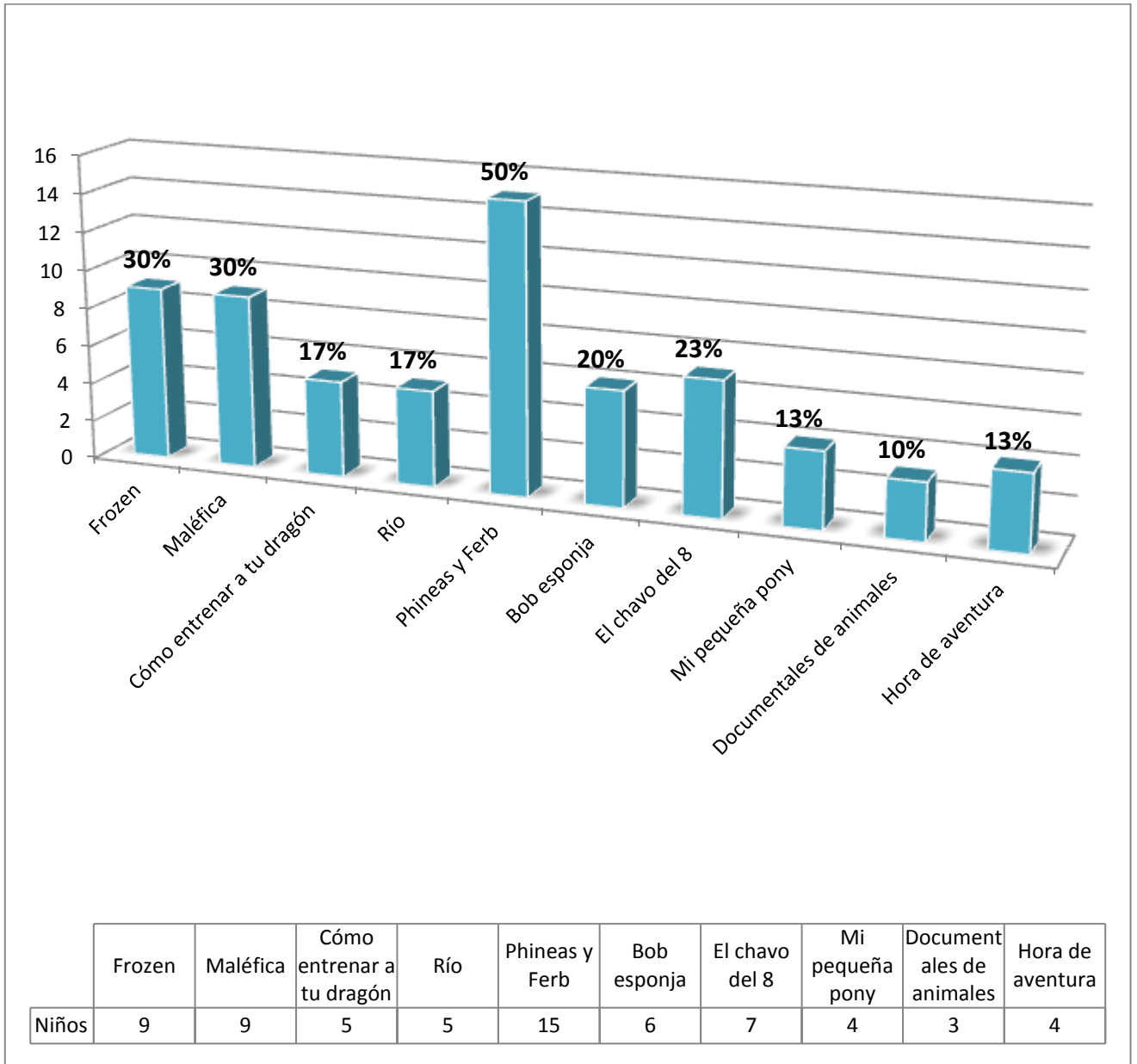
5. Cuando ves televisión ¿Qué tipo de programación prefieres?

a) Películas b) Caricaturas c) Series d) Documentales



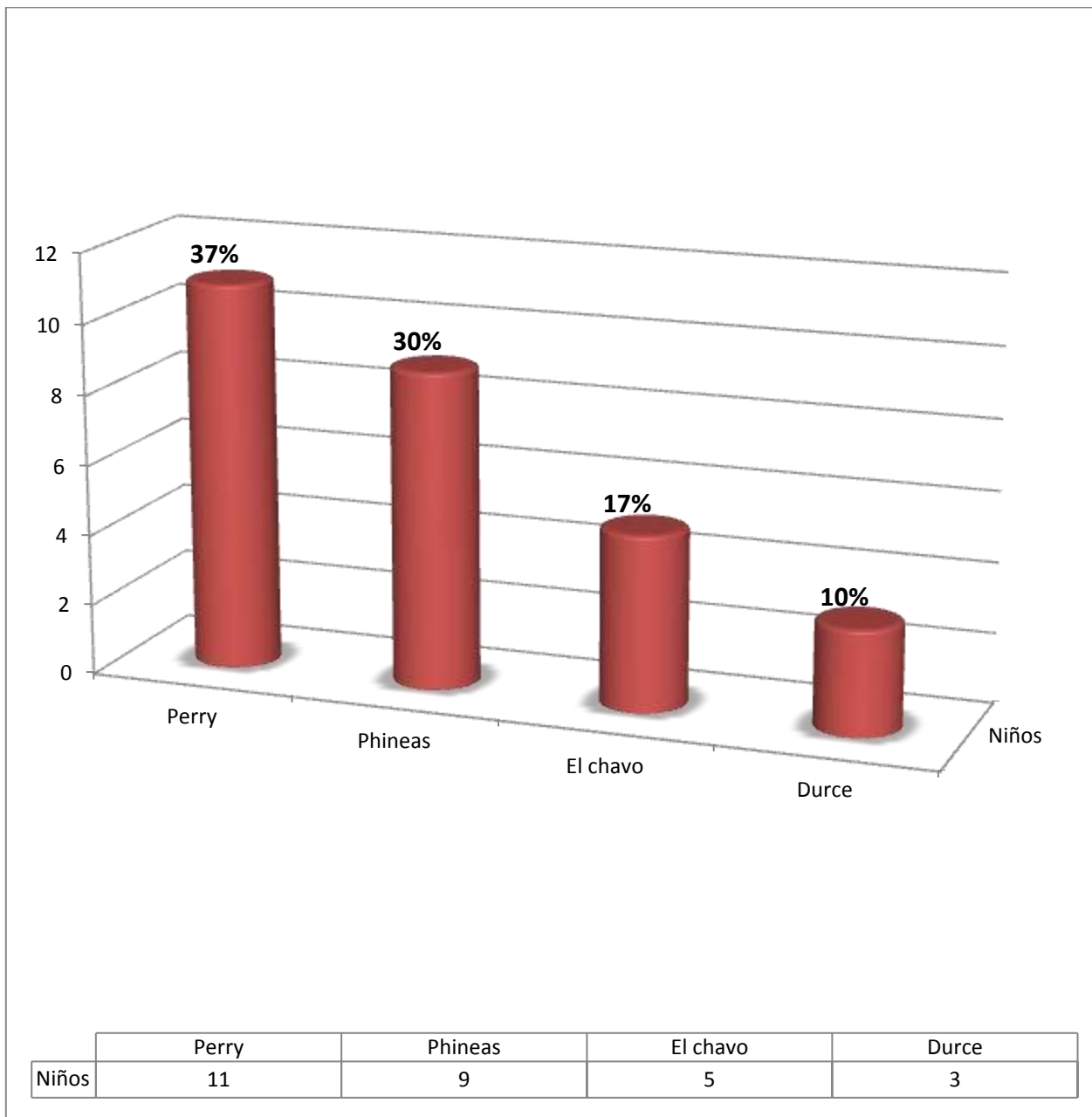
Anexo 7.

6. Del tipo de programación que prefieres escribe tres nombres de los programas que más te gustan:



Anexo 8.

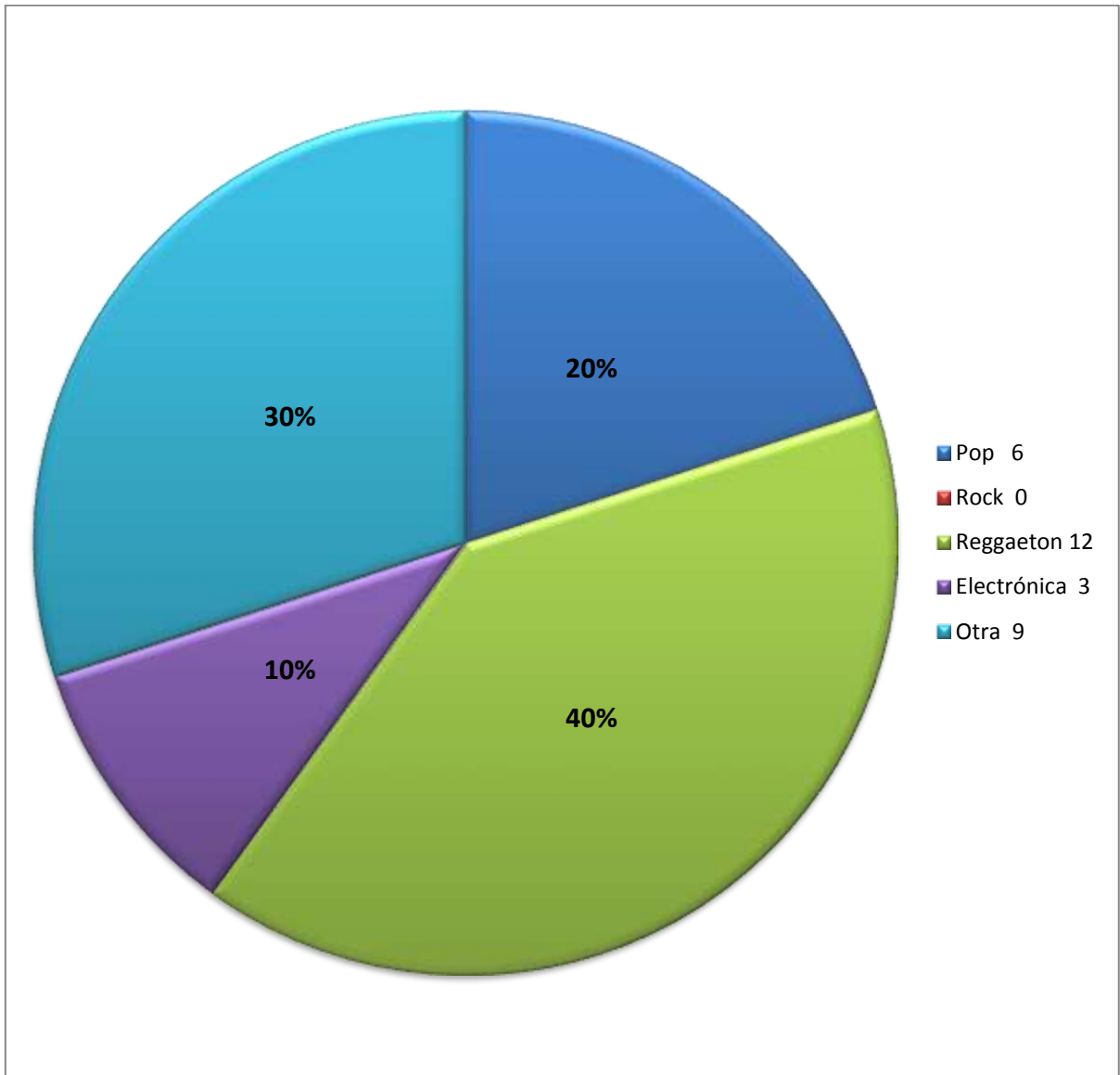
7. ¿Quiénes son tus personajes son tus favoritos?



Anexo 9.

8. ¿Qué tipo de música te gusta escuchar?

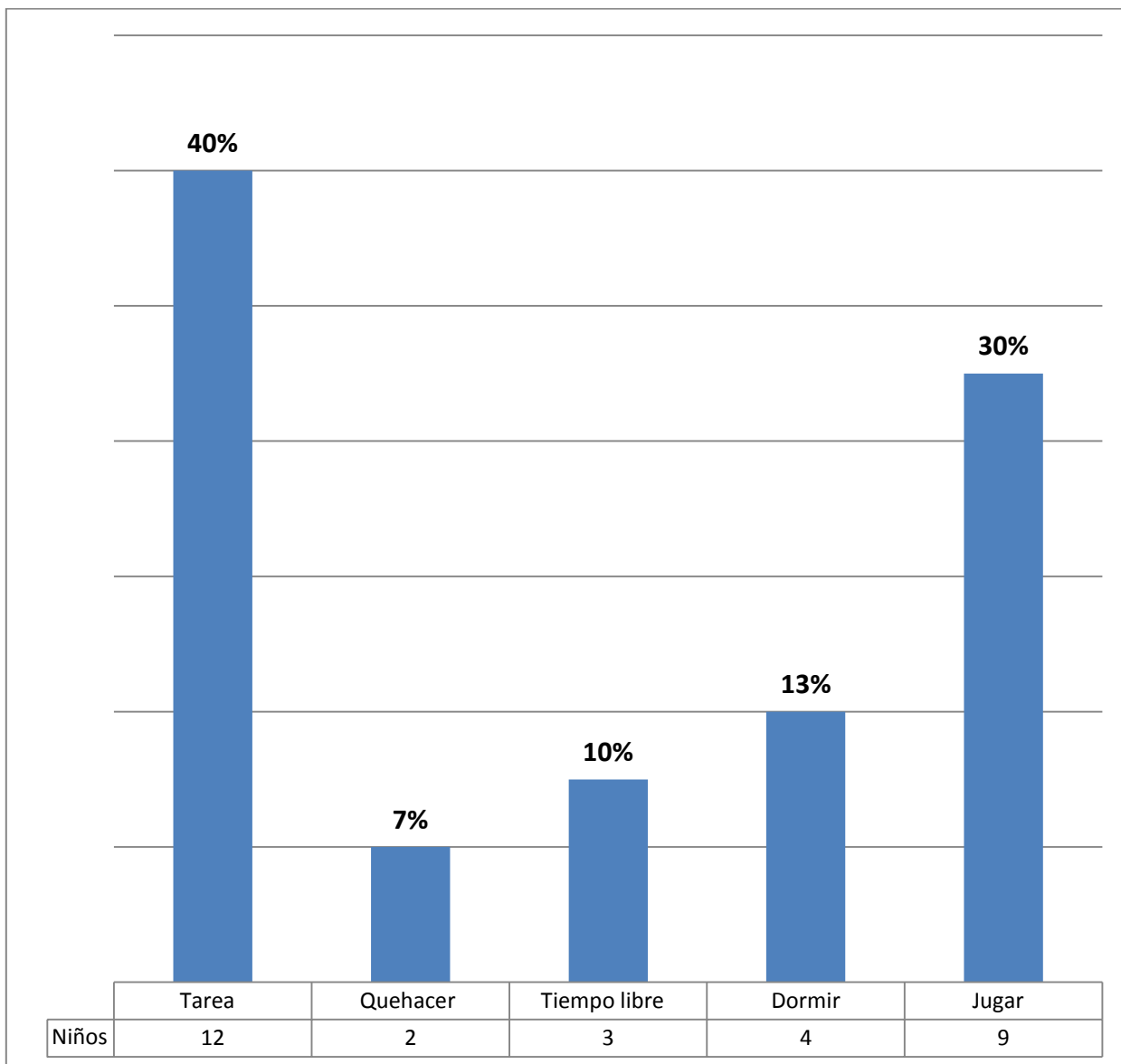
- a) Pop b) Rock c) Reggaetón d) Electrónica e) Otra ¿Cuál?



Anexo 10.

9. ¿Qué haces cuando escuchas tu música favorita?

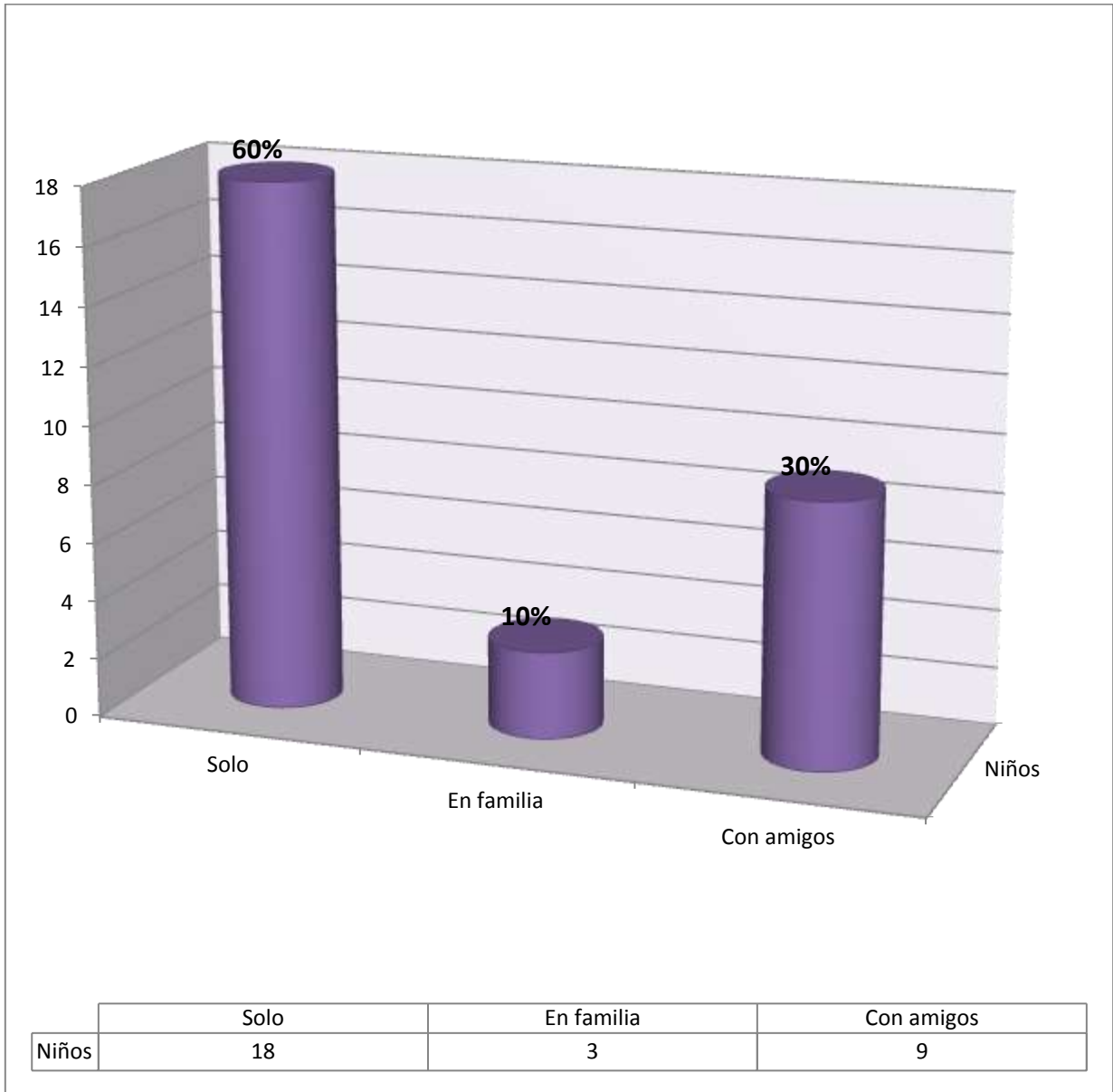
a) Tarea b) Quehacer c) Tiempo libre d) Dormir e) Jugar



Anexo 11.

10. Cuando escuchas tu música favorita estás:

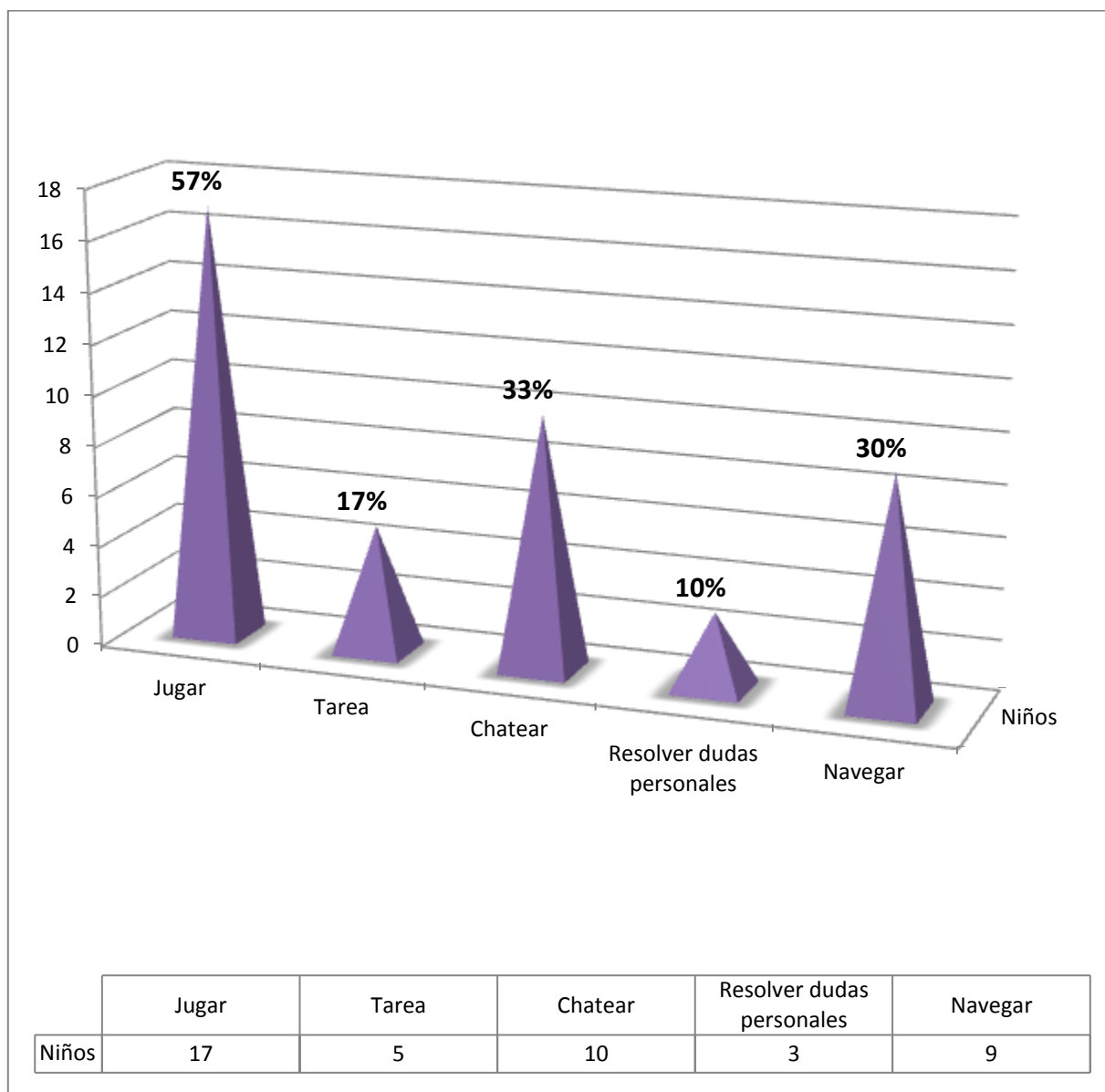
a) Solo b) En familia c) Con amigos



Anexo 12.

11. ¿Para qué utilizas el internet y la computadora?

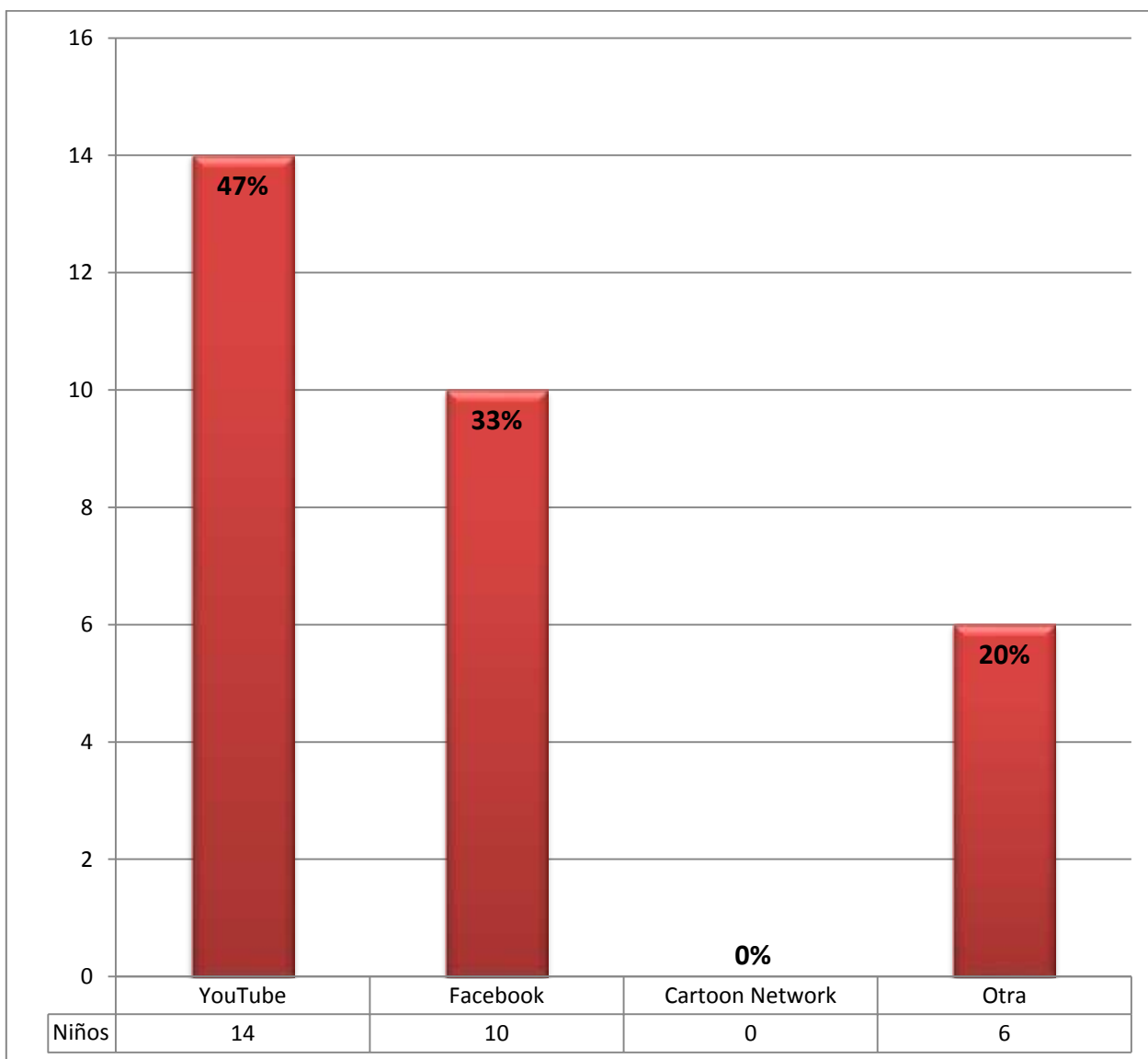
a) Jugar b) Tarea c) Chatear d) Resolver dudas personales e) Navegar



Anexo 13.

12. ¿Qué sitios o páginas de internet visitas con mayor frecuencia?

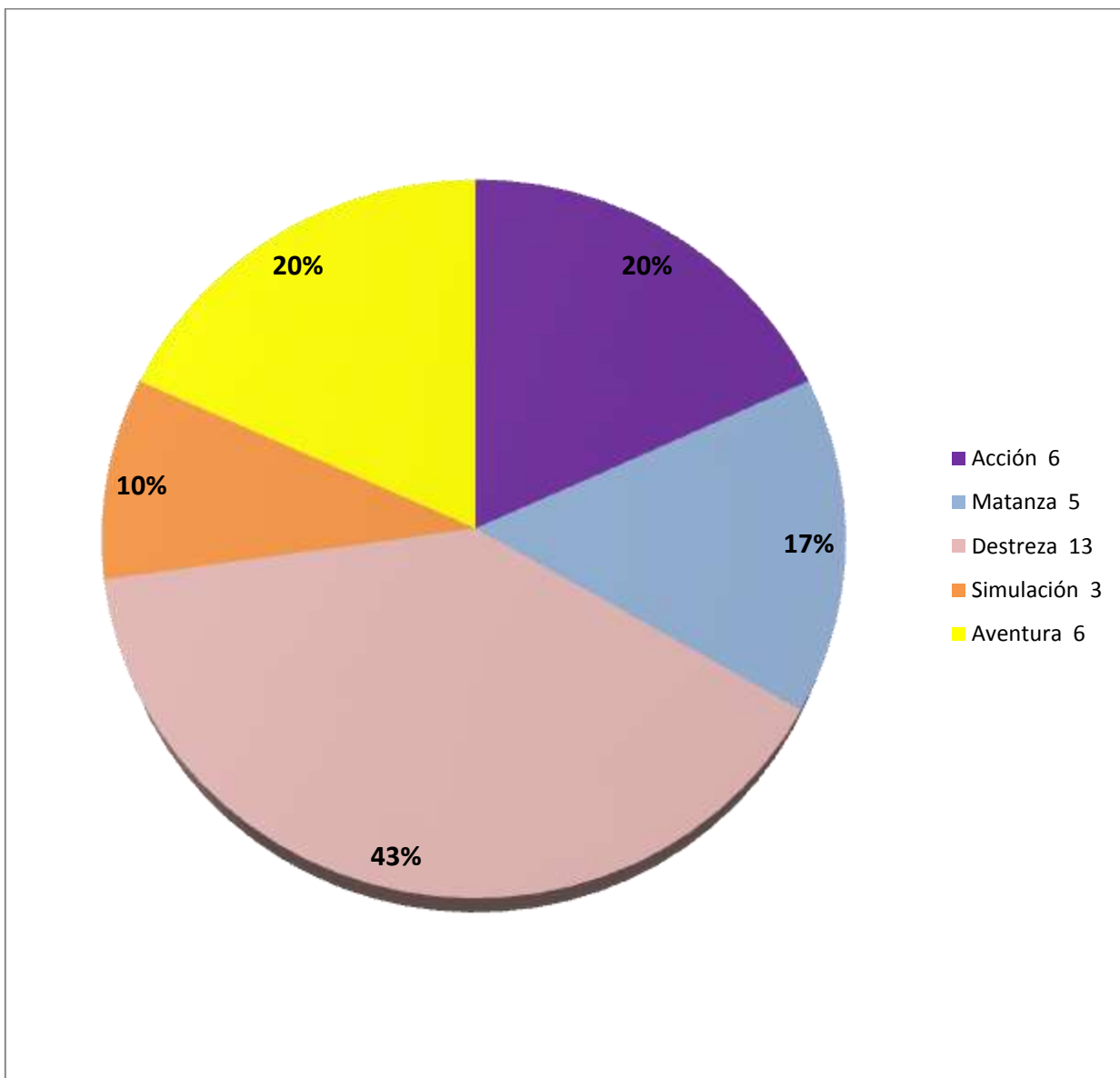
- a) YouTube b) Facebook c) Cartoon Network d) Otra ¿Cuál?



Anexo 14.

13. ¿Qué tipo de videojuegos prefieres?

a) Acción b) Matanza c) Destreza d) Simulación e) Aventura

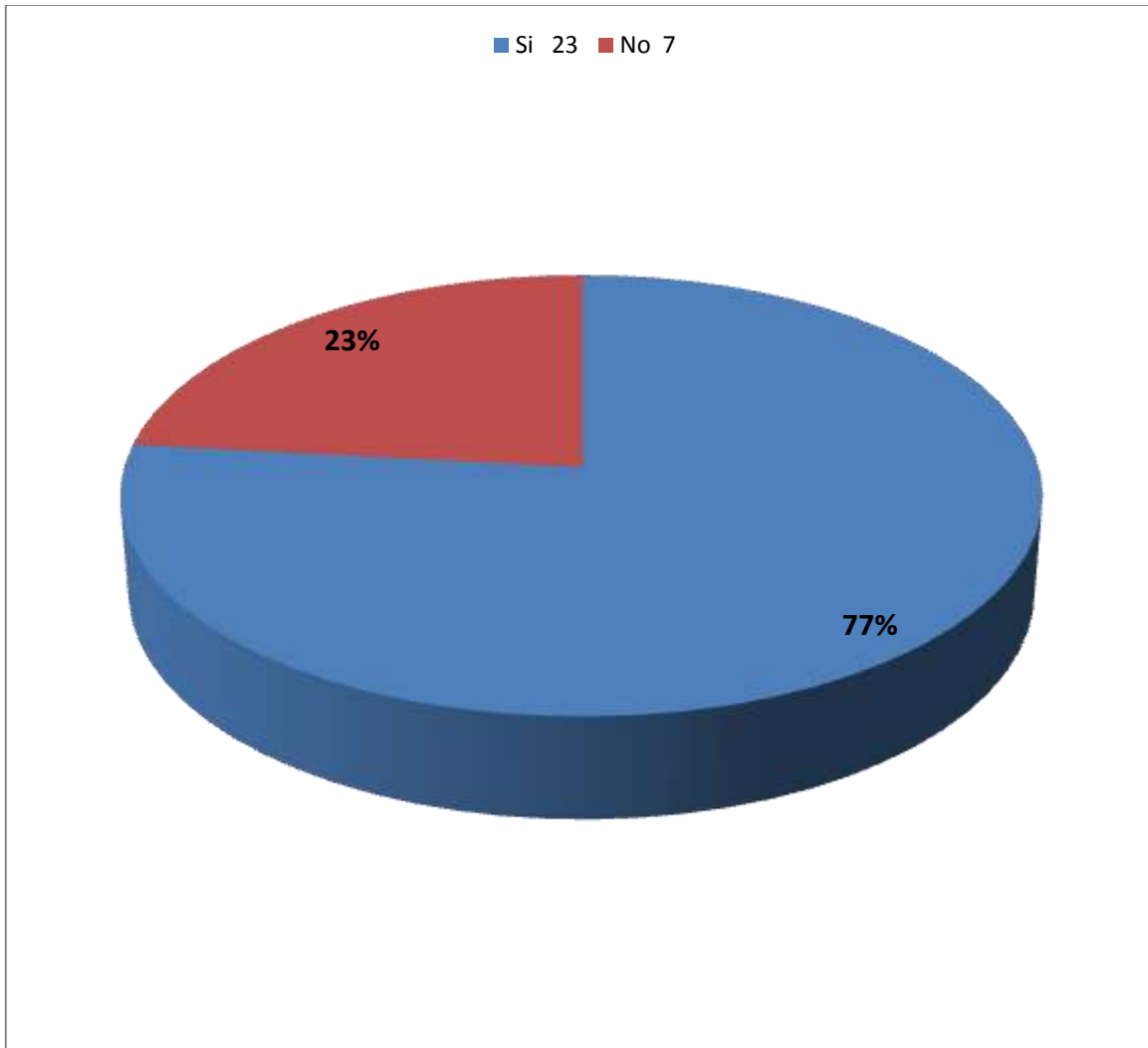


Anexo 15.

14. En el caso de que existiera una revista en formato digital (a través de internet) que hablara de tus personajes, programas y videojuegos favoritos, ¿la utilizarías?

a) Si.

b) No

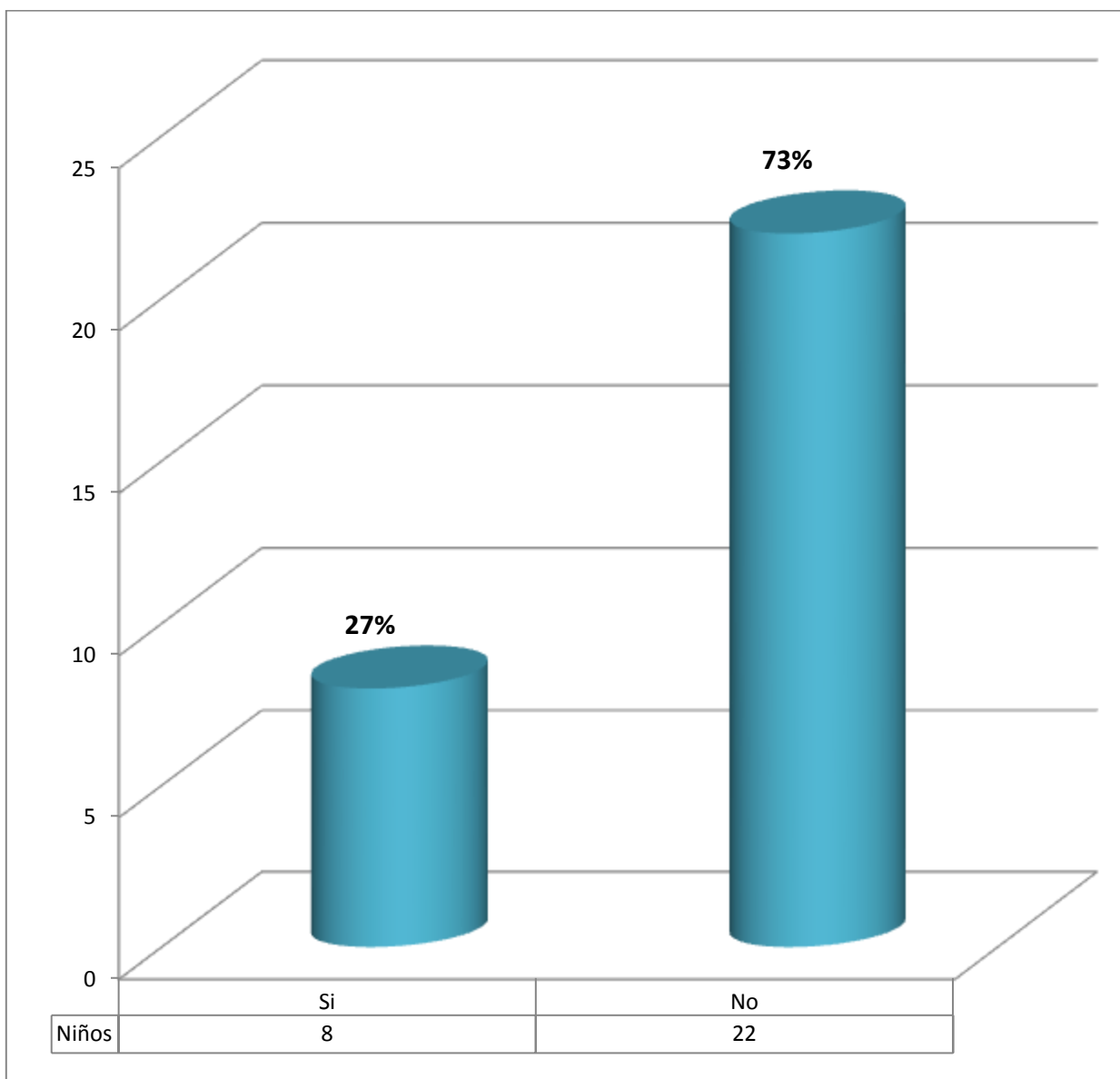


Anexo 16.

15. ¿Conoces alguna revista en Internet que sea divertida?

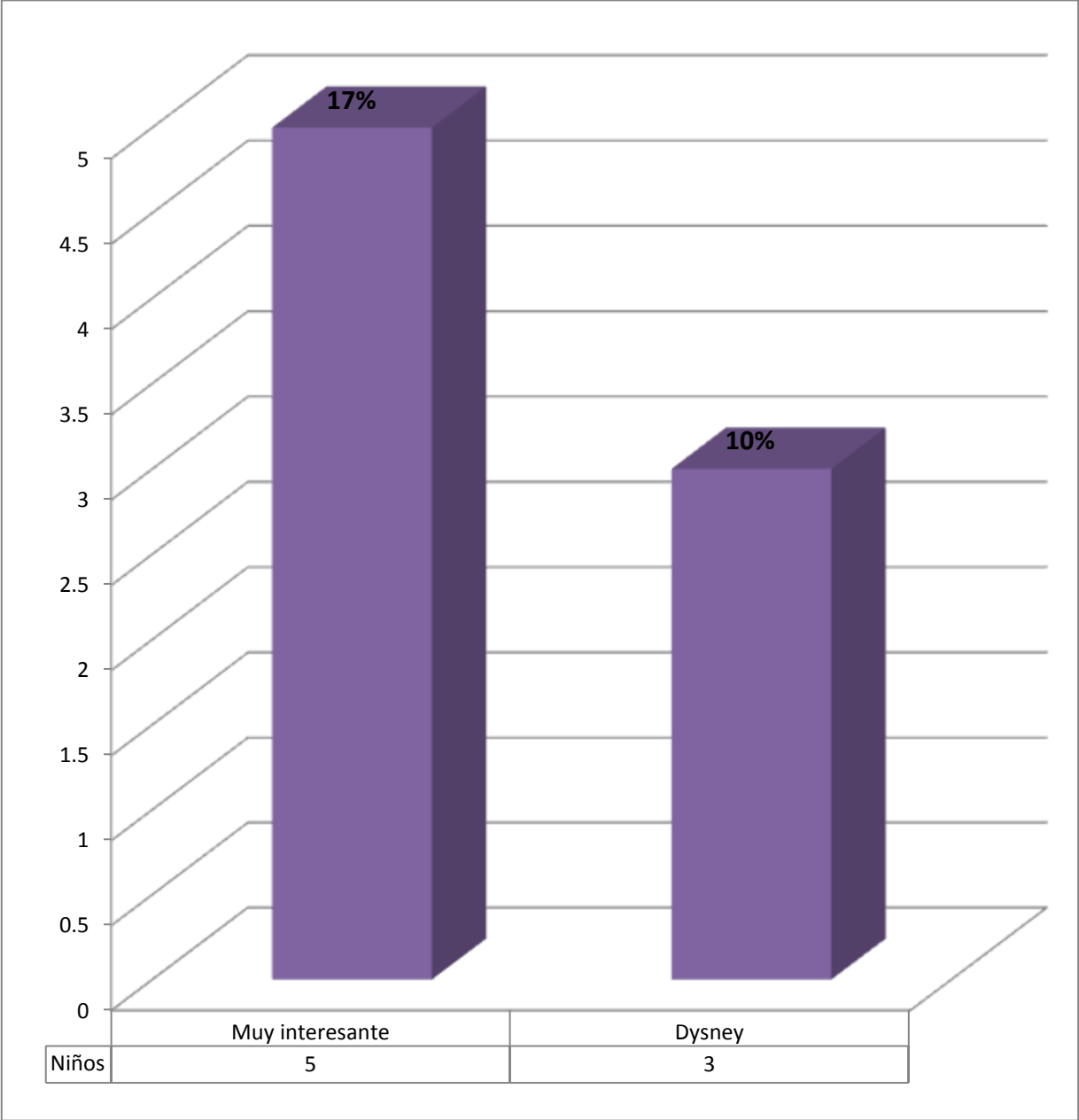
a) Sí

b) No



Anexo 17.

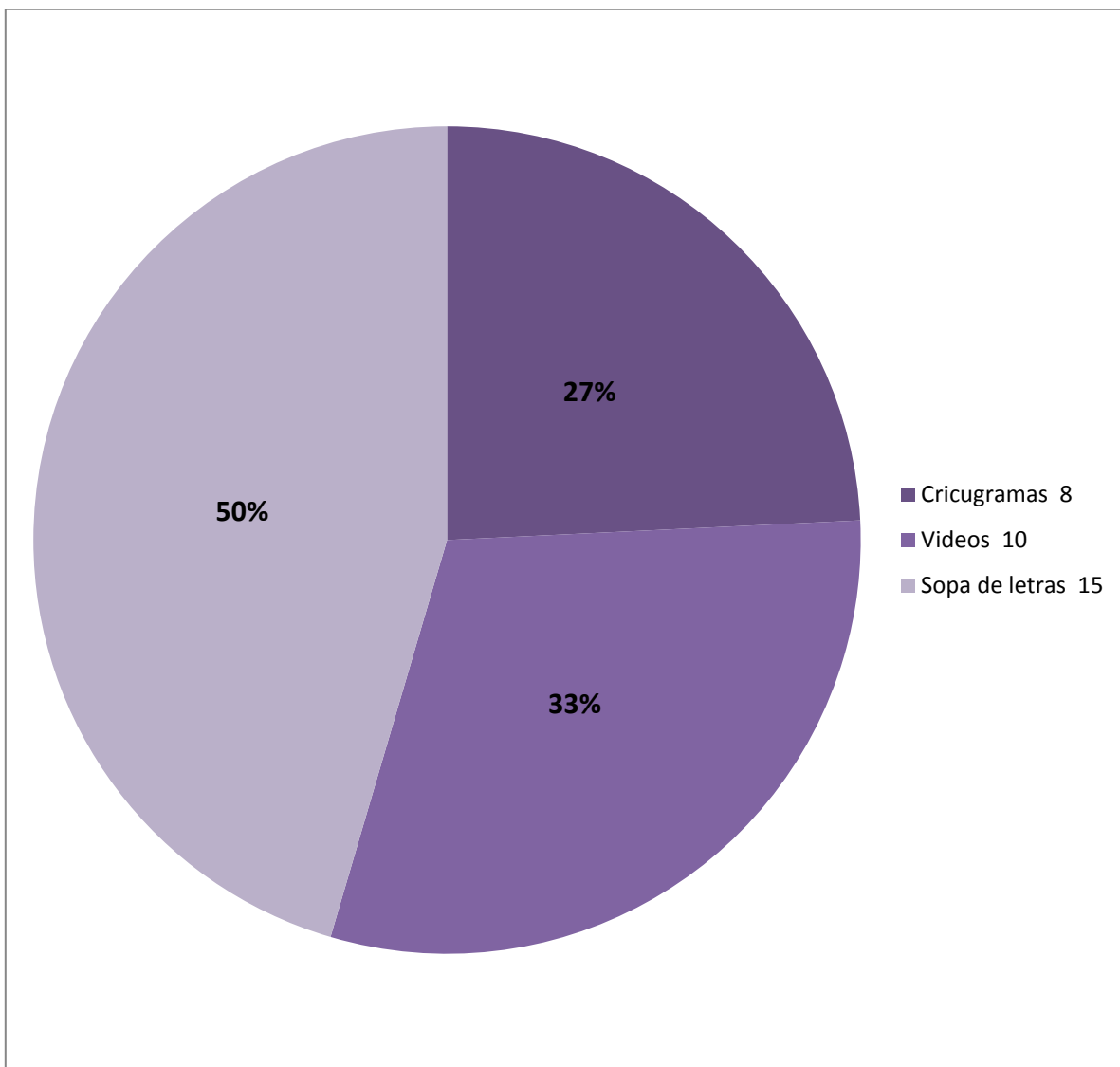
16. ¿Cómo se llama?



Anexo 18.

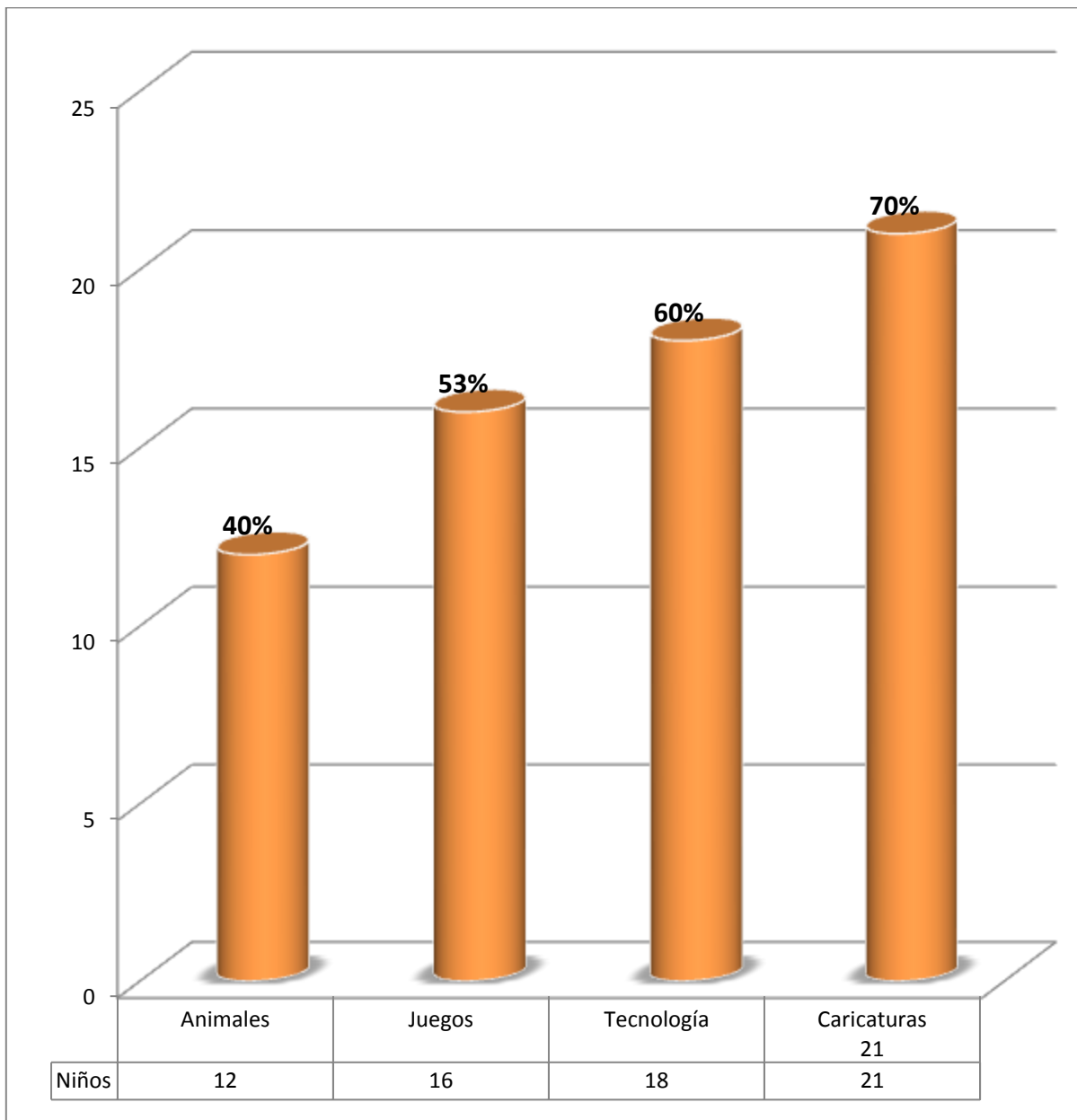
17. ¿Qué clase de actividades te gustaría encontrar en una revista digital para niños como tú?

a) Crucigramas b) Videos c) Sopa de letras d) Otra _____



Anexo 19.

18. ¿Qué temas te gustaría encontrar en ella?



Anexo 20.

19. ¿Cuáles son tus colores favoritos?

