

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

Nada humano me es ajeno

UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO

“PROPUESTA EDUCATIVA PARA LA FORMACIÓN DE INDIVIDUOS CRÍTICOS QUE
INTERACTÚAN CON LA TELEVISIÓN E INTERNET”.

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE:

LICENCIADO EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTAN:

MÓNICA PÉREZ CRISPÍN

MANUEL JUAN CARLOS ALCÁNTARA GUDIÑO

DIRECTOR: DR. JERÓNIMO LUIS REPOLL

PLANTEL SAN LORENZO TEZONCO

MÉXICO, D.F. 2011.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

AGRADECIMIENTOS INSTITUCIONALES

La presente obra es producto del esfuerzo, investigación, trabajo constante, desvelos y un gran trabajo en equipo.

Agradecimiento y mención especial a nuestra querida Universidad Autónoma de la Ciudad de México plantel San Lorenzo Tezonco, a maestros quienes con su tiempo y paciencia nos formaron día a día con su enseñanza y dedicación, con regaños y consejos, con lecturas y con conocimiento, a nuestros compañeros quienes siempre compartieron sus alegrías y, que en todo momento nos acompañaron en éste camino tan maravilloso de la vida universitaria.

Agradecemos al Instituto de Ciencia y Tecnología del Distrito Federal (ICyTDF), quien en convenio con la UACM nos brindó apoyo económico para poder finalizar la tesis.

Sin el apoyo de la escuela primaria “Profesor Leopoldo Velázquez Acuña” en la delegación Iztapalapa, de su Director José Jaramillo Mata y del profesor Jorge Aguilar Mejía, no hubiésemos logrado la consecución de ésta meta.

A los niños del taller quienes con su ánimo e inquietud nos impulsaron a ser mejores universitarios y lograr transmitirles algo de lo mucho que hemos aprendido a lo largo de cinco años en la estancia en la universidad.

A Comunicación Comunitaria A.C por permitirnos aplicar su metodología en la escuela primaria anteriormente mencionada, además de habernos capacitado como talleristas.

DEDICATORIA DE MÓNICA PÉREZ CRISPÍN:

Este proyecto va dedicado a todas y cada una de las personas que me han apoyado, que han estado conmigo incondicionalmente, y que han recorrido a mi lado cada vivencia en la universidad.

A usted profesor Jerónimo Luis Repoll, quiero agradecerle de corazón por haberme guiado en esta investigación, por ser un gran profesional a quien admiro y respeto mucho, por ser la columna vertebral de esto, por tener paciencia, tiempo, disposición y una gran humildad. Sus conocimientos y profesionalismo permitieron que este proyecto pudiera ser posible y llegara a su fin. Es para mí un honor que usted haya sido el director de esta tesis. Gracias profesor.

A mis padres y hermanos, porque gracias a su apoyo, tiempo y comprensión me fue posible culminar este proyecto tan importante para mí, porque ellos son la base de lo que ahora soy como persona, de la educación, de los valores, de los conocimientos, de mi socialización primaria. Les agradezco por haberme inculcado un alto sentido de responsabilidad ante las situaciones de la vida, por enseñarme qué es la unión familiar y por brindarme cuidados y amor.

A mi compañero de tesis, Carlos Alcántara Gudiño, gracias porque con tu esfuerzo, dedicación y tiempo logramos que esta tesis se hiciera realidad, y vaya que no es fácil educar para los medios, pero tampoco es imposible. Tus pensamientos positivos y tus grandes valores me hicieron cada vez mejor, aprendí muchísimo de ti, sé que cuando te propones algo lo logras. Gracias porque siempre marchamos juntos con el objetivo claro de ser licenciados, por haber entregado el corazón en esto, porque este punto de la vida es uno de los más importantes por vivir como profesionistas, porque sin tu apoyo esto hubiera sido diferente, hay tanto que decir... Gracias Carlos por estos 5 años. Este triunfo lo comparto contigo.

A todos los profesores de la UACM que me dieron clase, gracias a ellos logré ver la vida desde una manera crítica, descubrí que el conocimiento me hizo despertar. Lo mejor que me pudieron dejar es el conocimiento. Recuerdo tantas cosas en clase, los regaños, las risas, las exigencias, el profesionalismo, la

dedicación, el compromiso de ser académico, entre otros. Gracias profesores por haber marcado mi vida de manera significativa, no hay mejor satisfacción que el orgullo de ser universitario.

A mis amigos, quienes fueron fundamentales para seguir siempre adelante a pesar de tener unas pesadas certificaciones, a su lado las situaciones se volvieron mejores, las alegrías, las risas, los chistes, la amistad sincera, el amor, el desamor, la tristeza, demasiados momentos que vivimos juntos. El haberlos conocido hizo que la vida se volviera amena, gracias a aquellos que siempre tuvieron un consejo, un abrazo, una felicidad que compartir, tantas locuras juntos, marcaron mi vida y se los agradezco, falta aun mucho por vivir. Cada uno tiene un lugar especial en mi vida.

A mis lectoras, gracias a su tiempo, dedicación, compromiso y punto de vista, esta investigación logró ser mejor. Sin duda los comentarios fueron indispensables y aportaron demasiado a este proyecto.

DEDICATORIA DE CARLOS ALCÁNTARA GUDIÑO

A mi madre que en todo momento me brinda su cariño, apoyo y consuelo en los momentos más oscuros y difíciles de mí vida, GRACIAS madre por tu gran fuerza y ejemplo de vida, me han convertido en lo que hoy soy.

Doctor Jerónimo Repoll, a usted le agradezco su gran paciencia, su amistad y su gran profesionalismo, me siento dichoso y afortunado de tenerlo guiándome en todo momento con esa gran humildad y rectitud, en las buenas y en las malas. Lo admiro y respeto tanto como profesor como ser humano, su gran corazón siempre me llenó de emoción y me impregnó con el amor para hacer las cosas, es usted un gran profesional que me brindó su conocimiento, y de quien aprendí lecciones de vida trascendentales.

A mis sobrinos que me animan en todo momento y con quienes dichosamente cuento incondicionalmente, gracias por su paciencia con mi mal humor, gracias por aguantarme.

A mi Tío Paco que, con su mano firme pero cariñosa forjó mi carácter desde pequeño y siempre me orientó por el camino largo, del esfuerzo y la dedicación, del trabajo duro y el sacrificio. Gracias por tu ejemplo y fuerza, por tu tiempo y consejos, por tus regaños y enojos, no pudo ser de otro modo y te brindo éste gran esfuerzo.

Amigos y amigas les agradezco sus sonrisas, sus pláticas, sus enojos, su compañía, sus abrazos, su tiempo, su amistad. Sin ustedes la universidad no habría sido lo mismo. Agradezco de corazón haberlos encontrado, forman parte de mi vida.

A mi familia que con su buena vibra me impulsaron hasta éste punto, gracias porque sin ustedes no habría podido lograrlo, gracias por su apoyo y ayuda, en momentos difíciles siempre pude contar con ustedes, son lo más valioso que tengo.

Mónica mi gran compañera de tesis, quiero agradecerte de manera especial porque con tu fuerza, conocimiento, empeño, humildad y dedicación logramos llegar hasta ésta meta que parecía tan lejana. Tu actitud siempre profesional

me alimentó el alma, todos esos enojos y desacuerdos me hicieron ser una persona profesional. Te agradezco tu tiempo y paciencia, tus regaños y abrazos. Tu gran corazón siempre me ha impulsado a ser mejor cada día, si hoy logramos esto es gracias a tu gran ejemplo, te admiro y respeto, eres una gran mujer que me impulsa y retroalimenta de manera maravillosa. Este logro lo comparto contigo, lo conseguimos princesa...

No terminaría de agradecer a todos y todas quienes son directa o indirectamente responsables de éste logro, por lo que me limitaré a decirles gracias por todos y cada uno de los momentos buenos y malos.

ÍNDICE

| | PAG. |
|--|-------------|
| INTRODUCCIÓN | 9 |
| CAPÍTULO 1. CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO | 14 |
| 1.1 Objetivos | 14 |
| 1.2 preguntas de investigación | 15 |
| 1.3 Justificación | 15 |
| 1.4 Problema práctico y de investigación | 19 |
| CAPÍTULO 2. ANTECEDENTES Y CONTEXTO DEL SISTEMA | |
| EDUCATIVO MEXICANO | 22 |
| CAPÍTULO 3. ESTADO DEL ARTE | 29 |
| CAPÍTULO 4. PERSPECTIVA TEÓRICA Y SU CONTEXTO | 49 |
| 4.1. Los medios masivos de comunicación y su contexto | 49 |
| 4.2 El Internet y su contexto | 54 |
| 4.3 Comunicación y educación | 59 |
| 4.3.1 Recepción crítica y medios masivos de comunicación | 63 |
| 4.3.2 Educar para los medios: televisión e Internet | 67 |
| CAPÍTULO 5. PROPUESTA EDUCATIVA PARA LA FORMACIÓN | |
| DE INDIVIDUOS CRÍTICOS | 74 |
| 5.1 propuesta educativa para el uso crítico de la TV | 77 |
| 5.2 propuesta educativa para el uso crítico de Internet | 139 |

| | |
|---|-----|
| CAPÍTULO 6. ANÁLISIS Y RESULTADOS | 164 |
| 6.1 Datos sociodemográficos | 166 |
| 6.2 Ocio y cultura | 171 |
| 6.3 Usos y gratificaciones de la televisión | 175 |
| 6.4 Reflexiones escritas por los niños respecto a la televisión | 191 |
| 6.5 Usos y gratificaciones de Internet | 248 |
| 6.6 Reflexiones escritas por los niños respecto a Internet | 263 |
| CAPÍTULO 7. CONCLUSIONES | 280 |
| IMPLICACIONES DE IMPARTIR EL TALLER | 289 |
| ANEXOS | 290 |
| BIBLIOGRAFÍA | 291 |

“Desnaturalizar los medios masivos de comunicación y las distintas tecnologías de la información y la comunicación, la interacción que sostenemos con ellos y los contenidos que consumimos, es la primera tarea en pos de una interacción crítica con los medios y tecnologías de la comunicación”¹. Jerónimo Repoll

INTRODUCCIÓN:

Formar niños con una visión crítica para los medios masivos y las TICs, les permite poder acceder de mejor manera a los programa de televisión y al uso de Internet. La criticidad es desarrollar en los menores la capacidad de reflexionar, de tener un cambio mental, de analizar antes de aceptar o rechazar algo, de cuestionarse, de entender y conocer cómo el medio masivo de comunicación construye el mensaje, de discriminar la oferta televisiva y la de Internet. Sin duda hoy en día los niños interactúan con la TV e Internet, por ello es necesario que tengan los conocimientos para comprender cómo está constituido el medio y así saberlo explotar de la mejor manera.

Educar para la recepción lleva consigo diversos factores, tales como desarrollar una estrategia metodológica que permita a los receptores entender lo que implica el proceso de comunicación, los hilos que se mueven detrás de la televisión, de la publicidad, de la gran cantidad de información que hay en Internet. Cabe señalar que la metodología es de gran importancia, debe ser concisa, clara, servible y ad hoc con el objetivo deseado, entre otros.

En esta tesis se realiza una propuesta educativa para formar sujetos críticos en su interacción con los medios masivos de comunicación (MMC) y las tecnologías de información y comunicación (TICs). El trabajo que ahora se presenta comprende la

¹ Repoll, Jerónimo. El por qué y para qué, hoy, de la recepción crítica de los medios de comunicación. Revista Sintaxis, año 0, Número 1, 2008.

construcción del objeto de estudio, los antecedentes y contexto del sistema educativo mexicano, el estado del arte, marco teórico, la propuesta educativa, análisis y resultados de dicha propuesta, así como las conclusiones generales de la tesis, y un video como anexo.

Es indispensable destacar que se retomaron varias de las investigaciones que se han hecho en materia de educación para los medios, y a partir de ellos se armó la propuesta educativa para formar individuos críticos. La metodología está dirigida a niños de sexto año de educación primaria pública. El reto es educar para la televisión y las nuevas tecnologías desde esta propuesta.

Para obtener información de la interacción de los niños con la televisión e Internet, así como conocer el consumo mediático, se aplicaron encuestas a niños que cursan el sexto grado de educación básica en la escuela primaria pública “Leopoldo Velázquez Acuña”, ubicada en la Delegación Iztapalapa, dicha escuela tiene un horario de ocho de la mañana a cuatro de la tarde. Se eligió debido a que la institución se encuentra en una zona marginada del Distrito Federal, por ello es importante que a los más vulnerables se les fomente una mirada crítica, ya que a los niños les gusta ver televisión y navegar en Internet, pero a la vez son los menos preparados para hacerlo de manera consciente. Un gran número de padres de los menores que asisten a este tipo de escuelas, no tienen el capital económico suficiente para adquirir televisión de paga, la cual tiene mejor calidad que la de señal abierta en cuanto a contenidos.

Se conoció la manera en la que los menores interactúan con las nuevas tecnologías y los medios masivos de comunicación, qué es lo que consumen, por qué y para qué. Basados en estos datos se dio inicio a impartir un taller, donde se les brindó las herramientas necesarias para que negocien significados, re-signifiquen y, en general, sean críticos con la TV e Internet. Este proyecto sigue la línea de Mercedes Charles y Guillermo Orozco cuando señalan que “educar para los medios es potencializar la capacidad crítica y analítica del receptor, así como la capacidad creativa y expresiva de los grupos socioculturales específicos (...) también buscan la constitución del grupo

como una entidad colectiva con capacidad de demandar un manejo más democrático y plural de los medios masivos con el fin de transformarlos en instrumentos al servicio de la comunidad”².

El tema fue elegido debido a que la televisión es capaz de influir en la creación de estilos de vida y de comportamiento, ejemplo de ello se puede ver en las niñas y adolescentes que desean parecerse al personaje de la telenovela de moda en turno, adoptando así comportamientos de su actriz preferida, imitando otra identidad, y al mismo tiempo ir construyendo la propia a través de las imágenes, como lo fue en su momento “patito” niña de la telenovela “Mundo de caramelo” de la empresa Televisa. Quienes están detrás de estos medios son empresarios que más que propiciar que la sociedad se informe objetivamente, buscan que sus bolsillos se llenen cada vez más. En cuanto a Internet, la diversidad de información puede desviar al usuario de lo que anda buscando, y se puede incluso acceder a sitios que no son pertinentes para los menores de edad. Por eso es importante brindarles a los niños las herramientas necesarias para el uso crítico de estos medios, sin llegar al extremo de negarles el acceso, porque ellos también tienen derecho a la información y a la comunicación.

Por otro lado, el panorama educativo en México no es alentador, de acuerdo a Mario Kaplún³, se está hablando de un modelo individualista, sin fomento crítico hacia el mundo, ni hacia los medios, con una mecanización de lo aprendido que tarde o temprano se olvida. De manera que el niño recibe la información, la memoriza y la olvida.

En el problema práctico se encuentra el deficiente modelo educativo y el uso acrítico de los medios y las tecnologías. Dentro del problema de investigación se ubican, el

² Charles, Mercedes y Orozco, Guillermo. Educación para los medios. Un proceso crítico en un contexto de comunicación, ILET, México, 1989, p.42-43. Apud, Juárez, Rosa. Revista renglones, Los medios masivos y el estudio de la recepción. Revisión de algunas propuestas teóricas y prácticas. ITESO, número 15, México, p. 18, <http://renglones.iteso.mx/archivos/renglones15letraimpresa.pdf>, consultado el 21 de abril de 2009.

³ Kaplun, Mario. El comunicador popular, edit. Lumen, Argentina, 1987.

conocer cómo el niño complementa la información de los medios con la de la familia y la escuela, sus usos y gratificaciones, y fundamentalmente, la producción de sentido, fruto de la interacción con la TV e Internet, entre otros.

Como hipótesis se plantea que en el sistema educativo mexicano no se enseña a los niños a tener una visión crítica hacia los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías de comunicación e información.

En el capítulo de la construcción del objeto de estudio, se mencionan los objetivos generales, particulares, las preguntas de investigación, el problema práctico, así como la justificación de tema.

En el capítulo dos, se mencionan los antecedentes y contexto del sistema educativo mexicano, donde se señalan quiénes gobernaron y qué acciones realizaron en materia de educación. También se señala el deficiente modelo educativo que se enfoca en educar de manera vertical y depositaria.

En el estado del arte, se mencionan diferentes investigaciones que tienen que ver con el tema de educar para los medios, así como su perspectiva teórica y metodológica utilizada.

En el marco teórico, se hace referencia a diversos temas como lo son los medios masivos y su contexto, el Internet y su contexto, la recepción crítica, la importancia de educar para los medios, así como datos estadísticos de consumo televisivo y de Internet, entre otros.

En la propuesta educativa se mencionan diferentes temas como son el consumismo, la violencia, la telebasura, los estereotipos, etc. Se puntualiza en cómo desarrollar cada tema frente a los niños.

En el apartado de análisis y resultados de dicha propuesta, se muestra el pensamiento y reflexión de los niños respecto a cada tema impartido. También se muestran gráficas decodificadas de los cuestionarios aplicados.

Finalmente en las conclusiones generales de la tesis se puede leer la importancia de educar para los medios, de llevar la metodología más allá del salón de clase, de la gran capacidad que tienen los niños para reflexionar entorno a los medios masivos, entre otros.

Como anexo se puede ver un video el cual contiene la opinión de diversos niños respecto al tema de la televisión y al taller en particular.

CAPÍTULO 1.- CONSTRUCCIÓN DEL OBJETO DE ESTUDIO

SUBCAPÍTULO 1.1.- OBJETIVO GENERAL:

Fomentar el desarrollo de una mirada crítica hacia los medios masivos de comunicación y las TICs, específicamente Televisión e Internet, en niños de sexto grado de educación primaria pública.

OBJETIVOS PARTICULARES:

1) Formar sujetos con la capacidad de poder negociar significados; 2) decodificar los mensajes; conocer cómo el medio construye contenidos; 3) cuestionar qué les ofrecen, por qué y con qué fin; 4) conocer el lenguaje de los MMC y las TICS; 5) aprender a discriminar la información. Esto no sólo permite que la audiencia elija al medio y al mensaje, sino pasar de ser meros receptores a ser productores activos de sentido y contenido.

Desarrollar una formación crítica hacia los MMC lleva consigo una visión más amplia de la realidad y por lo tanto una visión crítica del mundo, lo cual enriquece la manera de pensar y las ideologías. “La lectura crítica de los mensajes supone una lectura crítica del mundo y la sociedad, de las relaciones del hombre con los objetos y los otros hombres; supone también la conciencia de que somos los hombres- y las mujeres- quienes somos productores de sentido y por ello creadores del mundo y la sociedad que nos rodea”⁴.

⁴Juárez, Rosa. Op. Cit. 2009.

SUBCAPÍTULO 1.2.- PREGUNTAS DE INVESTIGACIÓN

¿Cómo desarrollar una mirada crítica en torno a Internet y la TV? ¿De qué manera interactúa el niño con la TV e Internet? ¿Qué debe contener la metodología para fomentar una mirada crítica? ¿Cuáles son los usos y gratificaciones que los niños reciben de la televisión e Internet? ¿Cómo los niños decodifican la información que reciben de la TV e Internet, antes y después de asistir al taller?

SUBCAPÍTULO 1.3.- JUSTIFICACIÓN

Particularmente, los estudios enfocados a comprender mejor los efectos que causan los medios masivos de comunicación consideran factores tales como la sociedad, la escuela (como institución depositaria del conocimiento), la familia (en el sentido estricto de factor socializador y nexo entre el individuo y el mundo exterior) y contemporáneamente a los medios masivos de comunicación como factores exógenos que sirven como referente de elementos no necesariamente útiles en la vida de los individuos.

Ahora bien, la mayoría de los seres humanos, sino es que todos, desde que nacen reciben muchas y diversas informaciones que van configurando su pensamiento. Los medios masivos de comunicación son eficaces para crear comportamientos y difundir ideologías. Además, son la fuente principal por la que la mayoría recibe información. Claro, en varias ocasiones esos datos responden a intereses de particulares, como lo son los empresarios y dueños de los medios, entre otros, tienden a desinformar o son parciales al momento de contar o mostrar los acontecimientos.

En México existe una pobre oferta tanto educativa como cultural en TV. Son pocos los medios objetivos, críticos, veraces y comprometidos con la sociedad. Cabe señalar que no todo lo que ofrecen los medios es incorrecto y está perspectiva no recae en aspectos moralistas que sólo juzgan, debido a que existe programación cuyo contenido realmente es útil e interesante para la sociedad.

La propuesta está principalmente dirigida a niños ya que consideramos es la etapa donde se están formando ideológicamente y viven una socialización primaria, definida por Berger y Luckman⁵ como la integración a la sociedad de un individuo recién nacido. Esta socialización se da principalmente en la niñez y es la base para entender a los demás, apropiarse del mundo social cuando existe un mutuo reconocimiento del mundo con el otro, debido a que a través de los otros se socializa, se adoptan significados, roles, actitudes y se construye la identidad del individuo. Es importante señalar que cuando un sujeto comienza a socializar; va adoptando significados de los demás y de esta manera construye su realidad, además de que le permite estructurar su mundo e interrelacionarse con las estructuras sociales existentes.

No hay que olvidar que la socialización primaria la construye principalmente la familia, pero también participan otras estructuras institucionales como la Iglesia, la escuela y los medios masivos de comunicación. Lo que el sujeto aprende en su niñez repercutirá ya sea positiva o negativamente en su edad adulta.

Es importante formar individuos críticos para su interacción con las nuevas tecnologías, principalmente Internet, el cual es un medio de comunicación social global y también una red de redes que soporta infinita cantidad de informaciones. En esta red se puede producir y consumir contenidos, por ejemplo ver videos, bajar-subir música, chatear, revisar el correo electrónico, investigar, comprar algún producto, hacer amigos virtuales, unirse a espacios sociales, conocer a personas de otro país en el mismo tiempo, sin importar que no sea en el mismo espacio; también porque la gran cantidad de información que circula en la red global mundial (world wide web o www, como se le conoce de manera más popular) expone a los individuos a perderse entre el mar de contenidos y a no obtener siempre un documento y/o página que en primera instancia sea pertinente y, en segundo lugar, esté sustentado y sea de utilidad. Además en la red se corre el riesgo de que los niños ingresen sin ningún tipo de restricción a contenidos no aptos para su edad, como son páginas de contenido sexual, la exposición a redes

⁵Berger, Peter y Luckman, Thomas. La construcción social de la realidad, edit. Amorrortu, 2008.

sociales (como hi5, facebook, myspace, etc.) que pueden desembocar en actos de pedofilia, explotación de menores, prostitución, robo de infantes, robo de identidad, *ciberbullyng* (es cuando a través de la red hay personas con el fin de molestar, intimidar, amenazar), *grooming* (a través de la red un adulto tras engaños hace requerimientos de tipo sexual), etc.⁶

Debido a ello se considera urgente la necesidad de formar individuos críticos para los medios masivos y las nuevas tecnologías. Conscientes de no tener el poder económico ni político para modificar la programación de los medios (principalmente la televisión). Por ello se está dispuesto a realizar una propuesta educativa para que los niños que interactúan con los medios sepan qué elegir de la limitada oferta, se den cuenta de su realidad y no sólo consuman lo que no necesitan. No se trata de destruir a los medios sino sacar lo mejor de ellos. “La recepción activa (o crítica) se expresa a través de dos modalidades complementarias. Por una parte asume la necesidad de formar al televidente para que éste construya activamente el significado social que se le propone (polo del receptor); por otra, se supone que esta actividad se debería traducir, finalmente, en una capacidad de demanda al medio televisivo y de acceso a su programación, potenciando, así, el control social de la TV (polo de la emisión)”⁷. Se considera que el individuo tiene todo el derecho de exigir a las empresas encargadas de producir los medios, una televisión de calidad, programación útil, veraz, clara, objetiva, sin censura, que informe, que haga coincidir el discurso con el acto, que exista la libertad de expresión, que no se oculte información que el pueblo necesita saber, pues la población está es su derecho al acceso a la información.

Si se le prepara al sujeto con una perspectiva crítica para los medios de comunicación y las nuevas tecnologías, se puede lograr un cambio de pensamiento para mejorar la calidad de vida de la sociedad, por ejemplo los talleres de recepción crítica le permiten

⁶Pantallas amigas. Por un uso seguro y saludable de las nuevas tecnologías, <http://www.pantallasamigas.net/index.shtm>, consultado el 01 de junio de 2009.

⁷ Miranda, Martín. Perspectivas y obstáculos para implementar un programa de educación para la recepción activa. En CENECA, Chile, 1987, tomado de http://archive.idrc.ca/library/document/074273/index_s.html, consultado el 23 de Febrero de 2009.

al ser humano construir una visión diferente de los medios, y tener mayores conocimientos, lo cual implica que se den cuenta de que todo mensaje lleva una intención que no siempre es la que nos hace creer la TV. El saber y estar consciente de lo que eligen permite que seleccionen lo mejor y tomen una decisión correcta en sus vidas. “La preocupación de Blanco es el desarrollo de la conciencia crítica en los receptores, y para ello propone la deconstrucción de los mensajes como condición para romper con la ideología dominante no sólo en los contenidos sino también en las formas”⁸.

Actualmente la educación pública desde nivel básico hasta nivel medio superior ha sido y sigue siendo controlada por grupos hegemónicos, los cuales han estancado el desarrollo político, social, cultural y educativo de México, lo que origina que haya enormes sectores de la población con algún grado de analfabetismo. Como dice Colussi, “La escuela tradicional que ha surgido de sistemas educativos hechos a la medida de los grupos dominantes es muy rígida en sus funciones, es decir: educar a toda la masa trabajadora en función del proyecto económico en turno, y por otro lado, desarrollar la función ideológica que el poder le encomienda, por la que se convence a toda esa masa que no hay posibilidades más allá de las que hoy día existen; esos son los principios fundamentales que la rigen, entonces ahí no es desarrollo, sino aniquilación. Así una escuela que aniquila es la perfecta para el sistema”⁹.

El lenguaje y el conocimiento le permiten al hombre interpretar su realidad. En la medida que el ser humano adquiera conocimientos cambiará su realidad para mejorar y con toda razón exigirá al gobierno y a las instituciones (y con ello queremos incluir a las instituciones como la familia, la iglesia, la escuela y los medios masivos, ya que particularmente en México son las que, desde nuestra perspectiva, resultan más

⁸ Juárez, Rosa. Revista renglones, Los medios masivos y el estudio de la recepción. Revisión de algunas propuestas teóricas y prácticas. ITESO, N.15, México, p. 15, <http://renglones.iteso.mx/archivos/renglones15letraimpresa.pdf>, consultado el 21 de abril de 2009. Apud. Blanco, Desiderio. Comunicación e imaginario popular, en contratextos.

⁹Colussi, Marcelo. El periódico nuevo enfoque. La educación sola, por sí misma, no es fuente de desarrollo, No.46, El Salvador, 2009. <http://www.libros.com.sv/nueva/detalles.php?id=450>, consultado el 22 de febrero de 2009.

importantes para el presente análisis) el derecho que tienen a recibir educación de calidad que les permita ser crítico y propositivo con su realidad y que no sólo los prepare para aceptarla.

Los medios de comunicación, principalmente la televisión, tienden a representar una “realidad” que pocas veces se asemeja a lo que vivimos, y los más vulnerables son los niños porque no todos tienen los conocimientos de la doble intención con que a veces están hechos los mensajes que reciben, y también porque no todos los mensajes están dichos en un lenguaje entendible para un menor, aun cuando el público al que lo dirigen son los pequeños. Precisamente por ello pretendemos brindarles las herramientas necesarias para una interacción crítica. “La televisión produce, pues, sus mayores efectos socializadores en las capas sociales y culturales más débiles. En consecuencia, los niños son una de las presas más fáciles e influenciables del medio. Y la falta de educación incrementa el riesgo de manipulación; ante todo porque, a menos educación, más ocio incontrolado y, por lo tanto, más tiempo de exposición al medio; pero también porque la educación proporciona pautas para un consumo racional y crítico”¹⁰.

SUBCAPÍTULO 1.4.- PROBLEMA PRÁCTICO Y DE INVESTIGACIÓN:

El problema práctico al que nos enfrentamos, es la no conciencia de los individuos en la interacción con los MMC y las TICs. Con lo anteriormente expuesto no pretendemos generalizar u homogeneizar el pensamiento y actos de todos y cada uno de los individuos que cotidianamente consumen, se apropian o simplemente observan los productos de los MMC, por lo que en éste análisis es imprescindible reconocer las carencias de cierto sector que se considera fundamental en esta investigación, en éste caso los niños.

¹⁰ Ferrés, Joan. Televisión y educación, Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México, 1994, p.106.

Decidimos trabajar con niños de 12 años que cursan la educación básica que proporciona el Estado mexicano de manera gratuita (al menos parcialmente), bajo el estándar de enseñanza escolarizada y depositaria de la Secretaría de Educación Pública (SEP) y para ello es necesario considerar factores del contexto tales como:

- Económicos (en el caso de la zona demográfica y las condiciones reales a las que se enfrenta el individuo para asistir a la escuela cotidianamente).
- Políticos (haciendo especial énfasis en los grupos del poder en turno y el modelo educativo implementado durante la gestión del mismo).
- Culturales (interrelacionando la idea de que los medios masivos de comunicación son, en muchos casos, extensivos y complementarios a los aprendizajes de la escuela y, en otras tantas, distractores para el aprendizaje del individuo).
- Sociales (haciendo referencia en que el entorno donde se forma el individuo es determinante, y los factores como familia y credo son parte también del aprendizaje)

En una sociedad con un ritmo de crecimiento tan vertiginoso como ésta, todos los recursos tecnológicos y humanos, así como aquellas herramientas técnicas o prácticas que posibiliten y faciliten el aprendizaje del individuo, pueden y deben ser usadas en beneficio de niños en plena formación por qué son quienes tomarán las decisiones en el futuro.

En materia de comunicación y educación es realmente vital implementar un programa de educación para la interacción crítica con los MMC y las nuevas tecnologías. Cabe recordar que el modelo educativo implementado por la SEP, no considera a los MMC como extensiones de la información proporcionada por la institución como la escuela. Una vez dicho esto se puede agregar que en lugar de formar sujetos con carácter crítico, los MMC fomentan prácticas culturales perjudiciales como el consumismo, el sedentarismo, la subalternidad, la violencia (en muchos sentidos de la vida humana), la industria cultural y las innumerables horas desperdiciadas frente al televisor.

PROBLEMA DE INVESTIGACIÓN:

El problema de investigación se enfocó en conocer:

- ✓ En qué porcentaje y de qué manera los MMC y las TICS aportan o clasifican información para el individuo.
- ✓ Cómo el niño complementa la información que se le proporciona por medio del plan de estudios de la SEP con la que se encuentra en los medios masivos y las TICS.
- ✓ Determinar si las nuevas tecnologías insertadas en la educación promueven una interacción crítica. De ser así, conocer cómo se lleva a cabo.
- ✓ Indagar si los niños tienden a comparar lo que les dice el medio con su realidad.
- ✓ Conocer los usos y las gratificaciones que obtiene el niño de la televisión y de Internet.
- ✓ Indagar de qué manera le dan sentidos a los mensajes de los MMC y las TICS.

CAPÍTULO 2.- ANTECEDENTES Y CONTEXTO DEL SISTEMA EDUCATIVO MEXICANO

Ahora bien, se mencionan brevemente los antecedentes políticos y socioculturales del gobierno mexicano en materia de educación.

Se menciona lo que se considera más relevante de la historia de la educación en México, empezando por el año de 1910. Desde el punto de vista de Adriana Castillo¹¹, las reformas educativas de la historia de la educación en México se pueden dividir en cinco rubros. El primero es el inicio de la política educativa en México, lo cual hace retroceder al año 1921, fecha en que se creó la Secretaría de Educación Pública en donde José Vasconcelos tuvo un papel preponderante promoviendo que la escuela era el único medio para que el país se desarrollara tanto en cultura como en democracia. Posteriormente, en el año de 1934 el principio esencial era tener una sociedad igualitaria libre de todo apasionamiento o idolatría a religiones, corriente llamada educación socialista.

En la historia de Madero, la presencia de los maestros es otra característica que une al movimiento de la Revolución Mexicana (1910), y con los posteriores proyectos de transformar a México, ya fuera a través de la educación clásica distribuida en cuadernillos, como era el plan de educación rural de José Vasconcelos cuando fue Secretario de Educación en los años veinte, ya fuera a través de la educación socialista de los años treinta como era el plan de Lázaro Cárdenas. La identificación de los maestros con el cumplimiento de la labor revolucionaria también ayudó a crear una ideología sobre ser maestro, a la que con frecuencia se designa como mística del maestro.

¹¹ El apartado de los cinco rubros fue tomado del texto de Castillo, Adriana. Políticas educativas en México. Una breve semblanza de los antecedentes históricos del proyecto sectorial de educación 2007-2012, México, 2008, tomado de <http://marizaseseq.blogspot.com/2008/10/politicas-educativas-en-mxico-una-breve.html>, consultado el 11 de noviembre de 2009.

En el segundo rubro, denominado primer Plan Nacional en materia educativa, se propagó una política de modernización educativa al promoverse una escuela de unidad nacional. En esta época, durante el sexenio de López Mateos (1958-1964) se instituyó el primer Plan Nacional de Educación, conocido como Plan de Once Años, en donde se abrieron más escuelas tanto para alumnos como para docentes, mejorando la calidad de la enseñanza y se distribuyeron los primeros libros de texto gratuitos de primaria. En el gobierno de Luis Echeverría (1970-1976) se crearon más escuelas de nivel medio superior y superior tanto públicas como privadas y se autorizó la Ley Federal de Educación Superior, el INEA (Instituto Nacional para la Educación de los Adultos) y el CONACYT (Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología).

“Para el año de 1965, México gastaba menos en educación que muchos otros países de América Latina; en los próximos años incrementó gradualmente el porcentaje del presupuesto dirigido a la educación. En 1965, apenas una tercera parte de la población en edad de cursar la educación media y superior atendía la escuela; sólo 3% en las universidades. Sin embargo, en las décadas de 1940 a 1970 hubo un importante aumento en el número de estudiantes universitarios así como en la fundación de universidades públicas estatales. En 1970, 43% de la población entre 5 y 29 años de edad estaba inscrita a algún grado escolar, principalmente en educación primaria y media. Los estudiantes universitarios no rebasaban el 3% y estaban en las grandes ciudades, particularmente concentrados en la Ciudad de México, Monterrey y Guadalajara. Su número aumentó de manera importante a finales de los años cincuenta y mediados de los sesenta. Muchos de ellos llegaban a la ciudad para estudiar, o sus padres habían llegado a la ciudad a trabajar. Para estos jóvenes, la ciudad y la educación superior eran novedades”¹².

Así llegamos al tercer rubro, llamado Planeación Institucional como política educativa, que da inicio en el año de 1976, fecha en que el poder ejecutivo se encontraba a cargo

¹²González, Arturo. Historia estadística de la universidad, 1910-1967, México, 1968, Apud. Pensado, Patricia, Et. Al. Continuidad, ruptura y descubrimiento en el encuentro con la política de izquierda: memorias de militancia en México, 1950-1970, Edit. El colectivo, Argentina, 2008.

de José López Portillo (1976-1982). Aquí se inició el Plan Nacional de Educación que no se concretó por cambios dentro del gabinete, instaurándose los programas y metas del sector educativo, mucho menos ambiciosos que el Plan Nacional. En este sexenio inicia la descentralización del sector educativo y se crea la necesidad de continuar promoviendo planes y programas educativos.

En la administración de Miguel de la Madrid (1982-1988), bajo el contexto de una crisis económica, se instauró el Programa Nacional de Educación, Cultura, Recreación y Deporte 1984-1988, cuyas prioridades eran las de mejorar la educación física, la formación de docentes de buen nivel, incrementar la cobertura de los servicios educativos, incidiendo en los grupos más desprotegidos y la desconcentración de la educación superior.

La modernización del país como fundamento de la Planeación Educativa es el cuarto rubro en donde se presenta el Programa de Modernización Educativa, siendo obligatoria la educación secundaria. En este sexenio encabezado por Salinas de Gortari (1988-1994), se reformó el artículo 3º Constitucional, y se instituyó la Ley General de Educación. Dicho artículo quedó de la siguiente manera: todo individuo tiene derecho a recibir educación. El Estado-federación, estados y municipios- impartirá educación preescolar, primaria y secundaria. La educación primaria y la secundaria son obligatorias.

Se asignó mayor presupuesto a la educación, el proceso de descentralización se mejoró notablemente, la competitividad y el conocimiento, así como la tecnología y la ciencia estuvieron en plenitud.

Cabe mencionar que en este periodo se le otorgó gran relevancia a la evaluación y a la equidad, dándole seguimiento el gobierno de Ernesto Zedillo Ponce de León (1994-2000) en donde se fomentó la participación del CENEVAL (Centro Nacional de Evaluación) y del CIEES (Comités Interinstitucionales de Evaluación de la Educación Superior). Y a través del Programa de Desarrollo Educativo 1995-2000 se amplió la cobertura en educación básica, media superior y superior, así como en posgrado e

investigación; se desarrollaron programas de financiamiento, se reformaron los libros de texto gratuitos y se crearon libros en lenguas indígenas.

Como último rubro se encuentra el Programa Sectorial de Educación 2007-2012, cuyo objetivo es incrementar la calidad de la educación, reducir desigualdades sociales, fomentar la competencia y el aprovechamiento de las tecnologías y formar individuos con gran sentido de responsabilidad social, conscientes de sus valores. Y todo ello, para lograr el desarrollo del país.

Consideramos que en cuanto a la tecnología referida al rubro anterior, ésta llegó al sistema educativo como una herramienta en la que los niños pudieran aprender a manejar una computadora e Internet, tanto para realizar tareas escolares, investigar, así como para el entretenimiento, pero desafortunadamente la red no ha sido utilizada como herramienta para formar individuos críticos.

Bien, después de conocer los cinco rubros, se puede decir que el contexto anterior sirve para conocer una parte de la realidad mexicana en materia de educación, pero también para darse cuenta de que no se considera a los medios masivos de comunicación dentro de los objetivos de los programas educativos impartidos por la SEP, por lo que con este proyecto se pretende complementar la educación escolarizada de los individuos con base en la interacción crítica.

En México, las aportaciones que se han hecho en materia de educación para los medios, ha sido principalmente de asociaciones civiles y personas interesadas en formar sujetos críticos para los medios masivos de comunicación.

Es indudable, también, que la escuela es lugar indispensable para crear individuos críticos por lo que “la escuela no debe dar la espalda a los medios. A ella le corresponden una serie de acciones organizadas para, por una parte, despertar la conciencia crítica en los educandos ante mensajes cerrados, autoritarios y anodinos y, por otra, promover en los alumnos el aprendizaje que los haga capaces de apreciar y disfrutar programas de televisión, de radio o películas de la misma manera que

promueve la apreciación de obras literarias cuyo encuentro constituya una verdadera experiencia educativa”¹³.

A continuación agregamos el mapa curricular¹⁴ de la educación primaria pública que otorga la SEP. Desde nuestro punto de vista, el taller de recepción crítica que proponemos en esta investigación, quedaría en el eje de lenguaje y comunicación.

| CAMPOS FORMATIVOS PARA LA EDUCACIÓN BÁSICA | PRIMARIA | | | | | |
|--|---|---|---|---|---|---|
| | GRADOS | | | | | |
| | 1 | 2 | 3 | 4 | 5 | 6 |
| Lenguaje y Comunicación | Español Asignatura estatal: lengua adicional | | | | | |
| Pensamiento matemático | Matemáticas | | | | | |
| Exploración y comprensión del mundo natural y social | Ciencias naturales Geografía Historia | | | | | |
| Desarrollo personal y para la convivencia | Formación cívica y ética Educación física Educación artística | | | | | |

En cuanto al panorama de educación en el sistema escolar mexicano, según Mario Kaplun¹⁵ se imparte una educación depositaria, es decir el profesor es quien enseña, el

¹³Cortés, Carmen, La escuela y los medios de comunicación masiva, ediciones el caballito, México 1986. p9-10.

¹⁴Subsecretaria de Educación Básica. Plan de estudios 2009. Educación básica primaria, México, 2010, tomado de <http://basica.sep.gob.mx/reformaintegral/sitio/index.php?act=priplan>, consultado el 17 de enero de 2011.

¹⁵El apartado del panorama de la educación mexicana fue tomado de Kaplun, Mario. Op. Cit., 1987.

que sabe y transmite su conocimiento a sus alumnos sin que regularmente haya una retroalimentación.

El sistema educativo tradicional mexicano de nivel básico público pone énfasis en el contenido, donde el profesor es el “que sabe” y el cual acude a enseñar al “que no sabe”, llamado peyorativamente “ignorante”, entonces se convierte en una educación que informa pero que no forma al sujeto para enfrentarse y conocer su realidad. Pareciera que lo más importante en el aula es el profesor y los libros de texto, donde memorizar (lo cual lleva a repetir y olvidar) y aprender datos destacan más que aprender el qué, cómo, dónde, y por qué sucede determinado hecho.

Eso no es todo, sino que al educando se le reprime cuando se equivoca, se le hace creer que la única verdad que existe es la del profesor y como resultado vemos que los estudiantes son pasivos, no saben trabajar en equipo, siempre quiere destacar uno más que otro, tienen una visión individualista, y peor aún, algunos no desarrollan su capacidad de razonar, de reflexión y de crear una conciencia crítica (cambio mental) de los mensajes que recibe. Es ahí precisamente donde la escuela ya no es un placer para los niños sino un obstáculo en su vida, volviéndose un elemento no grato en la vida del individuo.

Sin embargo, una educación que pone énfasis en el proceso (como lo dice Mario Kaplun¹⁶), se centra en el sujeto, como ser humano capaz de pensar, razonar y ser crítico, además de que forma a las personas llevándolas a transformar, empezando por uno mismo y posteriormente por el entorno, donde nadie educa a nadie pero tampoco nadie se educa solo, donde cometer un error es un paso necesario para ampliar la cosmovisión del mundo. Es necesario que para educar se trabaje con la conciencia, la reflexión, los valores, con sujetos más que con objetos y conocer a quién se le está transmitiendo conocimiento y sobre todo identificar necesidades específicas para su formación.

¹⁶ Kaplun, Mario. Op.Cit.,1987.

En cuanto a la TV, ésta se ha convertido en parte de la socialización del hombre pues con ella se llega a interactuar y a veces mucho más tiempo que con otra persona cara a cara. La televisión tiene la gran capacidad de modificar la percepción de la realidad adecuando el contenido que mejor convenga al emisor.

La televisión tiene gran atractivo debido a que puede crear un mundo fantástico y hacer creer que es real. “Cada vez son más numerosos los acontecimientos que se producen porque la televisión necesita material, no porque lo necesite la realidad. La televisión no se limita, pues, a reproducir la realidad. Con frecuencia la produce, la crea. (...) la televisión responde a todas las expectativas, la realidad en cambio resulta a veces decepcionante”¹⁷.

¹⁷ Ferrés, Joan. Op. Cit., 1994, p.76.

CAPÍTULO 3.- ESTADO DEL ARTE

Las preguntas que guían el estado del arte son las siguientes: ¿Cómo desarrollar una propuesta educativa para la interacción crítica?; ¿Desde qué perspectiva teórico-metodológica sería pertinente abordarlo?; ¿Qué otros proyectos hay al respecto y cuál sería la diferencia con este propuesta?

En cuanto a los estudios que se han realizado con respecto a recepción crítica se pueden mencionar varios, uno de ellos fue realizado por el Centro de Indagación y Expresión Cultural y Artística (**CENECA**), en el año de 1987 en Chile, tiene un texto que habla de las *“perspectivas y obstáculos para implementar un programa de educación para la recepción activa de la televisión”*, en el que se plantea y cuestiona el lugar donde sería pertinente un programa educativo de recepción activa, quiénes serían los destinatarios, quiénes serían los adecuados para impartir el curso, entre otras cosas.

“La finalidad principal de un PROGRAMA DE EDUCACION PARA LA RECEPCION ACTIVA, orientado hacia el polo del receptor, será la de crear las condiciones para que quiénes participen en él puedan llevar a un nivel consciente la incidencia que tiene la televisión en su forma de percibir la realidad y de darle sentido a la vida personal y comunitaria, confrontando los estímulos que provienen de la televisión con aquellos que son propios de su cultura de referencia, contribuyendo así al proceso de búsqueda de identidad”¹⁸.

Respecto a lo que debería ser la educación para la televisión, se considera importante

- A. Un enfoque ético-valórico planteando que el fin primordial de la educación para la televisión es preservar una jerarquía de valores y de comportamientos que la televisión estaría poniendo en juego.

¹⁸ Miranda, Martín. Op. cit, 1987.

Como estrategia para materializar esta aspiración se propone capacitar al receptor para:

- a. Defenderse del influjo de la TV;
 - b. Saber seleccionar lo que presenta de positivo la TV, entendiendo como tal los programas culturales y educativos.
- B. Un enfoque técnico-comunicacional que reconoce una serie de virtudes en el desarrollo del lenguaje y de los medios audio-visuales (en términos de su capacidad para movilizar, aprendizajes), frente a las cuales la educación no puede permanecer ajena.

Es decir, el principal apoyo para proponer un programa de educación para la recepción activa se encuentra, precisamente, en un necesario proceso de descubrimiento y proyección de una experiencia que es individual y comunitaria; este primer paso reside en hacer consciente un hecho que sucede pero que las personas no suelen percibir, al encontrarse dominadas por el temor frente a un lenguaje y a un medio social que analizan a partir de hipótesis inadecuadas.

CENECA argumenta que la nula referencia a la conflictividad social que se suele dar a los medios masivos de comunicación es lo que explica que el único objetivo que se mencione sobre ellos exprese: Procurar que los medios de comunicación social, prioritariamente aquellos que son de responsabilidad del Estado, promuevan y difundan actividades que enaltezcan los valores espirituales del individuo y la sociedad, ilustren y enriquezcan el tiempo libre y fortalezcan los principios morales que sirven de fundamento a la convivencia nacional.

Este proyecto contempló que la meta fundamental de un proceso de capacitación de animadores de procesos educativos orientados a la recepción activa debe ser la creación de condiciones donde los participantes puedan descubrir su propia capacidad resignificadora de mensajes, la extiendan críticamente hacia lo que observan en su medio y propongan o adapten actividades educativas para proyectar este descubrimiento.

Ahora bien, cabe decir que diversas investigaciones son pertinentes para nuestro estado del arte. Otra de ellas corresponde a López Villareal Nancy, fue hecha en 1998 en México, es una tesis maestría que se titula ***Curso de educación para la recepción crítica de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación***. Con el objetivo de formar individuos críticos ante los mensajes de los medios, sensibilizar a los participantes sobre la importancia de la educación para los medios y la recepción crítica, partiendo de los posibles efectos alienantes, masificadores y manipuladores con que cuentan los medios de comunicación masiva.

Básicamente la tesis muestra un panorama general de los medios masivos de comunicación como elementos inseparables de la vida del individuo además de ser instancias socializadoras de mayor influencia en la vida moderna.

López se apoya en autores y textos como: Bustos, Perlman, Cozby, (Wilke y Eschenauer citados por Charles y Orozco), Quiroz, Prieto, Alcocer, Molina, Meyer, Guerrero y Fuenzalida; lectura crítica, educación para la recepción crítica, pedagogía de medios, educación para la recepción activa, educación para la comunicación, educación para la televisión, etc.

Una de las ideas principales de esta investigación es que realmente se insiste poco en la difusión de técnicas de análisis entre la población, además de que es mínimo el interés de la gente para que pueda evaluar los mensajes, aceptarlos o rechazarlos. No se trata de eliminar un medio sino de desarrollar habilidades críticas, asumir una actitud activa frente a los medios.

López quería formar receptores activos y para conseguirlo elaboró un marco teórico en primera instancia, definiendo a los medios de comunicación (nótese que no los llama medios masivos de comunicación como se nos ha enseñado), y describiendo su papel socializador, contextualiza al individuo y lo interrelaciona con las demás instituciones socializadoras presentes en la vida del individuo lo que permite entender a los medios masivos como elementos educadores informales.

No es necesario erradicar el contenido ideológico dominante transmitido por los medios de comunicación, lo que realmente es más importante nos dice la autora, es la necesidad de crear conciencia sobre la influencia que causan en los individuos.

La tesis está estructurada en 5 capítulos, el primero de ellos nos habla de los medios de comunicación como agentes socializadores, el segundo trata sobre la influencia de los medios de comunicación, haciendo gran énfasis en la televisión; el tercer capítulo nos habla de educación para la recepción crítica, aquí presenta una investigación de diversos países, entre ellos los de América Latina, basado en las instituciones que promueven la recepción crítica; pasando al cuarto capítulo aquí está su metodología, planteamiento del problema, objetivos, hipótesis, etc, del curso de educación, finalmente en el último capítulo muestra los resultados que obtuvo al aplicar el curso de educación y sus conclusiones.

Villareal buscó investigar la funcionalidad de un curso de educación para los medios, sustentado en la hipótesis de que es posible pasar de la calidad de receptores pasivos a receptores activos que desarrollan una capacidad crítica frente a ellos.

Además la autora menciona a detalle los seminarios latinoamericanos sobre educación para la televisión, resaltando tres:

1. Chile 1985 con resultado de la publicación del libro “educación para la comunicación televisiva”.
2. Brasil 1986 donde se profundizó el conocimiento de las metodologías y marcos teóricos de la región así como logros y limitaciones.
3. Argentina 1988 se enfocó a penetrar en el conocimiento del fenómeno de la recepción televisiva y el análisis de sus implicaciones todo ello para lograr una formación crítica adecuada.

Villareal para lograr su objetivo impartió un curso que tuvo una duración total de cinco sesiones, de cuatro horas cada una y los temas principales fueron: proceso de socialización y medios de comunicación, televisión y educación para los medios,

elementos de análisis, entre otros. En la herramienta de apoyo se basó en lecturas, audiovisuales, experiencias, etc.

La muestra que utilizó para el grupo experimental fue de nueve personas cuyas edades oscilaron entre los 21 y 26 años, seis mujeres, tres hombres. También participaron personas para lo que ella llama grupo de control (no participaron directamente en el curso), conformado por nueve personas entre 20 y 24 años.

El diseño en el que se basó para su investigación fue el cuasi-experimental; López menciona que este diseño permite observar si existen diferencias en cuanto a la capacidad de análisis crítico, entre el grupo que participa en el curso de educación para la recepción crítica de los medios y el que no participa. La técnica que usó fue análisis de contenido de un programa de televisión. El procedimiento lo dividió en dos etapas, la primera, la aplicación del curso de educación para la recepción crítica de los medios, y la segunda etapa, la evaluación.

La autora de esta tesis finaliza diciendo que el curso que impartió a pesar de ser demasiado breve, logró que los alumnos que participaron directa e indirectamente tuvieran una visión crítica hacia los medios y fue posible que los participantes tomaran distancia de los mensajes de los medios.

La otra propuesta educativa es de Mónica Calette Torres; fue titulada ***propuesta educativa para fomentar en adolescentes una recepción crítica televisiva***, realizada en el 2004 en México. Ella dividió su tesis en tres partes, la primera habla de la perspectiva para el análisis de los procesos de recepción televisiva, de la mediación en la recepción televisiva del adolescente, entre otros. En el capítulo dos planteó su metodología, siendo en el capítulo tres la propuesta educativa.

Para ella la recepción televisiva es concebida como un proceso mediado complejo y contradictorio (donde intervienen instituciones como la familia y la escuela), particularmente se apoyó de autores como Guillermo Orozco y Mercedes Charles. De Orozco retoma la idea de crear una audiencia crítica, su trabajo busca propiciar en los

adolescentes el desarrollo de una recepción crítica, que les permita tomar distancia de los mensajes televisivos. Aborda la interacción televisiva-adolescente como un proceso de aprendizaje. Al receptor lo concibe como un negociador de significados; en específico, el trabajo buscó fomentar el diálogo entre padres de familia, adolescentes y maestros en torno a la televisión.

Para la autora, la recepción crítica es: una postura encaminada a desarrollar acciones concretas, partiendo del supuesto de que ésta no se inicia de manera espontánea, sino que debe ser accionada por el mismo sujeto y apoyada por otras instancias que estén relacionadas con el adolescente de manera permanente.

Ahora bien, considerando que el elemento de la criticidad reformula lo antes expuesto resultando: una postura encaminada al desarrollo de acciones transformadoras concretas para lograr una distancia reflexiva frente a la televisión, individuos capaces de recrear y reproducir sus propios mensajes y significados, una recepción crítica hacia la comunicación actual que les ayude a defenderse de las influencias negativas de los mensajes y de su entorno.

La autora plantea que la recepción de los adolescentes no se origina ni se termina frente a la pantalla del televisor, sino que deviene y se origina del repertorio que obtiene a partir de la socialización que entabla con su familia, es decir con sus padres y también de la instrucción que obtiene en los planteles educativos.

Para Torres, la comunicación y la educación tienen un vínculo, pues la comunicación educativa está orientada a lograr un proceso de enriquecimiento individual y social, los individuos a partir de esto se apropian de sus operaciones de conciencia y dan un paso a la construcción de un mundo más justo y libre.

Su estudio se enfoca a jóvenes de primer grado de secundaria y a sus padres, para ello se basó en un cuestionario para conocer que uso le daba el adolescente a la televisión, posteriormente postuló una propuesta educativa tomando en cuenta el contexto en el cual se ubicaban los jóvenes. Desarrolló su propuesta una hora a la semana, durante aproximadamente 2 meses. Al finalizar, se dio cuenta de que sí logró formar tanto en

los niños como en los padres una capacidad crítica hacia la televisión. Los padres se dieron cuenta de la importancia que es estar con sus hijos para saber qué consumen y de qué manera. Su investigación concluyó en que sí fue capaz de formar una visión crítica reflexiva tanto a niños como a padres.

Pasando a la siguiente tesis, la elaboró Miriam Trejo Rodríguez en el año 2000 en México, el título es ***Educación para la recepción crítica de la televisión, una propuesta de inserción en el currículo de educación primaria***. Ella divide la tesis en cuatro capítulos, el primero trata de la recepción crítica de los medios, incluyendo los mensajes de la televisión y su decodificación y recepción crítica de televisión. El capítulo segundo se titula “La recepción crítica de la televisión en la educación primaria”, aquí se plantea diversas preguntas, entre ellas el por qué, dónde y cómo insertar en el currículum de la educación primaria una educación para recepción crítica de televisión.

En el capítulo tres hace una propuesta de educación para la recepción crítica de la televisión. Y en el cuarto capítulo están sus resultados y conclusiones.

Ella se plantea como objetivo la propuesta de un proyecto de actividades curriculares de educación primaria para formar receptores críticos televisivos, mostrando que la educación desarrollada en las escuelas se encuentra distanciada de la realidad audiovisual que rodea al individuo. La autora plantea un panorama de los medios masivos de comunicación en la cotidianeidad como elementos socializadores y educadores de la sociedad.

El argumento central de este trabajo se puede sintetizar en que la institución escolar, en gran medida educa al alumnado sin tener en cuenta e ignorando el actual contexto social y cultural configurado por la televisión, la formación que el alumnado recibe en el sistema escolar de nuestro país es poco apegado a la realidad.

Cada vez más la TV tiene una poderosa influencia en la configuración de los valores, conductas, pautas de consumo, actitudes, configuración del lenguaje, modas, etc, así como en la cultura sobre la población de manera general especialmente en niños y

jóvenes. La escuela en ese sentido ha perdido terreno con respecto a los medios masivos de comunicación en materia de educación, hay un gran poder y una tremenda influencia cultural y educativa de la televisión pero se educa a los niños y jóvenes como si ésta no existiera.

La recepción crítica implica una postura activa frente a los medios masivos de comunicación, selección de la información así como análisis y comprensión de la misma para el beneficio personal.

La propuesta de Trejo es integrar la cultura televisiva-educativa a las escuelas, así como transformar a la TV en objeto de estudio y no de consumo solamente, la solución radica en la educación para la recepción crítica.

Trejo desarrolló todo un programa de estudios bastante completo, basado en lecturas, ejercicios, medios audiovisuales, y sobre todo en lo lúdico, sin embargo ella no lo llevó a la práctica, es decir, sólo se quedó a nivel teórico.

Otra de las investigaciones para la recepción crítica en México la realizó en Mérida, en el año 2006, Luz Montserrat Castro Ramírez. El título de la tesis de licenciatura es: ***La recepción crítica: una forma de ver televisión hoy día. Realización de un taller televisivo de educación para los medios instrumentado para profesores de primarias particulares de la Cd. de Mérida Yucatán.***

Basándose en Fuenzalida, Castro argumenta que la recepción crítica es la capacidad mental suficiente para discernir entre el valor o el contra valor frente a cada situación de tal modo que ilumine y oriente nuestra conducta. Dicho en otras palabras, es la capacidad que tiene cada individuo de saber discernir entre lo bueno o lo malo que se le presente, de tal manera que tenga la opción de elegir.

Sus objetivos particulares fueron:

- Que los profesores identifiquen el significado de la recepción crítica.
- Que ubiquen el papel que juega la televisión en la formación cultural de sus alumnos.

- Que conozca los instrumentos o herramientas para realizar el proceso de la recepción crítica en el aula.

La autora considera que todo televidente resulta un posible destinatario de un programa de educación para la recepción crítica.

Las vías más apropiadas para acceder a estos potenciales destinatarios son:

- El sistema escolar, particularmente el primer ciclo de Enseñanza General Básica, como estructura, y que los profesores estén dispuestos a asumir la orientación de la recepción crítica.
- En los programas de educación popular, aquellos que están destinados a la familia y los que tienen como componente central la comunicación.

En cualquiera de estas dos manifestaciones se deberá tener presente, eso sí, que existen barreras serias para concretar iniciativas realmente innovadoras, que provienen de la orientación y de las dinámicas que poseen ambos sistemas.

Para hacer un estudio de recepción crítica, el camino metodológico más adecuado es la investigación cualitativa. Este tipo de investigación permite estudiar el discurso generado por los sujetos de investigación. Específicamente en el caso de Castro, conocer las reflexiones de los profesores respecto a los medios de comunicación. Por lo tanto se realizó un taller con 12 profesores de primarias particulares del norte de la ciudad de Mérida y se hizo un manual del capacitador para conducir el proceso del taller. El taller duró cinco horas y se dividió en 3 módulos. Ella eligió enfocarlo a la televisión por ser el medio más grande y de mayor convocatoria sobre los niños, en donde los estudios sobre recepción crítica se han centrado más. Con esto ella no quiso decir que el Internet u otro medio masivo de comunicación no sean igual de importantes, pero en la televisión es el medio donde existen más estudios sobre recepción crítica en Latinoamérica.

Los resultados arrojaron que a los profesores les resultó difícil descubrir una contribución de la TV, ya que no es difusora de valores universales como por ejemplo: honor, autenticidad, calidad, inocencia, obediencia, y que además promueven una visión falsa de la realidad nacional y adormece a las personas.

Los profesores señalaron que el aporte más significativo de la TV es la información que produce. De igual manera establecieron que la TV contribuye a la creatividad en el conocimiento de otras culturas, aunque también frena la imaginación.

A partir de todas las reflexiones que se dieron en el taller, se pudo evaluar que el análisis que los profesores hicieron y las reacciones que tuvieron al presentarles todos los temas del taller que en realidad son nuevos para ellos, les permitió reflexionar. Pero no sólo se quedaron con esto, si no que se despertó en ellos la inquietud de poder hacer algo en la educación de los niños, para poderles transmitir todo lo que ellos habían aprendido, y lo más importante de todo es que se sintieron importantes, por que se dieron cuenta de la gran labor educativa que ellos realizan.

Algunas de las conclusiones más importantes de Castro son:

1. Tomando como base sus reflexiones, se puede afirmar que un programa de educación para los medios contribuye a crear capacidades defensivas ante un medio que se sigue considerando con características de omnipotencia.

2. A partir de las diferentes posturas entre los profesores, se puede constatar el hecho de que el tema de la recepción crítica no está presente en el cuerpo de la sociedad y, por ende, en los ámbitos en que se realiza la educación. Es decir, la preocupación social por el fenómeno televisivo no es coincidente con la que tienen quienes orientan su análisis reconociendo la capacidad re-significadora de mensajes que, en forma potencial, está presente en un buen porcentaje de la población, pero que pudiera no ejercer en la vida cotidiana.

Siguiendo con Castro, el camino más apropiado, para enfrentar las limitaciones y ensanchar las posibilidades, se encuentre en la capacidad de diseñar, un programa que enfatice más los procesos que los productos, ya que eso permitiría abarcar una diversidad de realidades, orientar una educación para la TV, en términos de que un mayor número de personas descubran las contradicciones, en que sumen sus actividades habituales para enfrentar la TV como hecho de vida y como factor de análisis.

Al final del taller, los profesores expresaron que a través de éste pudieron reflexionar la necesidad de generar en el niño un pensamiento crítico, y hacer conciencia del uso adecuado de los medios, para aprovechar su potencial educativo en el aula.

Ahora bien, otro de los textos encontrados en cuanto a la formación crítica de individuos para las nuevas tecnologías, fue el de Beatriz Fainholc, titulado: ***Lectura crítica en Internet***, publicado en Argentina, año 2004.

Este libro está estructurado en nueve capítulos, en el primero se cuestiona por qué es necesario incluir una lectura crítica en Internet. El capítulo dos nos habla de esta red y su código simbólico, lo que significa leer en la red, los tipos de lectura, entre otros. El capítulo tres lo deja para las nuevas narrativas, los tipos de narrativas, beneficios y limitaciones, además de que brinda estrategias de lectura en Internet, la lectura en dicha red y su relación con las TICs con el desarrollo cognitivo del lector-autor, la formación de profesores, etc. En el capítulo cuatro nos da a conocer un estudio de caso que realizó para la formación de lectores críticos en la red. En el quinto capítulo nos da recursos para utilizar esta TIC en materia de educación, el uso de la información, la investigación. El sexto apartado habla de guía para la evaluación de recursos en la web. El séptimo nos da criterios metodológicos para uso, lectura, análisis, y selección de sitios en Internet. El penúltimo capítulo plantea la necesidad de enseñar a leer críticamente en Internet, nos da indicadores de lectura crítica, etc. Finalmente hace una reflexión sobre todo lo anterior.

Fainholc nos dice que la lectura crítica en Internet conocida también como hiperlectura se relaciona con una práctica de la lectura no lineal, a través de ellas el lector (re)construye una (re)configuración de la trama narrativa. La lectura crítica en los soportes de las tecnologías de la información y comunicación y en Internet implica dos niveles de análisis:

1. La práctica de lecturas que deconstruyen, analizan, desmontan ideológica, cultural y semiológicamente los textos presentados en dichos soportes a fin de desentrañar y desmitificar los elementos ocultos e implícitos que aparecen naturalizados en los mensajes producidos y distribuidos por aquellos y principalmente por Internet.
2. La toma de conciencia, durante la lectura realizada por enlaces en estos soportes, de la focalización, filtrado y asociación de cierta información- y no otra- a la que se accede para construir o extraer otros significados nuevos, producto de este ordenamiento o estructuración informacional llevado a cabo por el lector, que contribuye a la superación del estadio empírico de aprobarla o rechazarla simplemente.

Es necesaria una lectura crítica en Internet según Fainholc porque no sólo se promueve una utilización valiosa de las tecnologías de la información y la comunicación como soporte distributivo de información y como medio de comunicación social, sino para conocer acerca de las posibilidades y limitaciones de los entornos virtuales en particular aplicados a la educación. También es necesaria porque los usuarios requieren de estrategias para buscar, identificar y jerarquizar cantidades enormes y veloces de información, necesitan habilidades que les permitan mejorar los mecanismos que utilizan y apelar a otras nuevas a fin de evaluar la credibilidad/veracidad de información y fuentes multidimensionales a las que acceden. En consecuencia es necesaria una alfabetización tecnológica, aunque por supuesto ello no es suficiente, también es indispensable que se tenga cierto bagaje cultural.

La autora enfatiza que a través de la práctica de una lectura crítica en Internet se contribuye a desarrollar y consolidar el pensamiento crítico-reflexivo.

Siguiendo con el texto, la construcción del conocimiento es tarea de las personas y no de los aparatos. El usuario al interactuar con Internet se encuentra con la posibilidad de diagramar su curso de navegación a partir de sus propios intereses, curiosidad o experiencias, en lugar de seguir un camino preestablecido por el autor. Para leer en Internet debemos conocer, comprender y apropiarnos de ese lenguaje y, por lo tanto, para llegar a realizar una lectura comprensiva en dicho soporte es necesario que los usuarios tengan un alto grado no sólo de interactividad en la red sino de metacognición o conciencia reflexiva desarrollada.

Fainholc dice que un lector crítico en Internet:

1. Se prepara para ser parte de la audiencia de quien escribió y diseñó el texto del sitio o página de Internet. Se ayuda mucho en estos sentidos si se conocen datos sobre los autores, expuestos en las introducciones, objetivos del sitio, etc., temas que se retoman luego con instrumentos específicos para realizar evaluaciones de sitios de Internet.
2. Debería considerar el título que, si bien parece obvio, le brinda pistas acerca de lo que versa el sitio, puntos de vista, abordajes, etc.
3. Explorar lentamente, haciendo una aproximación cercana, tratando de ver las interconexiones dentro del texto, escrito, imágenes y dibujos, efectos especiales, etc.
4. Escribir lo que se lee, esto ayuda a profundizar, sobre todo haciendo relaciones en nuestra estructura de pensamiento, lo que aumenta la capacidad de comprender.
5. Tomar conciencia del camino recorrido en la elaboración de notas.
6. Identificar el argumento, contenido, tesis principal del sitio.

Pasando a otra investigación para la recepción crítica, encontramos la de Teresa Quiroz, (et.al), titulada ***¿Es posible hablar de una recepción crítica de televisión?. Logros y dificultades en la experiencia de recepción crítica con escolares y maestros peruanos.*** Esta investigación inició con un diagnóstico sobre la disponibilidad, acceso y consumo de medios masivos por parte de los escolares. Con este fin fue aplicado un cuestionario a 1,600 niños de 40 colegios de Lima Perú.

El año de 1985 se diseñó el proyecto de educación para la recepción televisiva con estudiantes. Fue durante el año escolar de 1986 que este grupo de investigadores pusieron en práctica los primeros talleres de recepción crítica. A partir de ella se inició el trabajo con los maestros, como potenciales reproductores de la recepción crítica en el aula. Durante 1987 se llevó a cabo el primer taller en la Universidad de Lima con maestros de diversos centros educativos. En febrero de 1988, a solicitud de los Equipos Docentes (asociación religiosa de maestros), que realizaron un Taller de Educación Popular se desarrolló una segunda experiencia y a fines del mismo año con los maestros de "Fe y Alegría"¹⁹.

La interpretación de los datos referida muy directamente al consumo de los productos de los medios como actividad homogénea en todos los escolares, no consideraba las significativas diferencias que se manifiestan en su uso, de acuerdo a los espacios sociales y culturales desde los cuales son consumidos.

Más adelante se realizó una investigación para la Asociación Latinoamericana de Teleducación Universitaria (ALATU) con el fin de experimentar con niños de centros escolares diversos, la recepción que tenían de los programas producidos por las Universidades, cuyo trabajo había consistido en adaptar cuentos latinoamericanos a la televisión. Se detectó la importante demanda de material audiovisual por parte de los escolares, sobre todo de centros estatales, pero que contrastaba con sus hábitos por los tradicionales formatos narrativos e impactantes de los programas comerciales. Se planteó allí la necesidad de iniciar una educación para la recepción.

¹⁹ Institución católica jesuita fundada en 1966 que tiene a su cargo centros educativos bajo un régimen no-estatal, pero depende económicamente del Estado para el pago del personal docente. Trabaja en zonas marginales y diversas provincias del Perú.

Se avanzó en diagnosticar la relación entre televisión, educación formal, familia y vida cotidiana, frente a lo cual se examinaron las diversas alternativas propuestas, desde la posición que denuncia el poder limitado de la televisión y propone su consiguiente negación, hasta la necesidad de educar a los receptores en una actitud crítica y selectiva frente a los productos televisivos. De igual modo, la problemática de la responsabilidad social y comunitaria frente al poder de informar, entretener y transmitir cultura que ofrece la televisión y la propuesta de una serie de políticas destinadas a impedir que las funciones sociales que cumple la televisión descansen sólo en manos privadas, o en intereses meramente comerciales.

Esta investigación peruana considera que para formar receptores críticos de la televisión se debe, fundamentalmente, denunciar al medio como instrumento comercial develando las estructuras empresariales, dependientes a su vez de las grandes transnacionales de la comunicación; poner en alerta al público sobre el contenido manifiesto y oculto de los mensajes y facilitar un conocimiento técnico y formal sobre el proceso de producción de éstos. Es decir, la actitud crítica demandaría un conocimiento técnico e ideológico de los mecanismos que operan en el emisor.

La escuela continúa siendo el espacio más importante donde los niños pasan 10 años de su vida, durante 8 horas diarias, y que proporciona esos referentes mencionados que continúan siendo parámetros de conducta y de actitudes. El otro tiempo social de los niños es el que transcurre principalmente al interior de la familia, en relación con la televisión. Su presencia es definitivamente importante, pero su importancia está mediada por las diversas características de las familias, que le otorgan a ésta valores simbólicos diferentes.

En esta investigación se diseñó en el año 1986 un conjunto de talleres de recepción crítica para niños de cuatro sectores socio-económicos diferentes, en la ciudad de Lima. Estos se dieron al interior del horario escolar regular y desarrollaron dinámicas grupales en el tratamiento de temas como la publicidad, la telenovela, la teleserie, los programas de concurso, etc.

Otra de las investigaciones en recepción crítica, corresponde a Alfonso Andrés Fernández Medina, quien en el año 2003 en México, realizó una tesis de maestría titulada **Usos y gratificaciones de la televisión en los niños. Un acercamiento a las teorías psicológicas para analizar la interacción niño-televisión.** En uno de sus capítulos, nos habla del modelo de usos y gratificaciones de los medios de comunicación, argumentando que la postura de este modelo, radica en afirmar que la audiencia es activa en el uso de los medios, especialmente en la televisión, y que su uso está relacionado con ciertas expectativas y necesidades de los espectadores.

El autor, menciona diversas investigaciones que se han hecho en algunas partes del mundo y en México, entre ellas menciona a la autora Mariclaire Acosta, quien realizó una investigación sobre algunas de las características relacionadas con el grado de exposición de los niños mexicanos, a la información política que transmite la televisión. El estudio revela que hay una relación directa entre el medio en el que se desenvuelve el niño, y el uso que hace de la televisión.

Otro estudio que menciona Fernández, es el de Laura Almeida, Gloria Villazon y Mayu Gutiérrez, sobre las funciones que desempeña la televisión para el niño mexicano. De acuerdo con las autoras, la televisión cumple funciones de entretenimiento, enseñanza, evasión, relación social, etc., y estas funciones varían dependiendo de la edad del niño, y del nivel socioeconómico al que pertenece. En conclusión, los estudios revelan que el niño ve la televisión para satisfacer sus necesidades.

En el capítulo cuatro, Fernández Medina hace mención de un estudio diferencial sobre usos y gratificaciones en niños de sexto año, de clases sociales diferentes (baja y alta), con el objetivo de conocer las diferencias existentes, para ello aplicó un cuestionario con preguntas cerradas. Las preguntas iban enfocadas a horarios, canales, personas, cómo, dónde y con quien los niños ven la televisión, preferencia de programas, de personajes televisivos, etc. En la investigación participaron 60 sujetos, 55% mujeres, y 45% hombres, 30 eran de nivel económico bajo, y los otros 30 de nivel alto.

Los resultados arrojaron que los niños ven televisión de 1 a 2 horas diaria, mientras que los fines de semana incrementaban el tiempo. Los niños de clase baja no cuentan con

televisión de paga. Ambos niños de clases sociales eligen la programación a ver. La telenovelas son más vistas por las niñas de clase baja, etc. El estudio pudo demostrar que variables como el nivel socioeconómico, el género, el horario en que los niños acuden a la escuela puede influir en los usos y preferencias televisivas, así como los motivos por los que niños de 11 a 13 años ven la televisión.

Pasando a otras investigaciones que hablen de educar para los medios y que son pertinentes para la tesis, se encuentra el libro **TV y Escuela ¿Amigos y/o Enemigos?. Educación para los medios. Desarrollo de la visión crítica**, de los autores Alexandrov Vladimir Peña Ramos y Frank Viveros Ballesteros, realizado en México en 1997. El libro está orientado a desarrollar una visión crítica en niños de educación primaria ante los mensajes de los medios de comunicación, cómics, radio, televisión, videojuegos. Su objetivo está en articular temáticas de interés de los niños que provienen de los medios de comunicación con su realidad cotidiana, aprovechando los mensajes como dispositivos pedagógicos que permitan apoyar los contenidos programáticos escolares, esto es, convertir en una experiencia educativa la exposición cotidiana de los alumnos ante los medios de comunicación.

El libro está dividido en 7 temas, cada tema contiene diversos ejercicios para que los niños y maestros los trabajen, y así vayan formando una mirada crítica. En el tema 1 se abordan asuntos relacionados con el contexto legal e histórico de la televisión en México, bajo el título de “Hablemos de televisión”, se pretende continuar la discusión sobre los medios desde el mismo medio, para en el segundo capítulo abordar un problema central de la escuela y la televisión: la presencia de la televisión en el salón de clases. En este tema 2 “¿Quién trae la tv a clases?”, se pretende el autoreconocimiento del papel de la tv en el aula, antes, durante y después de la clase, como primer acercamiento a la televidencia. Sin embargo no se pierde la necesidad de utilizar didácticamente los mensajes audiovisuales, para ello, en el tema 3 “Cómo utilizar materiales audiovisuales en el aula”, se ofrecen sugerencias prácticas para que el profesor, desde su práctica educativa, comparta con sus alumnos su sentido pedagógico.

El tema 4 “Televisión y vida cotidiana”, nuevamente recupera la práctica televisiva de maestros y alumnos, ahora desde su ámbito familiar. El tema 5 “Producción Audiovisual” nuevamente aporta sugerencias prácticas para que desde una producción escolar, se aborde la producción. “La publicidad y Tv” como tema 6, aborda uno de los problemas centrales: ¿Qué papel juega la publicidad en el sistema mexicano de Tv?. Finalmente el tema 7 “Televisión y Educación”, invita a los profesores a reflexionar entorno a su práctica docente, recuperando la experiencia acumulada del magisterio en su loable labor en bien de la infancia.

Algunos de los diversos ejercicios que contienen los temas son: conocer los diferentes medios de comunicación que existen, debatir la oferta que hay, conocer los diversos géneros televisivos, analizar los mensajes de la publicidad, armar el propio comercial, entrevistar a su director de escuela, comentar lo que les gusta y no de la tv, elegir diversos documentales educativos, hacer una videoteca escolar, conocer el lenguaje televisivo, conocer cómo la televisión se construye a partir de imágenes, audio, efectos, locaciones, conocer el proceso de preproducción, producción y postproducción, etc.

Siguiendo con las investigaciones de Educar para los medios, se encuentra el libro titulado **Educación para la comunicación. Desarrollo de la visión crítica en adultos**, publicado en México, en el año 1997, por los autores Alexandrov Vladimir Peña Ramos y Frank Viveros Ballesteros. El libro plantea que la preocupación por educar y educarnos para la comunicación, que no se reduce a la educación para los medios de comunicación masiva, es el resultado de un largo proceso de autoreflexión, no basta con querer ser crítico, es necesario ser crítico para poder transmitir una actitud firme y razonada. Los adultos, seamos maestros o padres de familia tenemos un compromiso con las generaciones más jóvenes, y especialmente con los niños, pero el problema de la relación TV-Audiencias, no se resuelve negando su existencia, sino trabajando continuamente para mejorar nuestra relación con los medios.

El libro se encuentra dividido en seis temas, cada tema presenta diversos ejercicios encaminados al desarrollo de una visión crítica. El tema 1 “Vamos a conocernos”, pretende que profesores y alumnos fortalezcan sus vínculos comunicativos a través de ejercicios que permitan conocer y expresar sus gustos, habilidades y ocupaciones. El tema tiene especial énfasis en generar espacios para la comunicación al interior del grupo, en donde los medios de comunicación masiva se vuelvan el telón de fondo. Mientras que en el tema 2 “La comunicación”, se ofrece a los profesores la información necesaria para que sus alumnos comprendan el complejo proceso de comunicación, considerando los elementos básicos, así como las diferentes formas que emplea el hombre para comunicarse. La intención fundamental está en poderse ubicar como receptores en el proceso de comunicación.

Pasando al tema 3 “Los medios de comunicación masiva”, aquí se realiza un primer acercamiento a los medios de comunicación masiva, para conocer la utilidad que tienen en la vida del ser humano. Por una parte se pretende que los alumnos realicen ejercicios de análisis de su papel de receptores ante los diversos medios de comunicación, para acentuar su capacidad reflexiva, sin perder el sentido lúdico que implica estar en contacto con los medios. El temas 4 “La historieta”. La intención de este tema es introducir al alumno en el lenguaje visual del medio. El tema 5 “La radio”, busca que el alumno conozca qué implica hacer radio. El tema 6 “Análisis de la publicidad en diferentes medios”, Se busca que los alumnos analicen y confronten los mensajes publicitarios de los diversos medios, contrastándolos con la realidad de la vida misma.

“Televisión y niños, manual de educación para los medios²⁰”, de Irma Ávila Pietrasanta, es otra de las investigaciones consultadas. Realizada en conjunto con el Centro de Comunicación Ciudadana, la comisión de Derechos humanos del D.F y Comunicación Comunitaria A.C. Dicho Manual nos habla del hecho de que la infancia en México pasa más horas frente al televisor que en la escuela, situación que nos deja

²⁰ Metodología utilizada para la impartición del taller de este trabajo de investigación.

ver en contexto que México no cuenta con la materia de Comunicación en el ámbito escolar, lo que genera una no preparación en torno a los medios de comunicación, específicamente con la televisión y a últimas fechas con las tecnologías de información en comunicación (TICS).

Esta Metodología parte de dos premisas para cumplir sus objetivos:

1. La televisión tiene enormes posibilidades comunicacionales que pueden aprovecharse desde su lógica para la educación y no sólo para la venta.
2. Los seres humanos tenemos capacidades de re significación de lo que se nos da, y es cuestión de desarrollar una recepción crítica y activa.

El objetivo final del manual, es crear generaciones de receptores más críticos frente a los medios, y niños más creativos frente a la pasividad que estos promueven. Asimismo desarrollar en los niños la capacidad de análisis y construcción de sentido crítico, además de proporcionarles herramientas de creación y trabajo en equipo que los lleven a convertirse en autores de mensajes y no sólo receptores de los mismos.

La metodología impartida como curso-taller está sustentada en el juego, como base del proceso de aprendizaje y en el desarrollo de herramientas de análisis más que en compartirles contenidos a los niños. El exceso de violencia en los medios, el consumismo, la falta de información importante para ellos, la carencia de programas educativos, y la falta de otros estímulos educativos o culturales para grandes sectores de la población, son algunos de los problemas que existen.

La metodología contiene temas como: géneros televisivos, violencia en la televisión, consumismo, estereotipos en la televisión, derechos humanos, derechos de la comunicación, derechos de los niños reforzando el derecho a la libertad de expresión, conocimiento de quien es quien y que hace que en la televisión, derechos a la televisión de calidad, telebasura, la temática yo decido que ver en televisión y seguridad en la red.

CAPÍTULO 4.- PERSPECTIVA TEÓRICA Y SU CONTEXTO

SUBCAPÍTULO 4.1.- LOS MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN Y SU CONTEXTO

El surgimiento de los medios masivos de comunicación marcó cambios significativos en la sociedad, comenzando con la prensa, cuyo desarrollo se dio durante el siglo XIX y XX; era el medio de comunicación más importante, principalmente se encargaba de asuntos políticos. Posteriormente siguió la radio a mediados de 1920 pero se consolidó entre el 40 y 50, en sus inicios emitían noticias y novelas (radionovelas) y trabajaban con onda corta en amplitud modulada (AM), más tarde había programas musicales y de diferentes temáticas logrando así tener la frecuencia modulada (FM) lo que implicaba que llegaba a un mayor número de personas. Sin embargo la invención de la televisión desplazó a este medio, su función principal era la de informar, entretener aunque se pensaba que iba a educar, la combinación de la imagen con el audio la volvieron atractiva y hasta hoy en día es el medio de comunicación más usado para entretenerse e informarse. Posteriormente hace aproximadamente 30 años surgió Internet, el medio de comunicación que rompe con barreras espaciales y temporales, donde a su vez contiene a los otros medios, se caracteriza por ser versátil, veloz, pero no fue sino hasta 1990 que alcanzó su auge logrando acaparar a millones de personas en todo el mundo.

Los medios masivos de comunicación también son conocidos como *mass media*. Los medios son asumidos como creadores de textos y formas. Son herramientas que difunden información a grandes masas, siendo capaces de fomentar la creación de cambios de hábitos, así como tradiciones o cuestiones culturales ya sea positiva o negativamente.

Entre esos medios se encuentra la televisión, la radio, la prensa, el Internet, etc. este último es el más actual, y por sus características posibilita que el sujeto se convierta en productor de contenidos, que trace su ruta de investigación y que interactúe de manera crítica, sin embargo en México aun son pocos los que tienen acceso a este medio²¹. El de mayor influencia es la televisión ya que al ser audiovisual llama más la atención. En

²¹ Ver el siguiente capítulo.

la gran mayoría de los hogares mexicanos existe una televisión, la cual acompaña el proceso de socialización de los individuos.

ENFOQUE FUNCIONALISTA EN COMUNICACIÓN

Por otra parte, los enfoques funcionalistas²² en comunicación son de suma importancia, debido a que contiene un conjunto de teorías donde se aborda al receptor desde diferentes perspectivas. “Este enfoque se creó y desarrolló en los Estados Unidos a principios del siglo XX, su situación la marcó las guerras mundiales, con lo cual los medios se convirtieron en estrategias de guerra. La noción de funcionalismo proviene de dos tradiciones: la antropología británica, por un lado, y la sociología norteamericana, por otro. Es de esta última tradición de donde emergen dichos enfoques. La herencia de la sociología funcionalista, bajo los trabajos de Parsons, en la Universidad de Harvard, y de Merton, en la Universidad de Columbia, son los antecedentes directos de dicho enfoque.

El funcionalismo marca, desde los inicios del siglo XX, la forma de concebir la comunicación, la cual es eminentemente bajo la idea de investigar los efectos o la influencia de la propaganda. Los medios de comunicación van a ser privilegiados por encima de los sujetos o actores sociales que están involucrados en el proceso de comunicación. Nociones como sociedad de masas, *mass media*, opinión pública, influencia, propaganda, van a caracterizar a este enfoque que, entre otras cosas, busca legitimar a los medios de comunicación y hacer posible la perpetuación del orden social. Estos elementos llevan a situar a dicho enfoque como conservador y como la posibilidad de reconciliar a los medios de comunicación con la sociedad. Esta reconciliación o relación entre medios y sociedad aparece como una necesidad, en donde los medios cumplen una función, por ejemplo: entretenimiento, información, dispersión, etcétera.

²² Cabe señalar que en esta tesis sólo se hace mención del funcionalismo, sin embargo, no se retomará dicho enfoque para llevar a cabo la investigación.

Lazarsfeld, Hovland, Lasswell, Shannon y Weaver, crearon las teorías funcionalistas en comunicación²³ Lasswell en 1948 aportó el modelo comunicacional ¿quién, dice qué, en qué canal, a quién y con qué efecto? El estudio de los *mass media* se proponía desde sus funciones y su estructura.

En las primeras teorías de comunicación se planteaba que el receptor era pasivo, indefenso ante la influencia de los medios masivos y que los mensajes eran inyectados por debajo de la piel, esta teoría es la de la aguja hipodérmica, la cual comenzó a formularse a partir del bombardeo propagandístico en la Primera Guerra Mundial, en donde se manipulaba a la gente y se le quería convencer de que dieran su vida en dicho conflicto que sólo beneficiaba a unos cuantos. Posteriormente con la teoría de usos y gratificaciones se consideró al receptor como una persona activa, capaz de entender el significado de los mensajes, de seleccionarlos, de discernir, poder razonar y criticar lo que el medio ofrece. Esta teoría llega a cuestionar el modelo estímulo-respuesta de la teoría de la aguja hipodérmica, donde argumentan que los mensajes emitidos por los medios masivos de comunicación no influyen de manera directa, además de que la audiencia no es pasiva sino activa, debido a que el receptor decide qué medio quiere seleccionar y qué tipo de información va a leer, oír, ver, etc.

La teoría plantea que la audiencia al elegir un medio de comunicación obtiene una gratificación (satisfacción de necesidad) de él, que puede ir desde aprender, entretenerse, divertirse, informarse, etc. De manera general esta teoría se pregunta para qué usan el medio los receptores. “McQuail, Blumler y Brown se refieren al uso de los medios como un proceso interactivo, que relaciona el contenido de los medios con la necesidades, las percepciones, papeles y valores individuales, y el contexto social en que una persona está situada”²⁴.

²³ Sandoval, Edgar. Enfoques funcionalistas. Autores contemporáneos, UACM, México. 2005.

²⁴ Menéndez Gómez Patricia. Revista para dar a conocer el Instituto Poblano de la Mujer, Tesis de licenciatura, Universidad de las Américas Puebla, México, en línea: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo3.pdf, consultado el 09 de septiembre de 2009.

Retomando la palabra audiencia, desde la perspectiva de Guillermo Orozco, es un “conjunto de sujetos sociales, pertenecientes a varias instituciones simultáneamente, de las que adquieren sus identidades y sentidos, capaces de organizarse, de disentir, de cuestionar, de manifestarse, de constituirse en movimientos y organizaciones colectivas, populares, incluso en asociaciones de televidentes, para lograr sus metas, por ejemplo, de definir su propia representación en los medios. Aunque también capaces de enajenarse frente a los contenidos de los medios, de ser meros recipientes pasivos de sus contenidos”²⁵.

En los últimos años las teorías de comunicación han abordado como pieza clave los estudios de la recepción (estudios culturales), donde se encarga del análisis de la audiencia y la manera en que ésta construye los significados, de hecho muchas veces la decodificación del mensaje no siempre se da como lo espera el emisor, respecto a ello Stuart Hall²⁶ habla de tres tipos de lecturas: la negociada, la preferente y la opuesta. La primera se refiere a que el receptor no está totalmente de acuerdo con el mensaje del emisor pero tampoco está opuesto, sin embargo se da cuenta de que el mensaje es hegemónico, dominante. La lectura preferente es cuando el mensaje es decodificado de forma directa como fue codificado, en este sentido el sujeto entra dentro del mensaje dominante, y la opuesta es cuando la decodificación es totalmente contraria a lo que quiso decir el emisor. Cabe mencionar que todo mensaje es polisémico, es decir tiene diferentes significados, ello depende en la decodificación del contexto socio cultural de cada individuo.

Por otro lado, los medios masivos de comunicación contribuyen a configurar maneras de pensamiento de la sociedad, establecen e imponen temáticas de las que tiene que hablar la sociedad (a eso se le llama agenda setting), las cuales pueden ir desde lo político, social, cultural, etc., es decir, la agenda de los medios, se convierte en la

²⁵Orozco, Guillermo. Mas-mediación y audiencia-ción. Macrotendencias en las sociedades latinoamericanas de fin de milenio, México 1997.

²⁶ Hall, Stuart. Codificar y decodificar, Red de la iniciativa de comunicación, 2004. tomado de <http://www.comminit.com/es/node/149684>, consultado el 05 de noviembre de 2009.

agenda de la audiencia, pueden ser capaces de engrandecer o desaparecer tanto a instituciones como a personas. Los medios masivos tienen gran poder ya que pueden desde condicionar las opiniones de los sujetos, imponer ideologías, vender puntos de vista, representar la realidad y darla como cierta y única.

Por eso, estamos de acuerdo con que “en la televisión está presente lo mejor y lo peor de nuestra sociedad: imágenes de ternura, de solidaridad y de afecto humano, frente a los más extremos exhibicionismos de violencia y destrucción; hallazgos de conocimiento en sus detalles más preciosos, frente a estereotipos sociales, y a menudo raciales insostenibles; propuestas informativas enmarcadas en la serenidad y el compromiso de la veracidad, frente a otras teñidas de amarillismo; programas dedicados a rescatar lo mejor de los niños, en lo relativo a su percepción y creatividad, frente a otros que literalmente los utilizan para llenar el espectáculo; relatos capaces de calar en la condición humana, frente a otros plagados de estereotipos; modos serenos de comunicar, frente a otros estridentes, plenos de neurosis; imágenes de una belleza sin límites, frente a otras burdas, improvisadas sobre la marcha”²⁷.

Con el paso del tiempo los medios masivos de comunicación trajeron cambios significativos a la sociedad, la de mayor impacto es la televisión al adquirir un rol mercantil, y al desinformar más que informar. En la cuestión de la prensa, actualmente en México existen algunos periódicos que ofrecen noticias sin juicios de valor, sin objetividad, ni veracidad, ya que se han ido por lo que vende, aquello que deja ganancias económicas, integrando en los contenidos de la prensa la típica nota roja, rosa o alguna cuestión sexual, que llama al morbo de la gente y la aleja lo que puede ser una noticia objetiva.

Algunos medios están inmersos en un poder dominante, donde ofrecen entretenimiento con un nulo sentido de aprendizaje para los receptores, donde el derecho a la información está siendo usado a intereses de particulares, y la libertad de expresión

²⁷ Prieto, Daniel. La Comunicación en la Educación. Edit CICCUS la Crujía. 1999, Apud Castillo, Carmen. Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. Revista electrónica de pedagogía, tomado de <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion>, consultado el 24 de septiembre de 2009.

parece no existir, o al menos sólo es válida para los que son los dueños de los medios masivos.

SUBCAPÍTULO 4.2.- EL INTERNET Y SU CONTEXTO

Durante el paso de los años ha habido diversos cambios en la manera de comunicarse socialmente, desde lo gestual a lo oral, de lo oral al manuscrito, del manuscrito a la imprenta y de la imprenta a lo digital, es así como hace pocos años llegó el Internet.

El Internet es un medio masivo de comunicación y una TIC, esto último quiere decir que es una tecnología de la información y la comunicación, las TICS son aquellas “herramientas computacionales e informáticas que procesan, almacenan, sintetizan, recuperan y presentan información representada de la más variada forma. Es un conjunto de herramientas, soportes y canales para el tratamiento y acceso a la información. Constituyen nuevos soportes y canales para dar forma, registrar, almacenar y difundir contenidos informacionales”²⁸.

Las nuevas tecnologías de información y comunicación dieron inicio en los años 70, pero fue hasta 1990 donde alcanzaron su auge social. Su surgimiento hace que se vayan modificando las prácticas culturales y patrones de comunicación, sin embargo no todos tienen acceso a este medio debido a la gran brecha digital, ello se debe en México a cuestiones económicas y también a que no todos tienen el conocimiento o acercamiento a esta tecnología, y es ahí precisamente donde el acceso a Internet (como nueva tecnología) es cada vez más desigual.

En otro sentido y pasando a datos estadísticos, según la AMIPCI (Asociación Mexicana de Internet), “en el 2009 en México, el número de internautas alcanzó los 30.6 millones. 3.7 de cada 10 hogares urbanos posee al menos una computadora personal; de estos 7 de cada 10 acceden al Internet. El medio de comunicación tradicional más consultado vía Internet son los periódicos con un 17%. El hogar se consolida como el principal lugar de acceso y continúa creciendo significativamente. Internet es un medio de alta

²⁸ IPN. Tecnologías de la información y la comunicación, tomado de <http://www.dcy.cipn.mx/dcy/c/quesonlasTICs.aspx>, consultado el 02 de octubre de 2009.

exposición: el tiempo de conexión promedio diario es de 3 horas con 21 minutos (25 minutos más que en 2008). Internet puede incrementar el alcance de los medios de comunicación hasta en un 27% en la población total.”²⁹.

Ahora bien, de acuerdo al Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI)³⁰ en México somos más de 112 millones de habitantes, comparando ese dato con los 30.6 millones de internautas, vemos que hay una gran brecha digital.

El INEGI³¹ reportó que en México en el 2010, los usuarios utilizaron Internet para diversas razones, entre ellas, para obtener información (58.4%), comunicarse (57.4%), apoyar a la educación/capacitación (35.7%), entretenimiento (28.1%), operaciones bancarias en línea (2.6%), interactuar con el gobierno (1.2%), entre otros.

Internet es una nueva tecnología que contiene a los medios masivos de comunicación, como la prensa, la televisión, la radio (es decir, hay una convergencia tecnológica), sin embargo no se reduce a lo masivo ya que también se puede dar la interacción interpersonal a través del chat. “Internet es una red de redes con cobertura internacional, formada gracias a la cooperación de universidades, instituciones gubernamentales, corporaciones y empresas privadas que se comunican entre sí mediante el protocolo TCP/IP (protocolo de control de transmisión/protocolo Internet). Está formada por millones de computadoras conectadas en todo el mundo”³².

Todas las máquinas que están conectadas en red, transmiten información a gran velocidad, vinculan un sitio con otro, buscan información a nivel mundial, descargan

²⁹AMIPCI. Hábitos de los usuarios de Internet en México. Tomado de <http://www.amipci.org.mx/estudios/temp/Estudiofinalversion1110-0198933001274287495OB.pdf>, consultado el 26 de agosto de 2010.

³⁰INEGI. Centro de población y vivienda 2010. México. Tomado de <http://www.inegi.org.mx/sistemas/TabuladosBasicos/preliminares2010.aspx>, consultado el 15 de diciembre de 2010.

³¹INEGI. Nuevas tecnologías. Usuarios de Internet por tipo de uso, 2010. Tomado de <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=21702>, consultado el 15 de diciembre de 2010.

³²Glosario de términos utilizados en e-learning. Tomado de http://www.uvirtual.net/portal/preguntas_frecuentes/e-learning/glosario_de_terminos_utilizados_en_e-learning.html#i2, consultado el 02 de octubre de 2009.

archivos en cuestión de segundos, el usuario puede bajar y subir miles de canciones, descargar libros completos, fotos, software de instalación, entre otros. Internet trae cambios en la manera de hacer investigación debido a que contiene una gran cantidad de información, el sujeto tiene la opción de trazar su ruta, participar de manera activa, puede desde jugar hasta cursar en línea su educación desde la primaria hasta licenciatura o maestría, Internet sirve desde lo comercial hasta lo académico. Realmente esta TIC rompe la barrera del espacio y el tiempo, sin embargo a pesar de esas ventajas no hay que olvidar que esta tecnología por sí sola no produce conocimiento, sino que éste se construye y lo construye el sujeto con su vivencia social y los nuevos aprendizajes de su paso por la red. Internet es más personal e interactivo.

Carmen Castillo³³ argumenta que Internet en poco más de diez años, se ha convertido en parte de la vida de millones de personas alrededor de la tierra y está cambiando el sentido de muchas de sus actividades, la concepción del tiempo y la dimensión de su espacio. A esta red de redes se han unido instituciones educativas, militares, comerciales, de gobierno y organizaciones no lucrativas. Por medio de Internet, todos los seres humanos se pueden comunicar, creándose así relaciones entre niño-adulto, joven-anciano, hombre-mujer, etc, ello crea la posibilidad de comunicarse más fácilmente debido a que no es necesario que el usuario se identifique como lo que es (como niño, mujer, estudiante, obrero), por lo tanto, mantener el anonimato hace más sencillo el lanzamiento de todo tipo de textos y páginas web, algunas pueden no ser adecuadas para los menores, sin embargo éstos lo pueden adquirir al ocultar su verdadera identidad. Por supuesto que ello no debe ser pasado por alto, tendría que existir para los menores una regulación de los medios masivos.

Pasando a otro punto, para que el lector se familiarice mejor con esta tecnología, mencionaremos algunos conceptos³⁴ clave como lo es Hipermedia: Multimedia que

³³ Castillo, Carmen. Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. Revista electrónica de pedagogía, tomado de <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion>, consultado el 24 de septiembre de 2009.

³⁴ Glosario de términos utilizados en e-learning. Op. Cit.

responde a los requerimientos del usuario mediante vínculos entre las diferentes secciones y apartados de audio, video animación y texto.

El hipertexto es un documento electrónico con base en forma no lineal, utilizando conexiones asociativas. Es decir consta de pantallas de información a través de palabras, secciones e ideas vinculadas entre sí. Es un texto dinámico y flexible, en el que se puede saltar con facilidad de un tema a otro contenido y navegar a través del texto, de acuerdo a las necesidades o intereses personales.

Mientras que el hipervínculo es la herramienta utilizada en hipertextos e hipermedia y mediante la cual los usuarios se pueden conectar con otros documentos relacionados con el tema para obtener nueva información. HTML (Hiper text Markup Language). Leguaje de etiquetación de hipertexto, con el que se programan las páginas Web para poder ser vistas en cualquier computadora por medio de los visualizadores del www. Actualmente, la mayoría de los procesadores de palabras y las herramientas de diseño gráfico tienen la opción de guardar, lo que significa que ya están listos para publicarse en el www.http. Protocolo de transporte de hipertexto.

Las TICS tienen posibilidades para crear espacios de aprendizaje, se pueden hacer grupos de discusión, donde convergen opiniones; éste es el caso de los usuarios de la red social twitter, quienes se reunieron en línea para armar foros de discusión y rechazar el 3% de impuesto a Internet, estos internautas lograron colocar ese tema como el más hablado en México, argumentaron que esta tecnología no es un lujo sino un derecho y una necesidad. Este suceso ocupó los medios nacionales, ello habla de la gran capacidad potencial que tiene la red para influir e insertar en las agendas este tema. Esta propuesta del impuesto sólo haría más grande la brecha digital.

En otra cuestión, Internet trae consigo diversos cambios tanto en la economía global como en la manera de producir, transmitir, adquirir información, etc. los textos digitales facilitan el acceso a enormes cantidades de información, sin embargo la desventaja es que en cualquier momento las páginas web pueden desaparecer, son efímeras, están

en constantes cambios y la página que un día se consulta puede que en otra ocasión ya no exista.

Otra problemática no ha sido llevar computadoras con Internet a las escuelas, sino desconocer para qué sirven. Básicamente quien sepa leer puede tomar en sus manos algo impreso pero quien no sepa manejar ni sabe el lenguaje computacional, de nada le servirá contar con un CDROM o una memoria externa.

Se considera que sí es importante saber utilizar una máquina e Internet, sin embargo es más urgente una alfabetización digital, esta no sólo implica leer y escribir sino aprender a dar sentido, a entender la información, a usarla, a discriminarla, a ser críticos. Es indispensable que a los niños se les brinden las herramientas para saber navegar en la red, para así evitar todo tipo de amenazas que pueden ocurrir. “Actualmente uno de cada cinco niños mexicanos puede ser contactado por un delincuente en Internet. Durante 2009 crecieron cien por ciento las denuncias por delitos contra menores en la red. La Unidad de Delitos Cibernéticos de la Secretaría de Seguridad Pública identificó 17 infracciones diferentes contra niños y adolescentes en la red. La pornografía infantil encabeza la lista, y es que en los últimos tres años el número de sitios mexicanos dedicados a ese ilícito aumentó en 40 %, superando así las 100 mil páginas electrónicas³⁵”.

³⁵ Datos estadísticos: Monroy, Paulina. Niños a merced de delincuentes en la web. Revista electrónica Contralínea, México. 7 de febrero de 2010. Tomado de <http://contralinea.info/archivo-revista/index.php/2010/02/07/ninos-a-merced-de-delincuentes-en-la-web/?Boletin>, Consultado el 10 de febrero de 2010.

SUBCAPÍTULO 4.3.- COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

“El conocimiento no se transmite, se está construyendo, el acto educativo no consiste en una transmisión de conocimientos, es el goce de la construcción de un mundo común”³⁶. Paulo Freire

En el desarrollo de los siguientes apartados se menciona la manera en que se pueden formar individuos críticos, según Alcocer “somos críticos no cuando criticamos sino cuando nos revelamos frente a lo que se nos impone. La crítica tiene que estar ligada a una acción transformadora. Y ésta tiene más fuerza si es colectiva, organizada”³⁷.

La relación comunicación-educación comenzó a tener interés en América Latina en 1970. Así, se volvió necesario que la escuela integrara a los medios de comunicación en su método de enseñanza, así como el que los medios participaran en la escuela.

“Es sabido que la comunicación puede entenderse como la interacción mediante la que gran parte de los seres vivos acoplan sus respectivas conductas frente al entorno mediante la transmisión de mensajes, signos convenidos por el aprendizaje de códigos comunes. También se ha concebido a la comunicación como el propio sistema de transmisión de mensajes o informaciones, entre personas físicas o sociales, o de una de éstas a una población, a través de medios personalizados o de masas, mediante un código de signos también convenido o fijado de forma arbitraria. Y más aún, el concepto de comunicación también comprende al sector económico que aglutina las industrias de la información, de la publicidad, y de servicios de comunicación no publicitaria para

³⁶ Fernández, Juan Manuel. Paulo Freire: una propuesta de comunicación para la educación en América Latina. Revista Razón y Palabra. Número 13, año 4, 1999.

³⁷ Alcocer, Marta. Et al. ¿Qué le vemos a la tele?, Edit. Trillas, México, 2005.

empresas e instituciones. Estas tres acepciones ponen en evidencia que nos encontramos, sin duda alguna, ante un término polisémico”³⁸.

Mientras tanto, la educación es la “herramienta con la que cuenta una sociedad para formar ciudadanos libres y autónomos, capaces de proteger su independencia y desarrollar su proyecto de vida con el compromiso social que pueda dar soluciones a los problemas de su comunidad”³⁹.

Para introducir los temas de comunicación en educación es importantísimo que la cuestión metodológica sea la adecuada, de lo contrario no servirá de mucho. Pues es desde la praxis donde se debe reconocer la relación entre comunicación y educación. Se necesita transformar o modificar de alguna forma los métodos pedagógicos. El aparato escolar no sólo debería dedicarse a la educación sino también a hablar de los medios masivos de comunicación, sin embargo eso queda relegado como si fueran opuestos.

Ahora bien, Cortés Rocha dice: “Una educación integral y orientada al desarrollo de individuos y grupos, y de la nación entera, no puede omitir de sus contenidos al estudio del sistema de comunicación masiva y de la acción cultural y educativa que éste realiza”⁴⁰. Con lo que queda más claro el panorama que enfrentamos ante el reto de lograr una educación crítica para los medios masivos de comunicación y las TICS.

Desde la escuela se debería promover la reflexión hacia los medios, sin embargo algunos profesores piensan que la televisión no cabe en la escuela ya que ésta es exclusivamente para el ocio y el entretenimiento. Sin embargo sería interesante que la institución educativa se diera la oportunidad de integrar a los medios en su currícula de

³⁸ Rizo, Marta. El camino hacia la nueva comunicación. Breve apunte sobre las aportaciones de la escuela de palo alto. Revista Razón y palabra. N.40, México, 2004. Tomado de <http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n40/mrizo.html#au>, consultado el 02 de octubre de 2009.

³⁹ Osorio, José Luis. Diccionario, tomado de <http://www.deseartepaz.org/?cat=32&paged=2>, consultado el 02 de octubre de 2009.

⁴⁰ Cortés Rocha, Carmen, Op.Cit.1986.

materias a enseñar, pues además de entretener e informar, los medios muestran modelos sociales, prototipos de hombre, de mujer, de niño y formas de vida que los niños adquieren estando o no conscientes de ello.

Un caso enajenante es la publicidad donde se dice qué comprar, cómo comprarlo, en dónde, de qué color, sabor, textura, a qué precio, cómo vestirse, calzar, adornar la casa, qué ropa usar para cada temporada, etc. La publicidad casi nunca dice la verdad de los productos, con tal de vender no les cuesta ocultar información a la población, sin importar romper con sus códigos éticos, ocasionando que se deseen estilos de vida muchas veces inalcanzables, además de que te aleja de la realidad. Por ello es importante que la escuela no haga a un lado los medios ya que, si los niños adquieren conocimiento crítico podrán poco a poco ir cambiando su realidad en la medida que comprendan el mundo que les rodea.

“Es necesario que los educadores para apoyar a la institución educativa utilicen los medios masivos de comunicación, sepan manejar la tecnología, luchen por recuperar el lenguaje oral y escrito, y sobre todo favorezcan una relectura crítica por parte del alumnado acerca de los mensajes que les llegan habitualmente de los medios, principalmente de la televisión o de la cultura audiovisual presente en los espacios de ocio de los alumnos”⁴¹.

Los profesores en el aula deberían ser los mediadores de los niños e ir modificando la manera de ver televisión. Los maestros deberían descontextualizar los programas televisivos a través de lo lúdico, debido a que el juego es un buen método de aprendizaje donde pueden expresar sus pensamientos, explorar, elegir, reflexionar, etc. Descontextualizar implica sacar de contexto a la TV, es decir la TV no sólo es para la casa sino también se puede llevar a la escuela y sacar lo mejor de ella, tomarla como objeto de estudio y no sólo de entretenimiento. También sería interesante que los niños cambiaran la historia de algunos programas que les gustan para que debatan sobre lo

⁴¹ Castillo, Carmen. Op.Cit.

que les ofrece los medios y cuestionen esa realidad y calidad de informaciones. Lo importante es brindar habilidades y estrategias que permitan construir conocimiento y cambios en la manera de pensar. Es necesario que los niños conozcan el medio social, cultural, económico y político en el cual existen, de manera clara y precisa, obviamente con las implicaciones que tiene, como los riesgos y alcances.

La comunicación es la base de toda relación social, y por supuesto en las relaciones de igualdad entre el alumno y el maestro. En tal sentido, “la comunicación está, definitivamente, asociada a la educación. Por una parte, porque las modernas teorías educativas que se elaboran como respuesta a la crisis de la institución escolar ponen de relieve la necesidad del intercambio comunicativo entre el maestro y el alumno, entre la escuela y la realidad. Por otra, porque el conocimiento de la realidad no proviene exclusivamente del texto escrito. Sus referentes de conocimiento, sus imágenes, sus valores y sus expectativas guardan relación cercana con la comunicación y sus mensajes”⁴².

“La educación proviene del latín *Educere* que significa guiar, conducir o *educare* lo cual es formar y/o instruir. La educación se puede definir como el proceso multidireccional de socialización mediante el cual se transmite conocimientos, valores, costumbres y formas de actuar. Educación implica el proceso de vinculación y concienciación cultural, moral y conductual.”⁴³.

Los maestros deben darle la oportunidad a los alumnos de pensar por sí solos, de frenar el modelo educativo vertical, pues así sólo se está reforzando la visión escolar que manejan los medios masivos de comunicación, es decir una visión individualista donde el maestro es el que sabe, es indispensable que como profesores conozcan a quién están educando, desarrollen la capacidad de pensamiento, elección y raciocinio

⁴² Cafeiro, Mercedes y Marafioti, Roberto. Atracción Mediática. Edit. Biblos, UNESCO, Argentina, 1997. Apud, Castillo, Carmen. Op.Cit.

⁴³Discover education. La definición de educación, tomado de <http://www.discovereducation.org/index.php/uncategorized/la-definicion-de-educacion/>, consultado el 02 de octubre de 2009.

de los niños, los vuelvan autónomos; entonces se vuelve necesario dejar atrás esa idea del maestro es el que sabe y el que tiene la autoridad. Como dice Jean Piaget: “la razón del fracaso escolar está en impartir un tipo de educación que no sólo no propicia la autonomía sino que la impide”⁴⁴.

En la medida que los receptores tomen conciencia, podrán exigir una mejor televisión, con programas que sean relevantes en un sentido educativo y cultural. Ser crítico para los medios, es ser crítico para el mundo.

SUBCAPÍTULO 4.3.1.- RECEPCIÓN CRÍTICA Y MEDIOS MASIVOS DE COMUNICACIÓN

La recepción crítica es conocida también como educación para la recepción o educomunicación, sus orígenes se remontan en países europeos y en Australia, donde no ha tenido un desarrollo sostenido. Por otra parte en Estados Unidos se produjo un gran auge en la década de 1970, sin embargo hubo una baja de interés por seguir con este tipo de educación. El interés posteriormente surgió en América Latina donde cada vez con mayor frecuencia surgieron los programas que promovieron y promueven hoy en día la recepción crítica. También la UNESCO ha reconocido la importancia de la recepción crítica y ha apoyado en el financiamiento de diversos programas encaminados al desarrollo y preparación de programas para la educomunicación.

Hemos mencionado el término recepción crítica, pero ¿qué significa y cómo es empleado?, Consideramos que receptor es aquella persona que consume algún medio masivo de comunicación, es decir que ve televisión, que escucha radio, que lee periódicos, etc. El receptor decodifica el mensaje del emisor, y para que haya una comunicación entre ambos es necesario que tengan el mismo código lingüístico. El receptor es un sujeto situado tanto histórica como socialmente dentro de un contexto determinado por factores económicos, políticos y sociales.

⁴⁴ Gervilla Castillo, Ángeles. Didáctica básica de la educación infantil. Conocer y comprender a los más pequeños, Edit. Narcea España, 2006.

La recepción ha sido definida como un espacio donde el sujeto se apropia y negocia los mensajes que emiten los medios masivos y produce significados (la negociación se da cuando se reflexiona sobre lo que ve o percibe). En la recepción “existe una indudable circularidad entre emisor (construye el mensaje) y receptor en el proceso de comunicación; existe igualmente una incesante corriente de retroalimentación entre los mensajes y los receptores, sin la cual, el proceso no podría producirse ni mantenerse”⁴⁵.

“La recepción se considera como un proceso múltiple y contradictorio, donde entran en juego una variedad de mediaciones determinadas tanto por las relaciones sociales en las que está inserto el sujeto, como por su posición social, cultural e histórica”⁴⁶.

Ahora bien, la recepción crítica (RC) surgió por la preocupación de la influencia de los medios masivos de comunicación, específicamente con la televisión. La RC parte de la idea de que ningún mensaje es transparente, sino que todos tienen algún sentido, por algo fueron contruidos. La finalidad es crear en los receptores una actitud crítica hacia los medios, donde dichos individuos aprendan a tomar distancia de los mensajes a los cuales están expuestos, donde sean capaces de elegir lo que verdaderamente les aportará algo significativo en sus vidas, un espacio que les permita ser reflexivos, identifiquen el contenido de calidad, resignifiquen, conozcan cómo se crea cada medio masivo de comunicación, sepan el lenguaje que engloba al medio y en este caso a las TICS, etc. “quienes disponen de varios lenguajes y prácticas para significar la realidad, tienden a ser más activos, selectivos y discrepantes ante las proposiciones televisivas”⁴⁷. Y viceversa, si eres crítico para los medios, serás crítico para diversos aspectos de la vida. El proceso de RC lleva consigo la percepción, asimilación y apropiación de los mensajes.

⁴⁵ Blanco, Desiderio. Op.Cit. p.31. Apud, Juárez, Rosa. Op.Cit.

⁴⁶ Charles, Mercedes. Orozco Guillermo. Hacia una lectura crítica de los medios. Trillas, México, 2005.

⁴⁷ Fuenzalida, Valerio, televisión. Padres e hijos, CENECA, ediciones paulinas, Chile, 1984. Apud, Juárez, Rosa. Op. Cit.

La formación de receptores críticos para los medios se vuelve indispensable si tomamos en cuenta que los medios masivos de comunicación, al menos en el contexto mexicano, en su gran mayoría son de carácter comercial, más que educativo, incluyen un alto contenido mercantil, político y de manera general son tendenciosos en cuanto a la información que presentan.

“La recepción crítica no se centra en el texto sino en el sujeto que, al interpelar los textos, se pregunta por sí mismo, por el lugar que ocupa en relación con los demás. Esta acción de interrogación posibilita la conciencia sobre sí mismo, sobre su mundo, y la posibilidad de modificarlo y modificarse (...) Desnaturalizar los medios masivos de comunicación y las distintas tecnologías de la información y la comunicación, la interacción que sostenemos con ellos y los contenidos que consumimos, es la primera tarea en pos de una interacción crítica con los medios y tecnologías de la comunicación”⁴⁸. Consideramos que desnaturalizar implica darse cuenta que diversos mensajes de los medios están contruidos pero nos los hacen ver como si fueran naturales.

El sujeto es activo en el proceso de comunicación cuando muestra interés por analizar los mensajes de los medios, cuando se permite ser más creativo, crítico y por ende reflexivo, también cuando descifra el contenido ideológico de los diversos discursos. Es necesario que sepan desde qué punto de vista se construyen los mensajes hegemónicos.

El sujeto se construye socialmente y así como acostumbra a ver televisión, también puede aprender a ser reflexivo, claro ello depende de la formación familiar principalmente y escolar, ya que ambas junto con la televisión forman parte de la educación del niño, de la construcción de conocimiento y de su capital cultural, aunque desde diferente perspectiva. En muchas ocasiones el niño pasa más horas frente al televisor que en la escuela, por ello la televisión compite con la escuela y la familia.

⁴⁸ Repoll, Jerónimo. Op.Cit, 2008.

Como lo dice Guillermo Orozco: El niño como televidente no nace, se hace⁴⁹. Siguiendo a Orozco, los niños recuerdan con mayor claridad los personajes de caricaturas que a los presidentes de México, así como los *slogans* televisivos en vez de frases famosas de personajes de la historia. Se aprende con o sin la intención explícita de aprender y se aprende con o sin la conciencia inmediata de que se ha aprendido.

De acuerdo al INEGI⁵⁰ en México en el año 2010, el 81.5% de los hogares mexicanos tenía televisión análoga, mientras que el 13.2% televisión digital. Lo cual quiere decir que la mayoría (94.7%) de los hogares mexicanos cuentan con televisor.

La Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales (2005), organizada por el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes (CONACULTA) aplicada a 4050 personas de 15 años o más en 27 estados de la república mexicana, arrojó que: el 95.5% de los entrevistados acostumbra ver televisión. El 48.9% ve televisión de dos a menos de cuatro horas diarias, el 26.8% lo hace más de cuatro horas y el 19.8% menos de dos horas diarias.

La encuesta también indica que, en promedio las mujeres ven más tiempo la televisión: el 29.8% de ellas lo hace cuatro o más horas al día. La proporción más alta es con las amas de casa y los estudiantes.

Aproximadamente dos terceras partes de quienes encienden la televisión (68.7%) lo hacen específicamente para ver un programa que les gusta, el 28.4% lo hacen para ver qué están pasando y 2.9% para no sentirse solo.

Los noticieros encabezan las preferencias de quienes ven la televisión, con 49.5%, seguidos de las telenovelas con 39.2%, las películas mexicanas con 24.4%, los deportes con 24.3% y películas extranjeras con 22.5%.

⁴⁹ Orozco, Guillermo. El niño como televidente no nace, se hace. Edit. Trillas, México. 2005.

⁵⁰ INEGI. Encuesta sobre la disponibilidad y uso de las tecnologías de la información 2010, México, tomado de <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/modutih10.asp>, consultado el 15 de diciembre de 2010.

Aproximadamente una de cada cuatro personas manifiesta ver algún canal cultural. Los motivos expresados por quienes no ven canales culturales tienen que ver con la falta de información, con la falta de interés y con la dificultad de acceso.

La investigación revela que los medios electrónicos, como la televisión y la radio, son los que poseen mayor cobertura y penetración; a diferencia de lo que ocurre con los medios escritos, como el periódico, las revistas, los libros y las historietas, los cuales tienen una presencia menor.

SUBCAPÍTULO 4.3.2.- EDUCAR PARA LOS MEDIOS: TELEVISIÓN E INTERNET

“Educar para los medios es problematizar lo que no es visto como problema y desideologizar lo que sólo es visto como ideología sin que se pierdan las dimensiones de entretenimiento y de modernidad que son fundamentales para el hombre predominantemente urbano y solitario de hoy”⁵¹. José Manuel Morán

Educar para los medios, implica entender qué es lo que está diciendo el medio y qué de eso es verdad, también implica cómo se le da sentido a la realidad, pero además cómo los medios y las nuevas tecnologías hacen que se le de otro sentido a la realidad. “Una educación en medios propone analizar la manera en que la cultura mediática construye identidades a través de representaciones, en un abordaje que incluye una lectura ideológica del discurso. (...) los medios, como sistemas de representación, construyen lugares y espacios desde donde los individuos pueden ubicarse y hablar”⁵².

Para poder formar individuos críticos en su interacción con los medios, se necesita conocer al medio, al mensaje y al emisor, qué lugar ocupan los medios en la sociedad,

⁵¹ Moran, José Manuel. ¿Por qué educar para la comunicación?, Edit. De la torre, España, 1996.

⁵² Morduchowicz, Roxana. A mí la tele me enseña muchas cosas. La educación en medios para alumnos de sectores populares, Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México, 2001, p.91.

también implica conocer cómo se realizan los programas, verificar si el propietario de algún medio de comunicación está relacionado económicamente con otras empresas, cuál es el objetivo de su empresa o institución, si tienen alguna relación con algún partido político, si cumple con sus objetivos, los contenidos, entre otros. Ello es un comienzo que dará un perfil, para saber quién es el emisor y qué se espera del receptor.

Sin embargo, Morduchowicz⁵³ dice que se necesita analizar los códigos y las convenciones del lenguaje, y las estructuras narrativas que utilizan los medios de comunicación para producir significados. Los medios de comunicación utilizan siempre determinados lenguajes, códigos, convenciones y maneras de narrar para dar sentido a los mensajes que presentan a sus receptores, pues la imagen, las palabras, el sonido no son elementos neutros. Acompañan propósitos y obedecen a decisiones especialmente pensadas por el emisor. El lenguaje de los medios tiene siempre una intención. Los medios ofrecen representación de los hechos y no verdades absolutas.

Entonces se vuelve necesario que el sujeto no sólo reciba el mensaje sino que lo resignifique, lo que quiere decir que debe interpretar lo que se le dice de modo particular y crítico para comprender el mundo, así como deconstruir las ideas, es decir, ir modificando o eliminando lo construido socialmente, (pero que se contempla como natural o mejor dicho naturalizado, es decir son convenciones sociales) y que aqueja a la misma sociedad, así como ir adquiriendo mayor conciencia de sí mismo y del entorno, ya que finalmente el sujeto va a estar expuesto al medio.

Cuando se habla de educar para los medios, consideramos que se debe poner más énfasis en la televisión, ya que posee gran capacidad de llegar a un sector más amplio de la población. La mayoría de la población mexicana tiene acceso a un televisor en casa, incluso hasta en los negocios o lugares de trabajo, ésta es la principal fuente de información. En tal sentido estamos de acuerdo con Ferrés cuando dice que “la televisión se ha convertido en el fenómeno cultural más impresionante de la historia de

⁵³ Morduchowicz, Roxana. Op.cit., 2001.

la humanidad, es la práctica para la que menos se prepara a los ciudadanos y la que mayor se practica”⁵⁴.

En el contexto mexicano, los *reality shows*, programas de nota rosa, los programas dedicados al drama, al entretenimiento, captan inmediatamente la atención de las audiencias. Éste medio básicamente conquista a la audiencia mostrando lo que ellos quieren que veamos, distorsionando la realidad, pero consideramos que a la audiencia parece no interesarle, ¿será que no se dan cuenta o realmente desconocen cómo tomar distancia de los medios masivos de comunicación y de los mensajes que emiten? como dice Guillermo Orozco, “dime qué ves y te diré qué es lo que te gusta y, por tanto, desde dónde escuchas, miras y sientes”⁵⁵.

Es muy fácil que la televisión enganche a los niños, pues les proporciona entretenimiento y diversos juegos, de los cuales el niño toma lo que le parece interesante y divertido, sin darse cuenta que tal vez en ese momento puede estar consumiendo mensajes manipulados que ve como normales. Claro que cada receptor decodifica el mensaje de manera diferente de acuerdo a su capital cultural. “Los niños construyen su realidad a partir de programas que ven, debido a que pasan más tiempo frente a ese aparato que en las escuelas. Los niños de cuatro a siete años ven en promedio mil horas de televisión al año, mientras que a clases sólo asisten 820, en tanto que en el rango de edad de ocho a catorce, el tiempo se incrementa hasta mil 400 horas, y sólo pasan 900 en la escuela”⁵⁶.

Son muchos quienes ven televisión y pocos quienes de alguna manera deciden qué es lo que ven, es decir, escogemos de lo que hay, más no de lo que nos gustaría que hubiera en la programación televisiva. Es casi imposible volverse productor de un medio masivo de comunicación, a menos que se cuente con el capital económico suficiente,

⁵⁴ Ferrés, Joan. Op.Cit., 1994.

⁵⁵ Orozco, Guillermo. Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la televidencia y sus mediaciones. Revista Iberoamericana de educación. Número 27, España, 2005.

⁵⁶ Olivares, Emir. México: prefiere 86% de niños ver la tele que ir a la escuela, Periódico La Jornada, México, 2008.

de otra forma la opción viable es escoger aquello que aporte algo positivo, se encuentre sustentado, argumentado, sea verídico, sin juicios de valor, con ética y respeto hacia la audiencia. Sin embargo, con el Internet es diferente ya que podemos crear propios textos, en pocas palabras, tenemos la opción de ser creadores y no sólo receptores.

Se debe estimular a los niños para que sepan elegir un buen programa de televisión o sitio web, a deconstruirlo, evaluar lo que ven, a cuestionarse el porqué de los programas y/o sitios, a saber quién comunica, desde qué perspectiva, con qué objetivo, entre otras cosas. “Una educación en medios no busca transformar el capital o los consumos culturales, sino explorar la relación que los chicos establecen con el mundo (escolar y no escolar) y enseñar a desnaturalizar las representaciones que lo construyen, cuya comprensión afectará ciertamente la percepción que tienen del universo, su mirada sobre la realidad y su actitud ante el conocimiento”⁵⁷.

La televisión ha invadido cada uno de los hogares, de ahí la necesidad de que los niños tengan los conocimientos sobre éste medio para que saquen lo mejor de éste. La televisión llega a cualquier espacio que el niño recorre, es decir al siguiente día de ver televisión comenta en la escuela con sus compañeros lo que vio, juegan a imitar personajes, platican sobre algún programa que les pareció interesante, etc. Los receptores ven, escuchan, hablan, aprenden, sienten, comparan la televisión, a esto Guillermo Orozco⁵⁸ lo considera como televidencia, es decir la interpretación que se da. Televidencia también se da en el antes, durante y después de la recepción televisiva. El antes se da al decidir prender la televisión, para qué se prenderá, cómo verla, cuándo apagarla, qué canal ver, a cuál cambiar, entre otros. También implica la identidad del individuo, es decir, quién es quien está viendo la TV. El durante, se lleva a cabo cuando el sujeto se expone al medio como tal y el después, cuando lo visto llega a parques, escuelas, centros comerciales a través de las voces y vivencias de los receptores.

⁵⁷ Morduchowicz, Roxana. Op.Cit., 2001, p.94-95.

⁵⁸ Orozco, Guillermo. Op.cit. 2005.

La televidencia no sólo se da de manera de individual, sino que están inmersas en el contexto social de cada individuo y por ende en una cultura. La mediación es desde dónde está parado el sujeto, influye el género sexual, edad, raza, religión, familia, nivel educativo, el conocimiento que tenga, el si está solo o no cuando se expone al medio, etc. la mediación no sólo proviene del sujeto sino también de los medios, con los géneros, los mensajes, las fuentes.

Las mediaciones son situaciones debido a que, existen distintos escenarios en donde se mueve el receptor, ejemplo en la sala familiar no es lo mismo que el sujeto vea sólo la televisión o acompañado, pues en el primer caso no tendrá con quien comentar lo que ve o piensa, por lo tanto pondrá más atención en el medio televisivo y éste puede lograr captar más su atención, pues no hay alguien que lo interrumpa ni dialogue con él. En el caso de Internet es diferente ya que si está en un *blog* o *chat* puede interactuar de diferente forma, mientras platica puede bajar videos, escuchar música, estar instalando un *software*, leyendo algún artículo, etc., es decir, el usuario es más activo.

Por ello, es importante educar para la televisión y para el Internet. En esta red se pueden encontrar diversos sitios, desde aquellos que están sustentados, son serios, citan sus fuentes, hasta aquellos que son escritos sin ninguna seriedad, con faltas de ortografía, con información falsa. Para ello es importante preparar a los usuarios para que conozcan los sitios y los sepan manejar de una forma consciente, a que desnaturalicen y comiencen a construir sus propias ideas, a que creen nuevos significados. Además de que los usuarios necesitan herramientas para navegar y poder jerarquizar la vasta información, evaluar la credibilidad y calidad de los textos a los que tienen acceso. Crear un pensamiento reflexivo y crítico permitirá que nuestras elecciones en la red sean verdaderamente útiles. Leer críticamente en Internet implica acceder a la red, investigar, interpretar, darle sentido, significado.

Es de suma importancia preparar a los niños críticamente para Internet, pues el contenido es tan variado, necesitan conocer su realidad, saber las gratificaciones y consecuencias que deja navegar en la red, pues no todo el tiempo los padres acompañan a los niños en su paso por la red. Lo más preocupante es que puedan ser

víctimas de acoso sexual, de pornografía infantil o algún tipo de amenaza por parte de cibernautas, pues de acuerdo a datos del IFAI (Instituto Federal de Acceso a la Información Pública), “la explotación sexual de niñas, niños y adolescentes en la red ocupa el tercer lugar en la lista de delitos cibernéticos a nivel mundial, sólo antecedida por los fraudes y las amenazas⁵⁹”.

Así como en la vida real buscamos protegernos, de la misma manera la debemos buscar en la red, pero desafortunadamente “los nuevos servicios digitales conllevan el amplio riesgo de que los derechos garantizados en el espacio público del mundo real tengan que ser subcontratados a intereses privados en la esfera virtual, provocando entre los individuos la necesidad imperiosa de tener que comprarlos como servicios, en lugar de disfrutar de ellos como libertades civiles inalienables⁶⁰”.

“Ser usuario crítico significa aprender a establecer juicios para evaluar la credibilidad de la información cuando se enfrente ante un sitio web y poder ir más allá de estos juicios. Convertirse en un hiperlector es estar dispuesto a desconfiar de los criterios y objetivos existentes o manifiestos [en la red de redes], y a estudiar en qué grado dependen del contexto o del diseño manipulado. Refiere a personas con competencias para actuar de manera flexible, reflexiva y creativa en la reestructuración e interpretación de cualquier entorno de información y comunicación, en lugar de limitarse a aceptarlos o rechazarlos indiscriminadamente⁶¹”.

⁵⁹ IFAI. Urge el IFAI a adoptar medidas que favorezcan la navegación segura de infantes en las redes sociales de Internet. México, 2010. Tomado de www.ifai.org.mx/descargar.php?.../publicaciones/...ComunicadoIFAI017, consultado el 24 de marzo de 2010.

⁶⁰ Rifkin, J. The Age of Access. The New Culture of Hypercapitalism Where All of Life is a Paid-For Experience. NY, Putnam, 2000.

Rotenberg, M. Protecting Human Dignity in the Digital Age. París, Unesco, 2000. Apud, Frau-Meigs, Divina. El vínculo entre educación para los medios y derechos humanos: una necesidad y una oportunidad. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, N.1, enero-Abril 2011. Tomado de <http://derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num1/8-educacion.pdf>

⁶¹ Fainholc, Beatriz. Lectura crítica en Internet. Análisis y utilización de los recursos tecnológicos en educación, Argentina, 2004.

Es indispensable que para lograr una lectura crítica en Internet, el usuario opine sobre la información que se encuentra en la red, la discrimine, participe en la creación, desarme las ideologías de los encargados de evaluar los textos en Internet, se apropie del lenguaje virtual, compruebe la veracidad, vaya al fondo del texto, use buscadores apropiados, recree el sentido de los textos, los reinterprete, haga relaciones entre los textos, sea objetivo, imparcial, investigue a los autores tanto del sitio como de los textos, que sepa quién le está diciendo qué y con qué fin. Internet además de ser tecnología y medio de comunicación es un agente socializador, el cual si se usa adecuadamente puede servir de mucho en la educación.

“En cuanto a estos dos medios de comunicación masiva mencionados, el periodista y asesor mediático norteamericano Don Tapscott, establece una oposición directa entre la televisión e Internet. Señala que mientras la televisión se interpreta como un medio pasivo, la red en cambio se ve como un medio activo; la televisión transmite una visión particular del mundo, mientras que la red es interactiva; la televisión aísla, mientras que la red crea comunidades”⁶².

⁶² Castillo, Carmen. Op. Cit.

CAPÍTULO 5.- PROPUESTA EDUCATIVA PARA LA FORMACIÓN DE INDIVIDUOS CRÍTICOS

A continuación daremos una descripción del método que utilizamos para lograr nuestro objetivo. Antes que nada entenderemos al método como una palabra que “proviene del término griego *methodos*, significa camino o vía y se refiere al medio utilizado para llegar a un fin. La metodología es el instrumento que enlaza al sujeto con el objeto de investigación, sin la metodología es casi imposible llegar a la lógica que conduce al conocimiento científico.

En cuanto a las técnicas, de manera general existen: la técnica documental o de investigación y la técnica de campo. La primera se refiere a la recopilación de información, ideas, argumentos, teorías que sustenten la investigación, etc. Mientras que la segunda, permite la observación, participación y contacto con el objeto de estudio, lo cual es indispensable para confrontar la base teórica⁶³.

Esta investigación está basada en los enfoques cuantitativo y cualitativo. En la presente empleamos la encuesta para saber de qué manera los niños interactúan con los medios, cuál es el uso que hacen y la gratificación que buscan y obtienen, saber si los niños saben diferenciar entre lo que presenta la televisión y la vida real, entre otras. La finalidad es entender el contexto donde se producen dichas interacciones, entender a los actores sociales y saber de manera clara y precisa el camino para convertirlos en individuos críticos capaces de diferenciar un mundo complejo y cambiante de la realidad que se nos muestra de manera parcial con la televisión y las TICS.

⁶³ La definición de método y sus tipos fue tomado de <http://definicion.de/metodo/>, consultado el 13 de noviembre de 2009.

Para lograr el objetivo de fomentar el desarrollo de una mirada crítica hacia los medios, se propone realizar un taller, con contenido de calidad y lúdico, ejemplificándoles a los niños de manera clara y divertida lo que es y representa ser una persona crítica. El taller está dirigido a niños de educación primaria.

Nuestras categorías de análisis parten de tres ejes fundamentales:

1. El contexto social en donde se desarrollan las interacciones sociales, tomando en cuenta factores como: nivel educativo, acceso a la información, grado escolar, horas de acceso a los medios masivos de comunicación y a las TICS.
2. El contexto familiar, abordando particularmente aspectos como el aprendizaje previo a la formación académica y las prácticas sociales dominantes en la familia: ver televisión, ir al cine, etc., con el objetivo de determinar gustos y preferencias en el consumo de medios.
3. El entorno escolar, donde nos enfocaremos a descubrir si los individuos en etapa escolar y en plena formación aplican sus conocimientos en pro de su propia educación, si lo enseñado en la escuela es de verdadera importancia para ellos y si lo que aprenden fuera del aula de clases es complementario para su formación o es una barrera.

| EJES DE ANÁLISIS | APLICACIÓN |
|--------------------------|---|
| Contexto social | Lo abordamos en el cuestionario al conocer diversos aspectos de sus vidas, y también durante el taller al hablar del tema de los medios masivos y las Tics. |
| Contexto familiar | Al término del temario de la televisión, los niños expusieron a sus padres cada tema visto durante el taller. |
| Contexto escolar | Se abordó al impartir el taller en una escuela primaria pública. |

Resulta entonces indispensable desarrollar una serie de ejercicios creativos y dinámicos para lograr despertar el interés de los individuos, su capacidad de reflexión y de creatividad al enfrentarlos a problemas de la cotidianidad. Ponerlos en contacto con sus propios sentidos, con miras hacia despertar su capacidad de conocerse a sí mismos y el medio que los rodea.

Como hemos observado a lo largo de los últimos cuarenta años el interés por una recepción crítica se ha ido incrementado notablemente en materia educativa en México, y sobre todo ha cobrado gran fuerza la manera y el modo de cómo se interrelacionan y complementa la escuela y los medios masivos de comunicación, sin embargo no ha sido suficiente. La formación de los individuos habrá de observarse como un proceso que los medios masivos de comunicación complementan a favor o en contra y, de manera general, se establece el nexo existente y creciente de múltiples visiones entorno a éste hecho de nuestra vida contemporánea, debido a que vivimos en

un mundo de gran facilidad al acceso a la información y es innegable la presencia de los medios de comunicación en la vida cotidiana.

SUBCAPÍTULO 5.1 PROPUESTA EDUCATIVA PARA EL USO CRÍTICO DE LA TV

Una de las situaciones importantes que queremos destacar es que al impartir el taller no se tendrá la función de un profesor autoritario, esto quiere decir que se debe estar abierto a que los niños aprendan del tallerista y viceversa. Se pretende eliminar la idea de que el profesor es el que siempre tiene la razón, se trata de hacer partícipes a los niños en todo momento, que se sientan libres, que no exista una mala competencia por ver quién es el más sobresaliente, que tengan libre expresión pero sin faltar al respeto a los demás, se les permitirá la equivocación o el error, finalmente todos estamos ahí para aprender, no se trata de memorizar la información sino de aprender y reflexionar. Por todo lo ya mencionado desde el inicio de esta investigación, es indispensable que para cumplir los objetivos se vaya a la práctica ya que de lo contrario no será suficiente el discurso.

Las siguientes sesiones del taller comprenden las actividades con el contenido temático, el cual se impartirá⁶⁴ hora y media diaria. Primero mencionaremos las actividades de la televisión y posteriormente pasaremos a las actividades de Internet.

Todos los días, al término del taller, se le pedirá al niño que responda a la pregunta, **¿Qué aprendí hoy?**, (esto aplica a partir de la actividad dos en adelante).

⁶⁴ Las actividades de la propuesta metodológica están escritas en futuro, para que talleristas y/o personas interesadas en esta temática puedan aplicar esta propuesta, y tomarla como un manual de educación para los medios.

El orden en el que se impartirán los ejercicios del taller será el siguiente:

ACTIVIDADES:

1. Presentación del taller. Conocer los usos y gratificaciones de los niños.
2. Definición de comunicación, tipos, modelo comunicativo e importancia de comunicarse.
3. Historia breve de los medios de comunicación.
4. Historia de la TV.
5. Prende la TV y apaga tu vida.
6. Sin ver ni oír frente a la TV
7. Los géneros televisivos.
8. Construyendo la realidad
9. Publicidad y consumo
10. Censurando la publicidad televisiva
11. Construcción de estereotipos
12. Derechos de la comunicación.
13. Violencia en la TV.
14. Diferencias entre TV educativa y TV de entretenimiento
15. Televidente obsesivo/ Un día sin ver TV
16. Cómo hacer TV (plan de producción)
17. Quién hace qué en la TV
18. Manos a la obra, hagamos Televisión.
19. Evaluación

Después de mencionar a manera de lista los ejercicios, se pasará a desglosarlos tal cual se desarrollarán en el taller. Cabe señalar que la duración de cada ejercicio es variable, de manera que se pueden aplicar varios ejercicios durante la hora y media diaria en la cual se habrá de impartir el taller.

TEMA: USOS Y GRATIFICACIONES.

Objetivos: El tallerista presentará los objetivos del taller.

Conocer usos y gratificaciones de los niños, respecto a la TV.

Duración: 1 hora.

Recursos: Fotocopias de cuestionarios de usos y gratificaciones, de ocio-cultura y de datos sociodemográficos.



Actividad: Los talleristas pedirán a los niños que hagan un círculo (lo que permite tener contacto visual directo, mayor diálogo y confianza), de esta manera se trabajará en la mayoría de las sesiones. Luego, se presentarán ante los niños, mencionarán quiénes son, qué hacen y cuál es el objetivo de impartirles el taller. Posteriormente los niños se presentarán, para ello se armarán equipos de dos personas, platicarán por equipo sobre su nombre, edad, dónde viven, y qué programas de televisión ven. Después de esto, uno presentará al otro y viceversa.

Terminada la presentación de ambos, los talleristas entregarán el siguiente cuestionario para conocer cómo son televidentes, qué tipo de consumo televisivo tienen, qué gratificación buscan, etc. Dicho cuestionario se contestó junto con los niños pregunta por pregunta, así como llevarlas a debate, aclarar dudas y conocerlos de mejor manera.

INSTRUCCIONES: TACHA EN EL PARÉNTESIS (X), LA OPCIÓN QUE ELIJAS.

1.- ¿A qué género perteneces?

A) Hombre ()

B) Mujer ()

2.- ¿En cuál rango de edad te encuentras?

A) De 11 a 12 años ()

B) Más de 12 años ()

3.- ¿Cuál medio de comunicación utilizas para informarte? **Puedes elegir más de uno.**

A) La televisión ()

B) La radio ()

C) Los periódicos ()

D) Internet ()

E) Otro: especifica_____

4.- ¿Te gusta asistir a la escuela? **Elige una opción.**

A) Siempre ()

B) Casi siempre ()

C) Algunas veces ()

D) Casi nunca ()

E) Nunca ()

5.- Te gusta, porqué: **Puedes elegir más de una opción.**

A) Me divierto ()

B) Aprendo ()

C) Me educa ()

D) No me aburro ()

E) Me informa ()

6.- ¿Te gusta ver televisión? **Elige una opción.**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

7.- Te gusta, porque? **Puedes elegir más de una opción.**

- A) Me divierto ()
- B) Aprendo ()
- C) Me educa ()
- D) No me aburro ()
- E) Me informa ()

8.- ¿Cuál televisión de paga tienes? **Puedes elegir más de una opción.**

- A) Más TV ()
- B) Dish ()
- C) Sky ()
- D) Cablevisión ()
- E) No tengo televisión de paga ()
- F) Otro

Especifica _____

9.- ¿Durante la semana cuál es tu momento favorito para ver la televisión? **Elige una opción.**

- A) Por la mañana ()
- B) A medio día ()
- C) Por la tarde ()
- D) Por la noche ()

10.- ¿Por qué te gusta ese horario? **Puedes elegir más de una opción.**

- A) Porque pasan cosas divertidas y entretenidas ()
- B) Porque sólo a esa hora puedo ver la televisión ()
- C) Porque pasan cosas prohibidas para menores ()
- D) Porque no tengo nada que hacer ()
- E) Porque me educa e informa ()

11.- ¿Qué tipo de programas acostumbras a ver? **Puedes elegir más de una opción.**

- A) Caricaturas ()
- B) Deportes ()
- C) Películas ()
- D) Noticiarios ()
- E) Telenovelas ()
- F) Musicales ()
- G) Educativos ()
- H) Otros (especifica) _____

12.- ¿Aproximadamente, cuántas horas al día ves televisión? **Elige una opción.**

- A) De media hora a 1 hora ()
- B) De 1 a 2 horas ()
- C) De 3 a 4 horas ()
- D) De 5 a 6 horas ()
- E) Más de 6 horas ()

13.- ¿En qué momento ves televisión los FINES DE SEMANA? **Elige una opción.**

- A) Por la mañana ()
- B) A medio día ()
- C) Por la tarde ()
- D) Por la noche ()

14.- ¿En sábado y domingo cuántas horas en total ves televisión? **Elige una opción.**

- A) De media hora a 1 hora ()
- B) De 1 a 2 horas ()
- C) De 3 a 4 horas ()
- D) De 5 a 6 horas ()
- E) De 6 a 7 horas ()
- F) Más de 7 horas ()
- G) Los fines de semana no veo televisión ()

15.- ¿En general crees que ves mucha televisión? **Elige una opción.**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

16.- ¿Cuáles son tus canales preferidos en TV abierta? **Puedes elegir más de una opción.**

A) 2 ()

G) 13 ()

B) 4 ()

H) 22 ()

C) 5 ()

I) 28 ()

D) 7 ()

J) 34 ()

E) 9 ()

K) 40 ()

F) 11 ()

L) Otro, _____

17.- Son tus canales preferidos por qué: **Puedes elegir más de una opción.**

A) Me divierten ()

B) Aprendo ()

C) Me educan ()

D) No me aburro ()

E) Me informan ()

18.- ¿Los programas educativos y/o culturales te gustan? ¿Por qué?: **Puedes elegir más de una opción.**

A) Me divierten ()

B) Aprendo ()

C) Me educan ()

D) No me aburro ()

E) Me informan ()

F) Ese tipo de programas no me gustan ()

19.- ¿Cuáles son tus programas preferidos? **Menciona 2**

1.- _____ 2.- _____

20.- Son tus programas preferidos porqué: **Puedes elegir más de una opción.**

A) Me divierten ()

B) Aprendo ()

C) Me educan ()

D) No me aburro ()

E) Me informan ()

21.- ¿Qué otro tipo de actividad haces mientras ves la televisión? **Puedes elegir más de una opción.**

A) Como ()

B) Hago la tarea ()

C) Nada, únicamente veo la televisión ()

D) Juego ()

E) Otro:

Específica_____

22.- ¿Acostumbras a ver la TV solo(a) o acompañado(a)? **Elige una opción.**

A) Solo(a) ()

B) Acompañado(a) ()

23.-En caso de que la veas acompañado, ¿quién(es) te acompaña(n)? **Puedes elegir más de una opción.**

A) Mi papá o mamá ()

B) Mis abuelos ()

C) Mis tíos ()

D) Otras personas, específica_____

24.- ¿Cuándo ves la televisión con alguien, comentan lo que ven? **Elige una opción.**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

25.- Cuando ves la televisión acompañado ¿Quién escoge la programación? **Puedes elegir más de una opción.**

- A) Mi papá mamá ()
- B) Mis abuelos ()
- C) Yo ()
- D) Mis tíos ()
- E) Otras personas, específica _____

26.- ¿Qué género televisivo NO te gusta y por qué? **Puedes elegir más de una opción.**

- A) Caricaturas ()
 - B) Reportaje ()
 - C) En vivo ()
 - D) Noticiarios ()
 - E) Reality show ()
 - F) Entrevista ()
 - G) Video clip ()
 - H) Ficción ()
- No me gustan porque _____

27.- Cuando ves la televisión te sientes: **Puedes elegir más de una opción.**

- A) Feliz ()
- B) Ofendido ()
- C) Triste ()
- D) Enojado ()
- E) Sorprendido ()
- F) Aburrido ()

28.- ¿Crees que la televisión te dice la verdad de lo que pasa en tu país y en el mundo?
Elige una opción.

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

29.- ¿Crees que los comerciales te dicen la verdad? **Elige una opción.**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

30.- ¿Para ti qué tiene de malo la televisión? **Puedes elegir más de una opción.**

- A) No me enseña nada importante ()
- B) Algunos programas dicen mentiras ()
- C) Algunos programas ocultan información ()

- D) Muestra violencia ()
- E) Yo creo que la TV no tiene nada de malo ()
- F) Otro, específica_____

31.- ¿Para ti qué tiene de bueno la televisión? **Puedes elegir más de una opción.**

- A) Es divertida ()
- B) Enseña cosas importantes ()
- C) Siempre dice la verdad ()
- D) Todo lo que pasan ahí es real ()
- E) Puedo conocer lo que sucede en mi país y en otras partes del mundo ()
- F) Otro, específica_____

32.- ¿Para qué utilizas la información que ves en la televisión?

- A) Para conocer más la realidad ()
- B) Para conocer la realidad que no conocía ()
- C) Para complementar lo que leí, vi o escuché en otro lado ()

33.- ¿Comparas lo que ves en la televisión con lo que aprendes en la escuela? **Elige una opción.**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

34.- ¿Cuál crees que sea la diferencia entre la televisión y la escuela? **Elige una opción.**

A) No existe diferencia entre la TV y la escuela ()

B) En la escuela obtengo más conocimientos y en la TV no ()

C) En la TV obtengo más conocimientos y en la escuela no ()

D) La televisión es mejor que la escuela ()

E) La TV y la escuela son los mismos, porque me entretienen y me educan ()

Gracias por responder. Tu ayuda es muy valiosa para nosotros.

Antes de finalizar la sesión de ese día, se les pedirá a los niños que lleven a su casa el siguiente cuestionario, y lo regresen respondido para la siguiente sesión.

Pensamos en desarrollar el cuestionario con el fin de conocer diversos aspectos en la vida de los individuos. Cabe señalar que está dividido en dos partes. El apartado del **perfil socioeconómico**, lo contestarán los niños con ayuda de sus padres, siendo ellos los más adecuados en responder el tipo de datos que se pide. En cuanto al apartado de **ocio y cultura** lo responderán los alumnos en su casa.

DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

¿Dónde vives?

Colonia: _____

Delegación o municipio: _____

INSTRUCCIONES: Contesta a cada una de las preguntas, tachando dentro del paréntesis (x) la opción que elijas.

1.- Cuántas personas viven en tu casa incluido tú:

A. De 2 a 5 ()

B. De 5 a 8 ()

C. Más de 8 ()

2.- Cuál es el grado escolar de tu papá:

A. Primaria ()

B. Secundaria ()

C. Preparatoria ()

D. Universidad trunca ()

E. Universidad terminada ()

F. Posgrado ()

3.- Cuál es el grado escolar de tu mamá:

A. Primaria ()

B. Secundaria ()

C. Preparatoria ()

D. Universidad trunca ()

E. Universidad terminada ()

F. Posgrado ()

4.- A qué se dedica tu papa:

- A. Es obrero ()
- B. Tiene negocio propio ()
- C. Empleado del gobierno ()
- D. Otro, especifica _____

5.- A qué se dedica tu mamá:

- A. Es ama de casa ()
- B. Es obrera ()
- C. Tiene negocio propio ()
- D. Empleada de gobierno ()
- E. Otro () especifica _____

6.-Cuál es el ingreso mensual promedio en tu familia:

- A. De \$2,000 a \$ 3500 ()
- B. De \$3,600 a \$ 5,000 ()
- C. De \$5,100 a \$6,500 ()
- D. De \$6,600 a \$8,000 ()
- E. De \$8,100 a \$9,500 ()
- F. Más de 10, 000 ()

7.- Tu vivienda es:

- A. Propia ()
- B. Rentada ()
- C. Prestada ()

8- La vivienda está:

- A. Terminada ()
- B. En obra negra ()
- C. Otro ()

9.- De qué material está construida tu casa: **Puedes elegir más de una opción.**

- A. Cemento ()
- B. Madera ()
- C. Tabique ()
- D. Cartón ()
- E. Lámina de asbesto ()
- F. Lámina de cartón ()
- G. Lámina de metal ()

10.- Tienes recámara propia:

- A. Sí ()
- B. No ()

11.- Cuántos cuartos en total tiene tu casa (*sin contar baños, pasillos, garaje y zotehuela*)

- A. Sólo 1 ()
- B. De 2 a 5 ()
- C. De 5 a 8 ()
- D. Más de 8 ()

12.- Cuál de los siguientes aparatos tienes en tu casa: **Puedes elegir más de una opción.**

A. Televisión ()

B. Computadora ()

C. Cámara web ()

D. Cámara digital de fotos o video ()

E. Consolas de video juego como Xbox, Play Station, Nintendo Wii, etc. ()

13.- Cuántos televisores hay en tu casa:

A. 1 ()

B. De 2 a 3 ()

C. De 4 a 5 ()

D. Más de 5 ()

E. No tengo televisión ()

**LOS DATOS PROPORCIONADOS SERÁN TOTALMENTE CONFIDENCIALES Y
USADOS EXCLUSIVAMENTE PARA CUESTIONES ACADÉMICAS.**

OCIO Y CULTURA DEL ALUMNO

INSTRUCCIONES: RESPONDE A CADA UNA DE LAS PREGUNTAS, TACHANDO DENTRO DEL PARÉNTESIS (X) LA OPCIÓN ELEGIDA.

1.- Qué haces en tu tiempo libre: **Puedes elegir más de una opción**

A. Voy al cine ()

B. Hago mi tarea ()

C. Veo televisión ()

D. Navego en Internet ()

E. Juego videojuegos ()

F. Visito a amigos o familiares ()

G. Otro (), especifica _____

2.- Con qué frecuencia sales a jugar a la calle: **Elige una opción.**

A. Siempre ()

B. Casi siempre ()

C. Algunas veces ()

D. Casi nunca ()

E. Nunca ()

3.- En los últimos tres meses con qué frecuencia fuiste al cine: **Elige una opción.**

A. 1 vez ()

B. De 2 a 3 veces ()

C. De 4 a 5 veces ()

D. Más de 5 veces ()

E. No asistí ()

4.- En los últimos tres meses con qué frecuencia fuiste al teatro: **Elige una opción.**

- A. 1 vez ()
- B. De 2 a 3 veces ()
- C. De 4 a 5 veces ()
- D. Más de 5 veces ()
- E. No asistí ()

5.- En los últimos tres meses con qué frecuencia fuiste a algún museo o exposición: **Elige una opción.**

- A. 1 vez ()
- B. De 2 a 3 veces ()
- C. De 4 a 5 veces ()
- D. Más de 5 veces ()
- E. No asistí ()

6.- En los últimos tres meses con qué frecuencia fuiste a ver Ballet o danza: **Elige una opción.**

- A. 1 vez ()
- B. De 2 a 3 veces ()
- C. De 4 a 5 veces ()
- D. Más de 5 veces ()
- E. No asistí ()

7.- En los últimos tres meses con qué frecuencia fuiste a escuchar arte musical (orquesta sinfónica, ópera, etc.): **Elige una opción.**

- A. 1 vez ()
- B. De 2 a 3 veces ()
- C. De 4 a 5 veces ()
- D. Más de 5 veces ()
- E. No asistí ()

8.- En los últimos tres meses con qué frecuencia fuiste al zoológico: **Elige una opción.**

- A. 1 vez ()
- B. De 2 a 3 veces ()
- C. De 4 a 5 veces ()
- D. Más de 5 veces ()
- E. No asistí ()

9.- En los últimos tres meses con qué frecuencia fuiste al parque de diversiones (Six flags, divertido, la feria de Chapultepec, etc.): **Elige una opción.**

- A. 1 vez ()
- B. De 2 a 3 veces ()
- C. De 4 a 5 veces ()
- D. Más de 5 veces ()
- E. No asistí ()

10.- En los últimos tres meses con qué frecuencia fuiste a la biblioteca: **Elige una opción.**

- A. 1 vez ()
- B. De 2 a 3 veces ()
- C. De 4 a 5 veces ()
- D. Más de 5 veces ()
- E. No asistí ()

11.- Cuándo fue la última vez que leíste un libro completo: **Elige una opción.**

- A. Hace menos de 1 mes ()
- B. Hace 2 meses ()
- C. Hace 3 a 5 meses ()
- D. Hace 6 a 8 meses ()
- E. Hace más de 1 año ()

12.- Aproximadamente cuántos libros hay en tu hogar: **Elige una opción.**

- A. De 1 a 10 ()
- B. De 11 a 20 ()
- C. De 21 a 35 ()
- D. De 36 a 50 ()
- E. De 51 a 65 ()
- F. Más de 65 ()

13.- Si no existiera la televisión, qué actividad harías: **Elige una opción.**

A. Realizaría deporte ()

B. Haría mi tarea ()

C. Navegaría en Internet ()

D. Jugaría videojuegos ()

E. Haría quehacer de mi casa ()

F. Visitaría amigos y/o familiares ()

G. Otro (), específica _____

TEMA: COMUNICACIÓN Y MODELO COMUNICATIVO

Objetivo: Los niños conocerán qué es la comunicación, los que tipos hay, la importancia tienen, y cuál es el modelo comunicativo.



Recursos: Fotocopias del modelo de comunicación (siguiente dibujo), tijeras, pegamento, rotafolio, plumones, diurex.

Duración: 1 hora.

Actividad: En esta ocasión, primero se les cuestionará a los niños, en mesa redonda sobre ¿Qué es comunicación?, acercaremos a los niños a las respuestas mediante preguntas. Les hablaremos del modelo de comunicación y su funcionamiento (escritas en rotafolios), el cuál comprende:

Emisor: es quien dice el mensaje.

Receptor: es quien recibe el mensaje.

Mensaje: es lo que se quiere comunicar, es en sí la información.

Canal: es la vía por la cual circula el mensaje. En la comunicación cara a cara es el aire, en los textos, el papel, o también puede ser algún medio de comunicación (radio, TV, Internet).

Código lingüístico: se refiere al idioma. La lengua tiene que ser la misma para que se puedan entender y comunicar.

Contexto: todas las vivencias y lo que lo rodea al humano, tanto social, cultural, religioso, político, etc.

Efecto: la intención con la que se dice el mensaje. Recae en el receptor.

Retroalimentación: se da cuando se recibe respuesta del receptor. En este paso el receptor se convierte en emisor. Sin embargo, la retroalimentación no siempre existe en el proceso de comunicación, al menos no de manera directa.

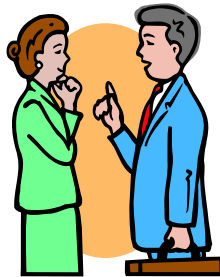
Ruido: son sonidos que entorpecen la comunicación. También pueden ser inequivalencias en el lenguaje, distracciones, etc.

Es indispensable que la mayoría de los componentes existan en el proceso de comunicación, de lo contrario no habrá comunicación.

La comunicación está presente en toda nuestra vida.

Ahora, en equipos de 8 personas, se les entregará a los niños el siguiente modelo de comunicación, se les pedirá que recorten las palabras encerradas en cada cuadro y las peguen en la imagen correspondiente. Además de que marquen con flechas la dirección correcta del proceso de comunicación.

MODELO DE COMUNICACIÓN



RUÍDO

RECEPTOR



CÓDIGO LINGÜÍSTICO

CANAL

RETROALIMENTACIÓN

EMISOR

CONTEXTO

EFECTO

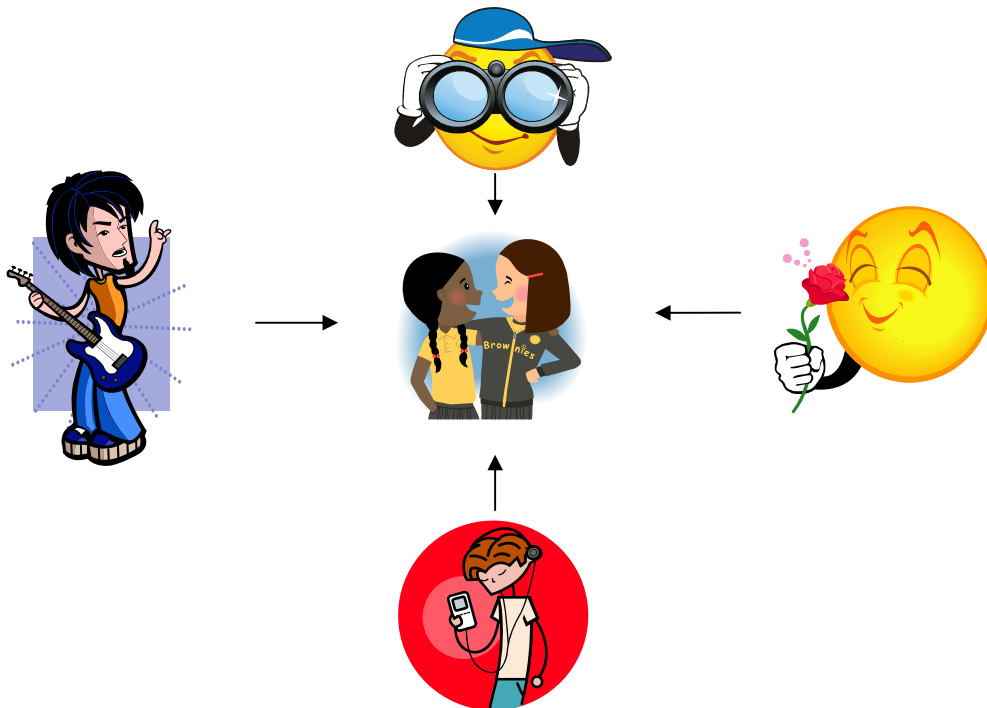
MENSAJE

Como actividad posterior, en equipos de 10 niños, jugarán al teléfono descompuesto para que les quede más claro cómo funciona la comunicación. Al final se les preguntará si en el juego usaron la comunicación o no y por qué. También se les pedirá que mencionen los elementos del modelo de comunicación que usaron durante el juego.

Por último se cuestionará a los niños, si un bebé, las abejas y los chimpancés se pueden comunicar, y si es así cómo lo hacen sino hablan.

TIPOS DE COMUNICACIÓN

Se les explicará que los seres humanos nos comunicamos con nuestros sentidos. Los principales para entablar una comunicación son: vista, tacto, oído, olfato.



Actividad: Se harán equipos de seis niños. Uno de ellos le tapaná los ojos a su compañero, el otro la boca y un tercero, los oídos. Por turnos, cada uno (sólo participan los 3 niños que tienen tapado algún sentido) usando su ingenio, deberán hacerles diversas preguntas a los otros dos, los niños deben encontrar la mejor forma de

comunicarse y responder las preguntas. Después cambiarán de roles y ahora serán ellos quienes hagan lo que hicieron sus otros 3 compañeros.

Terminado el ejercicio, los seis platicarán sobre lo que quisieron preguntar, ventajas y desventajas que encontraron. Los niños se darán cuenta que cada uno entendió el mismo mensaje o pregunta de diferente manera (polisemia), la idea es hacerles ver que eso mismo pasa en la televisión y ello se debe al contexto. La finalidad de este ejercicio es que se den cuenta de la gran importancia y formas de poder comunicarse.

En seguida, se les dirá a los niños que acaban de utilizar dos tipos de comunicación: la verbal y la no verbal y se les explicará en qué consiste cada una.

Verbal: se da por medio del habla y/o de la escritura. Sin embargo, el hecho de no hablar no impide la comunicación.

No verbal: Se da a través del lenguaje corporal, como gruñidos, gestos, abrazos, besos, miradas, y todo tipo de emociones que no se puedan expresar hablando. Principalmente se da en personas sordas, ciegas y/o mudas. Las personas que usan este tipo de comunicación pueden utilizar el lenguaje icónico como lo es el código Morse.

Al finalizar estos ejercicios se les pedirá que escriban en una hoja, qué es para ellos la comunicación y además que respondan a la pregunta, ¿qué aprendí hoy?

La comunicación es un proceso mediante el cual se intercambia información por medio de un mensaje, entre uno o varios interlocutores. Es necesaria para que el ser humano sobreviva y pueda cubrir todo tipo de necesidades desde que nace hasta que muere.

PRENDE LA TV Y APAGA TU VIDA⁶⁵

Objetivo: Se creará conciencia en los niños sobre las horas desperdiciadas frente a la televisión, así como la manera de aprovechar mejor el tiempo.

Duración: 1 hora

Recursos: 1 pelotita



El tallerista les preguntará a los niños, ¿A qué les suena el título “Prende la TV y apaga tu vida”, ¿qué quiere decir?

Aquí participará todo el grupo, jugaremos con una pelotita, la cual se deberá ir pasando de mano en mano. El tallerista estará de espaldas al grupo, cuando el tallerista diga stop voltará a ver a los niños y quien tenga la pelota le deberá decir, qué actividad puede hacer si apaga la tele.

Ejemplo: Si apago la tele puedo...

El tallerista se voltará otra vez y los niños seguirán pasando la pelota, cuando el tallerista diga PAUSADO, el niño no podrá moverse, y a demás no debe de decir la frase: si apago la tele puedo.., es decir no podrá participar. Sólo se despausará hasta que le vuelva a caer la pelotita al mismo niño pausado.

Así sucesivamente debe de continuar el juego. Si el niño no sabe completar la frase entonces se quedará pausado.

Al final de varias frases y pausas, se deberá reflexionar con los niños qué sintieron aquellos que se quedaron pausados.

⁶⁵ Ejercicio tomado y adaptado del original de: Ávila, Irma. [Apantallad@s.Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños](#). Comunicación comunitaria, A.C. México, 2010.

Se les preguntará, ¿Ustedes creen que los grandes deportistas, futbolistas (Cuauhtémoc Blanco) o clavadistas (Paola Espinoza) o grandes científicos (como el mexicano que viajó al espacio) se quedaron todo el tiempo viendo la tele? ¿Por qué?

¿Cómo podemos usar el tiempo de mejor manera?

¿En verdad la TV es tan mala?

R=No, porque hay programas educativos que nos ayudan a tener más conocimientos, a ser mejores. Así conseguiremos tener ÉXITO.

¿Qué pasa cuando desperdiciamos mucho tiempo viendo programas tontos y poco educativos?

Entonces ¿Quién tiene el control, la TV o nosotros?

REFLEXIÓN ESCRITA:

Repartiremos hojas para que escriban los buenos propósitos para ver TV.

Qué sugieren para mejorar la calidad de los contenidos de TV.

TEMA: HISTORIA BREVE DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

(De la era de los signos a las computadoras).

Objetivo: Qué conozcan el orden y aparición de los medios de comunicación.

Duración: 30 minutos

Recursos: cartulinas, plumones, fotocopias de la lista de medios.



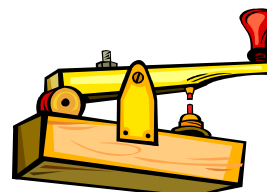
Actividad: En 5 equipos, previamente enumerados del 1 al 5, los unos trabajaran juntos, los dos serán otro equipo y así sucesivamente. (La intención es que no siempre tengan a los mismos integrantes de su equipo) se les dará un rotafolio (pegado en la pared) que contiene la siguiente lista de los medios de comunicación que han existido. Los niños deberán escribir el orden de cómo creen que fue la evolución de los medios. Cada que ellos terminen su lista, los talleristas les indicarán cuántas respuestas correctas tienen, sin decirles cuáles son. Posteriormente los niños volverán a reorganizar la lista de acuerdo a lo que consideren está correcto y así sucesivamente. La actividad termina cuando algún equipo ordene correctamente la lista.

HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

TELEVISIÓN



TELÉGRAFO



RADIO



ESCRITURA

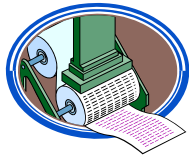


PRENSA ESCRITA



SIGNOS Y SEÑALES

IMPRESA



INTERNET

TELEFONO



Al terminar el ejercicio anterior, entre todos debatirán qué importancia tuvieron esos medios.

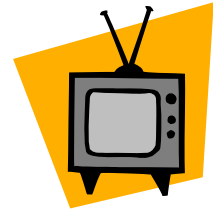
El orden de la aparición de los medios de comunicación es: signos y señales, la escritura, la imprenta, la prensa, el telégrafo, el teléfono, la radio, la televisión e Internet.

TEMA: HISTORIA DE LA TELEVISIÓN.

Objetivo: Que conozcan los comerciales que había desde que surgió la TV. Que los comparen con los de la vida actual, para que se den cuenta, de cómo ha evolucionado la manera de hacer televisión. Además, que conozcan la evolución física de la TV.

Duración: 20 minutos.

Recursos: DVD de comerciales. Evolución física de la TV.



Actividad: Los talleristas les proyectarán a los niños el contenido del DVD (información recopilada por nosotros los tesistas). Al término de la proyección, éste apartado se debatirá en el salón de clase. Compararán los comerciales con la vida actual y observarán vestimenta, lugares, objetos, etc. para que se den cuenta de cómo ha evolucionado la manera de hacer televisión.

Los videos que se proyectarán sobre los comerciales en México serán de diferentes épocas, comenzando por 1960 a la fecha. Debido a que en ese año había comenzado el desarrollo de la TV comercial. Los comerciales fueron elegidos porque son dirigidos a niños y porque muestran de manera clara la diferencia de épocas. Son los siguientes:

| ANTES | DESPUÉS |
|-------------------------|---------|
| ✓ Gelatina Jello (1960) | 2000 |
| ✓ Kool aid (1960) | 1988 |
| ✓ Chocomilk (1960) | 2008 |
| ✓ Muñecas (1960) | 1997 |
| ✓ Halls (1990) | 2000 |
| ✓ Gansito (1970) | 2010 |

Para cerrar el tema de la historia de la televisión, se les proyectará un video de la evolución física de la televisión.

TEMA: GÉNEROS TELEVISIVOS⁶⁶.

Objetivo: El objetivo es que conozcan los géneros televisivos, y que sepan que diversos programas de televisión son una construcción que se apoyan de diferentes elementos como: cámaras, micrófonos, luces, vestuario, etc. Sin embargo no por ello todo es falso.



Duración: 1 hora.

Recursos: DVD, dibujo, foto, pelota, cartulinas, plumones.

Actividad: El tallerista les proyectará a los niños, los videos que muestran los distintos géneros televisivos, como son: reportaje, videoclip, ficción, noticiero, transmisión en vivo, caricatura, entrevista, reality show.

En cartulinas pegadas en la pared habrá dos columnas, una que dice *verdad* y otra que dice *no verdadero*. Después de ver uno de los reactivos se pausará el contenido del DVD y se preguntará si lo que acaban de ver ¿es verdad o no es verdad? Se discutirá en colectivo si ese género deberá ser anotado en la columna de verdad o en la de no verdadero. Se preguntará a qué género corresponde. Si no lo saben, se les dirá cuál es la clasificación por género.

Algunos conceptos que pueden hacer interesante la discusión serían:

- El videoclip tiene imágenes reales editadas sobre música fabricada, ¿es verdad o no?
- La transmisión en vivo tiene varios tipos de programas, la mesa redonda, ¿es verdadera?, y la entrevista, ¿es real?

⁶⁶ Ejercicio tomado de: Ávila, Irma. [Apantallad@s.Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños](#). Comunicación comunitaria, A.C. México, 2010.

- programas en vivo, ¿Qué otro tipo de eventos se transmiten?
- ¿Los reality shows son verdaderos?, ¿están actuando?
- La ficción, ¿es real?, ¿habla de cosas reales?

Cuando la opinión está muy dividida el tallerista pide que alcen la mano los niños que piensan que es verdad y luego los niños que piensan que no es verdad, e invita a un niño de cada opinión a que argumente el porqué de su postura. Después de escuchar varios argumentos se decidirá en qué columna colocar cada video.

Es enriquecedor confrontarlos con sus propios argumentos y crearles dudas para hacerlos pensar.

Como complemento del ejercicio anterior, retomamos la siguiente actividad:

Actividad: ¿QUÉ VEO?⁶⁷

¿Estamos seguros de que lo que pusimos como realidad, lo es? ¿Y si lo que dice el locutor es mentira?

El tallerista saca dos láminas, un dibujo y una foto de una pelota. Con el primero le pregunta a los niños, *¿qué es esto?*, los niños dirán que es una pelota, les preguntará si están seguros, no deja avanzar mucho la discusión.

Los niños insisten en que de verdad se trata de una pelota, el tallerista saca la foto, *¿qué es esto?* Los niños dirán que es una foto de una pelota, y la otra imagen es un dibujo de una pelota, entonces el tallerista saca la pelota de verdad. Les pide a los niños que identifiquen la pelota, cuando lo hacen les pregunta qué son las otras dos, los niños deben llegar a la conclusión de que dibujo y foto, sólo son una representación de una pelota.

Dejarles claro que lo mismo pasa en los medios, en la tele, *¿lo que sale es la verdad?* No, sólo es la representación de la verdad.

⁶⁷Ejercicio ¿qué veo? tomado de, Ávila, Irma. [Apantallad@s.Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños](#). Comunicación comunitaria, A.C. México, 2010.

TEMA: CONSUMISMO⁶⁸.

Objetivos: Lograr que los niños identifiquen el consumismo en los medios. Identificar las prácticas poco éticas de publicistas y medios de comunicación. Identificar los hilos que se mueven detrás del funcionamiento de los medios de comunicación.

Duración: 1 hora.

Recursos: DVD, bolsa de algún alimento, hojas de colores, plumones, revistas para recortar, resistol, tijeras, diurex.



Actividad: Se harán equipos, les cuestionaremos lo siguiente. ¿Cómo se hacen los comerciales en los medios de comunicación? Imaginemos que somos empresarios y tenemos que anunciar nuestro producto en la televisión. Si no vendemos nuestro producto, no ganamos dinero. El objetivo es lograr **venderlo**. Vamos a hacer nuestro comercial de televisión aquí. El producto que les toca promocionar debe parecer muy atractivo, de tal manera que los demás lo compren, debe tener una marca y un *slogan*. Se conformarán equipos para competir por el mejor comercial. Se pedirá a los niños que inventen un producto publicitario. Se les proporciona además material para hacer utilería, escenografía o lo que requieran. Son materiales adecuados: foami, hojas de cartón de colores, plumones, revistas para recortar, resistol, etc.

Los niños realizarán el comercial. Para ello se lleva a cabo una lluvia de ideas por equipo donde se discuten las características que quieren que tenga el producto en el comercial, se elige de forma democrática lo que se quiere decir, se determinan los personajes y el escenario en el que se va a desarrollar el comercial. Realizarán el trabajo y se presentará en plenaria.

⁶⁸ Ejercicio Consumismo tomado de, Ávila, Irma. Apantallad@s. Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños. Comunicación comunitaria, A.C. México, 2010.

Reflexionemos

El tallerista organizará una reflexión final, llama a un niño de cada equipo y le pregunta: ¿te gustó tu comercial?, ¿tú comprarías un producto así anunciado?, ¿cuántas mentiras tuviste que decir?

A partir de esta motivación se invitará a todos los niños a participar y decir qué piensan de los comerciales. La idea es que los niños identifiquen su manera de leer y apreciar los comerciales, que identifiquen que muchas veces en los comerciales se muestran exageraciones o mentiras y plantear opciones para no caer en el engaño.

Los niños reconocen la presencia de las mentiras en sus comerciales ya que si la TV dice la verdad no sería tan interesante y no vendería.

OJO: Se deberá dejar bien claro a los niños que no todos los comerciarles dicen mentiras, pero sí algunos. Cuestionarles, porqué miente la publicidad y a quién le miente.

Posteriormente, el tallerista les proyectará una serie de comerciales previamente grabados. La idea es que se conduzca la reflexión hacia la naturaleza comercial de los medios. A continuación las preguntas:

- _ ¿Cuántas mentiras encontraste en los comerciales que viste?
- _ ¿Cuál crees que es el comercial mejor hecho y que manipula mejor los sentimientos?
- _ ¿Crees que alguno de los comerciales que viste te dice la verdad?
- _ ¿Las empresas pagan a las televisoras para que la gente vea los comerciales?

Al final, los niños escribirán reflexión sobre lo que aprendieron ese día.

Censurando la publicidad televisiva⁶⁹:

De tarea, los talleristas solicitarán a los alumnos ver por media hora un programa televisivo de los que acostumbren a ver y contar los comerciales que sean transmitidos durante ese programa, registrar los segundos y minutos que dura cada comercial, así como los productos o servicio que se anuncia en cada uno de ellos.

Programa que vi: _____

Duración: 30 minutos () 1 hora ()

| N. DE BLOQUE DE COMERCIAL | TIPOS DE COMERCIALES | DURACIÓN DE LOS COMERCIALES |
|----------------------------------|-----------------------------|------------------------------------|
| 1er. bloque | | |
| 2do. Bloque | | |
| 3er. bloque | | |
| 4to. Bloque | | |
| 5to. bloque | | |
| | | TIEMPO TOTAL: |

Al siguiente día los alumnos entregarán su reporte sobre los comerciales y lo comentarán con el resto del grupo. Los talleristas les pedirán hacer la suma total de minutos en comerciales, los talleristas harán notar que eso es una gran parte del programa en publicidad y les pedirá su opinión al respecto.

⁶⁹ Ejercicio tomado de: Orozco, Guillermo. La televisión entra al aula. Guía del maestro de educación básica. Mirando la TV desde la escuela, Fundación SNTE, México, Vol. II, 1998.

TEMA: CONSTRUCCIÓN DE ROLES SOCIALES Y ESTEREOTIPOS⁷⁰.

Objetivo: Que se den cuenta, cómo la televisión refuerza los roles sociales, y estereotipos, haciéndolos ver como naturales.

Duración: 1 hora.

Recursos: DVD, escoba, mandil, televisión, rotafolio con frases.



Actividad: Se invitará a 2 niños y 2 niñas a participar, esta vez, los niños serán niñas y las niñas serán niños. A los niños se les pondrá mandil y se les dará un plumero y una escoba. Tendrán que servir refresco y botanas a las niñas mientras ellas ven la televisión.

Dejaremos transcurrir la acción buscando que éste juego se realice con orden y respeto, pero se permitirá que salgan los prejuicios a flote. Después se hará una reflexión colectiva acerca de:

- _ ¿Qué sintieron durante el ejercicio?
- _ ¿Las mujeres son todas como fueron retratadas?
- _ ¿Los hombres son todos como fueron retratados?
- _ ¿Es correcto que algunas actividades sean consideradas sólo para hombres o sólo para mujeres?

¿Saben lo que es un estereotipo? El tallerista explica que la representación que vieron de hombres y mujeres es lo que se llama estereotipos e invita a los niños a definir el término.

¿Qué es lo primero que viene a su mente si yo digo *suegra*? Vamos a hacer un juego: Yo les digo una palabra y ustedes me dicen qué característica tiene según los

⁷⁰Ejercicio tomado de, Ávila, Irma. Apantallad@s. Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños. Comunicación comunitaria, A.C. México, 2010.

estereotipos. El tallerista puede apuntar una o varias palabras, los adjetivos que pusimos son ejemplos solamente:

| | |
|-----------------|----------------|
| SUEGRA | BRUJA |
| MUJER | DÉBIL |
| JOVEN | REBELDE |
| INDÍGENA | INCULTO |
| POBRE | NACO |

Se les proyectará un video con diferentes tipos de estereotipos (clase social, género, raza, edad), y se les cuestionará a los niños sobre los estereotipos que pasan ahí. Lo compararán con lo que ven en su vida diaria. Después de cada segmento grabado, vendrán preguntas como: ¿Los pobres siempre deben obedecer a los ricos? ¿por qué los pobres generalmente son feos y mugrosos? ¿en la vida real todos son así? ¿por qué los pobres hacen trabajos de servidumbre y son tratados mal? ¿por qué regularmente la gente rica es de piel blanca?, etc.

También se les cuestionará: ¿por qué en la TV sólo salen personajes famosos?, ¿por qué no salimos nosotros, ni tenemos un programa propio?, ¿creen qué eso es justo?, ¿por qué?, ¿si pudieran hacer un programa de televisión, qué tipo de programa sería y qué temas trataría?

No deberíamos juzgar a la gente por su manera de vestir.

Se pedirá que los niños hagan un *collage* con revistas de personas no estereotipadas.

Se les pedirá que escriban en una hoja qué piensan de esos estereotipos en la televisión y cómo resolverlo.

TEMA: TELEBASURA VS TV DE CALIDAD⁷¹

Objetivo: Reflexionar sobre la oferta mediática para niños y conocer los derechos a tener acceso a medios de calidad adecuados para niños. Que reflexionen qué les aportan esos programas, si son o no importantes en su vida, y por qué.

Duración: 45 minutos.

Recursos: DVD, rotafolio, plumones.



Actividad: Se les proyectará la primera parte del programa del DVD la cual es telebasura, y se les preguntará ¿qué tienen en común las imágenes que vemos?, los niños tal vez dirán que se trata de programas violentos o que tratan con poco respeto al espectador y que no tienen mucha calidad.

El tallerista les pedirá que adivinen qué significa el término **telebasura** y llevará al grupo alrededor de las ideas que se manejan sobre la telebasura, dándolas él mismo si los niños no las encuentran.

Algunos aspectos de la llamada telebasura serán:

- Son programas que promueven el morbo, sexo, violencia, sensiblería o la superstición y no muestran ningún respeto por el espectador o quienes participan despreciando derechos fundamentales como la intimidad, el respeto, la veracidad o la presunción de inocencia en casos judiciales.
- Hacen supuestos debates falsos, con “invitados a los que pagan por asistir”, que en lugar de ayudar a entender revuelven más la mente del espectador. o bien, dan explicaciones simples a problemas complejos, etc.

Posteriormente se les mostrará una lista de lo que no debe hacer la televisión.

- No pondrás el capital sobre los intereses de la gente.
- No deteriorarás y empobrecerás el lenguaje.

⁷¹ Ejercicio tomado de, Ávila, Irma. Apantallad@s. Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños. Comunicación comunitaria, A.C. México, 2010.

- No promoverás la obesidad, el sedentarismo o la inactividad de los niños frente al televisor.
- No promoverás la comida chatarra y al mismo tiempo trastornos alimenticios, mostrando modelos de belleza superflaca.
- No promoverás la violencia y las conductas agresivas.
- No promoverás placeres como el sexo, el consumo de alcohol y el consumo de drogas.

El tallerista les preguntará si ¿Creen que la TV cumple con las reglas de ética? ¿de quién es la culpa de todo esto? ¿de los que hacen la tele o de nosotros por verla? El tallerista organiza una votación, pedirá a los niños que expongan sus puntos de vista. Después, se deberá explicar a los niños que en muchos países como España, Argentina, Perú, Colombia y Chile, tienen leyes para proteger a los niños de los mensajes: inadecuados para ellos, hechos con palabras que no comprenden y que contengan ideas que no son buenas para ellos y obligan a los medios de comunicación a producir mensajes especialmente para chicos.

Ahora se les proyectará la segunda parte del contenido del DVD, el cual es televisión de calidad, y al terminar se le pedirá a los niños que comenten las diferencias de ambos videos.

Que los niños reflexionen sobre ¿Qué tipo de televisión de calidad podemos tener?

_ Informativa, que me diga lo que tengo derecho a saber

_ Que me eduque

_ Que me dé espacios para ejercer mi libertad de expresión

_ Que me divierta

_ Que me ayude a asomarme a otros mundos de manera no estereotipada.

Reflexionarán cuál de los dos programas es más útil para ellos y por qué, por qué creen que los programas de chismes tienen más audiencia. Se les hará ver que no tienen por qué quedarse con la televisión con contenido inservible, que en la televisión abierta también existen opciones donde se pueden divertir y al mismo tiempo conocer cosas importantes.

Consideramos de vital importancia integrar los ejercicios propuestos por Guillermo Orozco en el libro **la televisión entra al aula**⁷², entre ellos encontramos todos los siguientes:

TEMA: SIN VER NI OÍR FRENTE AL TELEVISOR.

Objetivo: Destacar lo difícil que es captar el referente televisivo cuando sólo se tiene acceso a un lenguaje. Que conozcan qué es la polisemia.

Duración: 1 hora.

Recursos: Una televisión, hojas, lápices.



Actividad: En este juego los talleristas prenderán el televisor y lo voltearán de espaldas a la mitad de los niños. Por espacio de cinco minutos, la mitad de los alumnos sólo escuchará la televisión, sin verla, y la otra mitad sí la verá pero también la escuchará. Transcurrido el tiempo se les pedirá a los alumnos que escucharon que dibujen cómo se imaginaron los personajes y luego que cuenten lo que creen que sucedió en el programa.

Los niños que vieron y escucharon también dibujarán los personajes, cómo los vieron y luego dirán lo que sucedió en el programa. El maestro entonces mostrará los dibujos para que se den cuenta de las diferencias. Enseguida los niños “videntes” juzgarán que tan apegados estuvieron los presuntos compañeros “ciegos” a lo que se transmitió en el programa.

El maestro hará una síntesis primero, de lo que dijeron los niños “ciegos”; luego de lo que expresaron los que sí vieron el programa, para poder comparar las percepciones de ambos. Pondrá especial cuidado en destacar lo difícil que es captar el referente

⁷² Orozco, Guillermo. La televisión entra al aula. Guía del maestro de educación básica. Mirando la TV desde la escuela, Fundación SNTE, México, Vol. II, 1998.

televisivo cuando sólo se tiene acceso a un lenguaje. Asimismo, abordará el tema de los estereotipos que seguramente saldrán, sobre todo a partir de los dibujos realizados por los niños “ciegos”.

Este ejercicio también permite explicarles a los alumnos la **polisemia**, es decir, un mismo mensaje es interpretado de diferente manera por los receptores. Los alumnos que no escucharon la televisión entienden una cosa diferente a los que la escucharon. Lo que permite saber que cada ser humano interpreta el mensaje de acuerdo a su conocimiento previo.

Sin oír frente a la televisión:

En este juego, complementario del anterior, el profesor enciende el televisor y lo pone junto a la ventana del salón de clases. La mitad de los niños sale del aula y sólo mira el televisor a través de la ventana, pero no escucha. El maestro puede bajar el volumen de tal manera que la mitad de los alumnos que permanecen dentro apenas puedan escuchar. Después de unos 5-7 minutos todos vuelven a reunirse dentro del salón con la televisión apagada.

El maestro pide a todo el grupo que escriban lo que pasó en el programa que vieron. Luego le pide a los de afuera que cuenten lo que pasó basándose sólo en las imágenes que vieron. Los que estuvieron dentro durante el ejercicio sancionaran el texto de sus compañeros. Posteriormente el profesor dará a los “sordos” el texto escrito de los que permanecieron adentro y viceversa. Se busca que cada alumno confronte sus percepciones del programa. El maestro debe recalcar la construcción de estereotipos.

Este juego hace posible percibir la necesidad de ambos lenguajes para captar lo televisivo, hace tomar conciencia de la imaginación y de las situaciones en las que no se puede escuchar a los interlocutores. El maestro también puede hacer el juego con otros medios.

TEMA: CONSTRUYENDO LA REALIDAD

Objetivo: Darles a conocer a los niños que no es realidad lo que pasa por la cámara de la televisión y después es ofrecido a la audiencia en su televisor. Al hacerlo la televisión no reproduce la realidad como se considera, sino que produce realidades, algunas de estas realidades no tiene nada que ver con la realidad.



Duración: 30 minutos.

Recursos: Cartulinas, hojas, lápices.

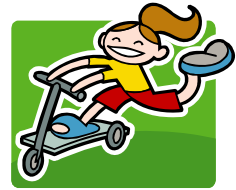
Actividad: El maestro pide a los alumnos enrollar una cartulina en forma de tubo, cono o embudo. Luego les pide que las usen como si fuera cámara de televisión, que vean lo que deseen a través de la cartulina. Después de varios minutos les preguntará qué están viendo, les pedirá que enfoquen a uno de sus compañeros situado a un extremo del salón y luego enfoquen a otro situado en otro extremo. Les pedirá enfoquen de un extremo a otro de manera rápida que no se note el movimiento de la cámara. Posteriormente el maestro les pedirá que dibujen la cara de sus compañeros enfocados. Los estudiantes al eliminar las distancias y dibujar los rostros aparecerán en el papel como si estuvieran juntos, uno al lado del otro, lo cual es una visión errónea de la realidad. Terminando ello, el maestro recalcará que lo que acaban de realizar es exactamente lo que realiza la televisión.

Otro ejercicio que el maestro puede realizar con los niños, es exactamente lo contrario al primero. El maestro pedirá que los alumnos enfoquen a dos de sus compañeros que estén sentados juntos. Después les solicita enfocar sólo a uno y luego enfocar hacia la ventana y luego enfocar hacia la ventana e ir lentamente recorriendo la cámara hasta el otro compañero sentado junto al compañero que enfocaron primero. Luego tendrán que dibujar lo que enfocaron. El resultado será que de un lado de la hoja aparecerá un alumno, luego la ventana, después una serie de imágenes de otros compañeros, y finalmente el otro niño. En el dibujo de los alumnos entonces aparecerán separados.

Entre otros juegos, los niños pueden adquirir funciones como: productores, camarógrafos, iluminadores, actores, escenógrafos de un noticiario, etc.

TEMA: TELEVIDENTE OBSESIVO / UN DÍA SIN VER TELEVISIÓN

Objetivo: que los niños tomen conciencia de la manera en que son televidentes, del grado de dependencia de la televisión en su tiempo libre, y que tanto no pueden escapar de la televisión por diferentes razones y condiciones de su hogar.



Duración: 20 minutos de reflexión.

Recursos: cuaderno

Actividad: De tarea, el maestro pedirá que anoten en su cuaderno todo lo que realicen en un día normal entre semana, desde que se levantan hasta que se duermen, deben anotar absolutamente todo lo que hagan.

Con este ejercicio se busca que los estudiantes se den cuenta del tiempo y el espacio cotidianos que ocupa este medio en sus vidas. El maestro les pedirá que reflexionen en clase sobre el tiempo que dedican y el que ocupan en otras actividades; además el tipo de tareas que realizan y las que dejan de hacer por ver televisión, así como aquellas que hacen simultáneamente.

Esa toma de conciencia es fundamento para su reflexión crítica sobre sí mismo como televidentes.

El ejercicio también les permitirá saber qué tan creativos son y qué emoción les produce no ver la TV.

Un día sin ver televisión:

Ahora se trata de hacer lo inverso al ejercicio anterior. El profesor pedirá a los alumnos no ver televisión ese día, los niños deberán comprometerse y no la verán aunque algún miembro de su familia la esté viendo. Los niños anotarán las actividades que realizaron ese día.

Los niños deberán escribir la reflexión anterior y responder a la pregunta ¿qué aprendieron hoy?

TEMA: CÓMO HACER TELEVISIÓN.

Objetivos: Que conozcan los elementos de producción y los roles que le corresponden a las personas que hacen televisión.

Duración: 1 hora.

Recursos: Memorama, cartulinas, tijeras, micas.



Actividad: Se les explicará a los niños los elementos indispensables para hacer televisión, así como el proceso de producción.

Para hacer algún programa de televisión se necesita un proceso de producción, el cual está dividido en tres etapas: preproducción, producción y posproducción. La primera es la parte más importante, debido a que es ahí donde se planea lo que se desea grabar, “es el que queremos proyectar y cómo lo vamos a hacer”. La segunda etapa comprende la realización del programa, es decir la grabación en sí, también conocido como rodaje. La última etapa es la edición del video, así como efectos, música, texto. Todas las etapas son importantes, sin una no se logra la otra.

Los principales elementos para hacer televisión son:

Guión técnico: Es la especificación técnica de cómo será la escena. Es el tipo de toma que queremos, por ejemplo, existen tomas cerradas, abiertas, de cuerpo entero, de medio cuerpo, o de una sola parte del cuerpo como puede ser un ojo, una oreja, una mano. También se debe especificar si la toma es de día, de noche, dentro o fuera de algún lugar, qué lugar es, etc. En el caso del audio se indica en qué momento empieza (*fade in*) y termina (*fade out*).

Ejemplo de tomas:

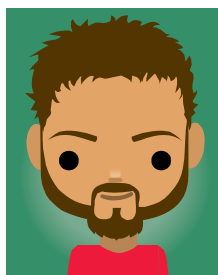
TOMA ABIERTA



TOMA MEDIA



TOMA CERRADA



Guión literario: Es la guía para realizar el video o programa de televisión. Debe de ser claro, para ello es necesario un formato, en el caso de la tele es a doble columna, una de audio y la otra de video. El encabezado de cada página debe tener el nombre del video, del productor, director, y la fecha. Ejemplo:

| | |
|--|---|
| Programa: "Ciudadanos, D.F" Fecha: 15 de octubre de 2003. | Productor: Fermín López Director: Lilia González |
| Video Escena 1.Exterior. Zócalo. Medio día. Toma abierta hacia el Zócalo. En este apartado se debe describir lo que veremos. Ejemplo: una gran pista de hielo yace sobre el lugar, la gente se amontona para poder entrar... | Audio Fade in. En esta parte se describe lo que escucharemos. El audio lo conforma: la música, las voces, narraciones, ruidos del medio ambiente, etc. |

Sinopsis: Es narrar brevemente de qué trata la historia.

Justificación: Es explicar por qué elegimos ese tema y no otro, y cuál es el objetivo de haberlo escogido.

Público meta: Aquí se explica a quién va dirigido el programa y por qué. Puede ser a niños, adolescentes, adultos, gente de clase baja o alta, mixta, etc.

Scouting: Es observar los lugares, las instalaciones, donde se tiene pensado se lleve a cabo la grabación, para determinar si es el adecuado y está en condiciones, ello se determina de acuerdo a los objetivos.

Story board: Representa al video pero en imágenes. Es una secuencia de las acciones más importantes de la grabación. Los dibujos deben contener el ángulo, actores, escenografía que se usará en la acción. El *story board* ayuda a la realización del video, y a que todos los integrantes vean previamente cómo serán las escenas, y así ninguno tenga confusión.



Ejemplo:

Toma: media (*medium shot*)

Ana y su mejor amigo están en la piscina ensayando ejercicios de natación.

Breakdown: Es una guía que permite organizar la grabación. Contiene un listado de número de tomas, locación, interior, exterior, día, horario, descripción de la toma, equipo técnico, utilería, etc. Ejemplo:

| N. toma | locación | Int/ext | Descipción de toma | talento | Equipo técnico | Utilería |
|---------|----------------|----------|---|-----------------|--------------------------------|--------------------------|
| 1 | Parque | exterior | Están platicando en el kiosco del parque. | Laura, Santiago | Cámara, micrófono, etc. | Vestuario, maquillaje |
| 2 | Salón de clase | interior | Julio escucha música mientras el maestro da la clase. | Julio. | Cámara, micrófono, luces, etc. | Celular, vestuario, etc. |

Plan de producción: es el informe de actividades que se realizaron antes, durante y después de la grabación. Ejemplo:

| ABRIL 2011. | 11 DE ABRIL | 12 DE ABRIL | 13 DE ABRIL |
|-------------|--|---|--|
| HORARIO | Llegada a las instalaciones | Inició grabación | |
| 8:00 am | | | |
| 10: 00 am | Actores listos con vestuario, falta maquillaje | Escena 5 se repitió 10 veces debido a que el actor no estaba concentrado. | |
| 11:00am | Inició grabación | | Se asistió a grabar al centro comercial. |

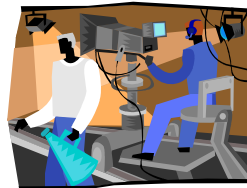
Presupuesto: Es una de las partes más importantes. Se debe sacar la cuenta del costo total del rodaje. Debe incluir absolutamente todo tipo de gastos, desde el precio de las cámaras hasta la gasolina y el sueldo de los integrantes del equipo.

Utilería: Son todo tipo de objetos que son necesarios para ambientar la escenografía.

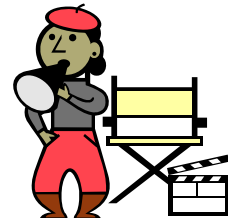
¿QUIÉN HACE QUÉ EN LA TELEVISIÓN?

Terminada esta actividad se pasará al tema “quién hace qué en la televisión”, para ello se jugará memorama en equipos de 6 a 9 niños, (indispensable que no siempre trabajen en el mismo equipo), una parte de las cartas tendrá la definición del cargo y la otra el nombre del cargo y su respectivo dibujo. Los niños irán destapando una a una, hasta encontrar los pares correspondientes.

Productor: Tiene la función de administrar y ser la cabeza central del proyecto, controlando y coordinando la grabación.



Director: Su labor es dirigir las acciones llevadas a cabo durante la grabación, así como las dinámicas del actor, equipo artístico y técnico.



Guionista: Esta actividad parte desde llevar al plano de redacción la idea central que se ha elaborado previamente del proyecto audiovisual; es decir se escribe a través de un guión técnico y literario la historia que se grabará.



Escenógrafo e iluminador: Se encarga de diseñar y coordinar la construcción de los escenarios. Con ello, debe entenderse que se ocupará de elegir desde los ambientes interiores como exteriores que se utilizarán durante la grabación, así como la decoración o elementos que se necesiten para recreación o modificación de atmósferas.

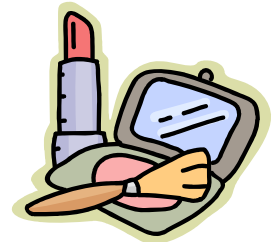


El ejercicio de iluminación consta de diseñar una iluminación idónea que vaya de acuerdo a la idea del director; es decir recrear ambientes, sombras, efectos en torno al uso de la luz.

Vestuario y maquillaje: Las personas encargadas de vestuario toman en cuenta aspectos económicos, geográficos y en general culturales, que les permita recrear una buena caracterización de los personajes acorde a su contexto y al objetivo del programa.



Siguiendo las indicaciones de producción y dirección, el encargado de maquillaje cuida el manejo de la piel ocultando o resaltando las imperfecciones del actor.



Operador de audio: Su trabajo consta de garantizar un correcto audio durante toda la grabación, para lo cual debe tener conocimiento de los escenarios, ambientes o locaciones en general, con el propósito de decidir el tipo de micrófonos y la



verificación de los niveles de audio.

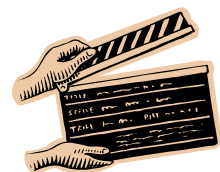
Director de cámaras: Coordina visualmente los movimientos del dispositivo de video. Decide las posiciones y encuadres de las cámaras, así como también mantiene una estrecha y constante relación con los encargados de iluminación.



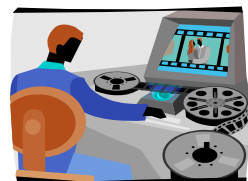
Camarógrafos: Se responsabilizan de operar la cámara de video y hacer las tomas de toda la grabación, así como llevar a cabo el traslado e instalación del equipo.



Director de escena: Su labor es brindar continuidad al guión, estar al tanto de los escenarios de grabación, colaborar en la decisión de tomas, además de marcar los movimientos y gesticulaciones del actor.



Editores de video: El editor a través de sus recursos estéticos y en colaboración con el productor y director, seleccionan el material videográfico que construirá el discurso audiovisual; no sin antes el editor estar enterado de los objetivos y plan general de producción



que le permitan elaborar una edición correcta y apropiada del trabajo solicitado.

TEMA: MANOS A LA OBRA. HAGAMOS TELEVISIÓN

Objetivo: Que graben un video de 3 a 5 minutos, para que conozcan cómo se hace televisión en la práctica.

Debatir en clase el proceso de producción, desde el porqué eligen tal tema, hasta la idea de la construcción de la realidad.

Duración: 1 hora.

Recursos: Celulares.



Actividad: Hacer 5 grupos, cada equipo grabará un video. Ellos elegirán el tema deseado, tomarán un rol de acuerdo a quién hace qué en la TV, y desarrollaran algunos de los puntos del proceso de producción explicado anteriormente.

Al siguiente día llevarán sus comerciales en un DVD o el cable USB del celular para que todo el grupo veamos los comerciales.

Una vez más con este ejercicio queda reafirmado cómo se construye la realidad, ahora no sólo como televidentes sino siendo ellos los productores de sus propias ideas.

TEMA: DERECHOS DE LA COMUNICACIÓN⁷³

Objetivo: que los niños conozcan los derechos de la comunicación.

Ubicar a los niños como sujetos de derechos.

Recursos: rotafolios, plumones.

Duración: 2 horas



Actividad: Se les preguntará a los niños si saben qué es un derecho, y quiénes pueden tener derechos. El tallerista hace un relato de la historia de los derechos humanos, contenida en el siguiente texto:

1.- En la antigüedad no se consideraba que todos los seres humanos fuéramos iguales. Se decía que los REYES eran DIVINOS y por tanto superiores, que los SACERDOTES estaban al servicio de DIOS y por lo tanto eran superiores al resto de los mortales, que los ESCLAVOS eran MENORES DE EDAD aunque fueran viejos y no podían decidir qué hacer con su vida, sus DUEÑOS decidían por ellos. Que los INDIOS no tenían alma, y por ello debían obedecer a los ESPAÑOLES ENCOMENDEROS. Fue hasta 1789, durante la REVOLUCION FRANCESA, que gracias a la lucha de la gente pobre de París se reconoció que TODOS LOS HOMBRES NACEMOS LIBRES E IGUALES.

2. Aun así, muchos años después, en la Segunda Guerra Mundial, Hitler mató a millones de judíos y se creó la Organización de las Naciones Unidas (ONU), formada por la mayoría de los países del mundo. El 10 de diciembre de 1948, la Asamblea General de las Naciones Unidas aprobó y proclamó la DECLARACIÓN UNIVERSAL DE DERECHOS HUMANOS, documento que una vez más nos recuerda que TODOS SOMOS IGUALES Y TENEMOS LOS MISMOS DERECHOS.

⁷³ Ejercicio tomado de, Ávila, Irma. Apantallad@s. Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños. Comunicación comunitaria, A.C. México, 2010.

3. Para 1959, la ONU redactó la Declaración de los Derechos del Niño pues hasta entonces se consideraba que los niños, por ser menores de edad, NO TENÍAN DERECHOS. Debían obedecer a quienes se hacían responsables de ellos, sus padres, su familia o sus tutores. Sin embargo no todos los padres o familias tenían una actitud protectora con los niños, muchos de ellos los vendían como esclavos o los obligaban a vivir en condiciones infrahumanas. En 1989 se aprueba la actual Convención Internacional de los Derechos del Niño.

Ahora, en rotafolio estará una lista algunos derechos de los niños.

Hacer 3 equipos, los niños escribirán los derechos en hojas y los enumerarán del 1 al 9 del más al menos importante para ellos. También se les pedirá que mencionen cuál es el derecho más importante para este taller.

Los derechos son:

1. Que nadie lastime mi cuerpo.
2. Tener una escuela para poder aprender y ser mejor.
3. Vivir en un lugar en donde el aire, el agua y la tierra estén limpios.
4. Vivir en un lugar tranquilo, con personas que me quieran y me cuiden siempre.
5. Recibir el trato justo que todas las niñas y niños merecemos.
6. Estar sano y comer bien.
7. Decir lo que pienso y lo que siento, para que los demás me escuchen.
8. No trabajar antes de la edad permitida.
9. Jugar, descansar y reunirme con niños y niñas.

Ahora se les mencionarán las siguientes palabras para que entre todos opinen que significa y cómo se puede ejercer. Las palabras son BUSCAR, RECIBIR, DIFUNDIR.

TIENES DERECHO A QUE TE ESCUCHEN Y TOMEN EN CUENTA TU OPINIÓN

¿Sabes lo que son los derechos informativos? El tallerista explica al grupo que los derechos informativos existen en las leyes mexicanas, y les pregunta a los niños si saben de qué manera los pueden ejercer. En las leyes para adultos en México existe lo que se llama Derechos de la Comunicación que son básicamente 2:

- _ Libertad de expresión y
- _ Derecho a la información.

Preguntarles si saben qué quieren decir, estos dos derechos.

El tallerista señala que primero trabajan con el derecho a la **LIBERTAD DE EXPRESION**.

Preguntará: ¿Todos tenemos derechos de la comunicación?, ¿y podemos ejercerlos? Porque una cosa es tener un derecho y otra poder ejercerlo, esto es que **el derecho sea una realidad** en la vida cotidiana. **¿Dónde pueden los niños ejercer su libertad de expresión?**

Si algo te afecta, puedes opinar, y si no te afecta, igual puedes decir lo que piensas.

Tú tienes derecho a que te escuchen y tomen en cuenta tu opinión. Lo cual no quiere decir que siempre se deba hacer lo que tú crees. Puedes comunicar tus ideas escribiendo, dibujando o utilizando otro medio.

Nadie debe imponerte pensamientos o creencias, puedes tener tus propias ideas.

Nadie te puede decir “**tú cállate**”, esto es gracias al artículo 19 de la Declaración Universal de los Derechos Humanos de 1948 que señala: “Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir informaciones y opiniones y el de difundirlas sin limitación de fronteras, por cualquier medio de expresión”.

Hacer 4 equipos, a quienes se les pedirá que hagan una petición (en rotafolios) para el ejercicio de su libertad en 3 espacios diferentes.

1. En la familia
2. En la escuela
3. En los medios

DERECHOS DE LA INFORMACIÓN

¿Conocen y ejercen el derecho a **saber**? Una parte importante de los derechos informativos es el **derecho a saber**.

Cuando alguna información es importante para nosotros, tenemos derecho a saber. Por ejemplo, una cosa que es muy importante es saber qué comemos.

Si preparamos los alimentos en casa es más fácil saber lo qué comemos, pero no pasa lo mismo con la comida industrializada. Quienes la preparan y empacan son especialistas en poner etiquetas que nos impiden saber con exactitud qué es lo que compramos.

Tienes derecho a recibir información diseñada para niños, de manera clara y comprensible.

El gobierno debe producir libros o historietas, programas de radio, TV, diseñados para niños, invitar y vigilar que los medios de comunicación también lo hagan. Y tú **¿ crees que en México la ley se cumple?**

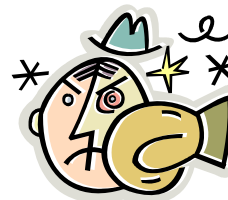
Se les pedirá que escriban en una hoja lo qué piensan sobre la importancia de estos derechos.

TEMA: VIOLENCIA EN LA TV⁷⁴

Objetivo: Lograr que los niños identifiquen la violencia en los diversos programas televisivos y que se pregunten si es o no es real, así como que se planteen qué sucede si se aplica la violencia en la realidad.

Duración: 1 hora.

Recursos: DVD



Actividad: El tallerista les proyectará una serie de videos que contienen violencia física, emocional y verbal (Los videos se encuentran en el DVD). Después de ver los videos el tallerista les preguntará a los niños ¿qué tienen en común los videos presentados? Los niños deberán llegar a la conclusión de que el factor común es la violencia.

¿La violencia en la tv es verdad o mentira?

¿A quién le gustan las luchas?

A ver, de este lado los rudos y de este los técnicos.

El tallerista les pregunta: ¿Por qué creen que a las personas nos gusta la violencia?

¿Por qué todos nos reímos cuando alguien se cae, o cuando vemos esos programas de accidentes tomados con cámara casera? ¿Por qué nos gustan los programas como el box, las luchas o los toros?

Dicen los que saben que nosotros vemos la televisión por dos razones: O porque lo que vemos nos informa o porque nos entretiene. ¿Ver violencia nos informa? Sí o No.

Respuesta correcta: No.

¿La violencia nos entretiene? Parece que por alguna razón la violencia es muy entretenida. ¿Qué se siente cuando vemos los programas de caídas o golpes en la tele... ¿nos da risa?, ¿o más bien decimos “pobre”?

⁷⁴ Ejercicio tomado de, Ávila, Irma. Apantallad@s. Manual de educación para los medios y derechos de la comunicación en radio y video para niños. Comunicación comunitaria, A.C. México, 2010.

Votan los que se ríen y los que sienten lástima. Cuando sentimos lástima es porque nos identificamos con la víctima.

Otros, a los que les gustan los toros se identifican con el torero que valientemente se enfrenta a la bestia, o hay quienes se identifican con el toro y piensan “pobre toro, torero malvado”.

También nos podemos identificar con los luchadores. ¿Quién es fan de un luchador? ¿Por qué te gusta?

El tallerista subraya cómo funciona la identificación: *me cae bien*, porque *es muy buen luchador*, porque *está guapo*, porque *es simpático* o *se viste padre*.

¿Qué se siente cuando uno le va a un luchador y pierde? ¿Qué se siente cuando gana?

¿Quién puede explicar qué es la identificación?

Hay otra clase de personajes con los que solemos identificarnos: los superhéroes. El tallerista los invita a ver una serie de videos de superhéroes.

El tallerista pedirá a los niños que digan qué tienen en común todos estos personajes y lo va apuntando en el rotafolio. Algunas de las características serán:

- _ Resuelven los problemas de manera violenta
- _ Eso significaría que existe algún tipo de violencia buena
- _ Son hombres, blancos, fuertes, y están vestidos del color de la bandera de Estados Unidos

El tallerista pedirá a los niños que mencionen sus defectos. Se espera que los niños mencionen defectos o noten que resuelven las situaciones con violencia. Si no encuentran suficientes defectos se les preguntará:

- _ ¿Existe alguien que tenga sólo cualidades o sólo defectos?
- _ ¿Quién inventó estos personajes?
- _ ¿A quién conviene que existan?

Se esperan respuestas en torno a que no hay nadie sólo con cualidades, a que estos personajes fueron inventados en Estados Unidos, por ejemplo, y que los superhéroes son como los que los hicieron, estadounidenses, porque buscaban que los niños

americanos se identificaran con personajes parecidos a ellos y tal vez, para que niños de otros países también sintieran que los americanos son buenos.

Como reflexión se le preguntará a los niños: ¿Es legítimo lograr algo bueno con violencia como lo hacen los superhéroes de la TV, tal como vimos en el reactivo?

_ La violencia física a veces mata y la verbal daña siempre, por eso al enfrentar un problema éste se puede resolver de forma no violenta, a través de diversas soluciones como es el diálogo.

_ En la televisión la violencia entretiene y por lo tanto vende, pero eso no quiere decir que la violencia sea buena en la realidad.

Ahora, los niños escribirán en hojas una reflexión sobre el tema de la violencia en la televisión y cómo resolverlo, quién puede arreglarlo, qué podrían pedir a quienes pueden resolverlo al respecto.

TEMA: EVALUACIÓN

Objetivo: Evaluar a los niños respecto a los conocimientos de la televisión, para saber si se apropiaron o no del contenido y si se ha creado una mirada crítica hacia la TV.

Duración: 1 hora

Recursos: fotocopias de evaluación



Actividad: Además de la evaluación que se tendrá durante el proceso del taller, al finalizar el tema de la televisión se hará la siguiente evaluación, que contiene:

A. Escribe en media cuartilla ¿qué es lo que aprendiste en este taller?

B. Construye 5 oraciones que hablen del contenido del taller.

C. LEE LAS SIGUIENTES ORACIONES Y TACHA (X) DENTRO DEL PARÉNTESIS LA OPCIÓN QUE ELIJAS, ENTRE **CIERTO O FALSO**.

CIERTO FALSO

1.- La televisión a veces dice la verdad.....() ()

2.- Los comerciales fueron hechos para que no nos aburramos mientras empieza el programa que estamos viendo.....() ()

3.- Los reality show como “Big Brother” son importantes para el desarrollo social.....() ()

4.- Una de las maneras de saber lo que sucede en mi país es ver TV.....() ()

5.- los programas educativos y/o culturales no permiten que la gente aprenda o se divierta.....() ()

6.- La publicidad en la TV a veces es engañosa.....() ()

7.- Todo lo que pasan en la TV debería de importarnos.....() ()

8.- Una de las cosas buenas de la TV es que permite la opinión de todos.....() ()

9.- Si tuviéramos más televisores en casa estaríamos más y mejor informados.....() ()

10.- La comunicación es importante para que una sociedad pueda desarrollarse a mejor nivel.....() ()

11.- La comunicación no verbal es un género televisivo.....() ()

12.- Los diversos medios de comunicación que han surgido en la historia como la imprenta o la radio, trajeron cambios insignificantes.....() ()

D. Has una lista de consejos que consideres son adecuados para ver un comercial.

1.

2.

3.

E. Elige la palabra deseada y colócala en el espacio vacío, según corresponda:

La televisión tiene _____ interesantes, pero desafortunadamente no a todos les gusta, y prefieren el _____ en vez de la educación. Otra de las cuestiones que tiene la TV, son las telenovelas, las cuales refuerzan diversos _____ que hace ver como naturales.

Las _____ de televisión muestran una parte de la _____, pero no la realidad en sí misma. Pues lo que vemos en TV es una construcción o _____.

Una de las formas para mejorar la manera de ver TV es seleccionar un _____ útil, educativo e informativo, y estar _____ de lo que me ofrece el medio de comunicación. Todo ello implica tener una visión _____ hacia la TV.

Televisión, crítica, realidad, verbal, representación,
sentidos, código lingüístico, mensaje, programas, entretenimiento,
publicidad, estereotipos, contenido, consciente, canal,
comercial, diferentes, cámaras, divertido, comunicación.

El contenido adecuado de los espacios en blanco es: PROGRAMAS, ENTRETENIMIENTO, ESTEREOTIPOS, CÁMARAS, REALIDAD, REPRESENTACIÓN, CANAL/CONTENIDO, CONSCIENTE, CRÍTICA.

F. ¿Consideras que este tipo de taller debería ser una materia de la escuela?

¿Por qué?

G. ¿Qué te pareció el trabajo de los talleristas?

SUBCAPÍTULO 5.2.- PROPUESTA EDUCATIVA PARA EL USO CRÍTICO DE INTERNET

Las actividades a desarrollar para formar una visión crítica hacia Internet, son las siguientes y se impartirán en este orden:

1. Usos y gratificaciones de Internet
2. Breve historia de Internet
3. Actividades que se pueden hacer con Internet
4. Aprender a seleccionar la información
5. Lenguaje de Internet (memorama)
6. Minuto a minuto las noticias corren
7. Leyes de protección a menores en Internet
8. Virus y amenazas
9. Mensajes engañosos de Internet (detectar publicidad mentirosa)
10. Plagio de datos (buscar perfiles de gente con bienes ostentosos)
11. Tips para navegar seguros
12. Crucigrama
13. Bibliografía de niños
14. Creando mi propio perfil
15. Creando mi propia página web
16. Proyección DVD "Internet sin riesgos" Vizu y Lola
17. Evaluación

TEMA: USOS Y GRATIFICACIONES DE INTERNET

Objetivo: Aplicar un cuestionario para conocer los usos y gratificaciones de los niños en su interacción con Internet.

Duración: 20 minutos

Recursos: Fotocopias del cuestionario



Actividad: Se aplicará el siguiente cuestionario:

INSTRUCCIONES: TACHA DENTRO DEL PARÉNTESIS (X), LA OPCIÓN QUE ELIJAS.

1.- ¿A qué género perteneces?

A) Hombre ()

B) Mujer ()

2.- ¿Cuál de las siguientes tecnologías es más importante para ti? **Elige sólo una opción**

A) Internet ()

B) Televisión ()

C) celular, I pod, ()

D) X-box, Nintendo Wii, Play Station ()

3.- ¿Tienes computadora en tu casa?

A) Sí ()

B) No ()

4.- ¿Acostumbras a navegar en Internet? **Elige sólo una opción**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

5.- ¿En qué lugar acostumbras a navegar por Internet? **Elige sólo una opción**

- A) En mi casa ()
- B) En casa de un amigo ()
- C) En casa de familiares ()
- D) En un café Internet ()
- E) Otro ()

6.- ¿Con qué frecuencia usas Internet? **Elige sólo una opción**

- A) 1 vez a la semana ()
- B) De 2 a 3 veces por semana ()
- C) De 4 a 5 veces por semana ()
- D) Más de 5 veces a la semana ()

7.- ¿Cuántas horas navegas al día? **Elige sólo una opción**

- A) De 1 a 2 horas ()
- B) De 2 a 4 horas ()
- C) De 4 a 6 horas ()
- D) Más de 6 horas ()

8.- ¿Cuánto tiempo llevas usando Internet? **Elige sólo una opción**

A) De 1 a 6 meses ()

B) De 7 meses a 1 año ()

C) De 2 a 3 años ()

D) De 4 a 5 años ()

9.- Utilizas Internet para: **Puedes tachar más de 1 opción.**

A) Checar el correo electrónico ()

B) Conectarte en el Messenger, HI5, Facebook, etc ()

C) Descargar música, videos, películas, juegos ()

D) Escuchar música, videos o ver televisión y/o películas ()

E) Buscar información para resolver la tarea o estudiar ()

F) Buscar información para entretenerme y/o divertirme ()

G) Chatear en diversas páginas web ()

H) Participar en foros o blogs ()

I) Conocer gente ()

J) Otra, especifica _____

10.- ¿Acostumbras a proporcionar tus datos personales en cualquier página que te lo solicite? **Elige sólo una opción**

A) Siempre ()

B) Casi siempre ()

C) Algunas veces ()

D) Casi nunca ()

E) Nunca ()

11.- Internet es: **Puedes tachar más de 1 opción.**

- A) Muy interesante y entretenido ()
- B) Más o menos interesante y divertido ()
- C) Poco divertido ()
- D) No me gusta, no es interesante ()
- E) Es económico ()
- F) Es rápido ()
- G) Es fácil de usar ()
- H) otro, _____

12.- ¿Consideras importante la información que buscas en Internet? **Elige sólo una opción**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

13.- ¿Necesitas ayuda para ingresar a cualquier página de Internet? **Elige sólo una opción**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

14.- ¿Te sientes seguro navegando en Internet? **Elige sólo una opción**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

15.- ¿Crees que navegar en Internet tiene riesgos? **Elige sólo una opción**

- A) Siempre ()
- B) Casi siempre ()
- C) Algunas veces ()
- D) Casi nunca ()
- E) Nunca ()

16.- ¿Qué harías si en Internet alguna persona te amenaza, te molesta o te ofende de alguna manera? **Puedes tachar más de 1 opción.**

- A) Les aviso inmediatamente a mis papás ()
- B) Se lo cuento a mis amigos ()
- C) No le digo a nadie ()
- D) Me defiendo de la persona que me amenaza ()
- E) Cierro la conexión ()
- F) Otro, _____

17.- Enumera del **1 al 7** la situación que sea **de mayor a menor peligro** en Internet.

De manera que el número **1** sea la de mayor peligro y el **7** la de menor.

- A) Que roben mis datos personales y contraseña ()
- B) Dar información sobre mi familia ()
- C) Recibir un virus ()
- D) Chatear con desconocidos ()
- E) Ingresar a una página no apta para menores de edad. ()
- F) Que el contenido de la página o chat sea violento o con lenguaje obsceno. ()
- G) Que me acosen sexualmente ()

18.- Existen diversas amenazas que le pueden ocurrir a tu PC mientras navegas en Internet, ¿cuál de las siguientes conoces? **Puedes tachar más de 1 opción.**

- A) Programa malicioso ()
- B) Pérdida de información ()
- C) Bloqueo de la computadora ()
- D) Virus ()
- E) Spam (archivos basura) ()
- F) Se descargan y/o instalan contenidos que no solicite ()
- G) Phishing (robo de identidad o contraseña) ()
- H) Otro, ¿cuál? _____

19.- De las siguientes opciones ¿cuáles son necesarias para ti al navegar en Internet? **Elige sólo una opción.**

- A) Conocer la ley de protección para menores en Internet ()
- B) Tener Internet con velocidad en infinitum ()
- C) Un lugar cómodo en el cual poder ingresar a Internet ()
- D) Saber usar la computadora e ingresar a Internet ()
- E) Ninguna de las anteriores ()

20.- ¿Conoces las leyes de protección para menores en Internet? **Elige sólo una opción.**

A) Sí ()

B) No ()

21.- ¿Lees los contenidos y reglas antes de acceder a páginas que no conoces? **Elige sólo una opción.**

A) Siempre ()

B) Casi siempre ()

C) Algunas veces ()

D) Casi nunca ()

E) Nunca ()

22.- ¿Es mejor la información presentada en Internet con respecto a la información de la televisión? **Elige sólo una opción.**

A) Siempre ()

B) Casi siempre ()

C) Algunas veces ()

D) Casi nunca ()

E) Nunca ()

23.- ¿Complementas lo que no aprendiste en la escuela buscándolo en Internet? **Elige sólo una opción.**

A) Siempre ()

B) Casi siempre ()

C) Algunas veces ()

D) Casi nunca ()

E) Nunca ()

24.- ¿Pertenece a alguna red social?, en caso de que sí, especifica cuál. **Puedes elegir más de una opción.**

A) Hi5 ()

B) Sónico ()

C) Facebook ()

D) Twitter ()

E) Metroflog ()

F) Myspace ()

G) Otra, ¿cuál?-----

Gracias por responder. Tu ayuda es muy valiosa para nosotros.

TEMA: BREVE HISTORIA DE INTERNET

Objetivo: Que los niños conozcan qué es el Internet, y cómo surgió.

Duración: 15 minutos

Recursos: DVD



Actividad: Se les preguntará a los niños cómo surgió Internet, qué es, para qué sirve, y posteriormente se les proyectará el contenido del DVD que contiene la historia de Internet.

Responderán por escrito las preguntas ¿Qué significa para mí la llegada de Internet? Y ¿Por qué es importante?

TEMA: APRENDER A SELECCIONAR LA INFORMACIÓN

Objetivo: Que determinen la calidad y fiabilidad de los datos.

Que se den cuenta de la importancia de leer datos argumentados y verídicos y observen la vasta cantidad de información que surge de un tema.



Duración: 30 minutos

Recursos: Computadora con Internet.

Actividad: Se les dará a los niños los siguientes datos para que aprendan a discriminar la información y buscar fuentes verídicas. Se les explicará una por una en el salón y después lo harán ellos usando el Internet:

El ejemplo podría ser la revista Razón y palabra.

- Delimitar la búsqueda.
- Dirección
- Título de la página.
- Título del documento.
- Autor, institución, (quién escribe)
- País, año de publicación.
- Número de página
- Texto coherente, claro.
- Links relacionados al tema principal.
- Citar la fuente.

→ Hacer caso omiso a la publicidad, no desviarse del objetivo.

→ Leer, comparar, investigar, no sólo copiar y pegar.

Posteriormente harán equipos, ellos elegirán un tema de su interés, se les pedirá que lo busquen en Internet en dos tipos de página, una donde contenga los datos de autor, del sitio, título, sea coherente, claro, etc. el otro tipo de página deberán buscar el tema donde no contenga datos del autor, no esté sustentada la información, es decir escogerán lo contrario a la primera.

Al finalizar la actividad se debatirá en clase las ventajas y desventajas de su búsqueda, así como la importancia de saber investigar.

Responderán por escrito a las preguntas ¿Por qué es importante saber investigar? y se les mencionarán algunos elementos que debe tener una cita textual.

TEMA: LENGUAJE DE INTERNET

Objetivo: que los niños con base en juegos recuerden los conceptos y definiciones para que conozcan el lenguaje de Internet y tengan una mejor alfabetización digital.

Duración: 20 minutos

Recursos: Memorama.



Actividad: Formarán equipos de 5 integrantes, jugarán memorama. El memorama estará dividido en dos partes, en una parte vendrá un concepto como tal, y en otra parte estará la definición de dicho concepto. Se trata de que los niños elijan correctamente la definición que corresponde a su concepto. Ganará el niño que más pares tenga.

Primero se discutirá en clase cada concepto, los niños darán su opinión sobre lo que creen significa el concepto, luego jugarán memorama para conocer las respuestas.

El vocabulario de Internet será el siguiente⁷⁵: Avatar, boletín electrónico, chat, ciberbullying, e-mail, foro, html, licencia de utilización, modem, Nick, phishing, pop up, red, servidor, URL, wi fi.

AVATAR: es la representación gráfica de un personaje.

BOLETIN: Boletín informativo que suele distribuirse por email, con el fin de informar sobre las novedades y temas de interés de un determinado sitio web.

CHAT: Aplicación de mensajería instantánea que permite a diferentes internautas conversar en vivo.

CIBERBULLYNG: Llamamos ciberbullying o e-bullying a una forma de acoso que se desarrolla a través de Internet, a través de teléfonos móviles u otros medios tecnológicos como cámaras fotográficas o de video digitales.

E-MAIL: Se refiere a la correspondencia que recibimos en nuestra computadora.

FORO: Espacio de discusión en Internet, en el que cada uno es libre de consultar los mensajes publicados y responderlos, creando así una comunidad en torno a un tema de interés común.

HTML: viene de las siglas en inglés de Hyper Text Markup Language (Lenguaje de Etiquetado de Hipertexto). Se trata del lenguaje de etiquetado predominante en la creación de páginas web. Se usa para determinar la estructura y el contenido del texto y también para añadir al texto objetos complementarios como imágenes, gráficos, textos o enlaces.

LICENCIA DE UTILIZACIÓN: El autor de una obra goza del derecho exclusivo de explotación de ésta y la licencia de utilización le permite definir las autorizaciones y restricciones en cuanto al uso y la difusión que se harán de su obra.

⁷⁵ Las definiciones des estos conceptos fueron tomados de CEDETEL. Internet sin riesgos. Glosario. España, 2008. http://www.Internetsinriesgos.es/contenido/glosario/glosario_a_1.aspx

NICK: Nombre bajo el que el internauta se conecta y que utiliza durante las conversaciones

PHISHING: El phishing es una técnica utilizada por estafadores para obtener datos personales. La técnica consiste en hacer creer a la víctima que se dirige a un tercero de confianza (banco, administración...) para obtener información confidencial: clave de acceso, número de tarjeta de crédito, fecha de nacimiento, etc. y utilizarlos con fines deshonestos (usurpación de identidad).

POP UP: Es una ventana publicitaria (en inglés “pop-up window” o abreviado “pop up”) es una ventana secundaria que emerge sobre la pantalla principal automáticamente, sin ser solicitada por el usuario, cuando navega en algunas páginas web.

RED: Cuando muchos ordenadores están conectados entre sí, ya sea por un cable visible o un sistema inalámbrico estamos ante una red: estos ordenadores pueden intercambiar datos entre ellos.

URL: URL (Uniform Resource Locator) es un modelo estándar para identificar y organizar direcciones de Internet. Se trata de una dirección que permite acceder a un recurso y que podemos ver en la barra de direcciones del navegador. Se compone de una cadena de caracteres que identifica cada recurso disponible en Internet.

WI FI: Es un sistema que crea una red de ordenadores sin necesidad de cable utilizando tecnologías de radio. Se trata de una de las tecnologías de comunicación inalámbrica más utilizada hoy en día. Fue creado para acceder a redes locales inalámbricas, pero hoy se utiliza sobre todo para establecer conexiones a Internet.

Es más fácil que mediante el juego aprendan divirtiéndose y lo recuerden con menos dificultad la próxima vez que naveguen.

TEMA: MINUTO A MINUTO LAS NOTICIAS CORREN

Objetivo: Alcanzar una alta participación de los niños en la selección de notas que ellos consideren importantes y que hayan sido mencionadas en el noticiero. Además de que se den cuenta de las grandes cantidades de información que produce Internet comparadas con la televisión.



Duración: 30 minutos

Recursos: Computadora con Internet

Actividad: Los niños rastrearán noticias de interés general fuera del horario establecido por los noticieros y comprenderán que, paralelamente la información se genera, pero, en un noticiero se concentran, sintetizan y eliminan determinadas noticias. (Pueden investigar el caso de la desaparición de Diego Fernández de Cevallos o la muerte de la niña Paulette)

El objetivo es que comparen ambas notas, encuentren similitudes, diferencias, expresarán cuál nota es mejor y por qué. Lo importante es que se den cuenta de que Internet tiene mucho más cobertura y espacio para la información, mientras que la televisión sólo pasa una parte de lo sucedido. Los niños también aprenderán a elegir de dónde y cómo informarse.

Posteriormente por escrito responderán ¿cuál es la diferencia entre la información presentada en Internet respecto a la de la TV? y ¿Por qué crees que existe esa diferencia?

TEMA: LEYES DE PROTECCIÓN A MENORES EN INTERNET

Objetivo: Que conozcan sus derechos como cibernautas, y estén conscientes que navegando por la red sus acciones tienen consecuencias que deben asumir.

Duración: 20 minutos.

Recursos: Computadora con Internet.



Actividad: Se les preguntará a los niños si conocen las leyes de protección a menores en la red, posteriormente, los niños investigarán si en México existen éste tipo de leyes.

Se discutirá en clase qué encontraron y qué opinan de ello.

Luego, se complementará esa información con el “MEMORANDUM DE MONTEVIDEO” ubicado en la página de Internet, <http://memorandumdemontevideo.ifai.org.mx>

Veremos que en México aún no está regulado por medio de una ley el acceso de los menores a Internet. Sólo existen propuestas para proteger los datos personales y la vida privada de los menores en las redes sociales, como lo es el Memorándum de Montevideo, evento organizado por el Instituto Federal de Acceso a la Información (IFAI) en el año 2009, con el objetivo de fomentar conciencia sobre los riesgos que las redes sociales en Internet pueden representar en los menores de edad. Es preocupante darnos cuenta que cada vez más los niños caen en situaciones de riesgo.

En caso de acoso o alguna situación de riesgo en Internet se puede denunciar a la policía cibernética de México, los teléfonos son 01-800-440-3690 en todo el país, y en la ciudad de México 51-40-36-90. También se pueden hacer denuncias vía Internet en el correo SPP: policia_cibernetica@ssp.gob.mx.

Se les cuestionará ¿por qué es importante una ley para los niños en Internet? ¿si tú como niño tuvieras que hacer esa ley, qué contendría?

TEMA: VIRUS Y AMENAZAS

Objetivo: Que se den cuenta de que existen diversos virus que pueden poner en riesgo su máquina. Que estén conscientes desde los menores hasta los mayores daños.



Duración: 30 minutos.

Recursos: Computadora con Internet, rotafolio, plumones.

Actividad: En equipos, se les pedirá a los niños (sin que consulten Internet) que definan lo qué es un virus, también harán una lista de virus y antivirus que conozcan, para qué sirven, cómo estos pueden afectar a su computadora. Posteriormente investigarán en la red todas estos cuestionamientos.

La finalidad es que sean precavidos al navegar por la red y no abran o descarguen cualquier tipo de información.

También deberán hacer un collage donde expongan la definición de virus y una lista de los más comunes, así como de antivirus.

TEMA: MENSAJES ENGAÑOSOS DE INTERNET

Objetivo: El objetivo general es incrementar la capacidad de detección de los mensajes engañosos de Internet, o de proporcionarles la misma en caso de que tengan problemas en la detección de los mismos



Duración: 20 minutos.

Recursos: Computadora con Internet.

Actividad: Ejercicio propuesto para la concientización de los mensajes engañosos de Internet. Buscarán la publicidad que ellos consideren mentira, (estilo eres el visitante número 1 millón), con el objetivo de demostrar mediante ejemplos la diversas y enorme

publicidad engañosa de la red. Posteriormente se discutirá lo encontrado y se expondrán y compararán los resultados de los equipos.

El objetivo particular es que logren identificar que no todo lo que se dice en Internet es cierto, no todos son aquellos que dicen ser.

Se les preguntará a los niños qué opinan sobre los mensajes engañosos que encontraron, y si fue muy difícil encontrarlos y por qué.

TEMA: PLAGIO DE DATOS

Objetivo: El objetivo es concientizar a los niños de los peligros de proporcionar demasiada información en Internet y demostrarles que tanta información personal es contraproducente.



Duración: 30 minutos.

Recursos: Computadora con Internet

Actividad: Se creará la situación de plagio de datos y de cómo es fácil encontrar a alguien en Internet por sus datos o los riesgos que se corren al proporcionarlos. La actividad será encontrar fotos de personas con autos lujosos, viajes etc, o cualquier indicio de bienes materiales ostentosos. Se propondrá la navegación en grupo con los talleristas como responsables por perfiles de hi5, Facebook, etc. previamente explorados.

Se propone además ayudarles a detectar la protección de acceso a la información y de no aceptar desconocidos como amigos en las redes sociales. Se hará hincapié en lo fácil que es encontrar fotos en Internet, información y todo tipo de indicios potencialmente peligrosos para quienes los suben. La actividad como tal involucrará el conocimiento de las redes sociales y el tipo de información que ahí se presenta, fotos, datos, fechas de cumpleaños, contactos, todo es información personal y puede, en su momento volverse en su contra. Pretendemos que los niños sean conscientes de la información que proporcionan.

TEMA: PARA NAVEGAR SEGUROS EN INTERNET

Objetivo: Darles tips para que naveguen seguros en la red.

Duración: 15 minutos

Recursos: Hojas, diurex, plumones.

Actividad: Se discutirán uno por uno los siguientes tips.



- Compórtate en Internet como en la vida cotidiana, en el sentido de no confiar en cualquier persona. Recuerden en todo momento que detrás de cada computadora hay una persona.
- Cuando aparezca una página que no haya sido solicitada o contenga información no apta para menores cierra la página y/o coméntalo con alguien mayor.
- No por el hecho de tener fotos o información de sus amigos tienen derecho a utilizarla, ya que la otra persona se puede incomodar u ofender.
- Cuando llenen algún formulario de registro y cualquier página deben leer cuidadosamente todos los términos, especialmente los que vienen en letra pequeña.
- No permitan que socializar en Internet los aleje de la vida real y de la interacción cara a cara, disfruten salir y no pasar mucho tiempo frente a la computadora.
- No confíen en todas las personas que conozcan en la red, sean precavidos y crean en su intuición.
- Cuando algo no les guste no tienen porque hacerlo, nadie puede obligarlos.
- Jamás hacer una cita real con alguien que no conocen o que acaban de conocer en la red porque en el peor de los casos podrían ser secuestrados o engañados.
- Si están en un sitio donde te ofenden, discriminan, hay racismo o violencia, trata de mantener la prudencia y cerrar la página, nadie tiene derecho a lastimarte.

- No te dejes engañar por los mensajes “cadena”, siempre asegúrate por medio de otras fuentes de que el mensaje sea cierto.
- No abran mensajes adjuntos de personas que no conozcan, ni descargues programas de dudosa procedencia, pues muchas veces podrían tener virus y dañar tu máquina.
- No creas en sitios donde te pidan dinero o que llames a un número celular ni por más divertida que esté la página, lo único que conseguirás es perder tu tiempo y dinero e incluso ponerte en riesgo.
- Recuerden que la contraseña siempre es secreta, no la confiesen a nadie.
- Si deseas subir tu foto pláticalo con tus padres, o puedes crear una animación lo más parecida a ti.
- No proporciones demasiados datos, como nombre, apellido, dirección, teléfono. Sólo da los datos necesarios para poder registrarte en algún sitio.
- Antes de abrir una web cam consúltalo con tus padres, de lo contrario no lo hagas.
- No vayas a sitios web que te propongan en un chat, debido a que pueden ser inapropiados a tu edad o los archivos pueden contener virus.
- Debes ser consciente de que tus acciones en Internet pueden perjudicar tu vida y que tú eres el único responsable.
- Estar informado es la mejor manera de navegar seguro en la red.
- La información en Internet si se usa con fines educativos y con buenas intenciones es de suma importancia, sin embargo, algunas veces, el ser humano lo ha utilizado para afectar a otras personas.

TEMA: ACTIVIDADES EN INTERNET

Objetivo: El objetivo es que amplíen su bagaje cultural entorno a las aplicaciones que tiene Internet más allá de las redes sociales, la descarga de música y de videos.



Duración: 20 minutos.

Recursos: Computadora con Internet.

Actividad: Ejercicio Individual. Se solicitará que elaboren una lista de las actividades que se pueden realizar en Internet. La concientización se llevará a cabo transportando a los niños a través de viajes virtuales, visitas a museos etc.

TEMA: CRUCIGRAMA

Objetivo: Conozcan vocabulario de Internet.

Duración: 15 minutos.

Recursos: fotocopias del crucigrama, lápices



Actividad: Los niños resolverán un crucigrama con vocabulario de Internet, para que identifiquen las palabras clave.



Las palabras a encontrar serán: Internet, navegación, web, hacker, www, google, wikipedia, raton, tecnologia, monitor, cpu, virus, pagina, email, global, social, mundial, informar, informacion, conocer, difundir, derechos , niños, niñas, comunicación, crítica, realidad, representación, mensaje, entretenimiento, publicidad, contenido, consciente, cibernautas, buscador, messenger, youtube.

TEMA: BIBLIOGRAFÍA

Objetivo: Crear una bibliografía confiable y segura por y para los niños, cada uno propondrá la que considere más adecuada y de utilidad.



Duración: 20 minutos.

Recursos: Computadora con Internet.

Actividad: Navegarán por la red y anotarán en su libreta la dirección de 3 páginas de Internet que ofrezcan información seria, confiable e interesante para ellos. Deberá contener: autor, título, año, país, etc. El tema será el movimiento estudiantil de 1968.

Se armará una bibliografía hecha por ellos y para ellos.

De esta manera se fomentará el buen uso de Internet. Al final, dirán por qué escogieron esas páginas y no otras.

TEMA: INTERNET SIN RIESGOS

Objetivo: Ampliar su visión crítica sobre la red de redes.

Duración: 1 hora. Divididas en 2 días.

Recursos: DVD



Actividad: Se les proyectarán diferentes videos encontrados en la red, que son valiosos y educativos para su formación crítica. Finalmente, se comentarán los videos vistos y el aprendizaje que les deja.

Al final de cada video se les preguntará cuál es el mensaje de ese video. Cabe señalar que ni Internet ni la televisión por sí mismos son dañinos, todo depende el uso que se le dé.

Ahora bien, la gran tarea de enseñar a los niños a ver los diferentes MMC y las TICS así como que sepan seleccionar la información, es un trabajo que depende no sólo de los profesores o del conjunto de la sociedad, sino también de los padres.

Consideramos que el camino más apropiado para enfrentar las limitaciones del modelo educativo actual, así como de ampliar las posibilidades buenas que tiene dicho modelo educativo, reside en la capacidad de concientizar la manera de enseñanza-aprendizaje, y renovar el método de enseñanza, ya que eso permitiría abarcar una diversidad de realidades y por supuesto abordar la dimensión crítica. Pero para ello es necesario hacer énfasis en la metodología de enseñanza (críticamente), la producción de materiales de los niños, por los niños y para los niños y la capacitación docente que requiere urgentemente abordar a los MMC y las TICs como herramientas metodológicas de enseñanza y aprendizaje.

TEMA: CREANDO MI PROPIO PERFIL

Objetivo: Que los niños comprendan los riesgos de proporcionar demasiada información en perfiles que todas las personas puedan ver.

Duración: 20 minutos

Recursos: computadora con Internet.



Actividad: Los talleristas junto con los niños entrarán a la red social Hi5 y crearán un perfil. Se hará énfasis en que cada dato que ellos proporcionen son servibles para un robo, secuestro, extorsión o robo de identidad, etc. Ello nos servirá para que conozcan las medidas de protección de los datos personales y de acceso a perfiles desde otros perfiles.

El objetivo particular es que cada niño en caso de tener ya un perfil de hi5 compruebe lo fácil que es acceder a los datos personales de otros.

TEMA: CREANDO MI PROPIA PÁGINA WEB

Objetivo: Hacerles ver lo fácil que pueden ser productores y no sólo receptores, que aprovechen la posibilidad de crear algo interesante, útil y que cualquier persona del mundo lo pueda ver.



Duración: 20 minutos.

Recursos: Computadora con Internet, textos e imágenes de los niños.

Actividad: Los talleristas enseñarán a los niños cómo se hace una página web, para ello es necesario que los niños les proporcionen textos (formato Word) hechos por ellos mismos, e imágenes, ya que ese material será el contenido de la página.

Este ejercicio permitirá que los niños se den cuenta de que cualquier ser humano puede crear una página web, por lo tanto, no todos los que suben información a la red son personas adecuadas o expertos para hablar de ciertas temáticas, produciendo así información no verídica o argumentada. Por ello la importancia de saber seleccionar la información.

EVALUACIÓN

Resuelve los siguientes cuestionamientos, tachando **(X)** la opción deseada entre CIERTO Y FALSO

CIERTO FALSO

- 1.- Los virus te protegen de personas con malas intenciones en la red.....() ()
- 2.- Si un antivirus ataca tu computadora, puede ocasionar pérdida de información y/o se vuelve más lenta tu máquina.....() ()
- 3.- Una gran parte de la publicidad en Internet es engañosa.....() ()

- 4.- Si en Internet proporciono mucha información personal, entonces tendré más amigos y menos riesgos.....() ()
- 5.- Es fácil y seguro aceptar en la red la invitación de todos como amigos.....() ()
- 6.-Es importante consultar a un adulto si deseo subir a la red fotos de mi vida y de mi familia.....() ()
- 7.- Es mejor convivir con gente a través de Internet que platicar cara a cara....() ()
- 8.- Si alguien me acosa o me agrede mientras navego debo reportarlo a la Policía cibernética de la ciudad de México.....() ()
- 9.- Puede ser divertido y poco riesgoso hacer una cita con alguien que conocí en La red.....() ()
- 10.- Yo soy el único responsable de mis acciones mientras navego en Internet.....() ()
- 11.- Estar informado es la mejor manera de navegar seguro en la red.....() ()
- 12.- Las leyes que protegen a los niños en Internet, también me protegen de los virus() ()
- 13.-Si yo utilizo información de alguien y digo que es mía, estaría cometiendo plagio.....() ()

CAPÍTULO 6.- ANÁLISIS Y RESULTADOS

Para lograr el objetivo de fomentar el desarrollo de una mirada crítica en los niños, impartimos un taller de Recepción Crítica a 37 niños (16 niñas y 21 niños), de la primaria “Profesor Leopoldo Velázquez Acuna”, ubicada en el Distrito Federal, en la Delegación Iztapalapa. El taller se impartió en 2 meses, del 6 de mayo al 09 de julio de 2010, de lunes a viernes, hora y media diaria.

El método utilizado, es la anteriormente expuesto. Cabe señalar que uno de los aspectos que hicieron muy divertido el taller, fue la metodología, la cual además de tener un serio contenido, es lúdica y se hacía una reflexión sobre cada tema visto. Ello permitió que a la mayoría de los niños les gustara el taller, y además lo más importante: que aprendieran a ser críticos. La manera de impartir el taller estuvo basada primero, en explicar cada uno de los temas, a la par que los niños iban opinando y construyendo la reflexión que los llevó a entender cómo funcionan los medios. No se trató de darles las respuestas, sino de hacerlos pensar y que ellos mismos reflexionaran.

En el taller hubo dos exposiciones, una, al terminar el tema de la televisión, y la otra al terminar por completo el taller, en la primera, los niños fueron quienes expusieron a sus padres cada uno de los temas que les habíamos impartido, y en la última, nosotros como talleristas enseñamos el trabajo final a sus padres. Cabe señalar que **grabamos un video sobre la opinión de los niños en el tema de la televisión**. Éste se grabó al finalizar la sesión de TV, y fue proyectada el día del cierre del taller⁷⁶.

Para lograr que los niños participaran y sintieran motivación tuvimos que aplicar el sistema de estrellitas, es decir, por cada participación que tuvieran les apuntábamos en la lista (la cual siempre estuvo pegada en el salón) una estrellita, ello les emocionaba, y algunos crearon una competencia en obtener el mayor número de estrellitas. El día del cierre del taller entregamos al niño y a la niña (dos personas en total) con mayor número de participaciones-estrellitas un reconocimiento (firmado por nosotros los

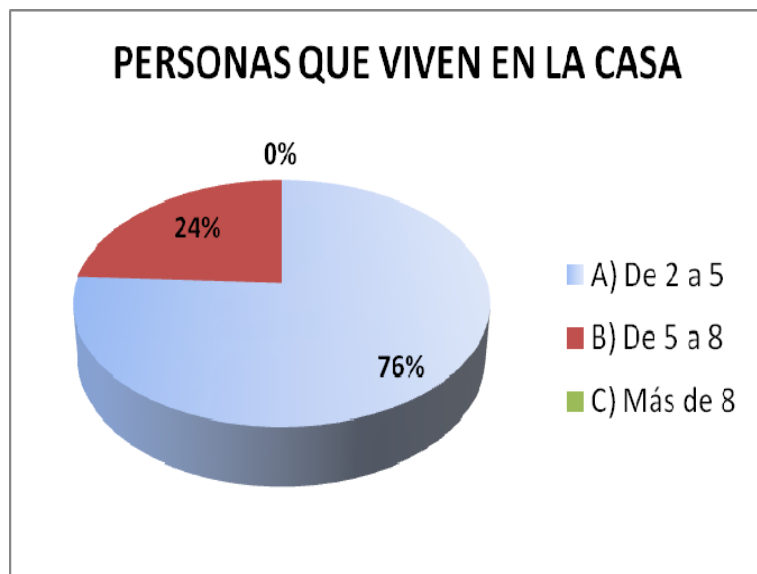
⁷⁶ El video forma parte del anexo de esta investigación.

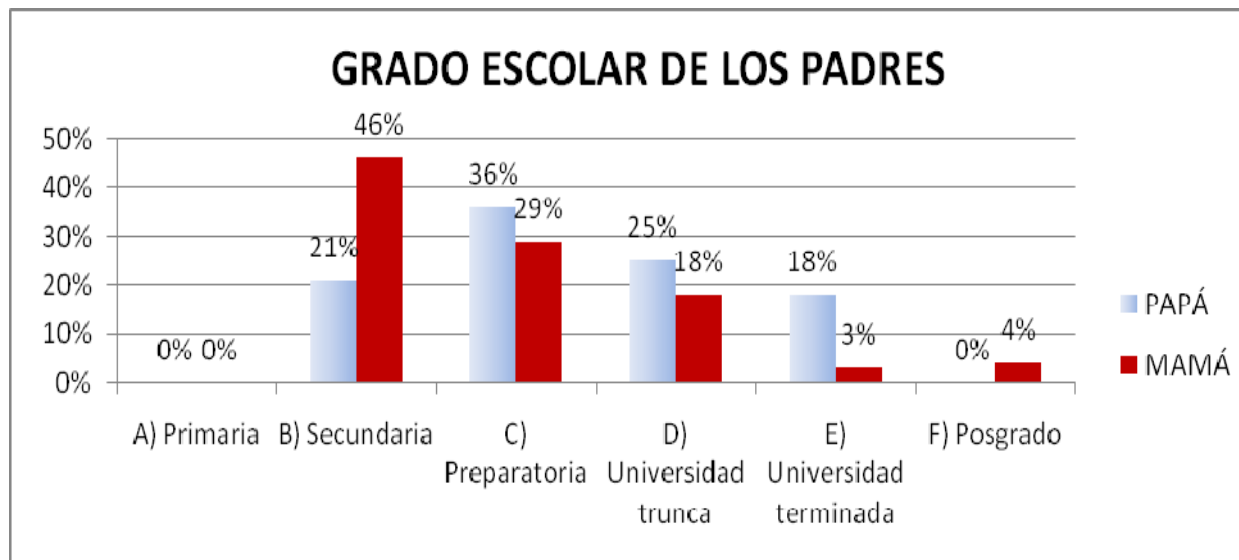
talleristas, el profesor de su grupo y el director de la primaria) y una playera con la leyenda de taller de recepción crítica.

El profesor del grupo fue de gran apoyo para nosotros debido a que a él sabía cómo controlar a los niños cuando había rebeldía, faltas de respeto y desinterés. Incluso en algunas sesiones decidimos trabajar con los niños que sí ponían atención e interés en el taller, mientras que los demás se la pasaban jugando en el salón. Incluso para desarrollar las actividades empleamos técnicas como separar a los más rebeldes e integrarlos en diferentes equipos. De hecho el profesor llegó al extremo de prometerles a algunos niños que si nos ponían atención y mostraban respeto cuando explicáramos los temas, lo consideraría para sus calificaciones finales. A pesar de ello, con el paso de los días, afortunadamente la mayoría logró integrarse al taller.

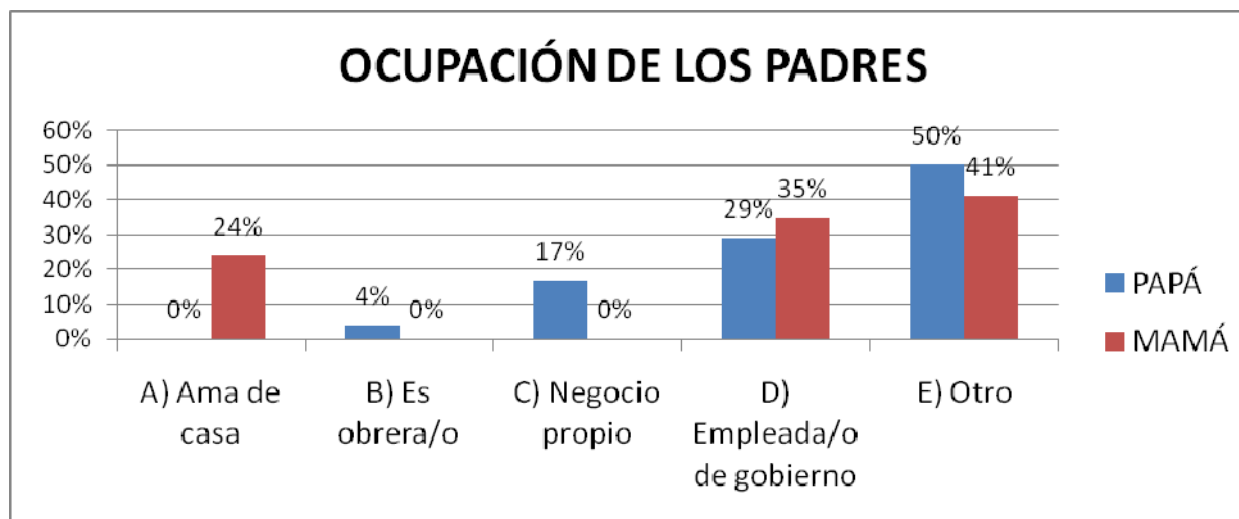
SUBCAPÍTULO 6.1 DATOS SOCIODEMOGRÁFICOS

Comenzaremos, por el primer día, donde se les aplicó la encuesta y se les habló de comunicación. El cuestionario de datos sociodemográficos fue aplicado en total a 29 niños, debido a que no todos asistieron a clase.



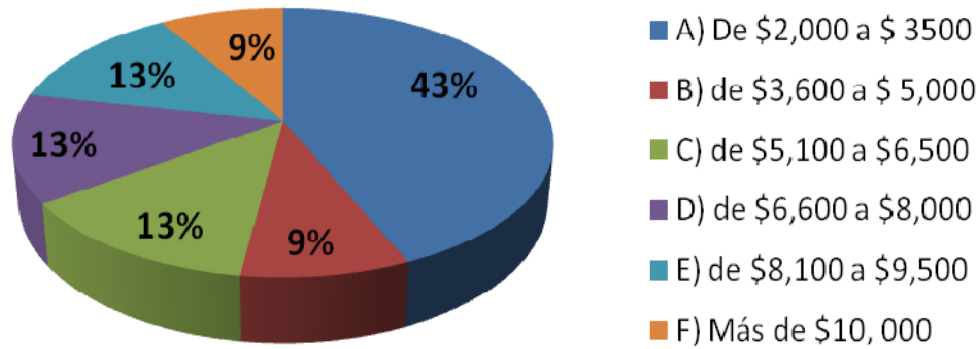


La mayoría de los papás estudiaron hasta la preparatoria, mientras que la mayoría de las mamás llegaron hasta la secundaria.



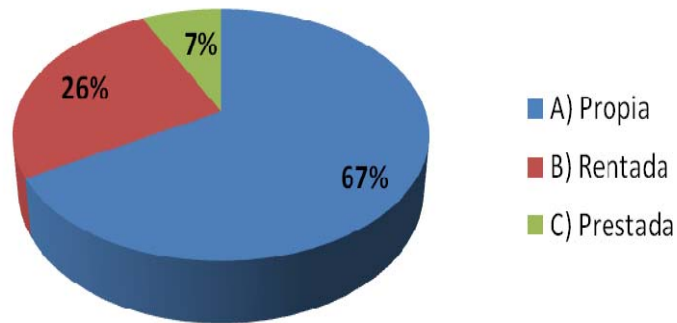
Los que eligieron la opción “otro”, los empleos son: profesor, operador, tornero, chofer, secretaria, asistente educativa, administrativo, etc. Otros argumentaron que carecen de la figura paterna.

INGRESO MENSUAL EN LA FAMILIA

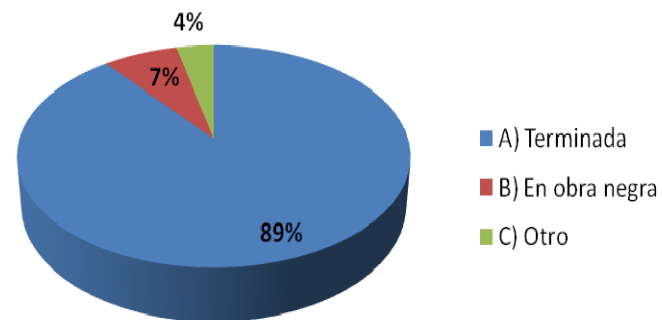


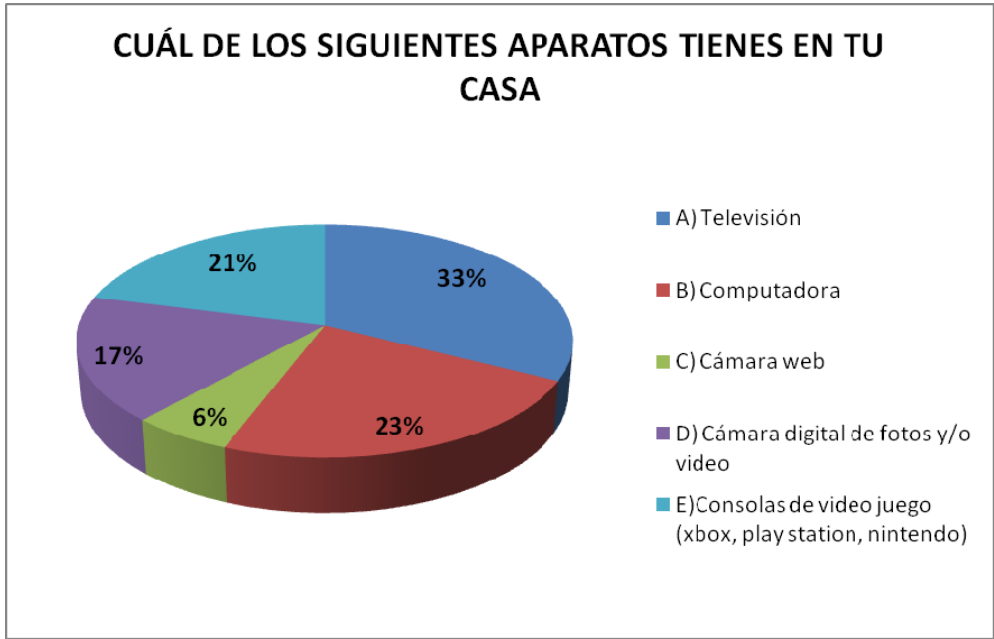
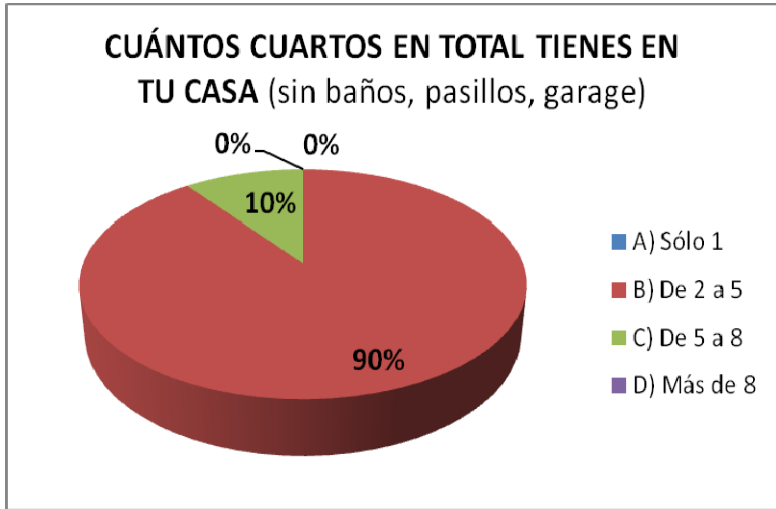
De un total de 29 encuestados, 23 personas contestaron esta pregunta.

TU VIVIENDA ES:



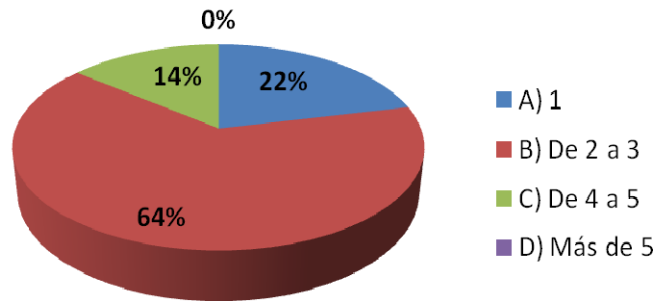
LA VIVIENDA ESTÁ:





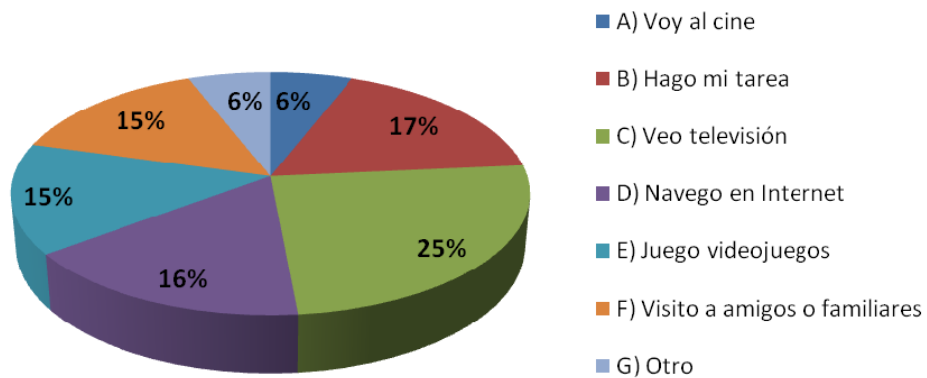
La televisión es el principal aparato que sigue existiendo en los hogares mexicanos. Aunque la computadora va creciendo progresivamente, más aún por el surgimiento de Internet.

NÚMERO DE TELEVISORES EN LOS HOGARES



De acuerdo a las gráficas y al AMAI (Asociación Mexicana de Agencia de Investigación de Mercados y Opinión Pública A.C), la mayoría de las familias pertenecen al nivel socioeconómico “C”, es decir, son de clase media.

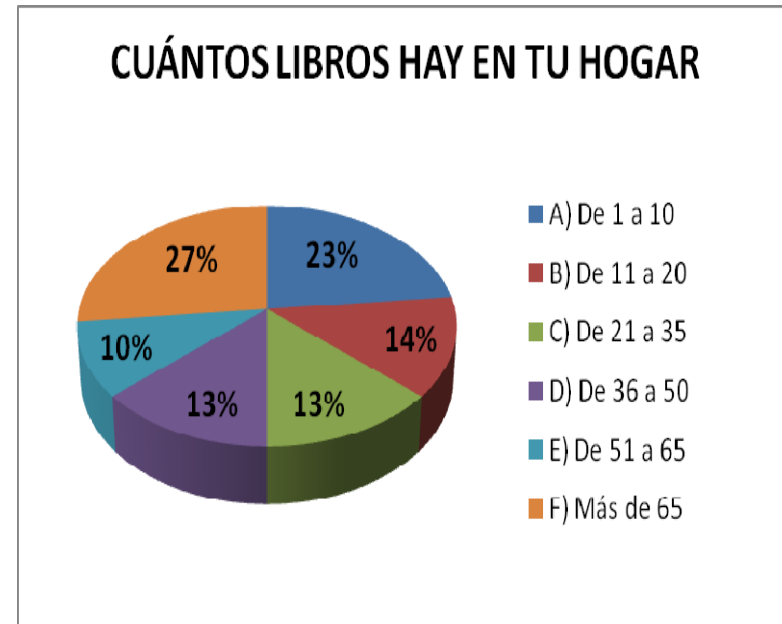
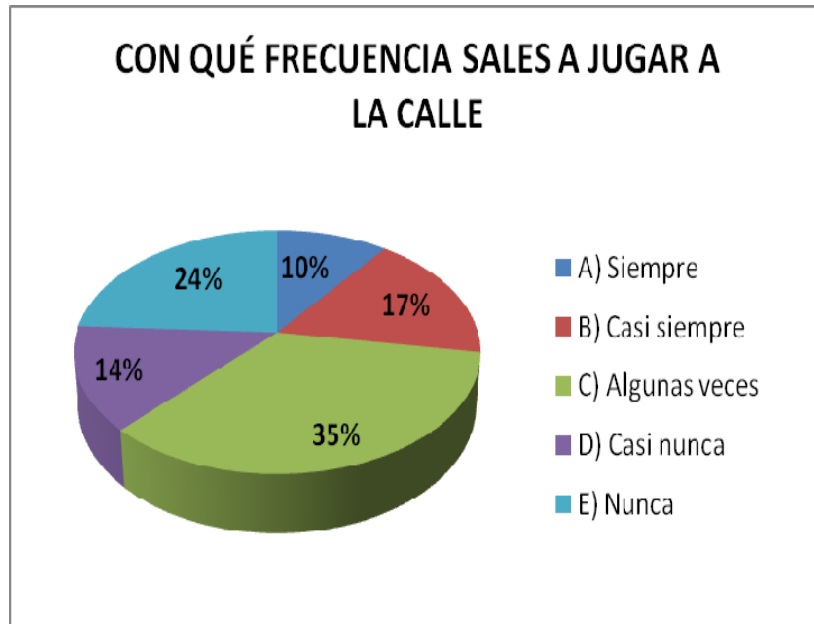
QUÉ HACES EN TU TIEMPO LIBRE



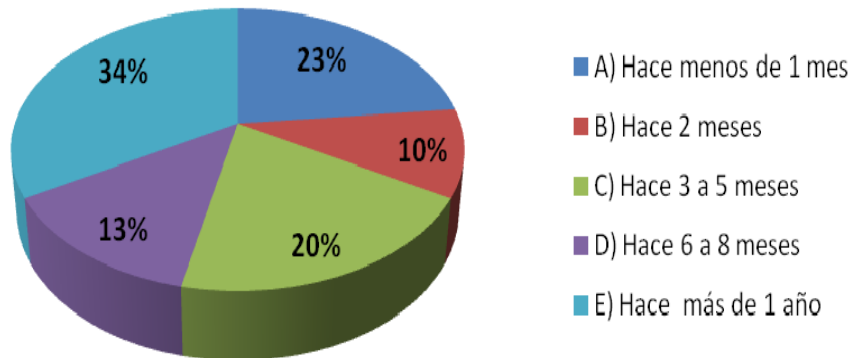
El 41% de los niños dedica su tiempo libre a ver TV y/o navegar en Internet. Mismas actividades para las cuales está diseñado el taller de recepción crítica.

SUBCAPÍTULO 6.2 OCIO Y CULTURA

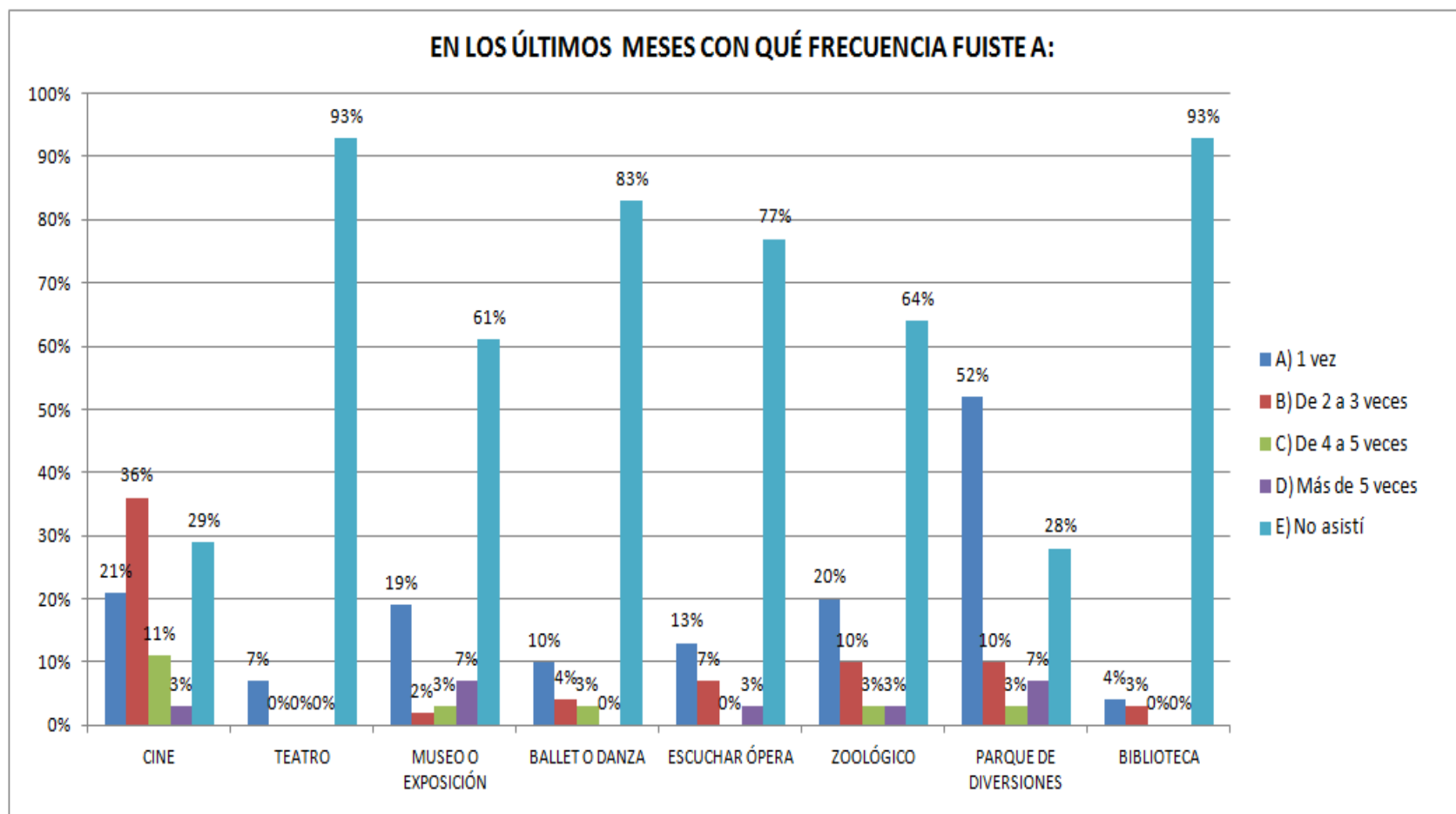
El cuestionario fue aplicado a 30 niños.



CUÁNDO FUE LA ÚLTIMA VEZ QUE LEÍSTE UN LIBRO COMPLETO

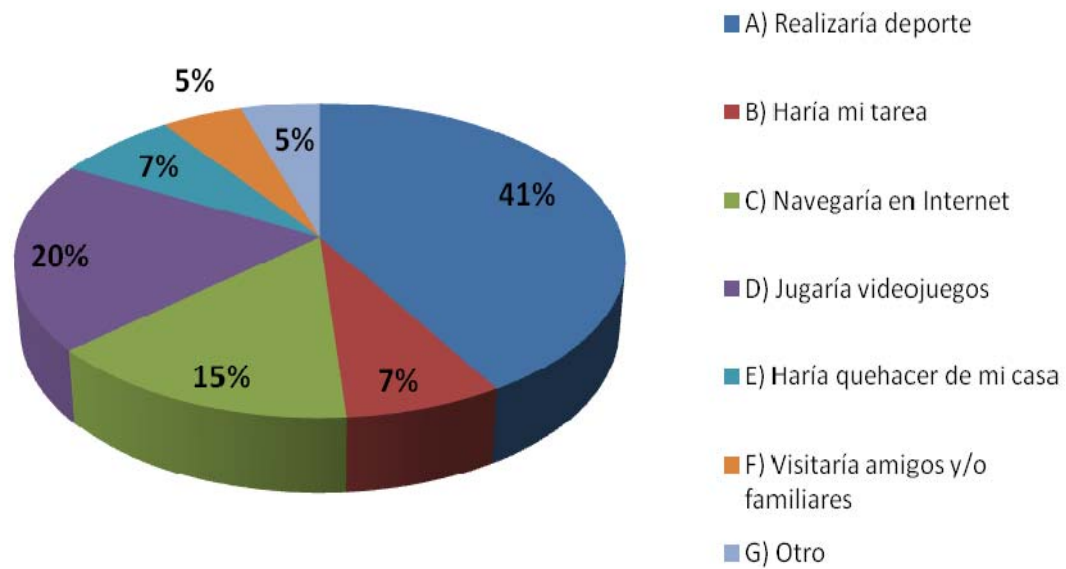


Algunos niños, hace más de un año que leyeron un libro completo, a pesar de que todos cuentan con algún libro en su casa. Ello nos habla de la falta de interés y de cultura a la lectura.



En cuanto a la diversión y a la cultura, los niños no se acercan a ésta última, y las que tiene mayor asistencia son el parque de diversiones y el cine, pero la incógnita es, qué tipo de cine verán. Es interesante ver que los niños no se acercan a la biblioteca, ni siquiera para resolver sus tareas.

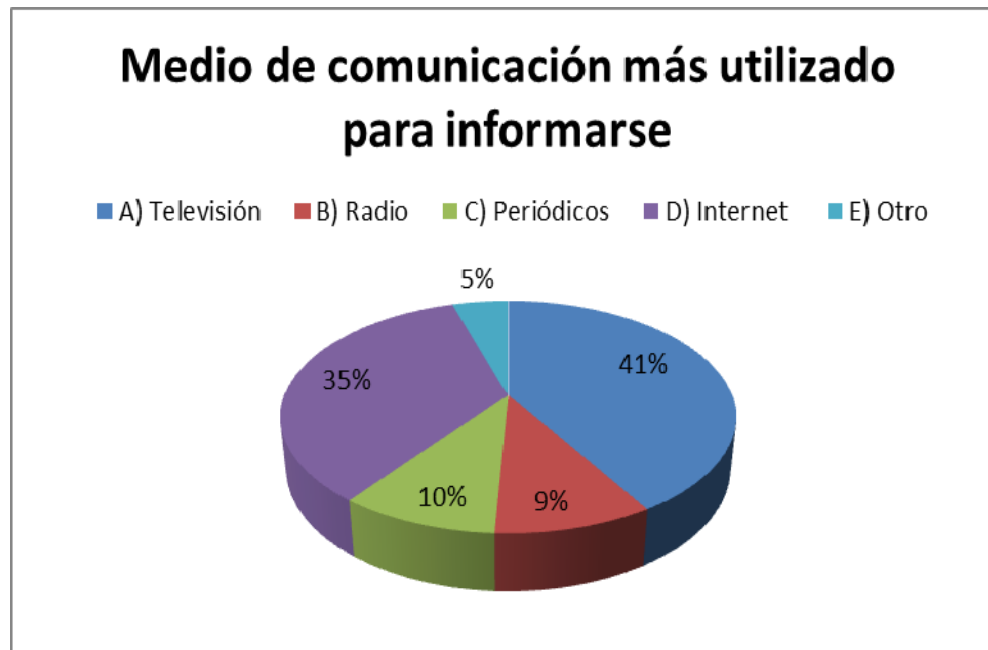
SI NO EXISTIERA LA TV QUÉ ACTIVIDAS HARÍAS



Realizar deporte es la principal actividad en la que piensan los niños, esto nos habla que si la televisión no existiera tendríamos niños con mejor salud, la obesidad infantil estaría en menor grado.

SUBCAPÍTULO 6.3 USOS Y GRATIFICACIONES DE LA TELEVISIÓN

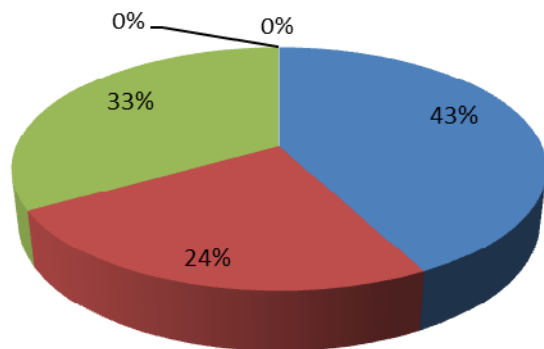
Para la presente encuesta tuvimos la participación de 18 niños y 15 niñas (33 niños en total), todos ellos en un rango de edad de 11 a 12 años.



El 76% de los niños se informa mediante la televisión y/o el Internet. Lo cual nos habla de la pertinencia de dirigir el taller de recepción crítica enfocado a estos dos medios masivos de comunicación.

Gusto por asistir a la escuela

■ A) Siempre ■ B) Casi siempre ■ C) Algunas veces ■ D) Casi nunca ■ E) Nunca

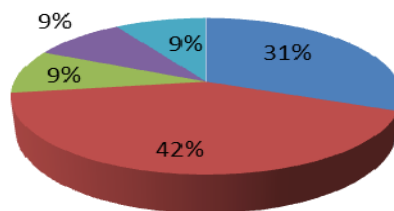


A varios niños les gusta asistir a la escuela porque aprenden.

Haber impartido el taller de recepción crítica en la primaria pública fue viable, debido a que tuvieron una satisfacción, la cual es el gusto por el aprendizaje de un tema que en la escuela no se había tratado antes, como lo son la TV y el Internet.

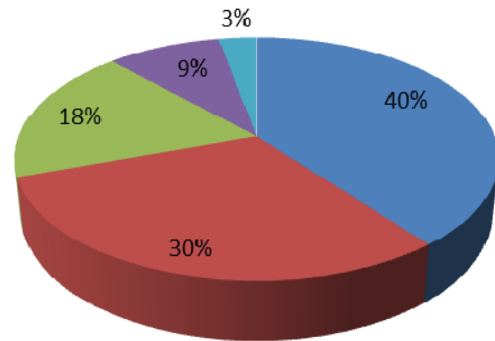
Variables que intervienen en el gusto por asistir a la escuela

■ A) Me divierto ■ B) Aprendo ■ C) Me educa
■ D) No me aburro ■ E) Me informa



Gusto por ver televisión

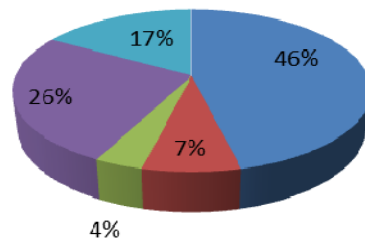
■ A) Siempre ■ B) Casi siempre ■ C) Algunas veces ■ D) Casi nunca ■ E) Nunca



Observar la televisión es para los niños una actividad de la cual mayoritariamente siempre gustan hacer.

Variables que intervienen en el gusto por ver televisión

■ A) Me divierto ■ B) Aprendo ■ C) Me educa
■ D) No me aburro ■ E) Me informa

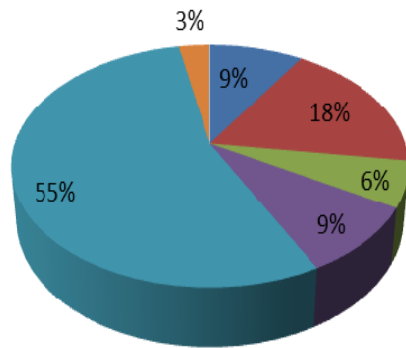


Son pocos los niños que consideran obtener educación y aprendizaje de la televisión.

Utilizan la televisión como fuente de entretenimiento y diversión.

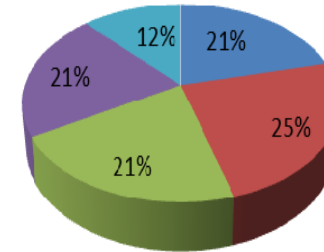
Acceso a TV de paga

- A) Más TV
- B) Dish
- C) Sky
- D) Cablevisión
- E) No tengo Tv de paga
- F) Otro



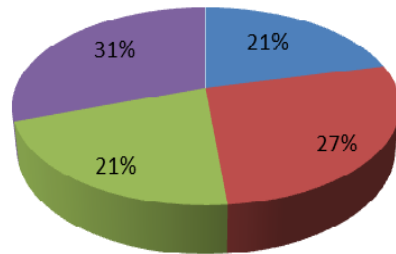
Tiempo destinado al día para ver televisión

- A) De 1/2 hora a 1 hora
- B) De 1 a 2 horas
- C) De 3 a 4 horas
- D) De 5 a 6 horas
- E) Más de 6 horas

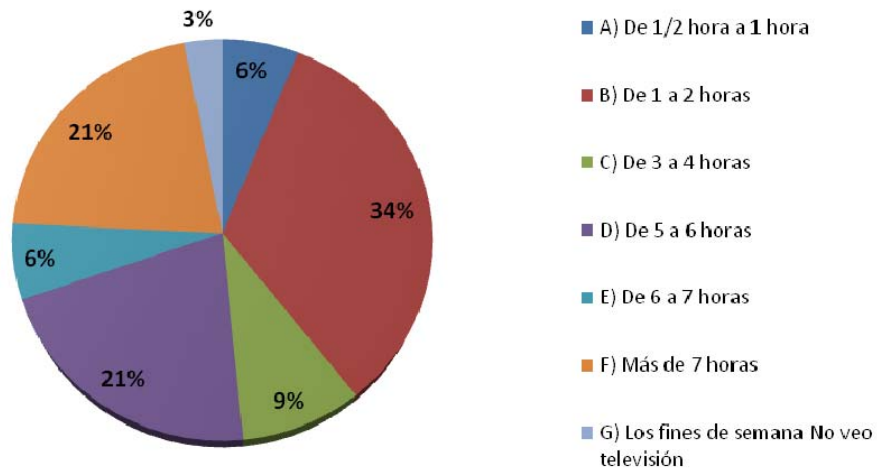


Horario para ver televisión los fines de semana

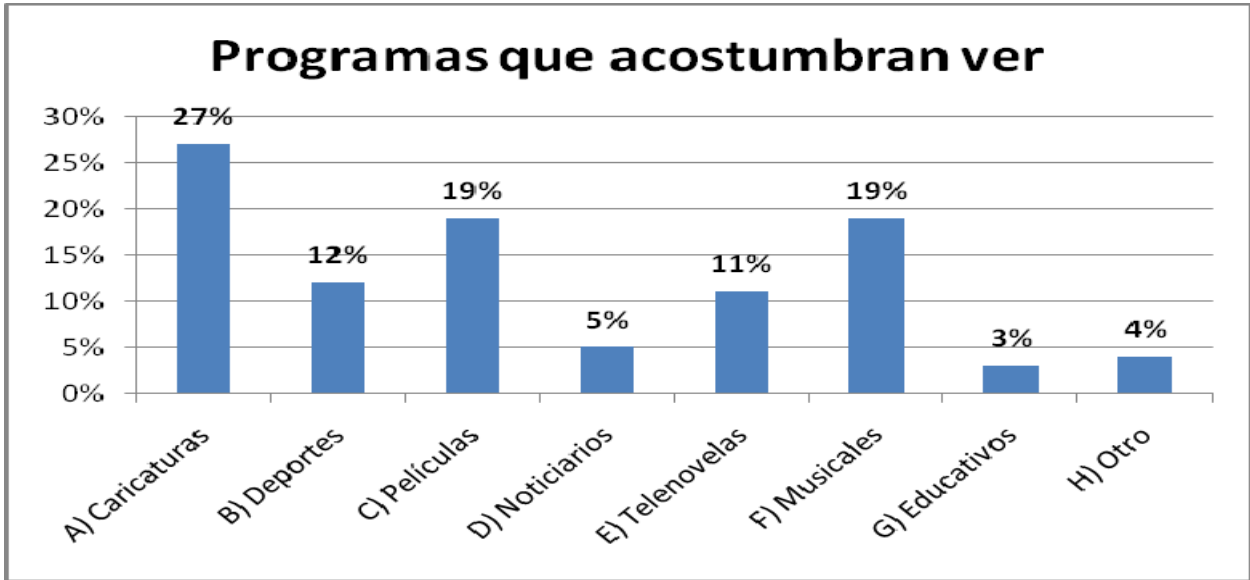
■ A) Por la mañana ■ B) A medio día ■ C) Por la tarde ■ D) Por la noche



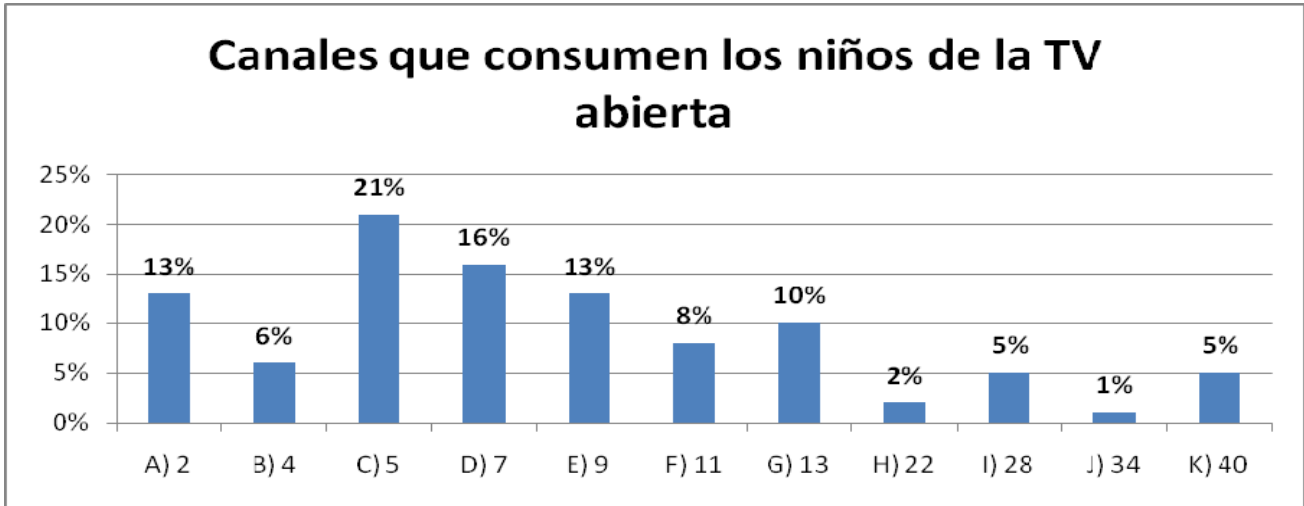
horas invertidas en ver TV los fines de semana



Los fines de semana aumenta la cantidad de horas que los niños ven TV.

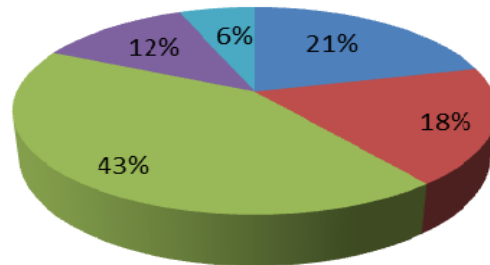


Quienes contestaron “otro”,
dijeron ver anime japonés.



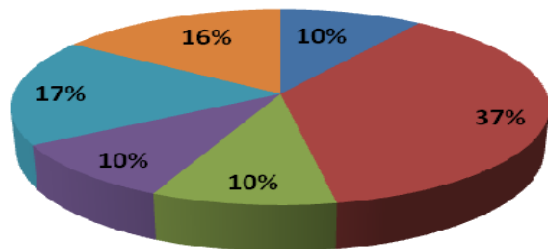
¿En general crees que ves mucha televisión?

■ A) Siempre ■ B) Casi siempre ■ C) Algunas veces ■ D) Casi nunca ■ E) Nunca



Te gustan los programas educativos porque

■ A) Me divierto
■ B) Aprendo
■ C) Me educa
■ D) No me aburro
■ E) Me informa
■ F) Ese tipo de programas No me gustan



Para desarrollar la presente categorización se procesaron los datos de las 30 encuestas, se procedió a contabilizar cada una de las respuestas con ambas opciones y se encontró lo siguiente:

Mención de los dos programas favoritos de televisión

1° Bob Esponja (Canal 5)

2° Malcom el de en medio (Canal 5)

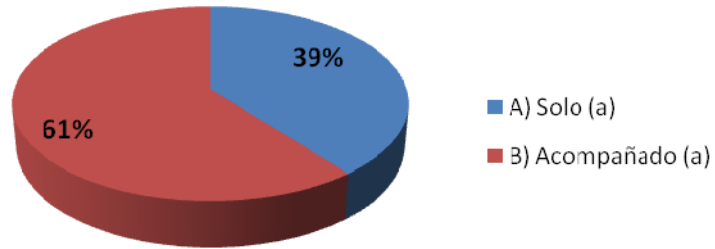
Argumentan que les gustan porque se divierten, no se aburren y aprenden.



El proceso de recepción televisiva lo acompañan con alguna otra actividad como jugar y comer.

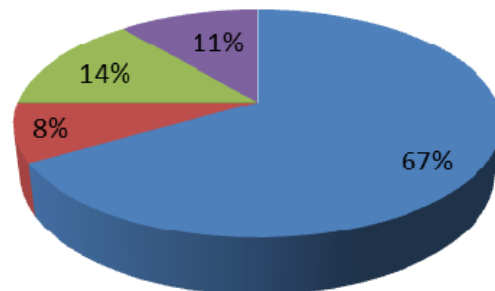
Quienes contestaran “otro”, argumentan que cuidan sus mascotas, juegan videojuegos, chatean o se duermen.

Acostumbras a ver la TV

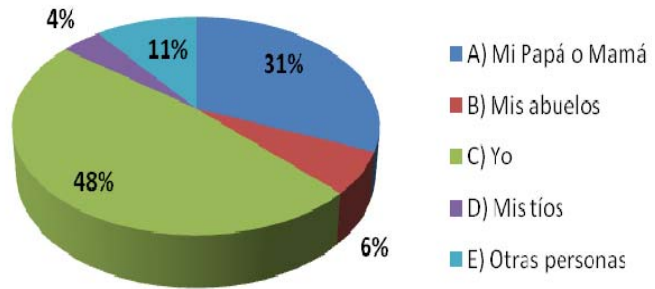


Personas que ven la televisión con los niños

■ A) Mi Papá o Mamá ■ B) Mis abuelos ■ C) Mis tíos ■ D) Otras personas

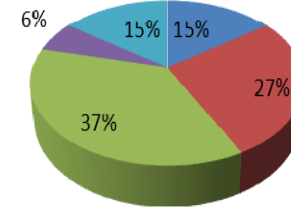


Cuándo ves la TV acompañado quién elige la programación

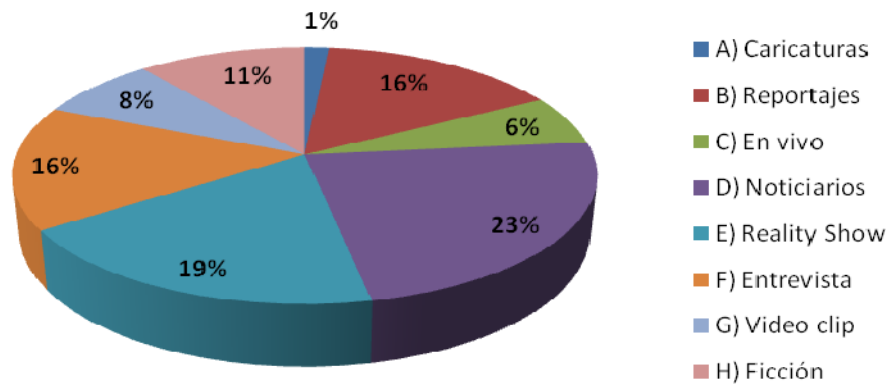


Frecuencia en la que comentan lo que ven en la televisión

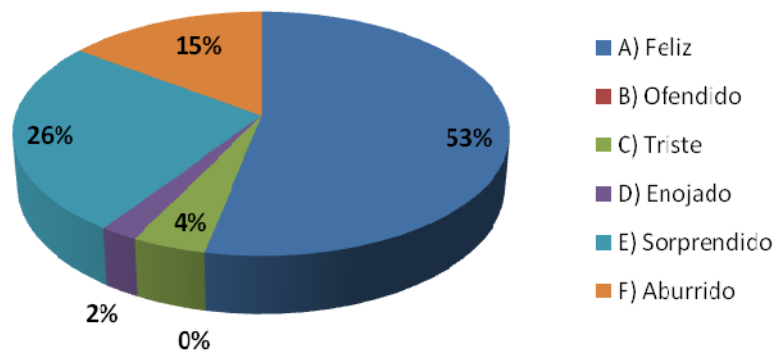
■ A) Siempre ■ B) Casi siempre ■ C) Algunas veces ■ D) Casi nunca ■ E) Nunca



Cuál género televisivo NO te gusta



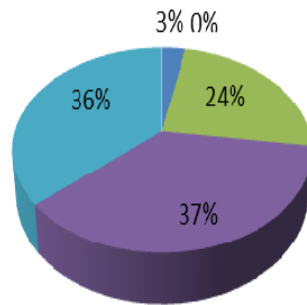
¿Cuándo ves la TV te sientes?



Cabe señalar que ningún niño se siente ofendido frente a los programas que observan.

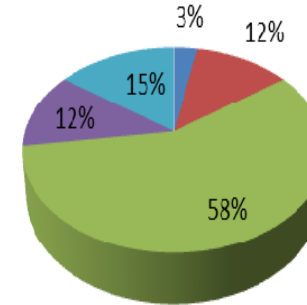
Consideración de los niños sobre la transmisión de la verdad en los comerciales

■ A) Siempre ■ B) Casi siempre ■ C) Algunas veces ■ D) Casi nunca ■ E) Nunca



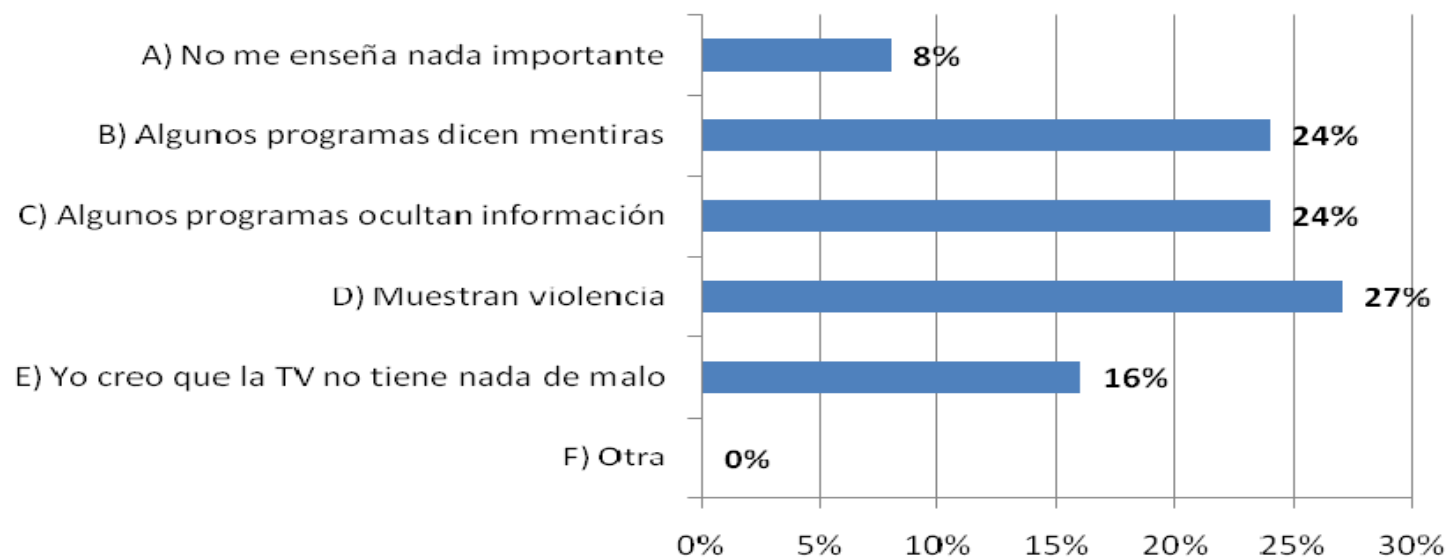
Consideración de los niños respecto a la transmisión de la verdad en televisión

■ A) Siempre ■ B) Casi siempre ■ C) Algunas veces ■ D) Casi nunca ■ E) Nunca

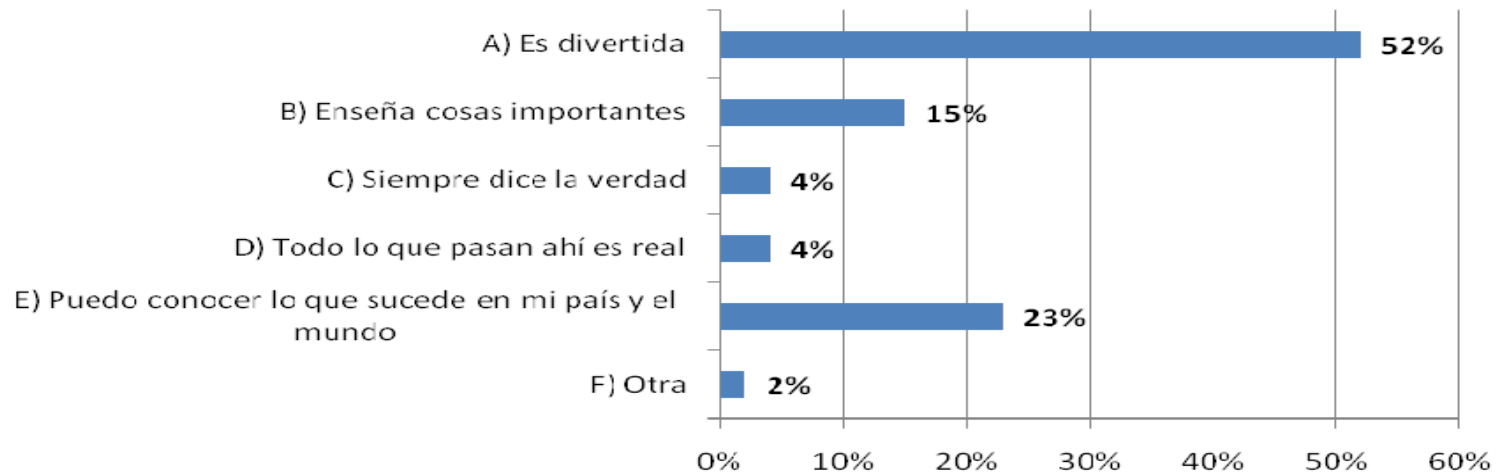


Los niños están conscientes de que tanto la televisión como los comerciales a veces mienten.

Para ti que tiene de malo la TV

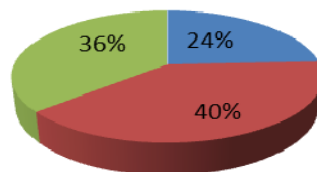


Para ti qué tiene de bueno la TV



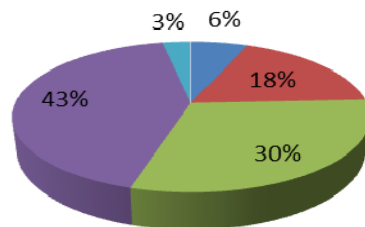
Uso de la información obtenida a través de la televisión

- A) Para conocer más la realidad
- B) Para conocer la realidad que No conocía
- C) Para complementar lo que leí, ví o escuché en otro lado

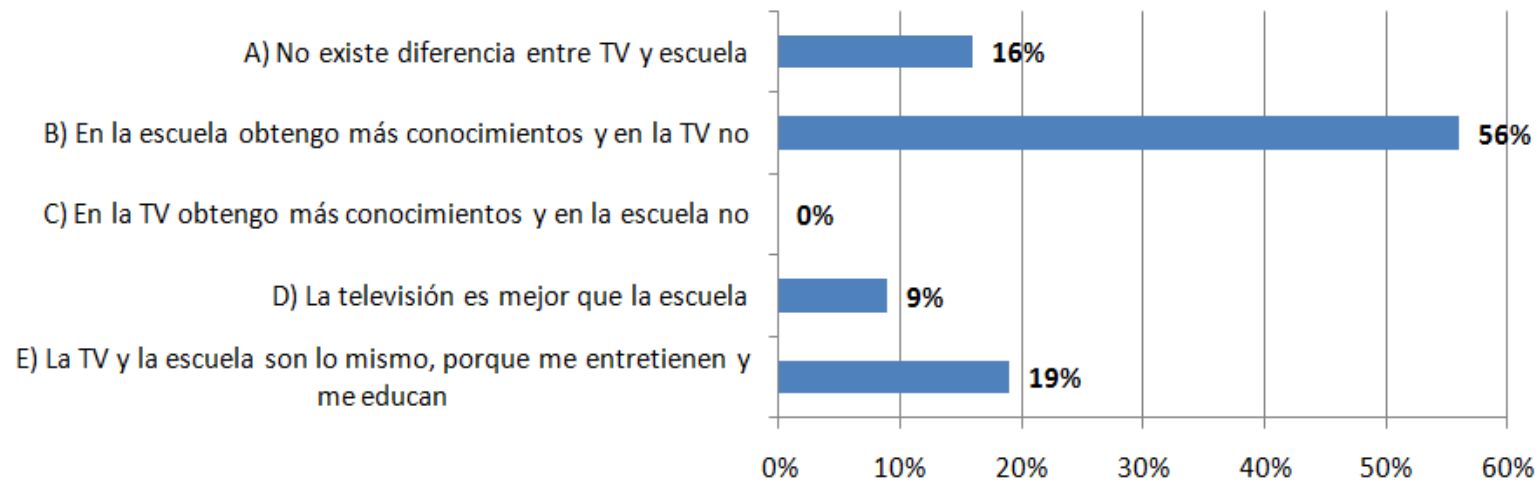


Frecuencia con la que los niños complementan la información de la escuela con lo visto en televisión

■ A) Siempre ■ B) Casi siempre ■ C) Algunas veces ■ D) Casi nunca ■ E) Nunca



Cuál es la diferencia entre la TV y la escuela



A manera de resumen, la información de las gráficas queda de la siguiente manera: de los diversos medios de comunicación que existen, los niños prefieren informarse por la TV, les gusta asistir a la escuela porque aprenden, les gusta ver la TV porque se divierten. La mayoría no tiene TV de paga, los programas que acostumbran a ver son caricaturas, musicales y películas de los canales 5 y 7. La mayoría le dedican a la TV de una a dos horas al día de lunes a domingo, sin embargo los fines de semana, aumenta considerablemente el número de horas que algunos niños observan televisión. Los programas educativos les gustan porque aprenden.

Mientras ven la TV acostumbran a jugar y/o comer, ven la tv acompañados de sus papás, siendo ellos (los niños) quienes escogen la programación, en ese sentido son autónomos, en ocasiones comentan lo que ven. No les gustan los noticieros, ver la TV los hace sentirse felices. Los niños piensan que en la TV sólo a veces se dice la verdad, que los comerciales casi nunca dicen la verdad. Consideran que lo que tiene de malo la TV es violencia, sin embargo hay que destacar que acostumbran a ver caricaturas de canal 5, cuyos diversos programas muestran escenas con actos violentos.

Los niños no acostumbran a complementar la información recibida en la TV con la de la escuela y finalmente consideran que en la escuela adquieren más conocimientos que en la TV.

Consideramos que los tienen clara la función de la televisión respecto a la de la escuela.

SUBCAPÍTULO 6.4 REFLEXIONES ESCRITAS POR LOS NIÑOS RESPECTO A LA TELEVISIÓN⁷⁷

Respecto a las diferentes actividades aplicadas en el taller, pasaremos a transcribir las respuestas de los niños en torno a las **REFLEXIONES HECHAS AL TÉRMINO DE CADA TEMA**. Se eligieron las respuestas más representativas donde consideramos que sí hubo reflexión.

COMUNICACIÓN, TIPOS, MODELO COMUNICATIVO E IMPORTANCIA DE COMUNICARSE.

Los niños dijeron que: *La comunicación es el sistema que utilizamos para comunicarnos, entendernos, llegar a acuerdos, a veces, para discutir, negociar, ordenar. La comunicación es una forma de expresarse, de dialogar, de decir algo a alguien usando nuestros sentidos, también es el medio mediante el cual nos enteramos de lo que sucede en nuestra colonia, país y en el mundo. Mediante la comunicación podemos expresar lo que sentimos y queremos.*

Aprendí que la comunicación se compone de varias partes, como el emisor, el receptor, el contexto, etc., y que el idioma puede ser llamado código lingüístico. Existen diferentes formas de expresarnos ya sea oral, escrito, no verbal, etc. Y también aprendí que existen varios medios de comunicación como lo son el Internet, los noticieros, la televisión, las biografías. Además de que a lo largo de la historia existieron diferentes medios para comunicarnos como el telégrafo, el teléfono, la radio. Sin la comunicación no podríamos vivir.

Respecto a la dinámica de marcar la dirección correcta de la comunicación y de poner cada frase en el lugar correspondiente, el 70% de los niños tuvo correcta la actividad.

⁷⁷ Las palabras *en cursiva* son la opinión de los niños. Cada imagen incorporada a su respectivo tema forma parte del material producido durante el taller.

Lo que más se les dificultó, fue la dirección de las flechas para marcar el proceso de comunicación.

En cuanto a la dinámica de poner el orden de aparición de los medios de comunicación, de cinco equipos, sólo uno los acomodó correctamente, otros dos equipos se aproximaron.



Modelo de Comunicación

Emisor: Es quien dice el mensaje

Receptor: Es quien recibe el mensaje.

Mensaje: Es lo que se quiere comunicar.

Canal: Es la vía por la cual circula el msj.

Código Lingüístico: Se refiere al idioma.

Contexto: Todas las vivencias y lo que rodea al humano: Social, cultural, religioso etc.

Efecto: La intención con la que se dice el msj.

Retroalimentación: Se da cuando se recibe respuesta del receptor.
En éste paso el receptor se convierte en emisor.

Ruido: Son sonidos que entorpecen la comunicación.

RECEPCIÓN CRÍTICA

OBJETIVO: CONSTRUIR UNA MIRADA ANALÍTICA ENTORNO A LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN.



LA SOLUCIÓN NO ES
LA CENSURA SINO
LA EDUCACIÓN.

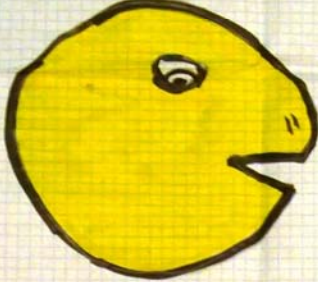


TIPOS DE COMUNICACIÓN

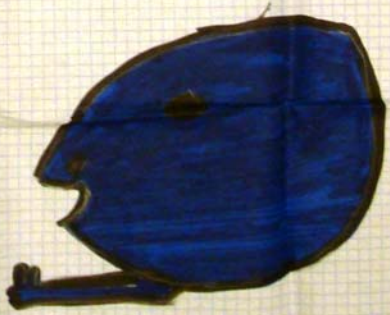
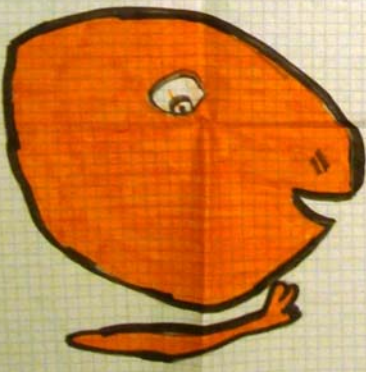
VERBAL

¿Como estas

bien y tú



NO VERBAL



DIANA
22-05-10
 Como se evolucionaron los medios de comunicación.

Los medios de comunicación: Son los instrumentos de los que nos usamos para comunicarnos con una o más personas.

Señales: Son aquellas que nos sirven para comunicarnos sin hablar y sin escribir.

Palabras: Son aquellos que nos sirven para comunicarnos sin hablar. Ejemplo: pinturas, rupestres.

Palabras habladas: Es la que nos sirve para comunicarnos sin escribir y dibujos como señaladas.

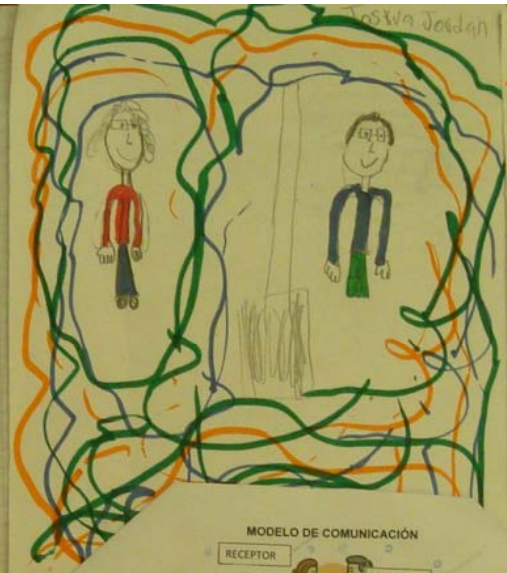
Escritura: Algunos países usaron símbolos universales para las letras.

La imprenta: El invento de la imprenta contenida los signos universales. Escrita desde el primer libro llamado La Biblia.

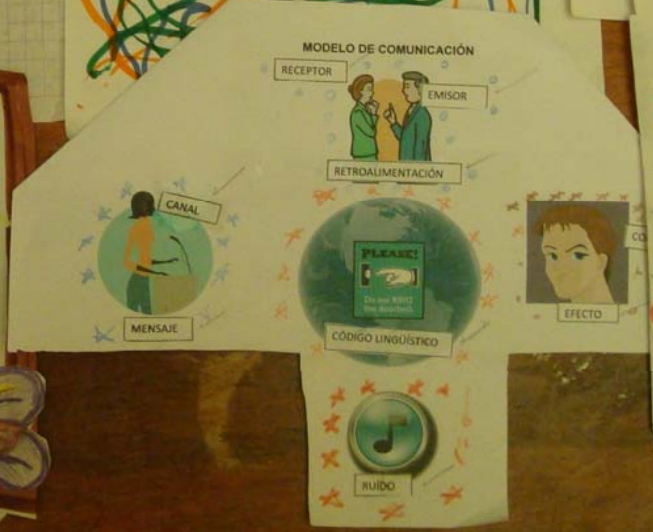
El telégrafo: Se basaba en el alfabeto morse con puntos y rayas.

La máquina de escribir: Era un aparato que contenía letras y símbolos.

MINERVA



Saludos Anfibios:
 La evolución de los comerciales:
 Antes usaban para hacer comerciales dibujos y botargas, casi todos estaban en blanco y negro.
 Después, y actualmente ocurren la tecnología y las personas.
 Y han sido mejorados para llamar más la atención de las personas.







HISTORIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

- 1- **Signos y Señales:** es la representación de una realidad con rasgos asociados. Los signos se usan desde la historia.
- 2- **Escritura:** es aquella que el emisor y el receptor no comparten, por esta razón la comunicación escrita es diferente.
- 3- **Imprenta:** es un método industrial de reproducción de textos e imágenes.
- 4- **Presna:** es un sistema abierto de la comunicación, proceso de acontecimientos e ideas etc.
- 5- **Telegrafa:** es un dispositivo de comunicación de señales a distancia
- 6- **Telefonos:** el telefono es un dispositivo de telecomunicación diseñado para transmitir señales acusticas
- 7- **Radio:** es un medio de difusión que llega al resto, que llega a todas las capas sociales
- 8- **Televisión:** es un sistema para transmisión y recepción de imágenes.
- 9- **Internet:** es un conjunto de redes de comunicación mundial

Integrantes: Isabel, Isaac, Minerva y Luis H.

EQUIPO (3)

PRENDE LA TV Y APAGA TU VIDA

Después del taller, el título para algunos significó: *dejar de hacer actividades productivas por estar viendo la tele*. Los propósitos de los niños de ahora en adelante para ver la televisión son: *Ver programas educativos, noticieros, documentales como los de canal 11, 22, y 40, evitar ver programas de adultos, pasar menos tiempo viendo televisión, seleccionar con algún adulto los programas que verán, comentar con la familia la importancia de los valores y el respeto, comentar con un adulto los programas que ven y proponer soluciones. Ver programas que informen y dejen un mensaje positivo. No querer ser como las personas que aparecen en la TV.*

Los niños sugieren que para mejorar la programación de la TV: *no pasen en la televisión caricaturas, así como diversos géneros televisivos con contenido tonto y violento. Además de que se mejore el lenguaje, que los programas de niños en verdad sean dirigidos a niños, y que las personas sepan que quieren ver y que no de la TV. Que haya más valores, que tengan tema de interés. Que haya más programas que hablen de nuestra historia. Saber cuándo y cómo es necesaria la TV para informarnos, si nos sirve o no. Uno decide si la tele nos controla o si nosotros controlamos lo que queremos ver.*

Ellos exigen a los productores *programas de calidad y que pasen todo lo que tiene que ver con la realidad, no con la ficción. Que deberían de quitar los reality shows para que exista más interés por ver programas educativos.*

Cuando los niños expusieron este tema a sus padres, les dijeron que *existen diversas cosas que podemos hacer si apagamos la televisión*. Le preguntaron a una madre de familia sus propósitos para ver la TV. La respuesta obtenida fue: *"Distraerme, ver chismes, descansar viendo la TV"*.

Haciendo una comparación entre esta reflexión y las gráficas anteriores (cuestionario de TV aplicado antes de impartir el taller) podemos observar los cambios significativos, ahora los niños proponen ver noticieros, siendo que antes los veían poco, y proponen ver canales como el 11, 22 y 40 siendo que antes preferían los canales 5 y 7. También

proponen que no pasen caricaturas, y en la encuesta podemos ver que es el género televisivo que más consumen. Después de haber impartido el taller, prefieren comentar y seleccionar con un adulto el programa que quieren ver, siendo que los niños sólo a veces conversaban sobre lo que veían, además de ser ellos los que eligen qué ver.

PRENDE LA TV Y APAGA TU VIDA.

¿Para ustedes q' sig. el título o el tema?

R = Estar viendo la tele y dejas de hacer otra cosa.

Estar viendo la tele y dejas de estar con la familia

Significa: Que puedes hacer cuando no ves la T.V.

Ejemplos:

Creo que un famoso llega a donde esta viendo la T.V.

Hay que practicar algo de lo que queremos hacer.



Maestra

¿Creo que la maestra haya llegado a donde esta viendo la T.V.? R = No



Integrantes

Ric
Diana
Leo

¿Creo que un futbolista haya llegado a donde esta viendo la T.V.? R = No



Guitarrista

¿Creo que... No

Futbolista

Rico — Leo — Diana — Equipo 4 —

PROPOSITOS PARA VER LA T.V.

¿Que propositos tienen para ver la T.V.?

R = distraerte, ver chistes, descansar viendo la t.v.

Ejemplos:

Si opago la tele puedo.....

Ir al cine con tus amigos

Hacer algún deporte

Estudiar, leer, repasar algo que te interese

E. t. c.

Hay muchas cosas que puedes hacer

Sus ejemplos de ustedes por país...

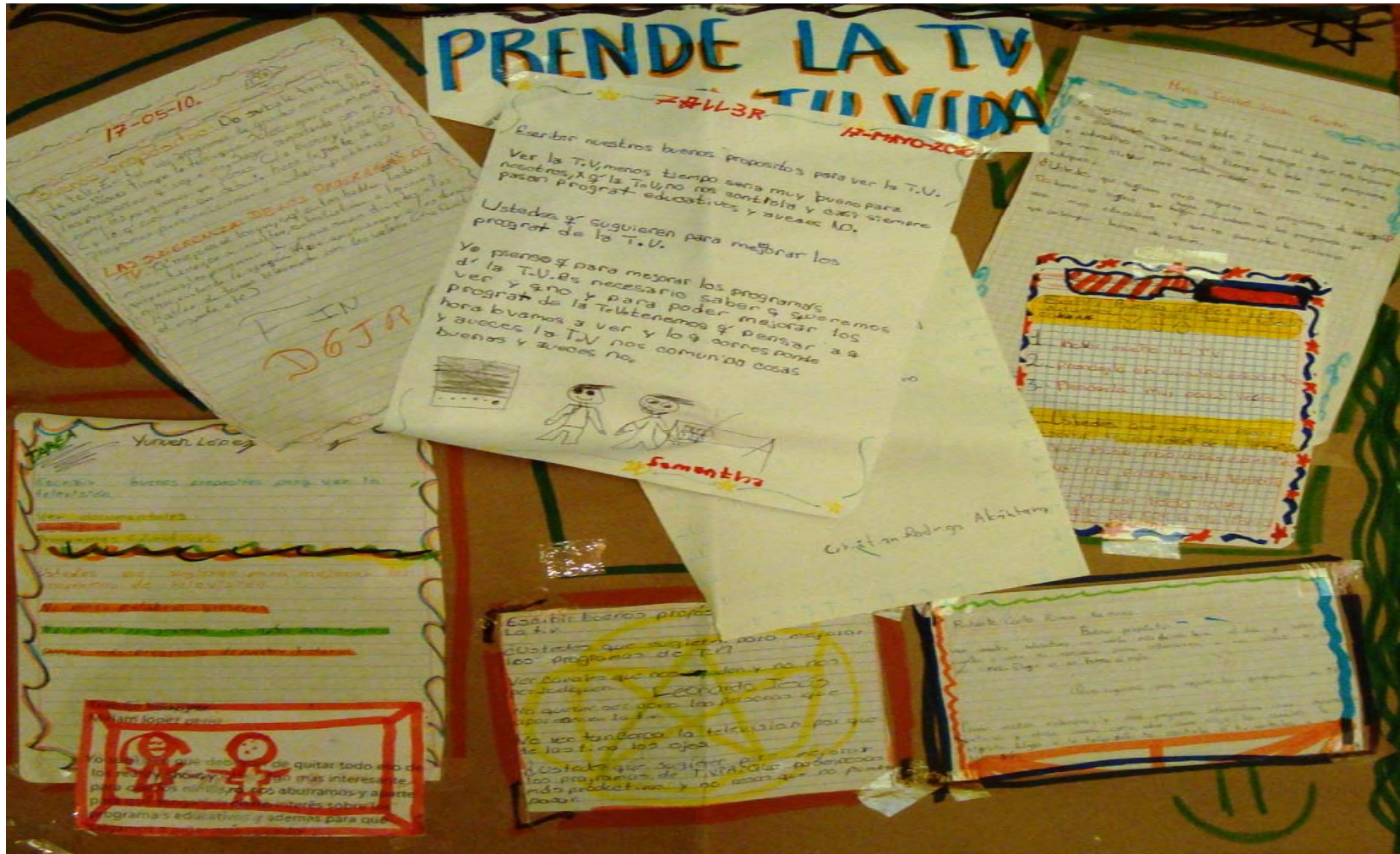
Pasar mas tiempo con la familia.

Dormir más

Hacer cosas que podria hacer

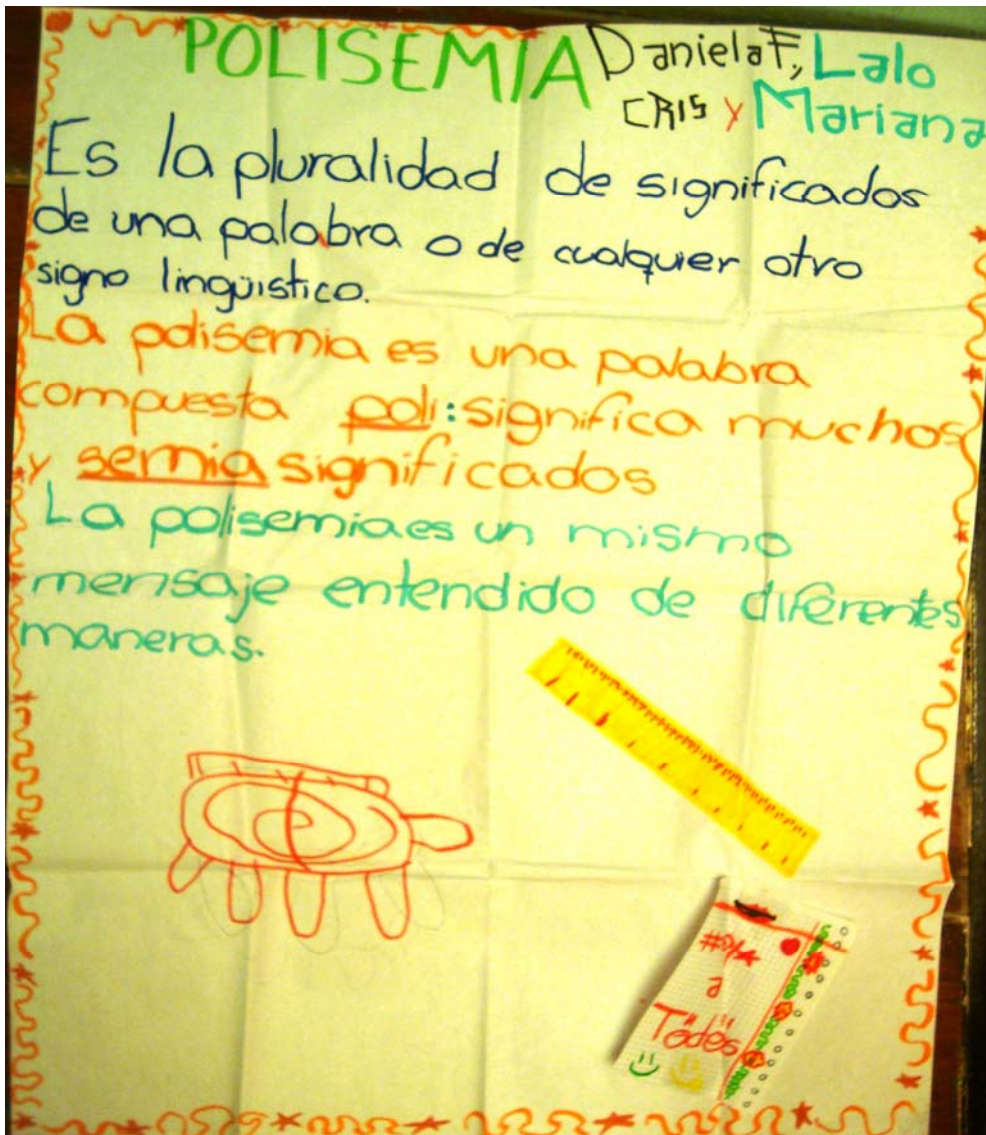
Salir a jugar

Integrantes
Aico
Diana
Leo
Equipo 4



SIN VER NI OÍR FRENTE AL TELEVISOR

Respecto al tema de la polisemia, para los niños quedó entendida como *el mismo mensaje entendido de diferentes maneras, o el mismo enunciado pero con diferentes significados*. Pusieron el ejemplo del *banco de dinero y banco de sentarse. Árbol de naranjo y árbol sin fruto*.





BANCO = Lugar para
centarce
Donde se guarda el dinero

ÁRBOL = Lugar que da sombra
Pieza metálica

PAPEL = una hoja para
escribir
Papel de actuación

REGLA = Instrumento de medición
Para poner el orden

GATO = un animal
Gato hidráulico

Cristian J,
Daniela F., Lalo, Mariana

LOS GÉNEROS TELEVISIVOS / CONSTRUYENDO LA REALIDAD

Los niños piensan que *lo que pasa en la televisión no es real porque es una representación de la realidad. Sólo enfocan lo que quieren que veamos, lo que les conviene*. Otros opinan que *a veces sí es real cuando usan personas, y no, cuando utilizan dibujos animados, además de que sólo pasan la escena que quedo bien grabada y todo es actuado*.

Los niños opinan que *en la TV, la realidad se construye representándola con las cámaras que sólo enfocan al personaje, con escenografía, efectos, iluminación, etc*. Incluso realizaron un dibujo de un diálogo entre dos personas, el hijo y la mamá. El primero dice “Sí mami tenías mucha razón”, la mamá responde “Ya ves hijo, es mejor leer”.

De acuerdo con los niños, la dinámica sobre los géneros televisivos, quedó de la siguiente manera.

| VERDAD | NO VERDAD |
|--------------|--------------|
| Noticiero | Video clip |
| Mesa redonda | Ficción |
| Entrevista | Caricatura |
| En vivo | Reality show |
| Reportaje | |

- Informativo
- Documental

VERDAD

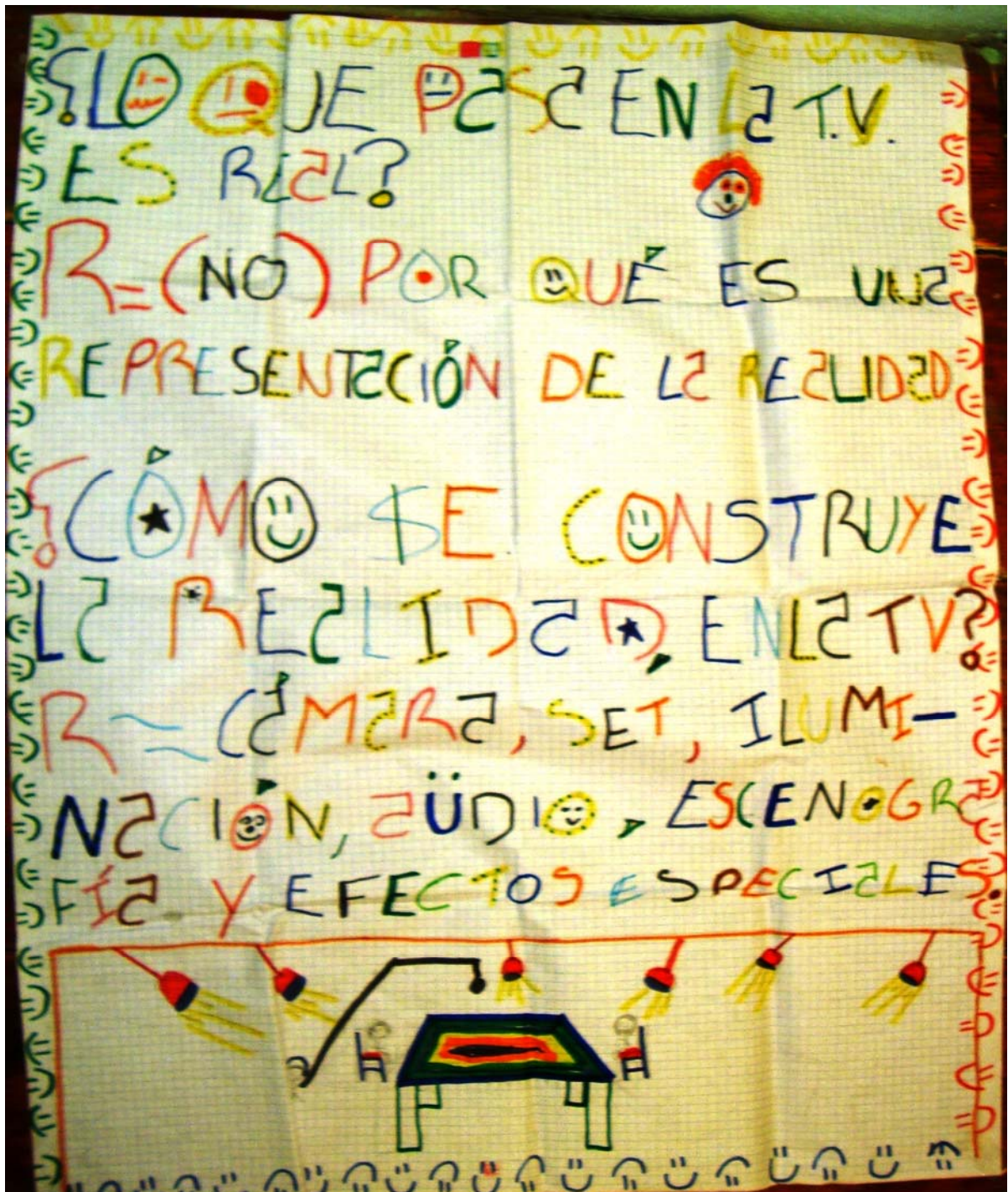
Reportaje
Noticiero
Mesa redonda
Entrevista
En vivo

- Entretenimiento
- Ficción

NO VERDAD

Video clip
Ficción
Caricatura.
Reality Show.

GÉNEROS TELEVISIVOS



PUBLICIDAD Y CONSUMISMO

Los niños argumentan que aprendieron que *no hay que creer todo lo que dice la TV y los comerciales, que los publicistas le pagan a gente famosa para que vendan sus productos, que los comerciales mienten para ganar publicidad y dinero, pero no todos mienten. Aprendieron a no dejarse manipular por los programas. Argumentan que un comercial es publicar un producto que dice ser bueno pero no lo es. En las telenovelas también se promocionan productos.*

La mayoría de ellos piensan que *no es justo que diversos publicistas vendan a base de mentiras porque sólo nos quitan el dinero, y además porque puede ocasionar daños a la salud, y porque el producto no te da el resultado que uno desea.*

Exigen a los publicistas que *sean más honestos, justos, que digan la verdad, que realmente den lo que anuncian en la TV, y que no utilicen palabras obscenas.*

En la dinámica, por equipos realizaron su propio comercial, pasaron a actuarlo, y vendieron el comercial con las siguientes frases: *Bambuñuelos a sólo \$7.50, y si juntas 10 tarjetas participan en la rifa de un XBOX 360, Bimbo sólo es imitación. Haz ejercicio.*

NUEVOS

Bambuñuelos
a solo
\$7.50



Bambuñuelos

bimbo
solo es
IMITACIÓN

CON. 66.00

Haz ejercicio

Y si juntas 10
tarjetas par-
ticipan en la ri-
fa de un
Xbox360

Nueva coca cola de 710ml. En la compra de una, te regala un balón autografiado por la selección mexicana. En la compra de 3 Coca-Colas participas por un PS3, edición copa mundial 2010. La Coca es de sabor uva, es muy rica y baja en calorías. Costo \$5. ¡Cómprala ya!

"Los Delfines"

NUEVA COCA-COLA DE 710 ml.

EN LA COMPRA DE TU COCA-COLA DE 710 ml. TE REGALA UN
BALÓN AUTOGRAFIADO POR LA SELECCIÓN MEXICANA MÁS \$20 \$20


CORRE A TU TIENDA MÁS SERCANA POR UNA COCA-COLA Y TU BALÓN

EN LA COMPRA DE 3 COCA-COLAS PARTICIPAS POR UN PS3
EDICIÓN COPA MUNDIAL 2010
COSTO DE \$5 PESOS

CONTIENE:

CONTIENE UN SABOR DELICIOSO A UVA Y ES BAJA
EN CALORÍAS ES MUY RICO

! COMPRALA YA!



The illustration shows a simple line drawing of a glass bottle with a label that reads 'Coca Cola Uva' and a small bunch of grapes. Above the bottle is a thought bubble containing the Spanish phrase 'que rico' (how delicious).

El siguiente comercial es una fritura de la empresa Sabritas a la que los niños llamaron: Nuevos Chetoritos ardientes. Es Multiusos. Contenido bajo en grasas. Vitamina de la A a la Z. Participa por un boleto a la luchas, un Nintendo wii y un Xbox. 25% más producto. Cuesta \$10.50. Come frutas y verduras.

Cont. ~~2.500~~

Chetoritos

Contenido bajo en grasas
Vitaminas de la A a la Z

\$ 10.50

MULTI USOS!

Participa por un boleto a las luchas y un wii y un Xbox 3600

ARDIENTES

Nuevo

Come frutas y verduras

25%+ PRODUCTO

¡Solo llama al:

Tel: 01-900-896-345-96-35-80-80





CONSUMISMO

Comercial

Programa

Un comercial es publicar un producto que dice ser buen producto pero en realidad no lo es y sólo lo hacen para vender.

En los programas también se vende. Como por ejemplo en las telenovelas promocionan cremas, jugos, etc.

Participación:



Lizeth,

Brenda, y Luis

Y unuen

CENSURANDO LA PUBLICIDAD TELEVISIVA

De acuerdo a las tablas que llenaron los niños, vieron programas del canal 2,5 y 7, entre ellos las telenovelas “La Loba”, “Soy tu dueña”, “Zacatillo”, programas como La hora pico, I Carly, Los Simpson, Fear Factor, Drake y Josh.

Los comerciales que pasaron fueron del gobierno, noticieros, shampoo, crema, pan Bimbo, pasta dental, bebidas alcohólicas, programación, comida chatarra, autos, refrescos, jabón, insecticida, carrera de ciclismo, fútbol, chicles, papel de baño, banco, desodorante, enjuague bucal, coca cola Zero, cereales, toallas femeninas, tenis, etc.

El tiempo aproximado de los comerciales en un programa que dura media hora fue de 10 minutos, mientras los que duran 1 hora, los comerciales ocupan 29 minutos.

La conclusión a la que legaron los niños es que *algunos comerciales mienten y otros no, hay demasiado tiempo en comerciales, son aburridos. En la televisión de paga, pasan menos comerciales, los programas sólo duran una parte de lo que se supone deben de durar, es más tiempo de comerciales que de programa, es injusto que hagan eso, repiten los comerciales varias veces. La televisión la pagan los comerciales.*



CENSURANDO LA PUBLICIDAD

Programa que vi Los Simpson
Duración: 30 minutos (X) 1 hora ()

| N. DE BLOQUE DE COMERCIAL | TIPOS DE COMERCIALES | DURACION DE LOS COMERCIALES |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1er Bloque | obampo | 3:00 m |
| 2do Bloque | champions league | 1:52 m |
| 3er Bloque | dabon | 0:20 seg |
| 4to Bloque | celular samsung | 0:14 seg |
| 5to Bloque | cora zero | 0:12 seg |
| | | TIEMPO TOTAL |

Conclusión Los comerciales hacen todo tipo de truxos y mas con fama para hacer mas publicidad y vender mas su producto.

CENSURANDO LA PUBLICIDAD

Programa que vi Drake y Josh
Duración: 30 minutos (X) 1 hora ()

| N. DE BLOQUE DE COMERCIAL | TIPOS DE COMERCIALES | DURACION DE LOS COMERCIALES |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1er Bloque | cereal | 10 |
| 2do Bloque | chider | 20 |
| 3er Bloque | Detergente | 30 |
| 4to Bloque | fruturas | 40 |
| 5to Bloque | | 20 |
| | | TIEMPO TOTAL |

Conclusión llegue a la conclusión que es más tiempo de comerciales que de programa. También llegué a la conclusión que la televisión la pagan los comerciales.

CENSURANDO LA PUBLICIDAD

Programa que vi My 1000
Duración: 30 minutos () 1 hora (X)

| N. DE BLOQUE DE COMERCIAL | TIPOS DE COMERCIALES | DURACION DE LOS COMERCIALES |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1er Bloque | ... | 11:20 |
| 2do Bloque | ... | 6:12 |
| 3er Bloque | ... | 6:37 |
| 4to Bloque | ... | 6:30 |
| 5to Bloque | ... | 6:34 |
| | | TIEMPO TOTAL |

28:14

Conclusión yo pienso que es injusto que pongan mas comerciales que el programa y que repitan mucho los comerciales. Se nota que son un montón de programas puros.

CENSURANDO LA PUBLICIDAD

Programa que vi Hotly
Duración: 30 minutos () 1 hora (X)

| N. DE BLOQUE DE COMERCIAL | TIPOS DE COMERCIALES | DURACION DE LOS COMERCIALES |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1er Bloque | ... | 2:00 |
| 2do Bloque | ... | 2:00 |
| 3er Bloque | ... | 2:00 |
| 4to Bloque | ... | 2:00 |
| 5to Bloque | ... | 2:00 |
| | | TIEMPO TOTAL |

Conclusión es pagando a este no hay nada comerciales.

CENSURANDO LA PUBLICIDAD

Programa que vi iCarly
Duración: 30 minutos () 1 hora (X)

| N. DE BLOQUE DE COMERCIAL | TIPOS DE COMERCIALES | DURACION DE LOS COMERCIALES |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1er Bloque | | 7:00 |
| 2do Bloque | | 6:53 |
| 3er Bloque | | 3:17 |
| 4to Bloque | | 8:05 |
| 5to Bloque | | 5:57 |
| | | TIEMPO TOTAL |

29:02

Conclusión Quisieran mucho tiempo en comerciales donde todos son modelos para que la gente compere el producto que anuncian.

CENSURANDO LA PUBLICIDAD

Programa que vi iCarly
Duración: 30 minutos () 1 hora (X)

| N. DE BLOQUE DE COMERCIAL | TIPOS DE COMERCIALES | DURACION DE LOS COMERCIALES |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1er Bloque | ... | 7:03 |
| 2do Bloque | ... | 5:50 |
| 3er Bloque | ... | 3:34 |
| 4to Bloque | ... | 8:39 |
| 5to Bloque | ... | 6:23 |
| | | TIEMPO TOTAL |

30:07

Conclusión Los programas solo duran una parte de lo que se supone que durarian.

CENSURANDO LA PUBLICIDAD

Programa que vi Zoolito un lugar en tu corazón
Duración: 20 minutos () 1 hora (X)

| N. DE BLOQUE DE COMERCIAL | TIPOS DE COMERCIALES | DURACION DE LOS COMERCIALES |
|---------------------------|----------------------|-----------------------------|
| 1er Bloque | ... | 0:55 |
| 2do Bloque | ... | 0:54 |
| 3er Bloque | ... | 0:28 |
| 4to Bloque | ... | 0:43 |
| 5to Bloque | ... | 0:59 |
| | | TIEMPO TOTAL |

3:09

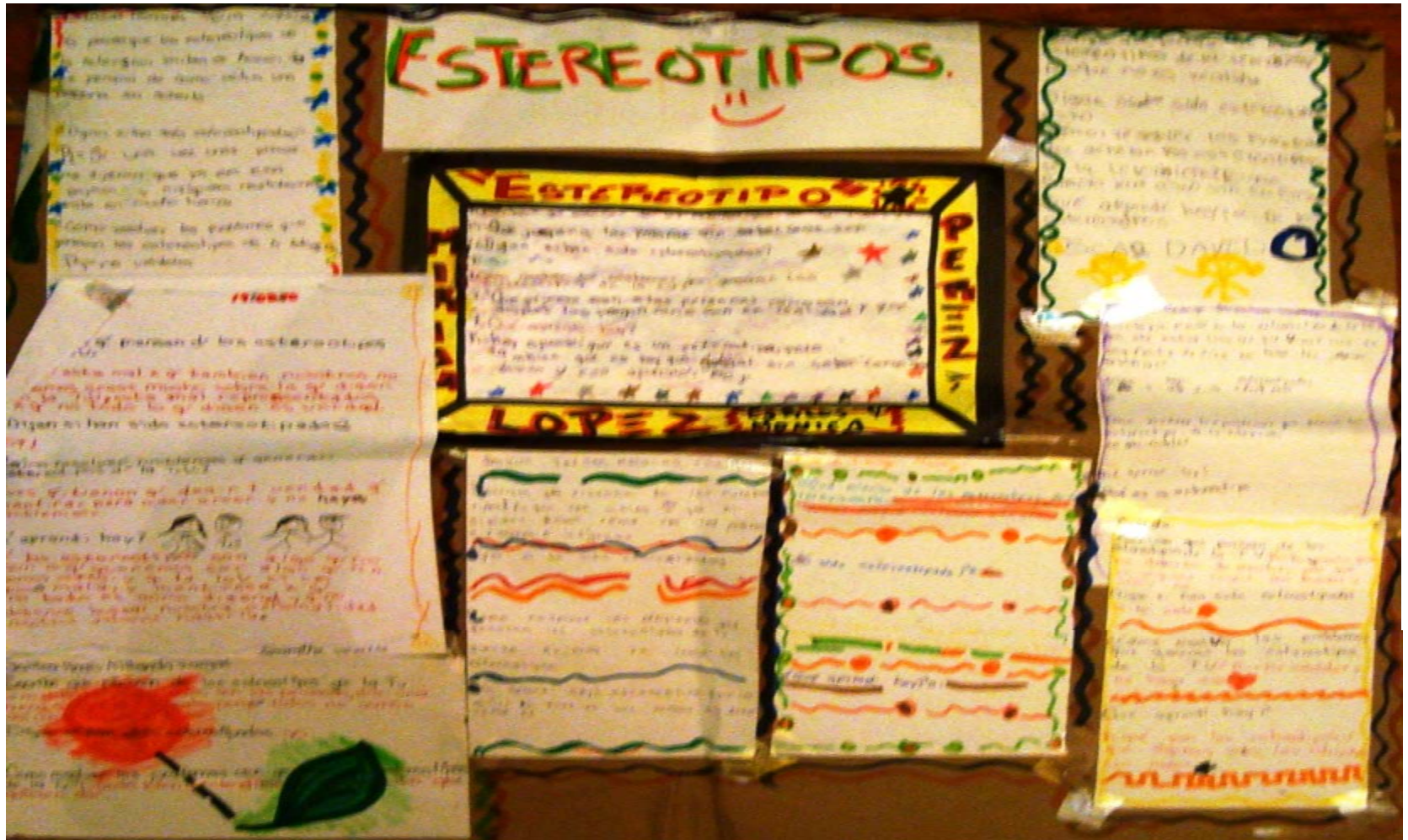
Conclusión Pues hoy aprendí que en unos comerciales le agregan muchos dibujos animados y en otros exageran pero en todos los comerciales no dicen toda la verdad.

ESTEREOTIPOS

La dinámica de este tema fue uno de los que más los hizo reír, pues la actuación de los niños fue interesante. La escena la desarrollaron como una ama de casa con carácter fuerte y un padre machista. Hubo gritos e insultos.

Respecto al tema, los niños opinaron que *en la televisión hay estereotipos donde imitan o actúan cómo es una persona, pero sin saber realmente cómo es la persona. No todos somos como nos describen en la TV. Un estereotipo es juzgar a las personas sin saber realmente como son, además los estereotipos sólo confunden a las personas, por ello no deberían de existir, son malos.*

Los niños proponen resolver el tema de los estereotipos *no viendo la televisión, no haciéndoles caso, y que los productores den de manera entendible la información, que pongan a las personas como en realidad son. No se debe creer en todo lo que dicen en la TV porque no todos dicen la verdad. No debemos buscar nuestra personalidad en la TV sino hacerla, tener una identidad propia.*



DERECHOS DE LA COMUNICACIÓN

Los niños expresaron que *la libertad de expresión y el derecho a la información, son importantes porque nos dan una oportunidad más de expresarnos, porque sin esos derechos habría más discriminación, más injusticia, estaríamos reprimidos. Si no tuviéramos libertad de expresión no podríamos opinar y se haría lo que el gobierno quisiera sin contar la opinión de los ciudadanos, se elegiría un presidente que algunos ciudadanos no quieren. Tenemos derecho a saber cómo es el mundo en realidad.*

No debemos quedarnos callados, necesitamos saber lo que pasa en nuestro alrededor, en todas partes y lo que sucedió hace años. Tenemos derecho a saber todo sobre lo que nos interese. Si no hubiera información no sabríamos cosas importantes, la información nos sirve para saber qué sucede y por qué sucede.

Esos derechos son importantes porque sin ellos no podríamos decir lo que sentimos, pensamos, queremos, exigimos o si no estamos de acuerdo en algo, y porque los adultos abusarían de nosotros. Tenemos derechos a informarnos si algún alimento nos puede causar algún daño, sin el derecho a la información comeríamos pura chatarra.

En las dinámicas realizadas, cuando se les pidió poner los derechos en orden de importancia, el derecho que más predominó fue: *Que nadie lastime mi cuerpo*, seguido de, *vivir en un lugar donde el aire, el agua y la tierra estén limpios, estar sano y comer bien, vivir en un lugar tranquilo con personas que me quieran, tener una escuela para aprender y ser mejor*, etc. Finalmente escribieron que *todos tenemos los mismos derechos*.

- 1.- Que nadie lastime mi cuerpo.
- 2.- Tener una escuela para aprender y ser mejor.
- 3.- Estar sano y comer bien.
- 4.- Recibir el trato justo que todos los niños merecemos.
- 5.- Vivir en un lugar tranquilo con personas que me quieran y me cuiden.
- 6.- No trabajar antes de la edad permitida.
- 7.- Vivir en un lugar donde el aire el agua y la tierra estén limpias.
- 8.- Decir lo que pienso y lo que siento para que los demás me escuchen.

9.- Jugar, reunirme con niños (a)

Todos tenemos los mismos derechos
 :)
 :D

Derechos de los niños

Integrantes:

Aura
 Jokin
 Daniela
 Erick
 Ariadne
 Leo
 Lizeth
 Fernanda
 Daniel

Luis Leonardo
 Rodrigo

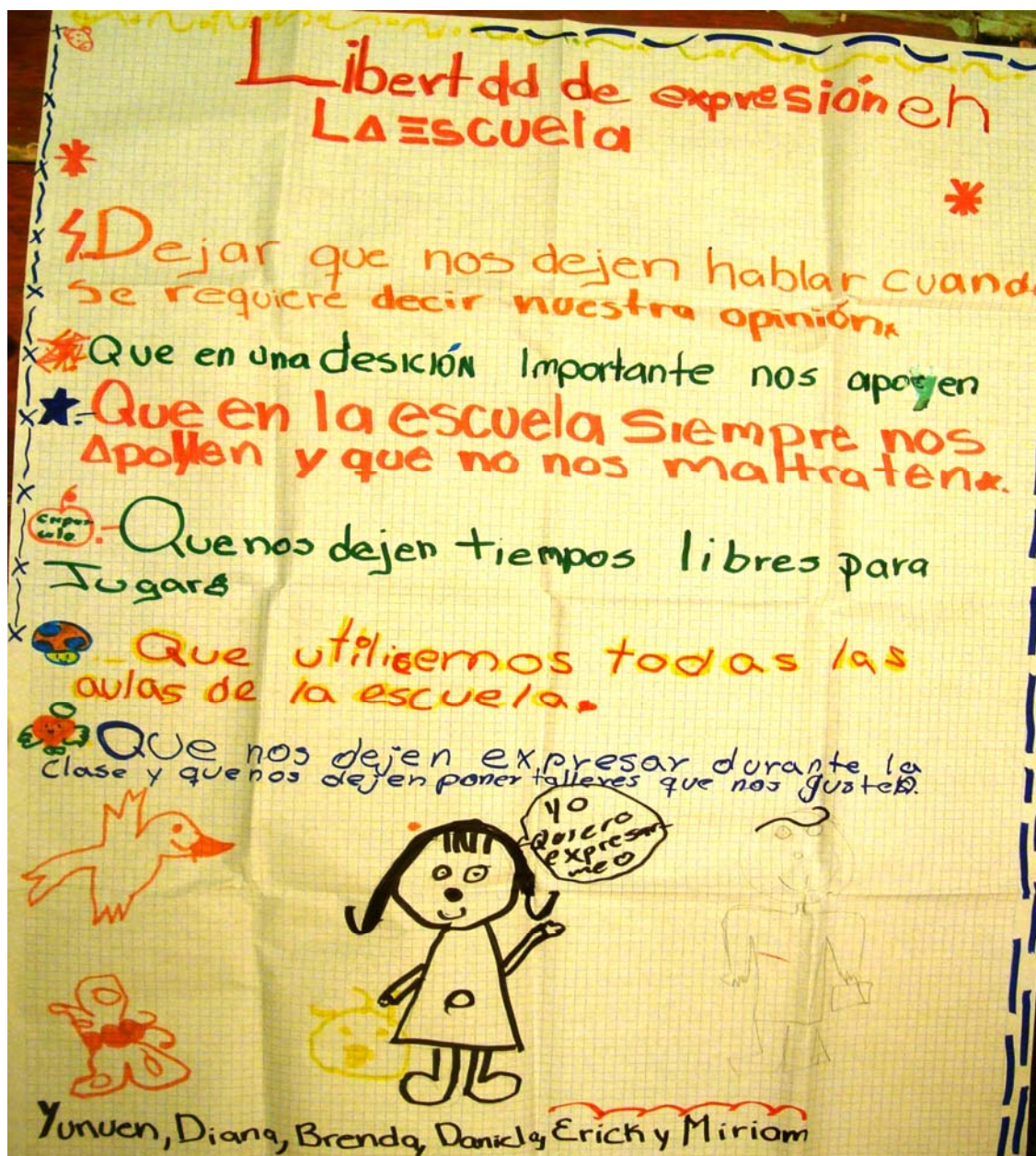
Todos tenemos derecho a expresar lo que sentimos.



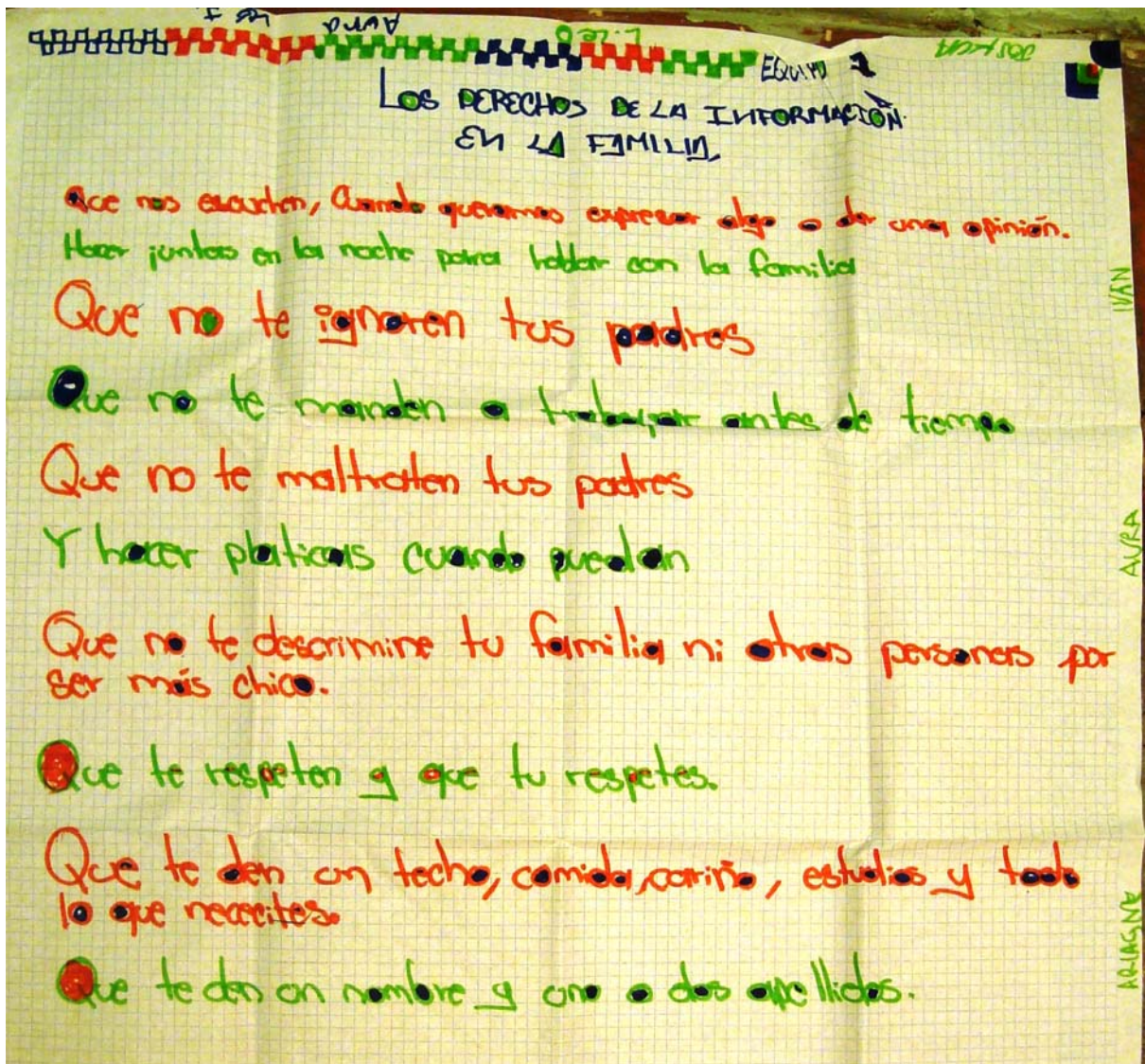
Referente a la dinámica de escribir lo que ellos piden para poder ejercer su libertad de expresión en los medios de comunicación, en la escuela, en su familia. Los niños les piden a los medios, que para que ellos puedan expresar su opinión, *pongan teléfonos, pongan programas de TV o de radio, tengan página de Internet, que hagan anuncios en los periódicos*, también piden que *haya periódicos para niños*.



Piden en la escuela que los dejen hablar cuando quieren dar opinión, que los apoyen cuando tomen una decisión importante, que no los maltraten, que les den tiempo libre para jugar, que utilicen todas las aulas de la escuela, y que los dejen poner talleres que les gusten.



A la familia le piden que los escuchen cuando quieren opinar, que hagan reuniones por las noches para hablar, que sus papás no los ignoren, que no los manden a trabajar antes de la edad permitida, que sus papás no los maltraten, que no los discriminen por ser menores, que ambos (niño-familia) se respeten, que les den un techo, comida, cariño, estudios y todo lo que necesite, y que les den un nombre con apellido.





- ## DERECHOS DE LOS NIÑOS
- 6 JULIO 1977.
- 1) Que nadie lastime mi cuerpo.
 - 2) Tener una escuela para aprender y ser mejor.
 - 3) Vivir en un lugar donde el aire, el agua y la tierra estén limpios.
 - 4) Vivir en un lugar tranquilo, con personas que me quieran y cuiden.
 - 5) Recibir el trato justo que todas l@s niñ@s merecemos.
 - 6) Estar sano y comer bien.
 - 7) Decir lo que pienso y siento, para que los demás me escuchen.
 - 8) No trabajar antes de la edad permitida.
 - 9) Jugar, reunirme con niñ@s.

Nadie te puede decir "Tú cállate", esto es gracias al art. 19 de la Declaración Universal de los derechos humanos de 1948 que señala:

Todo individuo tiene derecho a la libertad de opinión y de expresión; este derecho incluye el de no ser molestado a causa de sus opiniones, el de investigar y recibir información y el de difundirlas sin limitación, por cualquier medio de expresión.

Equipo #9
3 integrantes

DERECHOS DE LA COMUNICACIÓN

- Tú tienes derecho a que te escuchan y tomen en cuenta tu opinión. Lo cual no quiere decir que se deba hacer lo que tú quieras. (expresate en www.radiobola.tv)
- Nadie debe de imponerte pensamientos o creencias.
- Si algo te afecta puedes opinar, y sino te afecta, igual puedes opinar

con éste te verás más bonita

VESTIDO

falto a 3 telegramas

Gracias mamá, pero prefiero los pantalones para poder jugar.

VIOLENCIA EN LA TV

Los niños opinaron que *existen diferentes tipos de violencia, como la física, la verbal, la emocional.*

De acuerdo con los niños, *la violencia se puede resolver hablando y respetando a las personas, es mejor pensar antes de actuar. Decirles a los dueños de los programas que hagan menos programas o caricaturas violentos y más educativos. Pidiendo a los actores no hagan escenas violentas porque algunos repiten lo que ven. Dejar de verla para que así pierdan televidentes y finalmente lo quiten. Que piensen dos veces la situación antes de hacerlo. Que no hablen con groserías. Que mejor pongan programas productivos. Que los productores dejen de ser ambiciosos. Hay que hablar por teléfono para opinar sobre el programa violento.*

Los niños opinan que *la violencia es Telebasura, que nadie es perfecto aunque lo intente, además no existe violencia buena. La violencia es actuada. Hay que evitar hacer lo que vemos en la televisión.*

Incluso, un niño realizó un dibujo donde da a entender que la violencia que uno ve en la tele, la puede reproducir en la vida real.



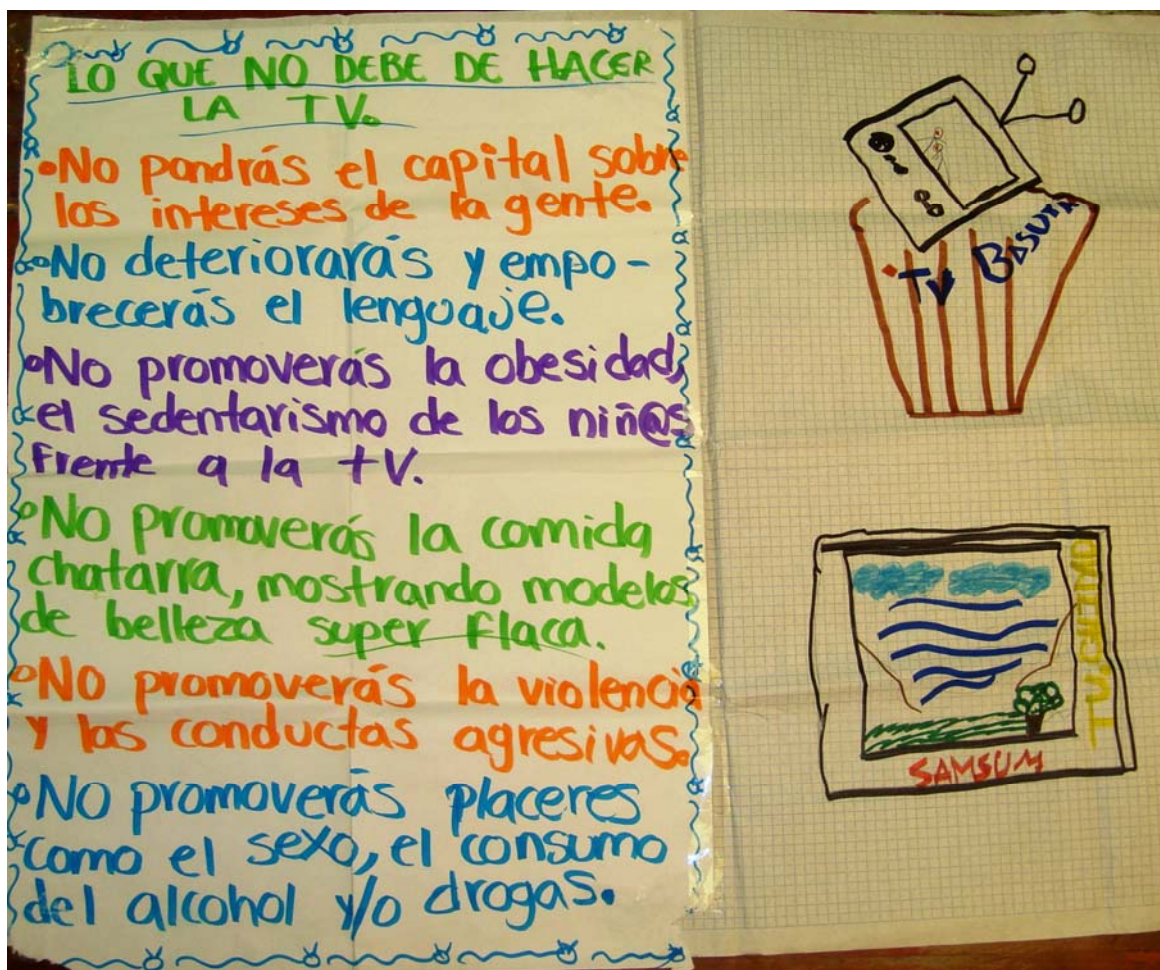




TV BASURA VS TV DE CALIDAD

Para los niños, la telebasura está basada en la violencia, la pornografía, en programas que humillan, entre otras cosas. Para mejorar programas que no enseñan nada es necesario saber qué queremos ver.

Mientras que la TV de calidad son programas educativos que te dan una enseñanza importante, como lo pueden ser programas sobre la naturaleza, los animales, informes, comida, etc.



TELEBASURA VS TV DE CALIDAD.

La TELEBASURA está basada en la violencia y pornografía etc. para mejorar programas que no enseñan nada es necesario saber qué queremos ver.

Son éstos programas los que humillan

LA TELEVISION DE CALIDAD

Son programas educativos que dan una enseñanza importante a través de los diferentes medios de comunicación. Estos programas pueden ser, (Sobre la naturaleza, Animales, Informes, Comida el etc.)

SAMANTHA

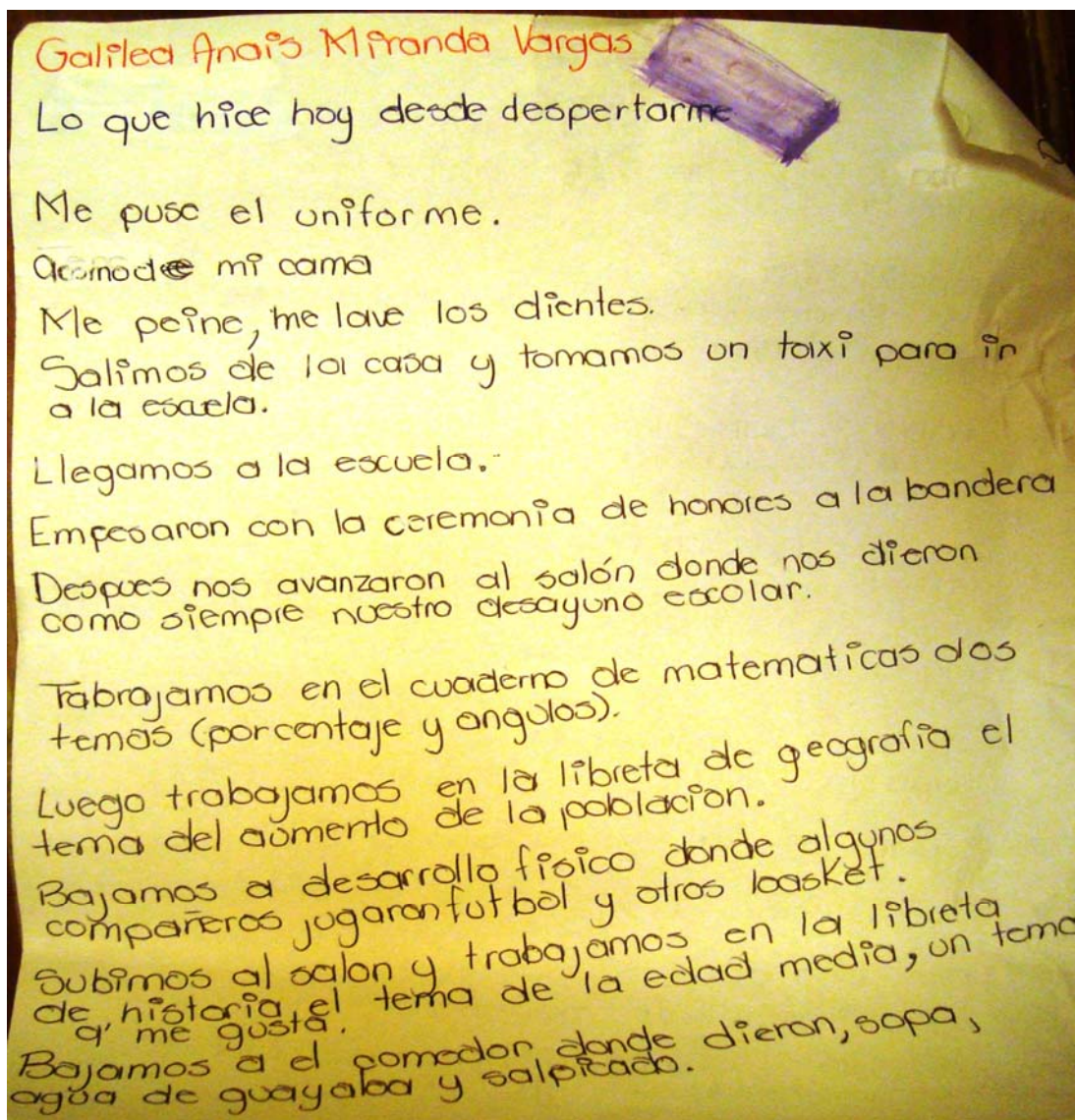
Edson

PEDRO

RUVALCABA

TELEVIDENTE OBSESIVO / UN DÍA SIN VER LA TV

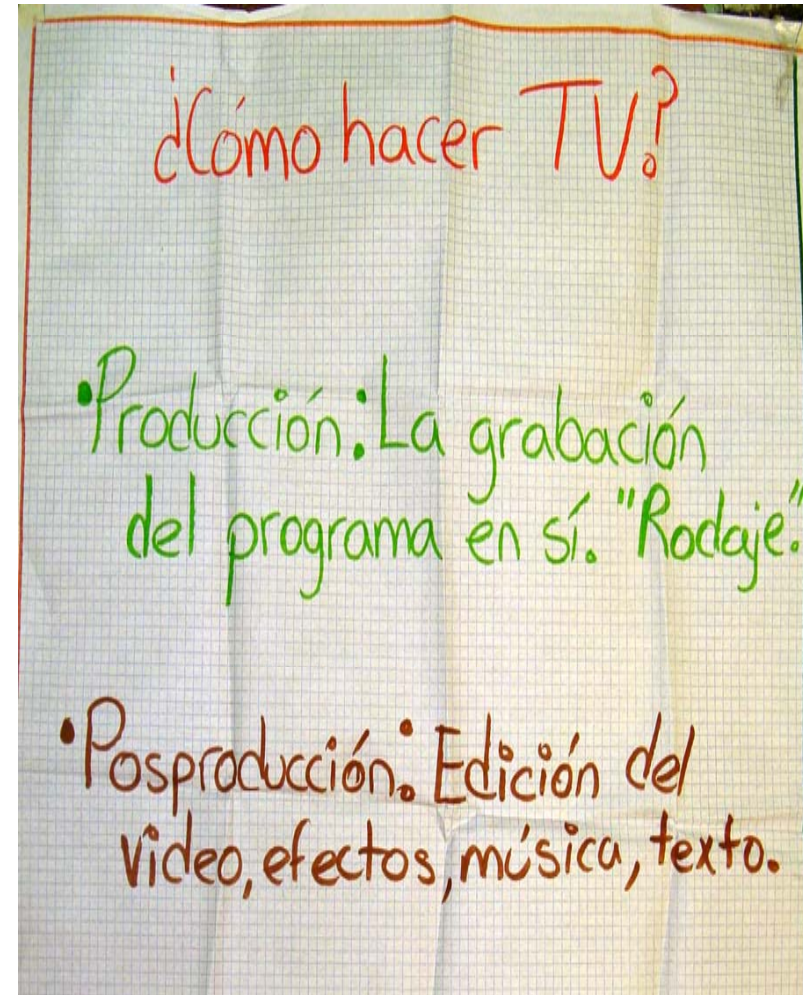
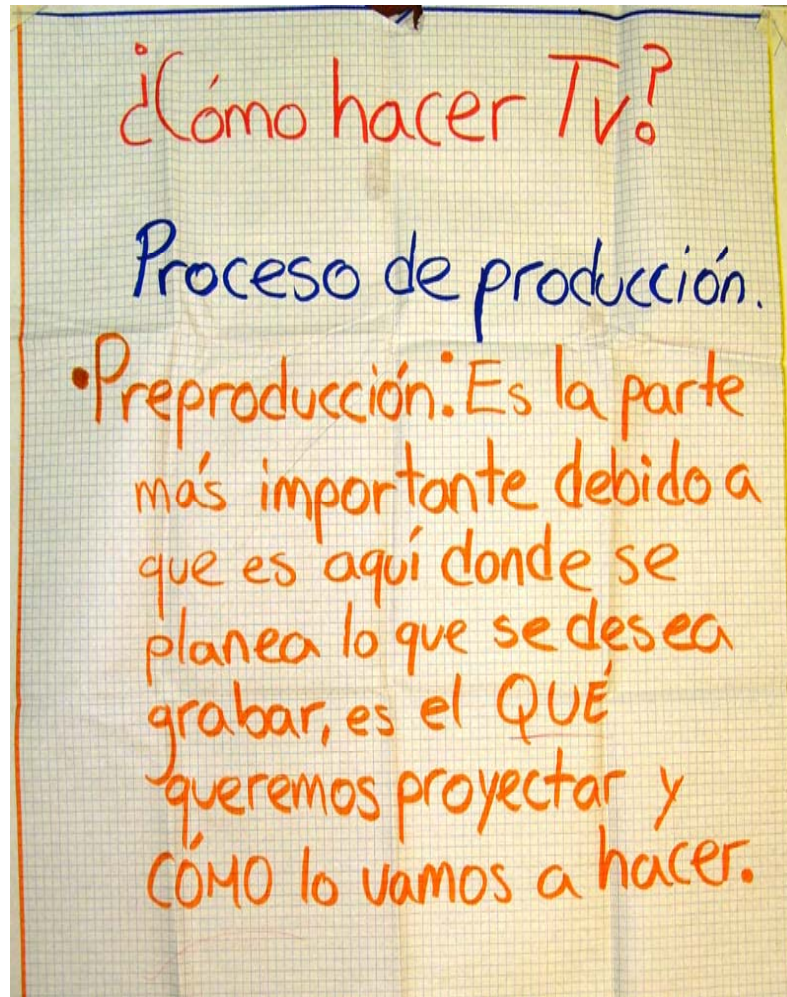
Esta dinámica no funcionó, debido a que los niños no se comprometieron a llevar la tarea, a pesar de que se les pidió varias veces. Solo fueron 13 niños los que la entregaron, y aun así, algunos la entregaron incompleta. De aquellos niños que hicieron la tarea, sólo 5 escribieron haber visto la TV.





CÓMO HACER TV

En este tema no se realizó reflexión escrita.



Los principales elementos para hacer televisión son:

- Guión técnico
- Guión literario
- Sinopsis
- Justificación
- Público meta.
- Scouting.
- Story board.
- Breakdown.
- Plan de producción
- Presupuesto.
- Utilería.

Guión Técnico.

Toma Abierta.

Toma Media.

Toma Cerrada.








Storyboard



Toma: Abierta.

Interior. Restaurante. Día.

Ana y su mejor amigo están
comiendo helado.

Guión literario.

Programa
"Ciudadanos, D.F."

Productor. _____

Director. _____

Video.

Audio.

Escena I. Exterior. Zócalo
Medio día.

Fade in

Toma abierta hacia
el Zócalo.

En ésta parte
se describe lo
que escucharemos.

En éste apartado se
debe describir lo que
veremos. Ejemplo: Una
gran pista de hielo yace
sobre el lugar, la gente
se amontona para
poder entrar...

El audio lo conforma:
la música, las voces,
narraciones, ruidos
del medio ambiente,
etc.

Ejemplo de Break down.

| No. Toma | Locación | Int/ Ext. | Descripción de toma | Talento | Equipos Técnico | Ut- leria |
|----------|---------------------|--------------|--|--------------------|---------------------------------|--------------------------|
| 1 | Parque | Ext | Están plati- cando en el Kiosko del parque | Laura, Santiago | Cámara, Microfono | Vest- Mag |
| 2 | Salón de clases. | Int | Julio está escuchando música mientras el maestro da clase. | Julio. | Luces, Cámara, Microfono. | Celular Vest- Mag. |

EVALUACIÓN

La evaluación fue aplicada a 33 niños en total. De acuerdo a los niños, lo que aprendieron en el taller fue que los *comerciales mienten, que contratan a personas para hacer publicidad*, aprendieron que *son importantes los derechos de los niños, qué es la telebasura, qué es la TV de calidad, qué son los estereotipos, los géneros televisivos, la libertad de expresión, la violencia en la televisión, cómo fue evolucionando la comunicación, qué es una representación, como han evolucionando los comerciales, la historia de los medios de comunicación. Los programas de lucha libre son actuados, las telenovelas exageran. La telebasura es una TV que no enseña, pero también depende de cómo cada uno entienda el mensaje. Sin los medios de comunicación no sabríamos que pasa en el mundo, en la TV usan estereotipos de la gente pero sin saber cómo son en realidad. Los comerciales duran más en TV abierta que en cable.*

Aprendí a reflexionar sobre los programas que veo, lo que es bueno y malo, lo que me hace bien y mal. No todo lo que hay en TV es real, existen muchos programas que puedo elegir lo que me educa o lo que me daña. Hay comerciales que no deberían de aparecer en horario de niños. También aprendí a esperar mi turno para hablar, a respetar la participación de cada quien, a trabajar en equipo, a comunicarme, a reflexionar, a escuchar a los demás, a poner atención, a participar más, no todos tenemos la misma opinión o pensamiento, debemos tolerar a las personas, existen diferentes puntos de vista, aprendí derechos que no recordaba y que nunca pensé que existieran.

En cuanto a las oraciones que hablan del contenido del taller, escribieron:

Te enseñan a ver TV adecuadamente

Te enseñan a no seguir los estereotipos

Te enseñan algunos programas educativos

Te enseñan a criticar porque sucede tal situación en la TV

Te enseñan las partes de un guión televisivo

La comunicación es importante

La TV no siempre dice la verdad

Gracias a la comunicación nos mantenemos informados

La TV de calidad es muy importante

En la TV duran más los comerciales que los programas

Algunos comerciales dicen mentiras

Los comerciales les pagan a las televisoras para que los transmitan

La TV chilena, es una de las más educativas.

La TV influye en la vida de las personas

Los medios de comunicación son muy importantes

Hay que ver programas de interés

Los derechos de los niños son elementales

No debemos de quedarnos callados cuando nos sucedan cosas malas

Las reglas son muy importantes

Todos somos iguales aunque seamos de diferente color

Todos tenemos derechos

No debemos discriminar a los demás

Merecemos una TV más educativa y menos violenta

Los consejos que ellos consideran adecuados para ver un comercial son: *Verlo poco tiempo, saber qué canal estamos viendo, analizar si es verdad lo que vemos, no creer en todo lo que dicen, comprar lo que sí es de calidad, reflexionar, ignorar la TV, apagar la TV, cambiarle de canal, leer todo lo que se anuncia en letra pequeña, poner*

atención para saber qué es verdad y que no, no creer en los productos “milagro”, aprender a diferenciar entre lo bueno y lo malo.

En el ejercicio de responder **CIERTO O FALSO**, los resultados están representados en la siguiente gráfica. Las preguntas son:

1.- La televisión a veces dice la verdad

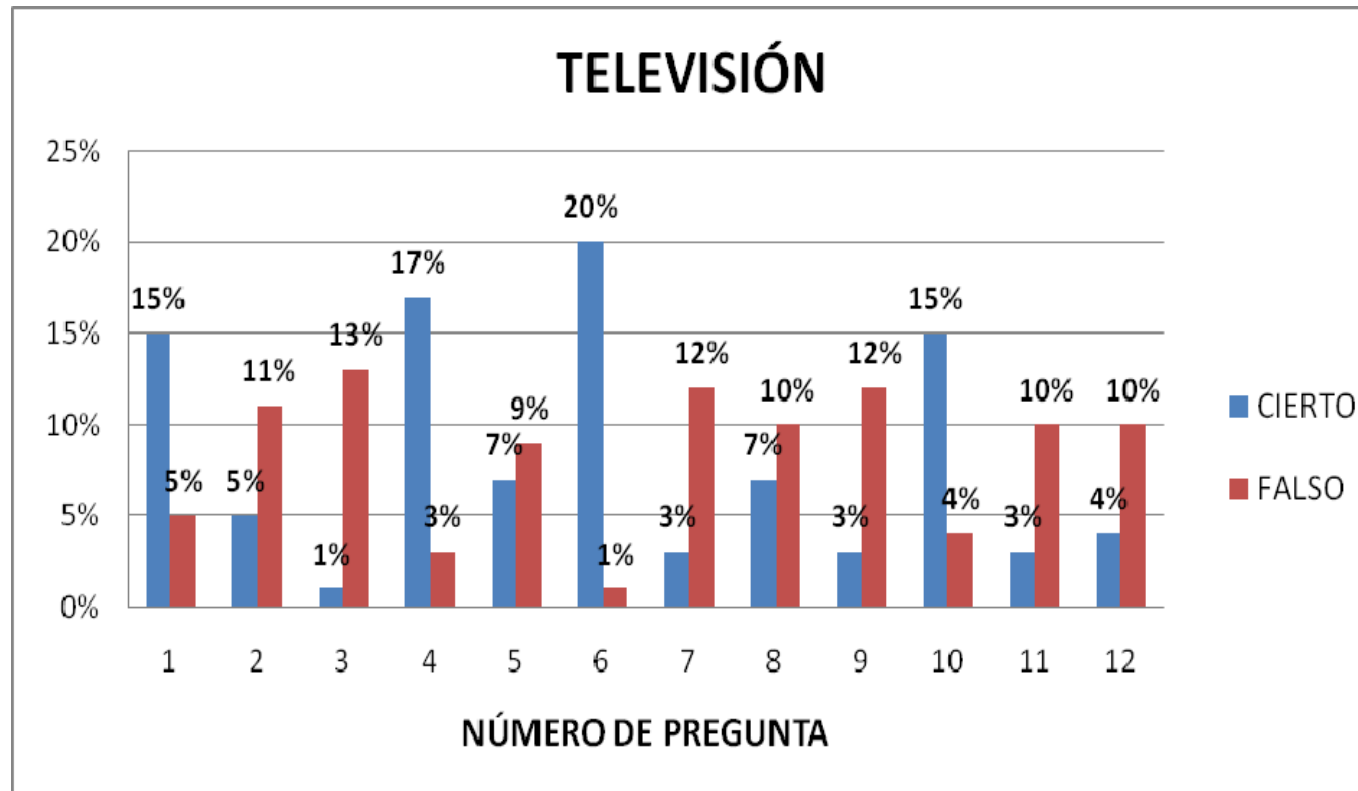
2.- Los comerciales fueron hechos para que no nos aburramos mientras empieza el programa que estamos viendo.

3.- Los reality show como “Big Brother” son importantes para el desarrollo social.

4.- Una de las maneras de saber lo que sucede en mi país es ver TV.

5.- los programas educativos y/o culturales NO permiten que la gente aprenda o se divierta.

6.- La publicidad en la TV a veces es engañosa.



7.- Todo lo que pasan en la TV debería de importarnos.

8.- Una de las cosas buenas de la TV es que permite la opinión de todos.

9.- Si tuviéramos más televisores en casa estaríamos más y mejor Informados.

10.- La comunicación es importante para que una sociedad pueda desarrollarse a mejor nivel.

11.- La comunicación no verbal es un género televisivo.

12.- los diversos medios de comunicación que han surgido en la historia como la imprenta o la radio, trajeron cambios insignificantes.

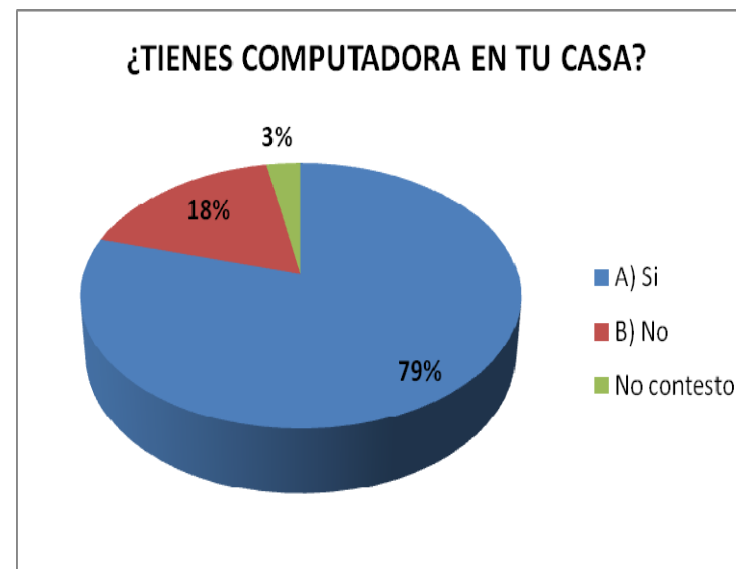
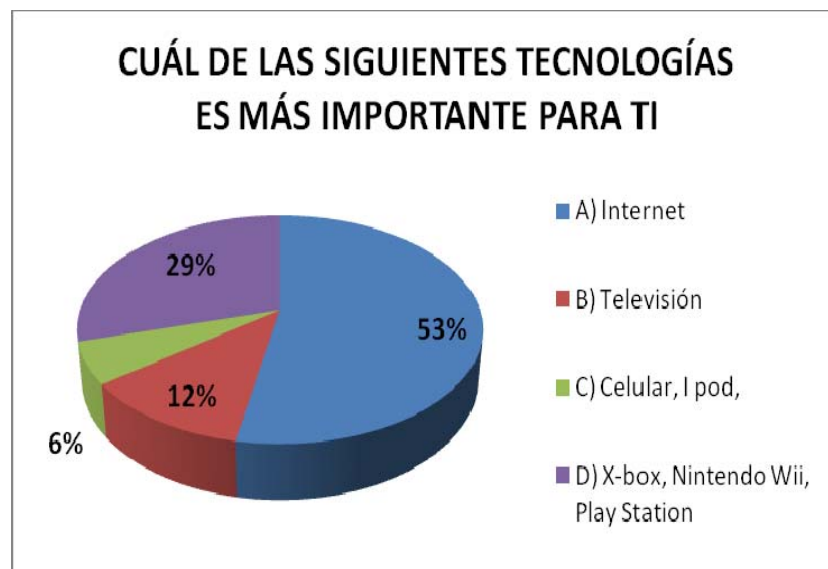
En cuanto a la actividad de llenar con una palabra el espacio en blanco para formar las oraciones, el 55% tuvo correctas más de 5 preguntas (de 9 en total). El 90% de los niños, contestó que *este tipo de talleres debería ser una materia porque enseña muchas cosas que ninguna materia hace, te enseña a ver TV bien y no de forma incorrecta, aprendes mucho, los temas son interesantes, enseña de manera divertida, enseñan temas diferentes a los que ya sabemos, gracias al taller aprendí cosas que no sabía, dan información que todos deberíamos de saber, nos informa de la realidad de la TV. El taller es la materia de la educación.*

Los niños opinan que *el trabajo desempeñado por los talleristas fue divertido, interesante, agradable, nuevo, entretenido, importante, con mucha enseñanza, estuvo bien porque explicaron detenidamente, es muy buen trabajo porque estaba muy clara la explicación, me agradó mucho la forma en la que se explicaron y comunicaron, ojalá nos den más talleres*

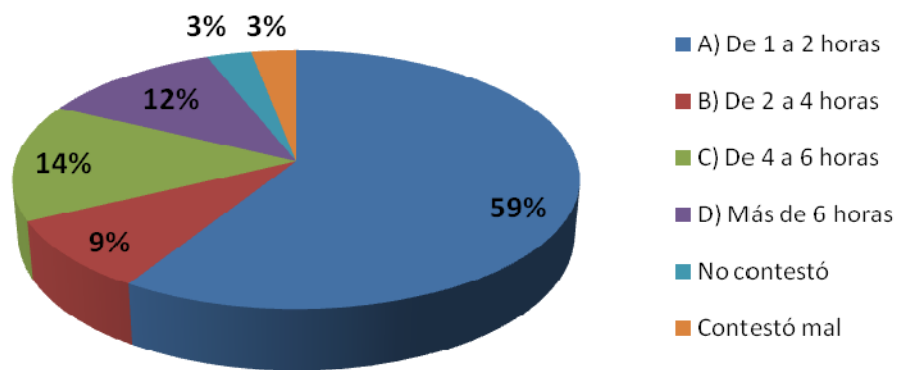
como estos. Los talleristas nos hacían estar atentos a su trabajo, supieron explicar bien, nos hicieron aprender más, te prestan atención, te preguntan, me enseñaron a abrir los ojos con lo que pasa en la TV. Felicidades talleristas.

SUBCAPÍTULO 6.5 USOS Y GRATIFICACIONES DE INTERNET

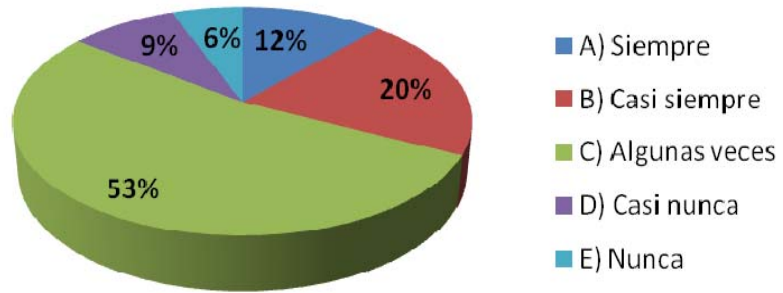
Ahora, presentamos los resultados y análisis del cuestionario de Internet. Se encuestó a 34 niños, 20 hombres y 14 mujeres.



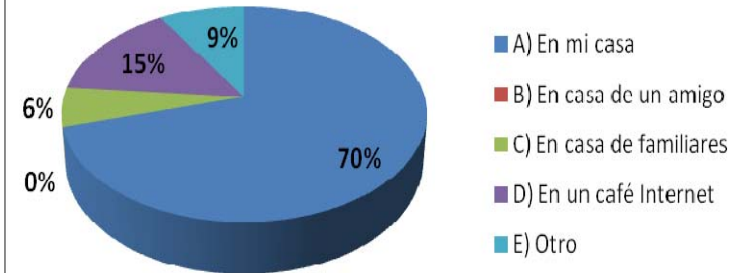
CUÁNTAS HORAS NAVEGAS AL DÍA



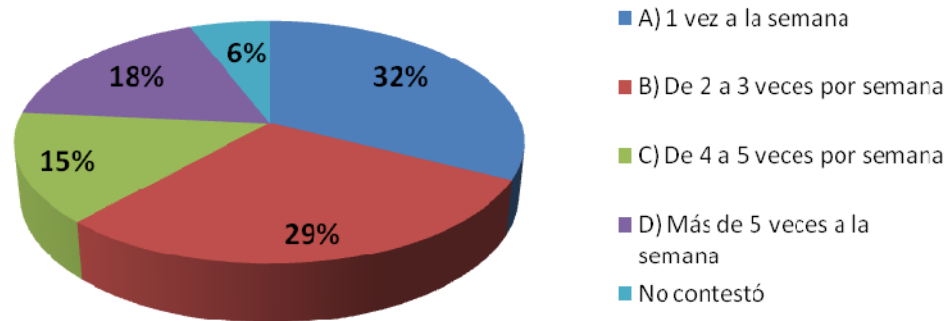
¿ACOSTUMBRAS A NAVEGAR EN INTERNET?



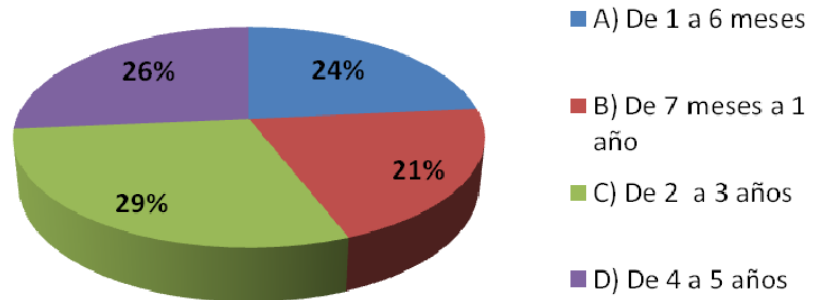
EN DÓNDE ACOSTUMBRAS A NAVEGAR POR INTERNET



CON QUÉ FRECUENCIA USAS INTERNET

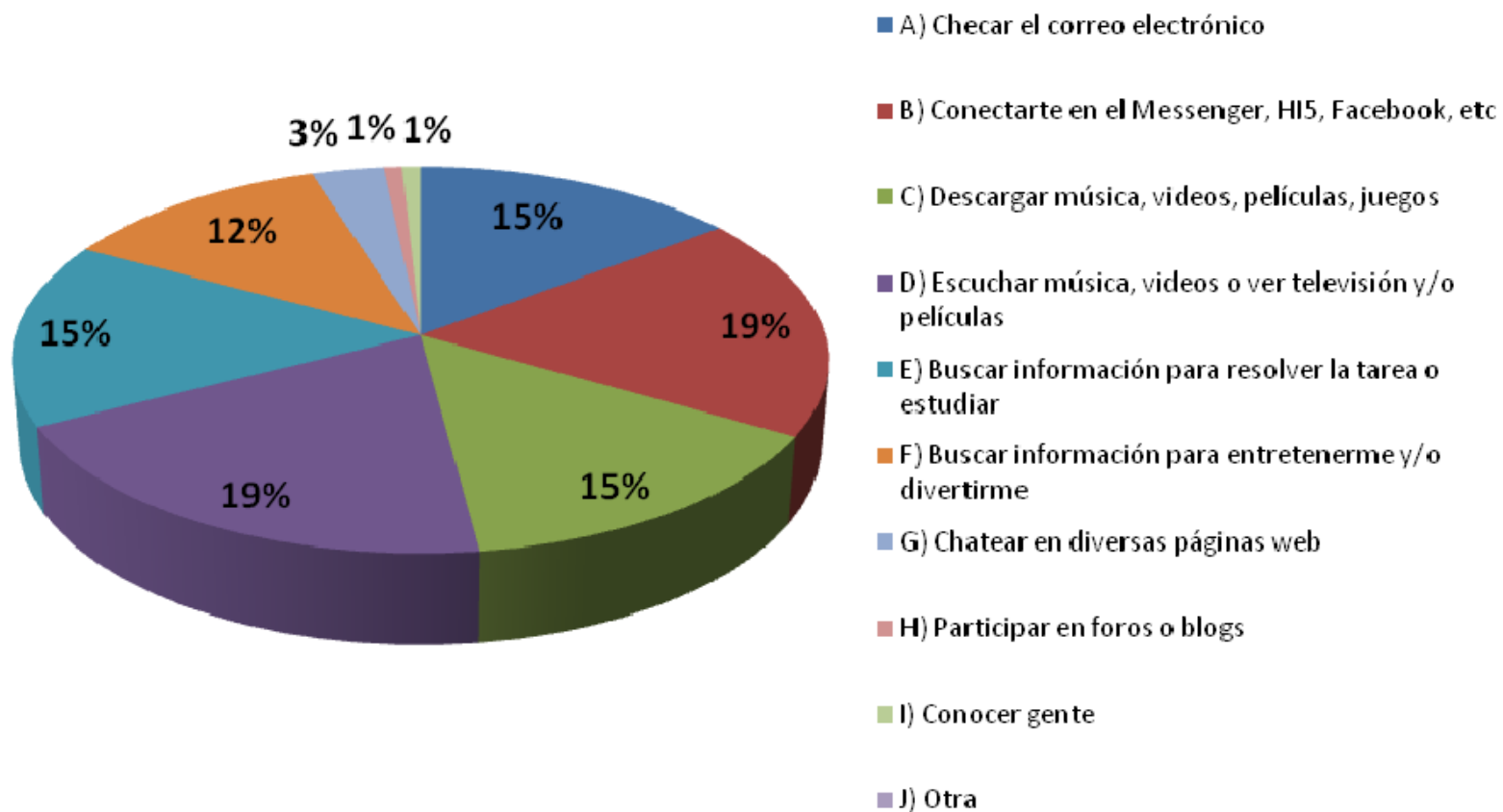


CUÁNTO TIEMPO LLEVAS USANDO INTERNET



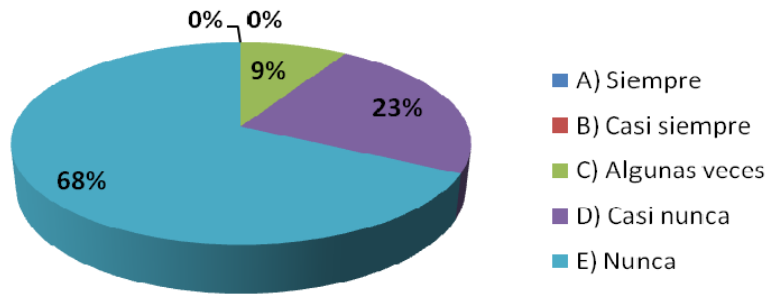
Como se puede observar, los niños llevan ya varios años utilizando esta TIC, sin embargo, no por ello son unos internautas muy activos, debido a que Internet lo usan sólo algunas veces y navegan poco tiempo desde la comodidad de sus hogares.

UTILIZAS INTERNET PARA:



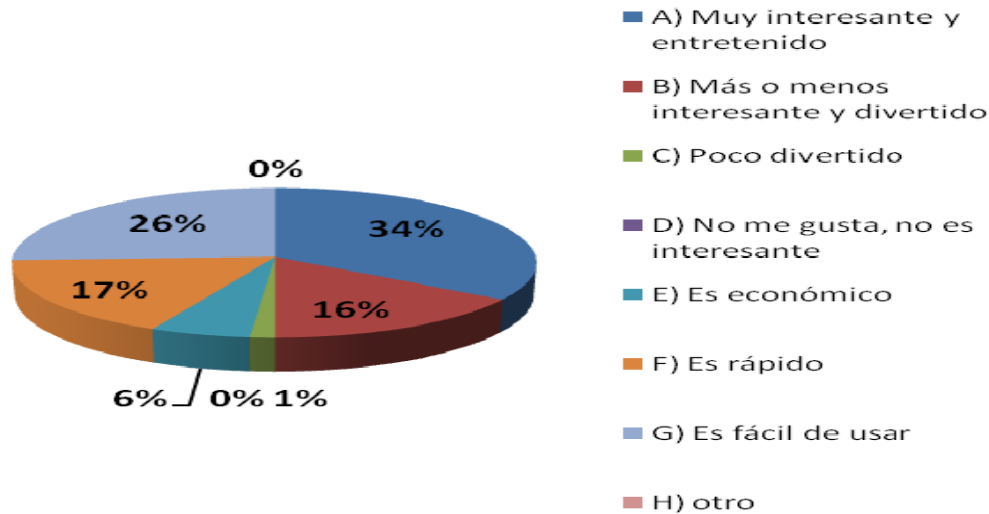
El uso principal que le dan a Internet, es para el entretenimiento, en específico las diversas redes sociales, quedando después las tareas escolares.

¿ACOSTUMBRAS A PROPORCIONAR TUS DATOS PERSONALES EN INTERNET?



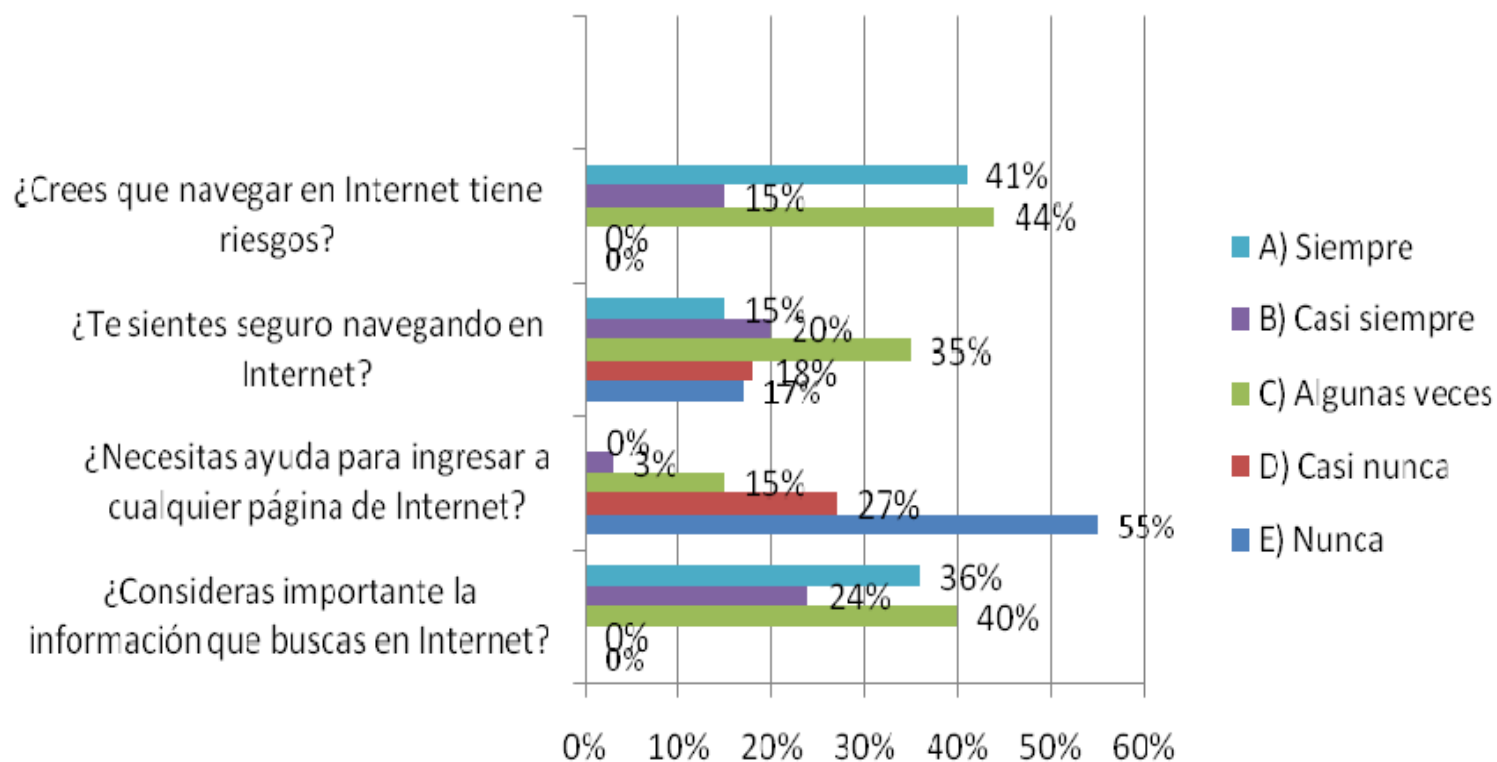
Los niños están conscientes de los riesgos que implica Internet, por ello, más de la mitad nunca escribe sus datos.

INTERNET ES:



Para la mayoría de los niños, Internet es sinónimo de entretenimiento, diversión, rapidez y facilidad para navegar.

INTERNET

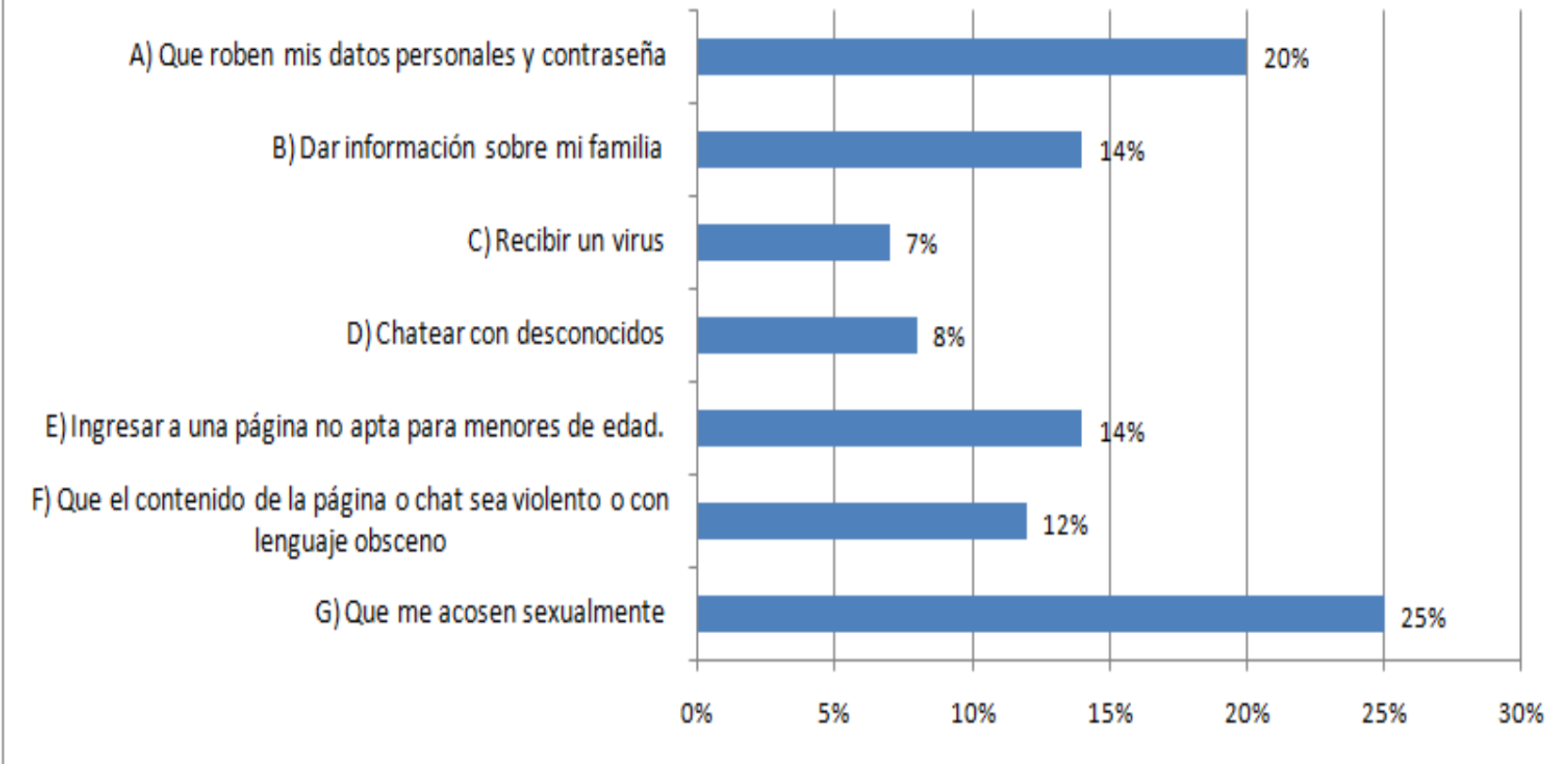


QUÉ HARÍAS SI EN INTERNET ALGUNA PERSONA TE AMENAZA, MOLESTA U OFENDE

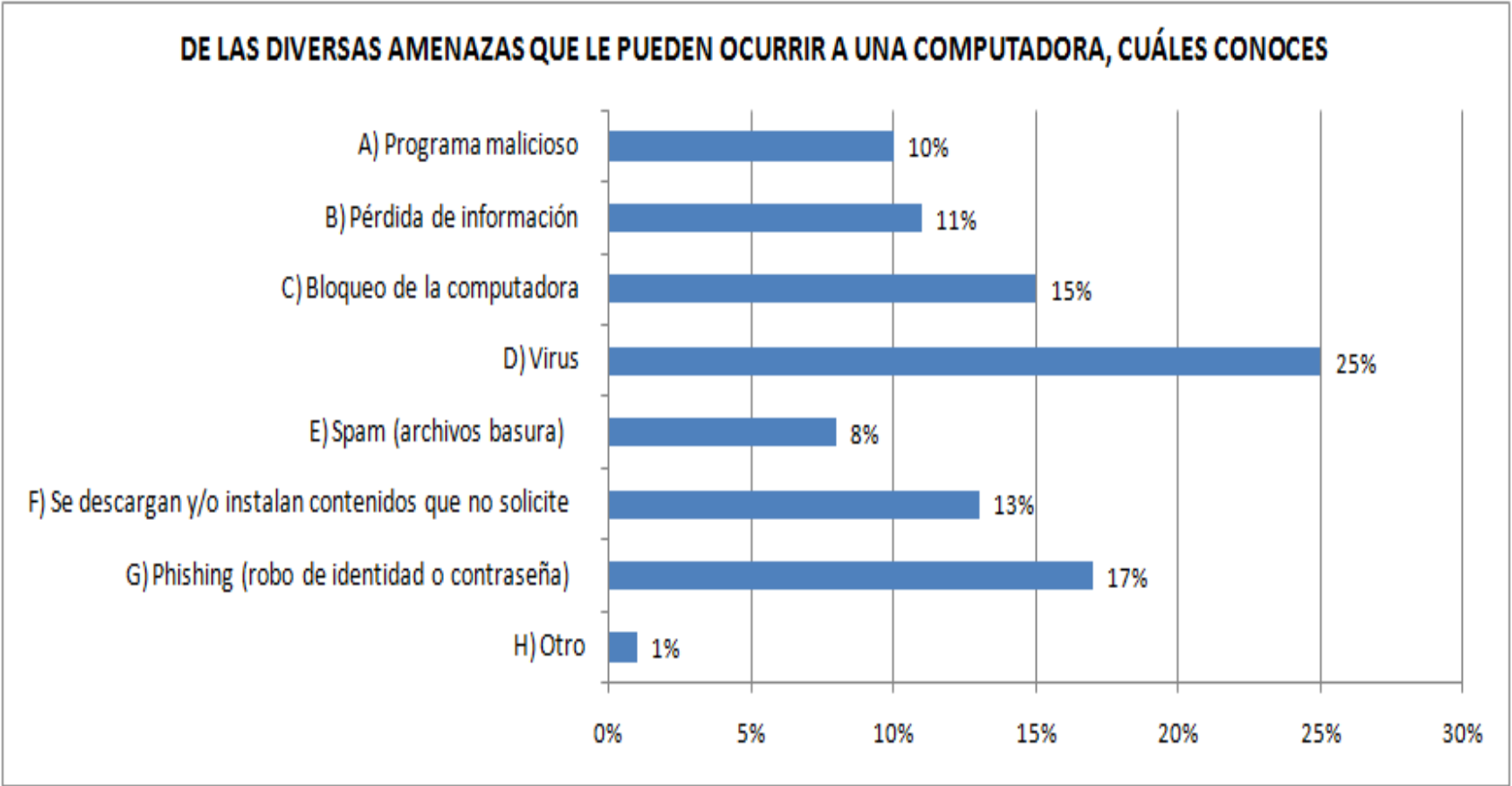


La primera acción de los niños, es la de protección, ya sea avisando a sus familiares o cerrando la conexión. Los que eligieron la opción F, dijeron que ellos llamarían a la policía, harían la denuncia, y/o insultarían al agresor, e incluso dijeron que lo hackearían.

SITUACIONES CONSIDERADAS DE MAYOR A MENOR PELIGRO EN INTERNET

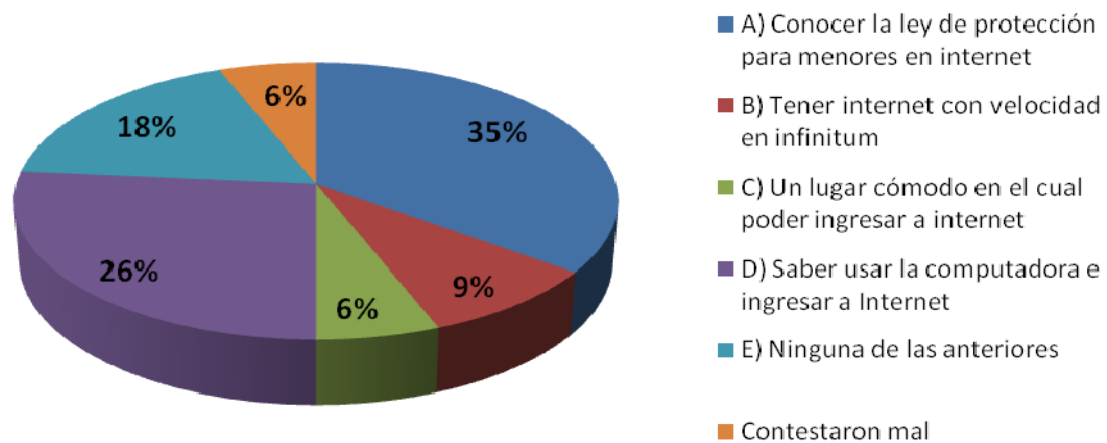


Los niños tienen muy clara la idea de que nadie se puede meter con su cuerpo, de que deben ser respetados. Saben las consecuencias que puede traer dar datos personales o datos de sus familiares.



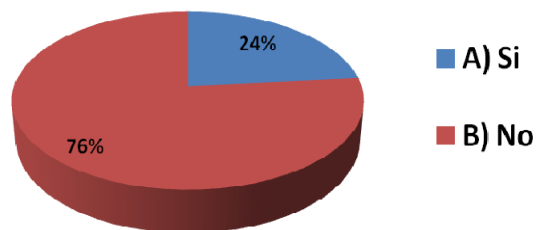
Los niños están familiarizados con los virus, y con los riesgos que le pueden ocurrir a las computadoras.

PARA TI QUÉ ES NECESARIO AL NAVEGAR EN INTERNET

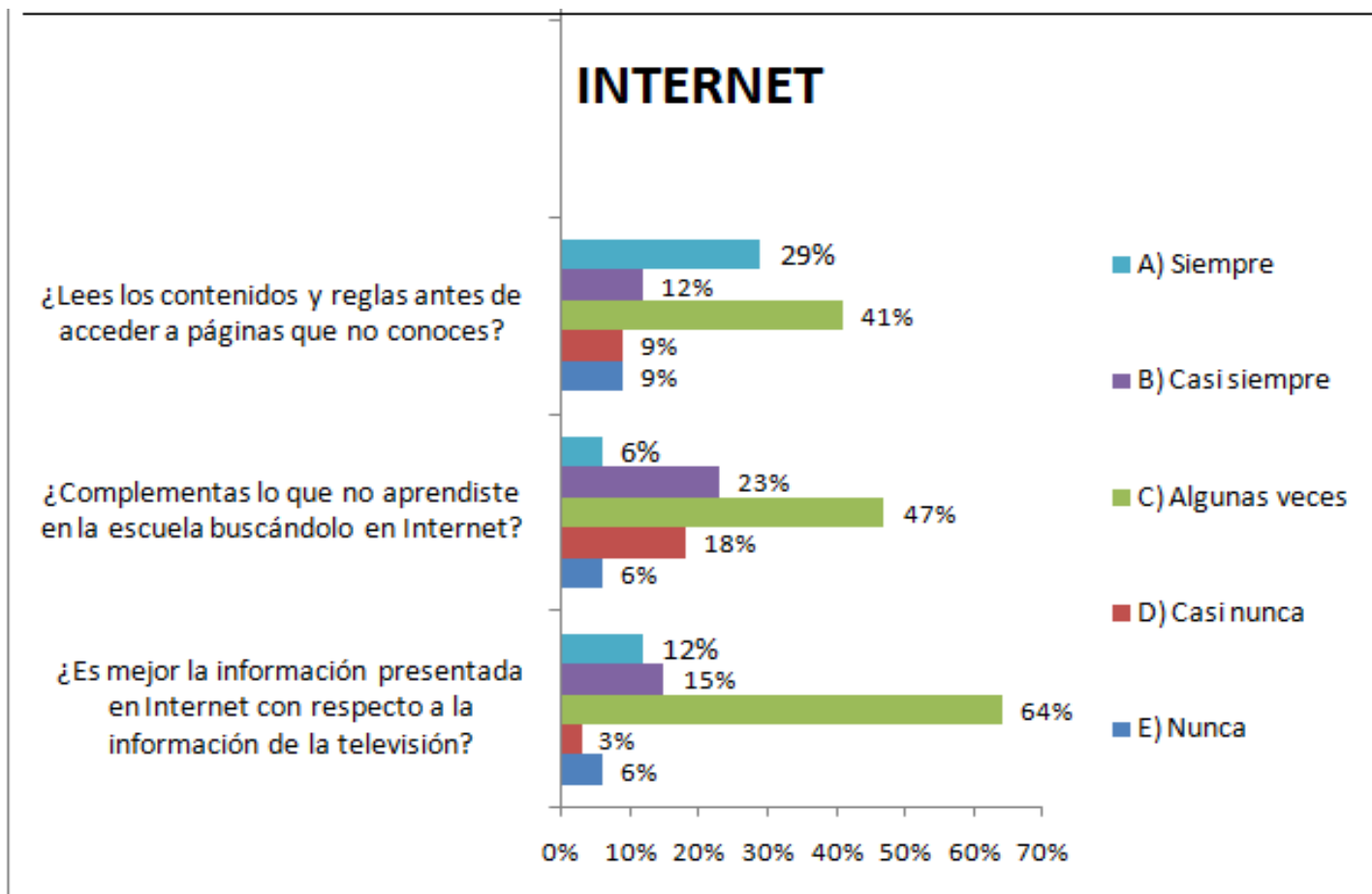


Las respuestas de los niños reflejan interés en estar protegidos mientras navegan. Se nota que están conscientes de su realidad.

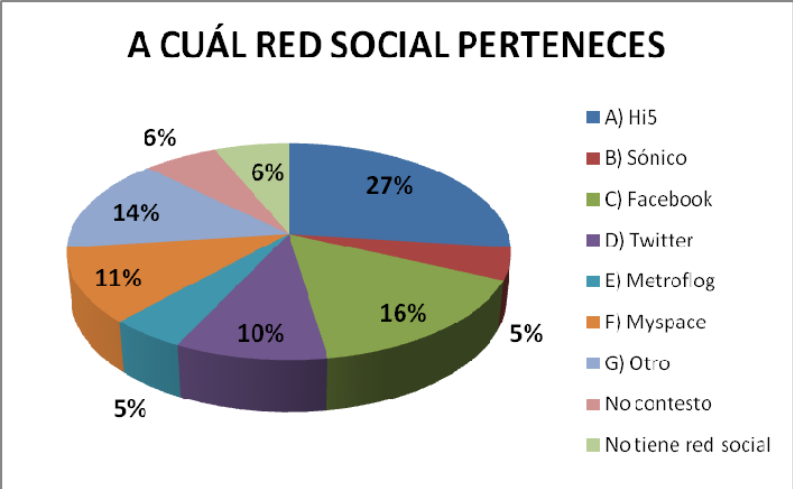
¿CONOCES LAS LEYES DE PROTECCIÓN PARA MENORES EN INTERNET?



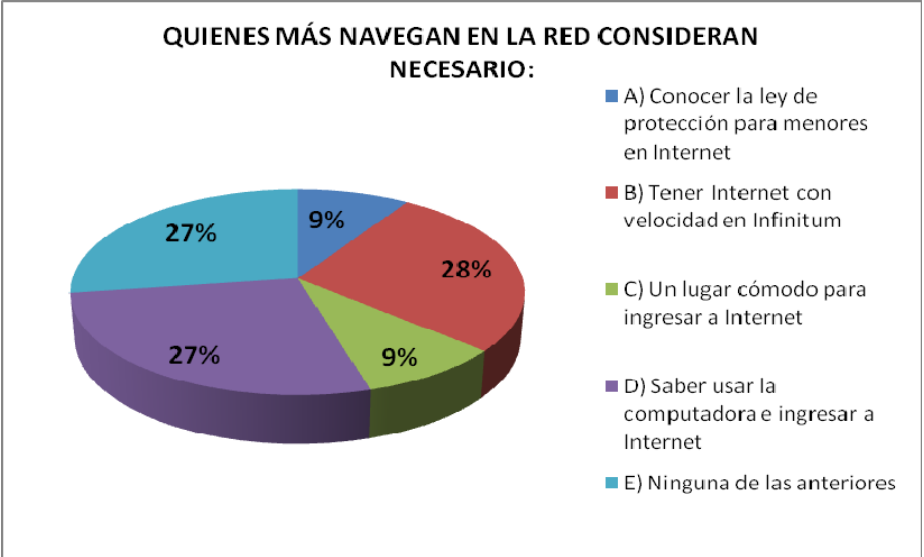
Paradójicamente a la respuesta anterior, desconocen las leyes que los pueden proteger. No han hecho acción alguna por investigar esta tarea que ellos consideran como necesario.



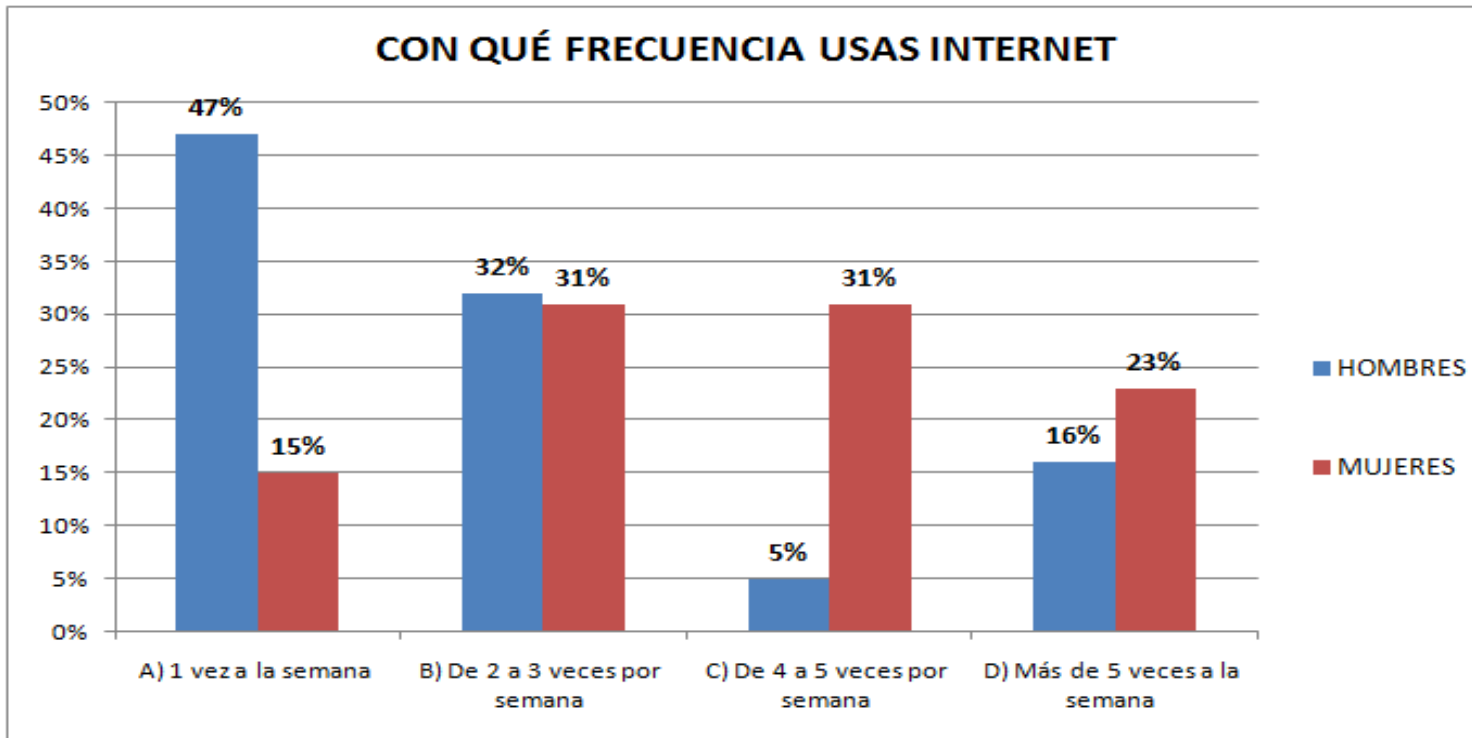
Los niños muestran interés por leer las reglas antes de entrar a las páginas y por investigar temáticas que no les quedaron claras en el salón de clases, por lo que Internet no sólo lo utilizan para entretenerse, sino algunas veces, también como una herramienta educativa.



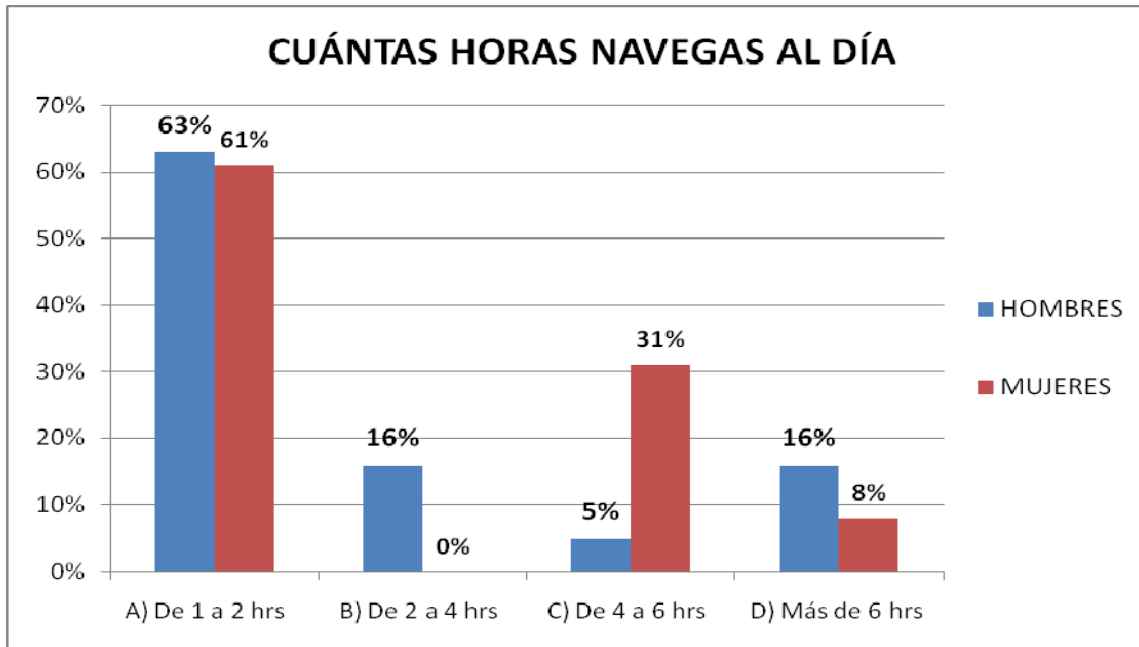
Las redes sociales no sólo acapararon a los adolescentes y adultos, sino también a los niños. Incluso el 23% de los niños tiene de 3 a 6 redes sociales. Además de que ellos no leen los contenidos ni reglas de las páginas a las que ingresan, a pesar de que la mayoría de ellos considera que navegar en Internet tiene riesgos. Los que eligieron la letra G, indicaron que pertenecen a Messenger, que no es una red social.



Del total de niños encuestados, el 32% son quienes más navegan, y son los menos interesados en conocer las leyes de protección. Y precisamente son ellos, quienes más se exponen a algún tipo de peligro. En cuanto a los niños que sí conocen las leyes de protección para menores (24%), la mitad de ellos sí lee los contenidos antes de acceder a las páginas web.



En cuanto a diferencia de género, las mujeres son quienes navegan más días a la semana, y también son quienes pasan más horas frente a la computadora.



Además de que son ellas (42%), en comparación con los hombres (58%) quienes si se trata de resolver tareas o estudiar, le dan poco uso al Internet.

SUBCAPÍTULO 6.6 REFLEXIONES ESCRITAS POR LOS NIÑOS RESPECTO A INTERNET

BREVE HISTORIA DE INTERNET⁷⁸

Respecto a las dinámicas realizadas en el apartado de Internet, los niños opinaron lo siguiente.

Los niños expresaron que para ellos *la llegada de Internet significa un avance tecnológico en la historia del mundo, un evento importante para la humanidad, le agradecemos al inventor de Internet porque sin él no podríamos comunicarnos fácil y rápidamente, con Internet nos podemos enterar de cosas que no sabemos.*

Consideran que *Internet es importante porque es otro medio de comunicación masivo, podemos comunicar muchas cosas y a larga distancia, informa, entretiene, sirve para estudiar, conocer gente de otros países, es popular, ha mejorado con el tiempo, hay muchas cosas que aprender y que se pueden obtener de ahí, gracias al Internet nos divertimos, nos informaos.*

APRENDER A SELECCIONAR LA INFORMACIÓN

Algunos niños argumentan que *es importante saber investigar porque así estamos más informados, porque existen páginas que no dicen la verdad y no tienen una cita textual, no sabríamos diferenciar información confiable, en la escuela nos regresarían los trabajos sino está citado, algunas veces es fácil copiar y pegar y no debe ser así, debemos comparar la información, sino sabes investigar no encuentras lo que quieres, si sabemos investigar no caemos en las trampas de la página.*

Según ellos, *los elementos que debe tener una cita textual son año, país, autor, referencias, nombre de la página, dirección web, nombre del documento.*

⁷⁸ Al igual que en el apartado de televisión, la opinión de los niños (en cursiva) es por cada uno de los temas vistos en el taller.

SABER INVESTIGAR Y CITAR

Por qué es importante saber investigar?
 Para estar más informado
 Buscar a algunas cosas que que dicen
 Contar a cada uno de los
 10.000 pas. nombre día
 2/16/99

Por qué es importante saber investigar?
 Porque hay páginas que no dicen la verdad y que no tienen la cita textual
 Menciona algunos elementos que debe contener una cita (textual)
 = siempre del autor cuando se hecho en que país fue hecho nombre de página
 Comercial Mexicana
 Minerva Tafajel

Por qué es importante saber investigar?
 Para estar más informado
 Buscar a algunas cosas que que dicen
 Contar a cada uno de los
 10.000 pas. nombre día
 2/16/99

Por qué es importante saber investigar?
 Para estar más informado
 Buscar a algunas cosas que que dicen
 Contar a cada uno de los
 10.000 pas. nombre día
 2/16/99

Por qué es importante saber investigar?
 Porque hay páginas que no dicen la verdad y que no tienen la cita textual
 Menciona algunos elementos que debe contener una cita (textual)
 = siempre del autor cuando se hecho en que país fue hecho nombre de página
 Comercial Mexicana

Por qué es importante saber investigar?
 Porque hay páginas que no dicen la verdad y que no tienen la cita textual
 Menciona algunos elementos que debe contener una cita (textual)
 = siempre del autor cuando se hecho en que país fue hecho nombre de página
 Comercial Mexicana

Por qué es importante saber investigar?
 Porque hay páginas que no dicen la verdad y que no tienen la cita textual
 Menciona algunos elementos que debe contener una cita (textual)
 = siempre del autor cuando se hecho en que país fue hecho nombre de página
 Comercial Mexicana

Por qué es importante saber investigar?
 Porque hay páginas que no dicen la verdad y que no tienen la cita textual
 Menciona algunos elementos que debe contener una cita (textual)
 = siempre del autor cuando se hecho en que país fue hecho nombre de página
 Comercial Mexicana

Por qué es importante saber investigar?
 Porque hay páginas que no dicen la verdad y que no tienen la cita textual
 Menciona algunos elementos que debe contener una cita (textual)
 = siempre del autor cuando se hecho en que país fue hecho nombre de página
 Comercial Mexicana

Aura Estefanía

Hernández Rodríguez

¡¡ La cita !!

POR: LIC. Pedro Echeverría V.

TITULO: Movimiento estudiantil mexicano de 1968

PAGINA WEB:

<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999c/147pedromx.htm>

FECHA: 13 de enero de 1999

De los sucesos estudiantiles de 1968 en México se han escrito decenas de miles de páginas en libros, revistas y periódicos. Quizá sólo la extensión de los textos publicados acerca de la revolución mexicana pueda superarlo. A pesar de que el movimiento de 1968 se localizó en la ciudad de México, y débilmente en dos o tres ciudades más, por la trascendencia de sus consecuencias sociopolíticas se ha hecho que representó un «parteaguas» en la historia reciente de nuestro país.

En Yucatán, con la excepción de un breve mitin, un izamiento de bandera y una pequeña manifestación que partió del edificio central de la universidad, no se registró ninguna actividad independiente que hubiera publicado algún periódico local. Estos sí publicaron algunos desplegados de empresarios y de políticos apoyando al gobierno de Díaz Ordaz y repudiando el movimiento estudiantil. Aquella manifestación caminó por la calle 60 y por el aristocrático paseo de Montejo y contó con la participación de unos 800 estudiantes -presididos por su rector-; tuvo el objetivo de protestar contra la ocupación de la UNAM por el ejército federal al mando del gobierno.

Aura Estefanía Hernández Rodríguez

¡¡ La cita !!

POR: Mtro. Víctor Manuel Gonzales

TITULO: México en 1968...¡¡¡ no se olvida !!

FECHA: Junio del 2003

PAGINA WEB: http://iteso.mx/~victorm/Mexico_1968.html

En la investigación del México 68, en esta se relatan las primeras manifestaciones e indicios de descontento externado de el estudiantado hacia el gobierno Federal, cuenta cómo va tomando fuerza el movimiento, hasta el grado de preocupar tanto al gobierno para hacerlo perder la cabeza, se van uniendo simpatizantes a la causa del CNH, los terribles sucesos del 2 de Octubre y lo que vino detrás de él.

El 22 de julio se registró una pelea entre estudiantes de la Vocacional 2 del IPN y de la preparatoria particular Isaac Ochoterena, en la Ciudadela.

Al día siguiente, en represalia, preparatorianos universitarios apedrearon la Vocacional.

APRENDER A INVESTIGAR.

- Delimitar la búsqueda
- Dirección web.
- Texto coherente y claro.
- links relacionados al tema
- Hacer caso omiso a la publicidad.
- Leer, comparar, investigar (no copy-page)
= Citar la fuente =
- Autor, institución (quién escribe)
- Título del texto (subrayado)
- Título de la página
- Editorial
- País, año de publicación.
- No de página, dirección web.

Hernández, Andrea. Los niños en la red.
Revista La Nación, edit. Paseo, España, 1985
P. 183, <http://www.lanacion.es/>

Aprender a Investigar (Internet)

Méx. Víctor Manuel Domínguez
 Nombre de la página: **México 1968... un año histórico**
 Título: **México 1968... un año histórico**
 Fecha: **junio del 2003 México**
 Página web:
<http://www.mexico1968.com/>

Méx. Wikipedia la enciclopedia libre
 Nombre de la página: **Wikipedia la enciclopedia libre**
 Título: **movimiento estudiantil en México 1968**
 Fecha: **12 de junio 2010**
 Página web:
http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_estudiantil_en_México/1968

Méx. Sergio Muñoz
 Nombre de la página:
http://www.ineciv.org/ARCHIVO/2002/2002_02_13movi02.html
 Título: **reflexión de los tres cultivos**
 Fecha: **enero del 2007**
 Página de la web:
http://www.ineciv.org/ARCHIVO/2002/2002_02_13movi02.html

BIBLIOGRAFIA

NOMBRE DEL AUTOR: JENARO VILLAMIL
FECHA QUE SE PUBLICO: 5 DE OCTUBRE
TITULO DE LA PAGINA: MEXICO 1968 TATELOCOLO Y MEDIO

PAGINA WEB:
HTTP://WWW.CUESTIONES.WS/SEMABA/101003/SEM-OCTOS-02-MEX-JV/HTM

NOMBRE DEL AUTOR: JESÚS RAMÍREZ CUEVAS
FECHA QUE SE PUBLICO: 5 DE OCTUBRE
TITULO DE LA PÁGINA: FUE UN DOS DE OCTUBRE

PAGINA WEB:
HTTP://WWW.JORNADA.UNAM.MX/2005/10/02/MAS-JESUS.HTM

NOMBRE DEL AUTOR: SERGIO ZERMENO
FECHA QUE SE PUBLICO: 1987
TITULO DE LA PAGINA: MEXICO USA DEMOCRACIA OPTICA DEL MOVIMIENTO ESTUDIANTIL

PAGINA WEB:
HTTP://HTML.EINCONDVAGO.COM/REVOLUCION-ESTUDIANTES-1968.HTML

Autor: Soledad Irujo
Título del texto: De 1968 al 1988 el paso de un sistema a otro
Título de la página: la jornada
País: México
Año: 2 de junio del 2008
Página web:
www.jornada.unam.mx/2008/06/02/index.php?accion=publicar_articulo02061001

Autor: Eduardo Aquevedo
Título del texto: como los sistemas
País:
Año: 21 de abril 2009 a 22:12
Página web: <http://aquevedo.wordpress.com/2009/04/21/mexico-movimiento-estudiantil-el-paso-de-un-sistema-a-otro-1968-a-1988/>

Autor: FERNAND Brudel
Título del texto: Movimiento estudiantil en México de 1968
País:
Año: El 24 de octubre de 1968
Página web:
http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_estudiantil_en_México/1968

AUTOR: Jenaro Villamil
TÍTULO DEL TEXTO: México 1968: Tatelocho y Medio
TÍTULO DE LA PÁGINA: www.ineciv.org
PAÍS Y AÑO DE LA PUBLICACIÓN: México, 7 de junio 2007
Aparición se celebraba la olimpiada de México 1968. El 27 de agosto de aquel año, más de 200.000 estudiantes marchaban por el centro de Ciudad de México, y se instalaron en el Zócalo, una plaza central del Distrito Federal. Al día siguiente, la policía local reprimió la revuelta.

AUTOR: Wikipedia
TÍTULO DEL TEXTO: Movimiento estudiantil en México de 1968
TÍTULO DE LA PÁGINA: http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_estudiantil_en_México/1968

PAÍS Y AÑO DE LA PUBLICACIÓN: México, 13 de junio del 2010

El movimiento estudiantil de 1968 fue un movimiento social en el que además de estudiantes de la UNAM y del IES, participaron profesores, intelectuales, amos de casa, obreros y profesionistas en la Ciudad de México y que fue reprimido el 2 de octubre de 1968 por el gobierno mexicano en la manifestación en la Plaza de las Tres Culturas de Tlatelolco.

Autor: Eduardo Aquevedo
México: movimiento estudiantil, el paso de un sistema a otro (1968 a 1988)
http://aquevedo.wordpress.com/2009/04/21/mexico-movimiento-estudiantil-el-paso-de-un-sistema-a-otro-1968-a-1988/
México 2009.

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS
Echeverría V., Pedro (1999) Movimiento estudiantil mexicano de 1968 ¿qué pasó en Yucatán, ¿cómo lo interpretó la prensa? - Revista Latina de Comunicación Social, 13. Recuperado el x de xxxx de 200x de http://www.uji.es/publicaciones/latina/1999/147pedro.htm

Carlos y monica nos enseñaron como hacer una cita los contenidos son nombre del autor, título del texto título de pag editorial país año de publicación número de pag y dirección web y te tenias que buscar una pagina y poner todos estos adatos

autor: Eduardo aquevedo
México movimiento estudiantil el paso de un sistema a otro(1968 a 1988)
http://aquevedo.wordpress.com/2009/04/21/mexico-movimiento-estudiantil-el-paso-de-un-sistema-a-otro-1968-a-1988/
mexico 2009

FORMA DE CITAR ESTE TRABAJO EN BIBLIOGRAFÍAS
Echeverría V., Pedro (1999) Movimiento estudiantil mexicano de 1968 ¿qué pasó en Yucatán, ¿cómo lo interpretó la prensa? - Revista Latina de Comunicación Social, 13. Recuperado el x de xxxx de 200x de http://www.uji.es/publicaciones/latina/1999/147pedro.htm

Carlos y monica nos enseñaron como hacer una cita y ps los contenidos son nombre del autor, título del texto título de pag editorial país año de publicación número de pag, y dirección web te tenias que meter a una pagina y sacar todos estos datos

MINUTO A MINUTO LAS NOTICIAS CORREN

Los niños argumentan que *la diferencia de la información presentada en Internet respecto a la Televisión es que en Internet te dan toda la información y en la TV no, en TV no dicen todo lo que sucede. Internet tiene muchas opciones de páginas y tiene la libertad de decir todo lo que se ha descubierto.*

En cuanto a la pregunta de por qué creen ellos que exista esa diferencia, contestaron que *el gobierno interviene en la TV, para que no queden mal los involucrados de algún problema, al gobierno no le conviene que sepamos.*

Aprendí que en México desaparecen a los periodistas. México está cada vez peor, no tiene mucha libertad de expresión, el gobierno nos engaña porque no nos dice toda la verdad, no quieren que pasen cosas que no los benefician, en Internet es más fácil expresar tu opinión y en la TV no.

LEYES DE PROTECCIÓN A MENORES EN INTERNET

Los niños opinaron que *una ley para menores de edad en Internet es importante porque así los niños no consultarían páginas no aptas para ellos, no imitarían lo que ven, no habría más violencia, abusos, extorsiones, secuestros, acosos, etc.*

Opinaron que si ellos tuvieran que hacer una ley, *ésta sería equitativa, sería en beneficio de los que visitan Internet, prohibiría que adultos pregunten cosas personales a los niños, prohibiría que los niños sean acosados sexualmente, que los niños no ingresen a páginas pornográficas hasta tener 18 años de edad, que no haya pornografía infantil, que existan páginas donde los niños expresen lo que sucede cuando viajan en Internet, que haya libertad de expresión.*

Los niños estamos rodeados de peligro, necesitamos protección.

LEY PARA NIÑOS EN INTERNET

¿Por qué es importante una ley para los niños en internet?
 Porque permite que chatemos con muchas personas que no conocemos y que nos enseñen cosas nuevas y también podemos hacer amigos y algunos para abuelos y de porcelana.

¿Por qué es importante una ley para los niños en internet?
 Para que no nos hagan cosas malas como decirnos cosas malas o hacernos fotos que no nos gustan y que nos enseñen cosas buenas y que nos enseñen a ser buenos y que nos enseñen a ser buenos y que nos enseñen a ser buenos.

¿Por qué es importante una ley para los niños en internet?
 Para que no nos hagan cosas malas como decirnos cosas malas o hacernos fotos que no nos gustan y que nos enseñen cosas buenas y que nos enseñen a ser buenos y que nos enseñen a ser buenos.

¿Por qué es importante una ley para los niños en internet?
 Para que no nos hagan cosas malas como decirnos cosas malas o hacernos fotos que no nos gustan y que nos enseñen cosas buenas y que nos enseñen a ser buenos y que nos enseñen a ser buenos.

¿Por qué es importante una ley para los niños en internet?
 Porque es una ley para los niños en internet (México) y estamos rodeados de muchos peligros en la red y necesitamos protección.
 Si antes tendrían que poner una ley o no? Si no pueden abrir portales para adultos los niños.

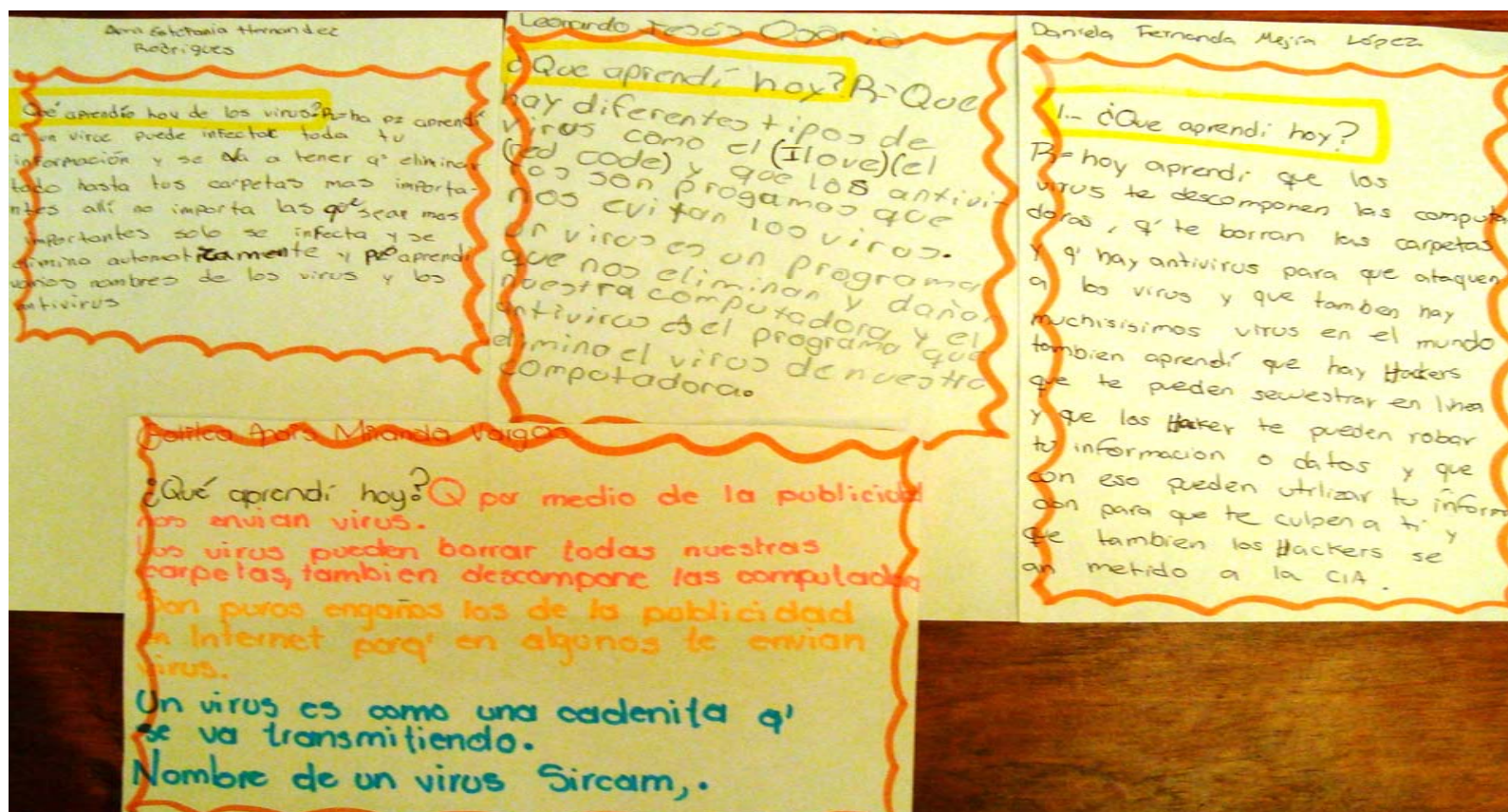
¿Por qué es importante una ley para los niños en internet?
 Porque permite que chatemos con muchas personas que no conocemos y que nos enseñen cosas nuevas y que también podemos hacer amigos y algunos para abuelos y de porcelana.

SI YO FUERA ASESIN
 LA LEY A LA PANDA
 LA PODERAMOS EXPRESAR
 LOS LEONTELOS SON QUE
 LOS DIGAN ALGO A QUE
 NOS VAYAN ALGO

¿Por qué es importante una ley para los niños en internet?
 Porque permite que chatemos con muchas personas que no conocemos y que nos enseñen cosas nuevas y que también podemos hacer amigos y algunos para abuelos y de porcelana.

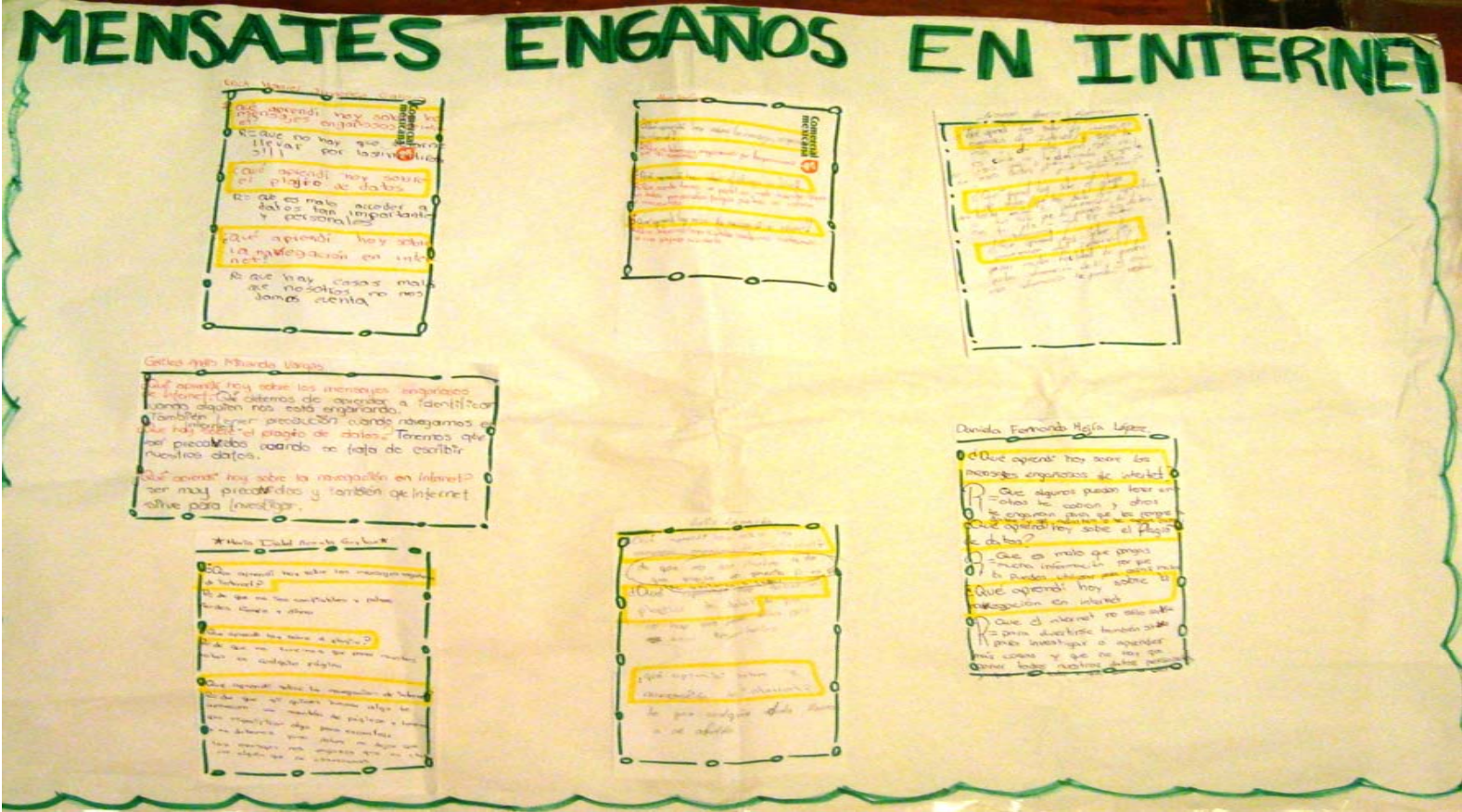
VIRUS Y AMENAZAS

Los niños argumentan que aprendieron que los virus son una cadenita que se va transmitiendo, descomponen las computadoras, borran las carpetas, existen muchísimos virus que pueden ser atacados con antivirus, por medio de la publicidad nos envían virus, Los hackers te pueden robar tu información y utilizarla.



MENSAJES ENGAÑOSOS DE INTERNET

De acuerdo con los niños, aprendieron que los mensajes engañosos en Internet sólo te quitan tu tiempo y dinero, no debemos de creer en todo lo que diga Internet, ese tipo de mensajes puede tener virus que dañen la computadora, te perjudican, debemos de aprender a identificar cuando alguien nos esté dañando, debemos tener precaución al navegar.



PLAGIO DE DATOS

Opinan que el plagio de datos es un plan con maña para saquear, es muy riesgoso poner todos los datos en páginas incorrectas, tenemos que ser precavidos, plagiar significa robar datos sino ponemos la cita y está penado en México. Con apretar una tecla se obtienen datos personales.

NAVEGAR EN INTERNET

Argumentan que en la navegación en Internet la información a veces es falsa, la red no sólo sirve para divertirse sino para investigar y aprender, no debemos entrar a páginas no aptas, no debemos abrir cualquier página porque puede contener virus, si no estás informado corres riesgos, para navegar se requiere tener cuidado porque personas mal intencionadas podrían tomar los datos y afectarnos. Si necesitamos ayuda podemos llamar a un adulto.

BIBLIOGRAFÍA DE NIÑOS

El tema a investigar fue el Movimiento estudiantil de 1968, la mayoría de los niños desconocían qué es lo que sucedió, y algunos tenían noción de lo ocurrido. En la bibliografía que ellos elaboraron pusieron correctamente los elementos que debe contener una cita textual, aunque el orden no siempre fue el correcto. Algunos ejemplos que escribieron son:

| | |
|---|--|
| <p>Autor: Víctor Manuel González</p> <p>Página: ITESO</p> <p>Título: México 1968... ¡no se olvida!</p> <p>Fecha: junio 2003. México</p> <p>Página:http://iteso.mx/-victorm/mexico_1968.html</p> | <p>Autor: Soledad Loaeza</p> <p>Título: de 1968 a 1988, el paso de un sistema a otro</p> <p>Página: La Jornada</p> <p>País: México</p> <p>Año: 2 de junio de 2008</p> <p>Página: http://www.jornada.unam.mx/2008/06/02/index.php?section=politica&article=010a1pol</p> |
| <p>Autor: Genaro Villamil</p> <p>Fecha: 5 octubre</p> <p>Título: México 1968 Tlatelolco y medios</p> <p>Página: http://www.cuestiones.ws/semanal/021003/sem-oct03-02-mex-jv.htm</p> | <p>Autor: Wikipedia</p> <p>Título: Movimiento estudiantil en México de 1968</p> <p>País y año: México, 15 de junio de 2010</p> <p>página: http://es.wikipedia.org/wiki/Movimiento_estudiantil_en_M%C3%A9xico_de_1968</p> |

Autor: Obrero Revolucionario #976, 4 de octubre, 1998.

Título del Texto: Lucha y masacre en México, 1968 parte 2 sangre en Tlatelolco

Título de la página:
<http://www.mexconnect.com/articles/234-lucha-y-masacre-en-mexico-1968-parte-2-sangre-en-tlatelolco>.

País: USA

AÑO: 1996



A medida que las batallas entre los estudiantes y las fuerzas de seguridad cobraban furia y el apoyo era más arriesgado más sectores del pueblo tomaron partido con los estudiantes.

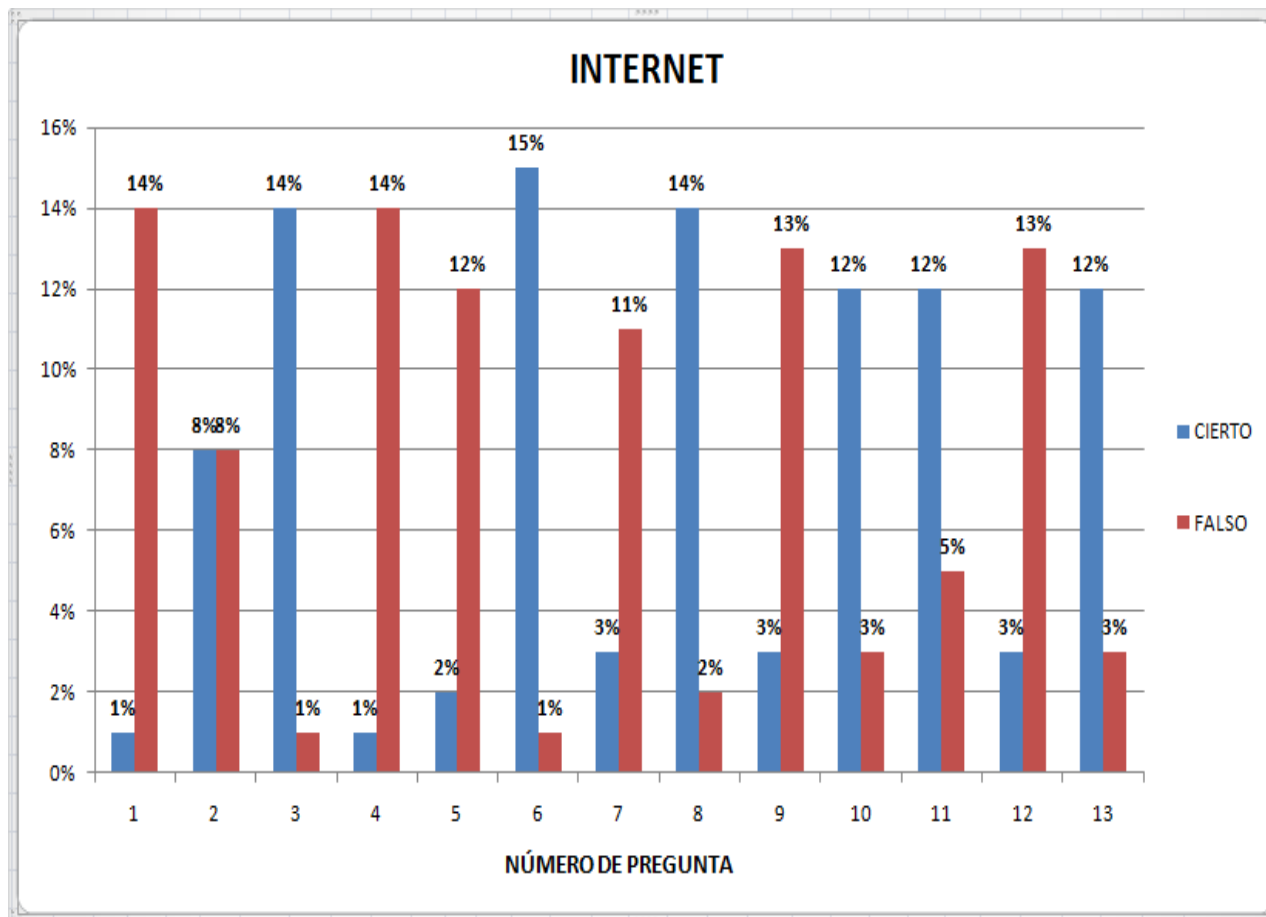
EVALUACIÓN

En el ejercicio de responder CIERTO O FALSO, los resultados están representados en la siguiente gráfica. Las preguntas son:

1.- Los virus te protegen de personas con malas intenciones en la red.

2.- Si un antivirus ataca tu computadora, puede ocasionar pérdida de información y/o se vuelve más lenta tu máquina.

3.- Una gran parte de la publicidad en Internet es engañosos.



- 4.- Si en Internet proporciono mucha información personal, entonces tendré más amigos y menos riesgos.
- 5.- Es fácil y seguro aceptar en la red la invitación de todos como amigos.
- 6.-Es importante consultar a un adulto si deseo subir a la red fotos de mi vida y de mi familia.
- 7.- Es mejor convivir con gente a través de Internet que platicar cara a cara.
- 8.- Si alguien me acosa o agrede mientras navego, debo reportarlo a la Policía cibernética de la ciudad de México.
- 9.- Puede ser divertido y poco riesgoso hacer una cita con alguien que conocí en la red.
- 10.- Yo soy el único responsable de mis acciones mientras navego en Internet.
- 11.- Estar informado es la mejor manera de navegar seguro en la red.
- 12.- Las leyes que protegen a los niños en Internet, también me protegen de los virus.
- 13.-Si yo utilizo información de alguien y digo que es mía, estaría cometiendo plagio.

De acuerdo con la gráfica, para los niños la tecnología más importante es el Internet, sin embargo utilizan la televisión para informarse. El Internet lo consideran interesante y entretenido, mientras que la TV divertida. Navegan en la red de una a tres veces por semana, de una a dos horas al día. Lo utilizan para estar en redes sociales.

Los niños consideran que a veces hay riesgos al navegar, entre ellos el acoso sexual, el robo de datos personales y los virus. La mayoría no conoce la ley de protección a menores en Internet. Consideran mejor la información de Internet respecto a la de la TV. Internet lo usan más las mujeres que los hombres.

7.- CONCLUSIONES

Los medios masivos de comunicación sin duda forma parte de la socialización de los niños y de la audiencia en general. Muchas veces, los medios fomentan el sedentarismo, el consumismo, la violencia, los estereotipos, en vez de promover programas educativos, un consumo responsable o la no discriminación. Así, se vuelve necesario enseñarles a los niños a deconstruir y desnaturalizar esos mensajes, además porque es una práctica cotidiana.

La competencia por querer alcanzar un alto *rating* ha propiciado que los medios en vez de preocuparse por los contenidos, se enfoquen a precios y ventas, donde deja de importarles la calidad de los programas con tal de reducir costos y elevar la popularidad, basándose en aquello que vende, como lo es la violencia, el sexo, la nota roja, incluso transmiten ese contenido en horario infantil. Cuando los niños consumen algún medio no siempre tienen a sus padres al lado, quienes los pudieran ir orientando sobre la manipulación y/o la poca calidad en los contenidos; entonces ellos (los menores) se vuelven responsables de lo que deciden ver frente a una pantalla. A veces esas pantallas toman el control de ellos, pasando así varias horas frente éstas, por ello la importancia de educar para los medios.

Los niños son bombardeados diariamente a través de los mensajes de la publicidad, desafortunadamente ellos (los menores) están en un plano desigual, porque los publicistas son personas que utilizan las herramientas cognoscitivas, la psicología, el dinero para crear un producto y/o comercial, mientras que un menor de edad, especialmente los de clase social media / baja en México, no cuentan con esos recursos.

Educar para los medios masivos de comunicación no es tarea fácil, sobre todo porque nos enfrentamos a una niñez que disfruta y se divierte interactuando con la televisión e Internet. Cabe señalar que tanto la televisión como el Internet son medios y herramientas que los niños consideran parte de su vida cotidiana, el hecho no radica totalmente en el entretenimiento sino en la manera que cada individuo decodifica los mensajes, sobre todo porque nos encontramos mayoritariamente en una sociedad

donde no se demanda una democracia en los medios, ya que los medios deberían de servirle a la comunidad. Es decir, reducir la concentración de la propiedad y el control de los medios. Y, a partir de ello, garantizar mayor pluralidad en la oferta de contenidos.

Los niños reciben información de los medios y las nuevas tecnologías, muchas veces creyendo que la realidad es como se la presentan, sin embargo en el **taller de Recepción Crítica**, (impartido a niños de sexto año de la escuela primaria Leopoldo Velázquez Acuña, ubicada en la Delegación Iztapalapa), se dieron cuenta que en ocasiones los mensajes emitidos reflejan puntos de vista de particulares.

Al impartir el taller pudimos comprobar nuestra hipótesis de que el modelo educativo mexicano excluye a los medios de comunicación de su programa escolar, lo que nos llevó a enfrentarnos a romper con esa memorización-mecanización con la que se nos educa, a enseñar-aprender a reflexionar, a analizar lo que consumimos, y a ir en contra de la educación depositaria. Al inicio no fue fácil, sin embargo, conforme fue pasando el tiempo, tanto nosotros como los niños logramos avanzar, ellos lograron integrarse e interesarse en las temáticas. El proceso de enseñanza-aprendizaje fue interesante debido a que por medio de las preguntas que les hicimos, los niños reflexionaron y ellos mismos llegaron a las conclusiones de cada tema. Nosotros no les dimos las respuestas, sino que los hicimos pensar al cuestionarles lo qué sucede en los medios.

Algo muy importante que detectamos en el taller, es que los niños están acostumbrados a que uno les de las respuestas. A veces les daba flojera pensar para llegar al resultado. Se notó que los niños estaban acostumbrados a escribir todo lo que se les dijera sin siquiera reflexionar previamente. Además, notamos que los niños escriben combinando letras con números, abrevian las palabras, y tienen una pésima ortografía.

Varias veces fue difícil explicar un tema, no porque no estuviéramos dispuestos a impartirlo, sino porque algunos niños mostraban poco interés, no todos se querían involucrar en el taller, interrumpían demasiado, distraían a los que sí ponían atención, no acataban las instrucciones que les dábamos, y no respetaban las reglas que desde un principio habíamos acordado. Había una falta de atención, hay que decirlo, sin

embargo logramos cumplir nuestros objetivos. Incluso algunas veces, se volvió hostil el ambiente, nunca al grado de faltar el respeto, pero sí de una notable falta de conciencia y compromiso por parte de los niños sobre el problema en cuestión.

Nos dimos cuenta que el taller de Recepción crítica es totalmente viable y necesario para el contexto mexicano, sobre todo para la educación básica pública, debido a que en materia de medios de comunicación y en educación nuestro país es bastante desigual, injusto y parcial. Por lo que impartir un taller a los niños fue un trabajo noble que benefició a la sociedad y que no tuvo mayor interés que el de educar para los medios.

Haberlo impartido en una escuela pública fue bastante acertado debido a que no todos cuentan con los recursos económicos para acceder a otro tipo de televisión que no sea la de señal abierta, como lo es la de paga, la cual tiene una mayor oferta educativa, y también porque en esa escuela no les habían hablado de los medios.

Sin duda, también fue importante aplicar ejercicios relacionados con el Internet, debido a que no todos los niños interactúan de manera plena y consciente con esta herramienta. La llegada de las TICs a la educación primaria no lleva consigo un programa educativo donde se trabaje el análisis, la reflexión y la criticidad ante este medio. Nos dimos cuenta que a la escuela lo que le interesa es el cuidado de los bienes proporcionados y el uso de la paquetería básica de una PC e Internet, mas no la concientización y visión crítica. Por ello se volvió indispensable y necesario enseñar que Internet no sólo sirve para el entretenimiento sino también para la educación, además de que acapara diversos medios (convergencia tecnológica) lo cual lo hace más interesante y diferente de los medios masivos tradicionales. Internet es una gran fuente de conocimiento, el cual lo construye el niño en su navegación.

Una de las cuestiones que salta a nuestra vista es la impresionante capacidad de los niños para poder usar Internet de manera casi inmediata, hay que decir que es un gran adelanto tecnológico que les permite obtener mayor cantidad de información con todo lo que ello implica, riesgos y beneficios. Por ello resultó importante prepararlos y concientizarlos, debido al riesgo que representa un mal uso, y el beneficio que

potencialmente tiene si se usa correctamente. La tecnología se ha vuelto parte de nuestra vida cotidiana, cada vez más interiorizada en las actividades que realizamos, y en el caso de los niños, de manera presente prácticamente desde el momento en que nacen.

Hay un aspecto que debemos enfatizar: casi todas las herramientas tecnológicas que existen, cuentan con las medidas de seguridad para ser empleadas de manera correcta: control parental, restricciones, etcétera, cada una de ellas es reversible en el caso de Internet mediante un click, lo que en teoría le permite al niño acceder a información no apta para su edad. Muestra de ello es que algunos niños del taller impartido poseen facebook, ahí no radica el verdadero problema, sino en la edad restrictiva de la página, que informa a grandes rasgos que para poder emplear esa red social es necesario contar con la edad mínima de 13 años cumplidos. La población de niños mayoritariamente fue de 12 años, lo que quiere decir que para poder contar con esa red social tuvieron que mentir en su edad.

Ante esta conducta lo que podemos inferir es que, si pasa con una red social, podemos suponer que también ocurre con información y páginas no aptas para su edad. Preparar a las nuevas generaciones para que seleccionen, conozcan, interpreten y decodifiquen la información de los medios masivos de comunicación no es tarea fácil, y que además lo hagan de una manera responsable y adecuada, es apenas la punta de la montaña.

El análisis de los medios únicamente a nivel ideológico no revela las prácticas que se producen entre el espectador y el medio, por ello la tarea que tenemos nosotros, los comunicólogos, es de vital importancia: dar a conocer a los medios masivos de comunicación tal y como son, de manera clara, precisa y objetiva, dar a saber la información que presenta de manera realista, sin caer en sensacionalismos o modos de ver las cosas de manera alarmante.

Lo que decidimos hacer con esta investigación fue fomentar la concientización del individuo, lo anterior debido a la imperiosa necesidad de usar herramientas como Internet por parte de los niños sin una guía adecuada, sin ningún control y mucho menos sin ninguna orientación en cuanto a problemas se refiere. Lo que intentamos

hacer en esta tesis no fue un modelo moralista prohibitivo, por el contrario buscamos fomentar en el niño la capacidad crítica y selectiva de la información.

En todo momento buscamos concientizar a los niños sobre los riesgos, obviamente sin llegar a satanizar al Internet o la televisión, y poniendo en el otro lado de la moneda los aspectos positivos y ventajosos que representa estos medios en la vida cotidiana, claro con el adecuado uso aquí propuesto.

Con la experiencia de esta investigación llevada a la práctica, nos dimos cuenta de que la comunicación y la educación van de la mano. Este proyecto de investigación tuvo grandes alcances los cuales vemos reflejados en las reflexiones escritas de los niños y en el video que se encuentra en los anexos. En el taller ellos pudieron conocer y reconocer el lenguaje de los medios, decodificar los mensajes emitidos, saber cómo y porqué están hechos, y aprender a discriminarlos, a tener una mirada analítica. Pero sobre todo, a darle un giro positivo para lo que, a futuro, esperamos sea una herramienta en todo sentido útil en sus vidas. Así, entre más conocimientos tengan sobre los medios, serán más críticos, podrán estar mejor preparados para lo que se les ofrezca tanto en televisión, Internet u otro medio masivo de comunicación.

Consideramos que el taller se complementarían si los papás también lo tomaran, claro, sin mezclar niños con adultos, sino por separado, pero complementando el proceso mismo de los niños, que se dieran cuenta de lo que hacen navegando en Internet, lo que observan en televisión, lo que publican en Internet, etc., que conocieran de manera clara y precisa los riesgos de Internet, que hubiera un nexo de mutua confianza entre padres e hijos tanto en el interior del taller como fuera del mismo en materia de medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías. Lo anterior lo decimos porque fueron pocos papás los que asistieron a la exposición, lo que nos habla de falta de tiempo e interés para tocar el tema de los medios de comunicación en la educación primaria, y también porque precisamente son los papás quienes forman parte de la educación de sus hijos. Con lo anterior también nos gustaría que los padres de esta generación dejaran de observar a los medios masivos de comunicación como una niñera al cuidado de sus hijos. Esperamos que los padres de familia se involucren más en los trabajos de

sus hijos, sean más conscientes, y tengan una actitud activa frente a los medios, para así educar de mejor manera.

Desde nuestro punto de vista, después de haber impartido el taller, el primer escenario nos deja entrever individuos con la capacidad de ser conscientes y críticos ante los mensajes emitidos por los medios masivos de comunicación. Esperamos que el aprendizaje no sólo se haya quedado en el salón de clase, sino que todo lo que aprendieron lo sigan aplicando en sus casas y en su vida. Consideramos que sí logramos crear consciencia en los niños sobre las horas desperdiciadas frente a la televisión, así como la manera de aprovechar mejor el tiempo, además de que los niños identificaron y distinguieron la realidad de la ficción, a través de la pantalla y en general a deconstruir los mensajes de los medios, a ser críticos, a aceptar o rechazar algo, no sin antes haber reflexionado.

Después del taller, los niños están dispuestos a exigir a los medios justicia, honestidad, transparencia, verdad, lo cual es algo magnífico que nadie les había cuestionado en la escuela y que cuando supieron que lo podían hacer tomaron una actitud activa y vieron a la TV otra manera y sobre todo pudieron darse cuenta que eso que pasan en TV no siempre corresponde a la realidad y no todos los programas o páginas son hechos con intenciones de mero entretenimiento, que no todo es malo ni bueno. Además reflexionaron que existen otras opciones de TV e Internet más educativas, y que ellos son los que deciden qué ver y qué no, de acuerdo a los intereses de cada niño. Incluso fueron los niños quienes pidieron que se oferten más talleres de este tipo y que sea una materia en la escuela.

Un tema que creemos quedó claro y del cual ellos ya tenían conocimiento desde antes del taller, es el entender los hilos que se mueven detrás de la publicidad y de las prácticas poco éticas de consumo.

Consideramos que se reflexionó sobre el gran problema que existe con los estereotipos, la violencia, así como los roles sociales que refuerzan los medios masivos de comunicación, de la oferta mediática que hay, lo positivo y lo negativo, de la importancia de ser seleccionadores pensantes de programas televisivos.

Nos dimos cuenta que los niños se comprenden a sí mismos como sujetos con derechos y responsabilidades sociales, dentro de su hogar, en la escuela, con sus padres y por supuesto ante los medios masivos de comunicación. Con lo anterior despertamos en ellos la pro actividad entorno a no quedarse como una audiencia pasiva, todo lo contrario, a ser una audiencia crítica y propositiva en relación a la oferta que se le presenta.

Otra perspectiva lograda ante las nuevas tecnologías de información y comunicación es que se dieron cuenta de la importancia de leer datos argumentados y verídicos, de observar la gran cantidad de información que surge de un tema, así como el uso positivo del Internet como herramienta de información, la concientización sobre los riesgos y amenazas a las cuales se exponen sin el conocimiento adecuado, entre otras cosas.

Se logró (como lo podemos ver en el video), que los niños exigieran a los medios contenidos de calidad, de interés, educativos, y mayor honestidad en lo que dicen, en términos generales, esperamos que los niños ahora vean la televisión y el Internet con una mirada crítica.

Por nuestra parte, deseamos que se desarrollen más talleres de este tipo, y que ojalá en México fueran considerados como una materia dentro de la currícula escolar (sabemos que esta idea es un tanto utópica). Nos dimos cuenta que los talleres son indispensables, debido a que la mayoría de los niños no se cuestionaba lo que sucede con los medios de comunicación. Esperamos que en las primarias acepten y valoren más la metodología del taller, que sean conscientes de que este tipo de talleres implica tiempo, costos y condiciones físicas para poder impartirlo. Esperamos que los profesores se interesen en el taller, tengan disposición para apoyar, apertura mental para el contenido, y estén dispuestos a lograr una recepción crítica en sí mismos, para posteriormente educar a sus alumnos.

Esperamos que la metodología llegue a más instituciones educativas, a centros culturales, a cursos de verano, es decir, que se le de mayor difusión, que tenga mayor impacto, no sólo a nivel de salón de clase, sino a nivel zona, delegación, ciudad, país.

Ahora bien, por medio de esta tesis construimos una propuesta educativa para formar sujetos críticos en su interacción con los medios masivos de comunicación y las nuevas tecnologías, con la intención de contrarrestar el uso indiscriminado de los medios masivos de comunicación y nuevas tecnologías de la información y comunicación de manera acrítica por parte de los niños. Lo anterior representa un gran avance debido a que, como lo vimos en los resultados de nuestra metodología (el taller impartido y las reflexiones emanadas del mismo), sí representa una diferencia cualitativa y cuantitativa la manera en la que los niños aprecian los distintos medios de comunicación.

Como lo señalamos en el análisis de los resultados del taller, observamos una mejoría sustancial en cuanto a que los niños pudieron darse cuenta de lo que consumen en televisión. Con estos resultados consideramos que el objetivo de formar niños críticos en su interactuar con la TV y las TICs mediante la impartición de un taller es totalmente posible.

Formar niños con la capacidad de poder negociar significados de televisión resultó viable mediante una metodología como ésta, decodificar los mensajes de cualquier tipo y provenientes de contextos diversos ya no es una tarea imposible para los niños, se les proporcionaron herramientas que ahora les permiten llevar esos conocimientos a diversos aspectos no sólo de los medios masivos de comunicación, sino a su vida personal.

Cuando les enseñamos a conocer cómo el medio construye contenidos, les enseñamos una gran parte de la realidad, mas no toda, lo que hay al interior de la televisión es una parcialidad, de igual modo sucede con Internet. Con ello logramos que puedan comprender la complejidad de lo que representa ver una parte de la realidad. Y como lo dijo Samantha, una niña de las que tomó el taller *“Yo le diría a los productores que no pasaran tanta ficción en la televisión, para que nosotros podamos diferenciar la realidad con la mentira”*.

Lo que significa y representa enseñarles a los niños a cuestionarse qué producto les ofrecen cotidianamente, ya sea en televisión, radio, Internet o cualquier otro medio, por qué lo hacen y con qué fin lo hacen, qué hay detrás de ello, es tal vez la más valiosa

enseñanza de la tesis. Que puedan saber y reconocer los diferentes mensajes, volverlos selectivos de su propia información y rebasar la actitud de una audiencia pasiva para convertirse en una audiencia activa, es decir, llegar a ser crítico involucra un proceso de aprendizaje, del cual nos sentimos orgullosos de haber formado parte con los niños y niñas de nuestro taller.

Un proceso tan complejo como la construcción del sentido crítico, de una verdadera reelaboración de ideas para construir significados, y más importante aún, sabiendo que en México indiscriminadamente se ofrece una televisión poco interesante y que no hay una mirada crítica, lleva consigo una gran responsabilidad de preparar a los jóvenes, concientizarlos, darles las herramientas necesarias para lograr ese proceso del cual formamos parte.

No ocultamos nuestra satisfacción y gusto con los resultados obtenidos, pero estamos totalmente conscientes de que es un proceso de mucha paciencia, dedicación, tiempo e interés. Sólo proporcionando las herramientas que ya les mencionamos lograremos una recepción crítica entorno a los niños, quienes nos atrevemos a decir, que no sólo son el futuro de nuestra realidad, son el presente de la misma. En tal sentido comprendemos que ni Televisa ni TV Azteca vayan a invertir su capital en programas verdaderamente importantes, educativos, o una barra infantil sin violencia, sin estereotipos, sin engaños, etc., mucho menos estas televisoras van a desaparecer, por eso decidimos apostarle a la educación para la Televisión, porque creemos que el cambio puede comenzar desde la niñez, desde uno mismo, y estamos seguros de que no nos hemos equivocado al iniciar este proyecto de educación y comunicación.

Ésta tesis, aunque es un pequeño oasis en el desierto, pretende abrir camino para que futuras generaciones se interesen en desnaturalizar a los medios y logren convertirse en personas críticas ante los medios masivos de comunicación.

IMPLICACIONES DE IMPARTIR EL TALLER

Es necesario mencionar que en el mes de Abril de 2010, impartimos un taller de Alfabetización Audiovisual⁷⁹ (en vacaciones de primavera), en la Delegación Tláhuac, cuyo contenido metodológico, es el que en parte, también retomamos para el taller de la primaria. Comparando ambas experiencias, consideramos que en la primaria fue más difícil trabajar con los niños, por diversas razones, porque en Tláhuac eran menos niños (27 en total), y además no se conocían, a diferencia de Iztapalapa, que eran 37 niños y la mayoría llevaba 6 años de conocerse, lo cual dificultó romper las relaciones para trabajar, debido a que cada quien quería trabajar con sus mejores amigos, y de alguna manera conocían perfectamente cómo dirigir a sus grupitos, además de la rebeldía. Otra circunstancia fue que en Tláhuac, los niños llegaron al Centro Comunitario donde impartimos el taller, a diferencia de Iztapalapa, que nosotros fuimos quienes entramos al territorio de los niños, lo que implicó ganarnos su confianza, su atención para poder impartir el taller. Además de que el centro comunitario era enorme, mientras que en el salón de clase trabajamos sin tener el espacio suficiente. Sin duda, el espacio donde uno trabaja es indispensable e influye para que las actividades den un mejor resultado. Además en Tláhuac fueron 6 horas diarias durante una semana, mientras que en Iztapalapa fueron hora y media diaria durante dos meses, convivimos más tiempo con los niños. En Tláhuac los niños estaban de vacaciones y fueron ellos quienes decidieron ir a tomar el taller, mientras que en Iztapalapa los niños se encontraban en cierre de ciclo escolar y fuimos nosotros quienes decidimos impartir el taller en su primaria, lo cual influye respecto a la actitud y disposición que tenían los niños.

⁷⁹ El taller en Tláhuac formó parte del Servicio Social, realizado en Comunicación Comunitaria A.C.

ANEXOS

El anexo perteneciente a esta investigación es un **video** con una duración de aproximadamente 9 minutos, donde se expone los puntos de vista de los niños sobre cada uno de los temas vistos en el taller, particularmente de la televisión, así como su opinión respecto al taller impartido.

A quien llegue a tener en sus manos esta tesis, le recomendamos ampliamente que para comprender de mejor manera las temáticas impartidas en el taller, vean el video, el cual enriquece la investigación. Consideramos que la voz de los niños representa lo aprendido, así como la visión crítica desarrollada.

BIBLIOGRAFIA:

- Alcocer Marta, et al. ¿Qué le vemos a la tele?, Edit. Trillas, México, 2005.
- Aparici, Roberto (coord). La revolución de los medios audiovisuales. Educación y nuevas tecnologías, Edit. De la Torre. España, 1996.
- Archundia, Mónica. Casos de bullying en el DF van en aumento, Periódico El universal, México, 2009.
- Ausubel, David. Et.al. Psicología educativa. Un punto de vista cognoscitivo, Edit. Trillas, México, 1983.
- Barbero Martín. De los medios a las mediaciones, Edit. GG, Massmedia, México, 1997.
- Cabero, Julio. Et.al. Nuevas tecnologías aplicadas a la educación, Edit. síntesis educación, España, 2000.
- Calette, Mónica. Propuesta educativa para fomentar en adolescentes una recepción crítica televisiva, UNAM, tesis de licenciatura, México, 2004.
- Charles, Mercedes. Et al. Educación para los medios. Un proceso crítico en un contexto de comunicación, Edit. ILET, México, 1989.
- Charles, Mercedes. Aparato escolar y medios de comunicación, Edit. Trillas, México, 2005.
- Charles, Mercedes. Et al. Hacia una lectura crítica de los medios. Trillas, México, 2005.
- Cobo, Cristóbal. ¿Qué son las TIC?, Libro colectivo AMIC 2008, Universidad Autónoma de Nuevo León, México, 2009.
- CONACULTA, Encuesta Nacional de Prácticas y Consumo Culturales, México, 2005.
- Corominas, Agustí. Modelos y medios de comunicación de masas. Propuestas educativas en educación en valores. Edit. Descleé de Brouwer, España, 1999.
- Corominas, María. Los estudios de recepción. Portal de la Comunicación, España, 2001.
- Cortés Rocha, Carmen, La escuela y los medios de comunicación masiva, Edit. El caballito, México 1986.

- Covi Druetta, Delia. Apropiación frente a acceso universal. Las Tics en los procesos de democratización. La claves necesarias de una comunicación para la democracia. México, 2008.
- De la Guardia, Carlos, et al. Internet. Hacia una nueva comunicación. Revista Razón y Palabra, Número 3, año, 1, 1996.
- Dieuzeide, Henri. Et. al. Comunicación y educación, UNESCO, Francia, 1984.
- Fainholc, Beatriz. Lectura crítica en internet, análisis y utilización de los recursos tecnológicos en educación, Edit. Homo sapiens, Argentina, 2004.
- Fainholc, Beatriz. La lectura crítica en internet: evaluación y aplicación de sus recursos, Revista Comunicar, N. 26, 2006.
- Fernández, Juan Manuel. Paulo Freire: una propuesta de comunicación para la educación en América Latina. Revista Razón y Palabra. Número 13, año 4, 1999.
- Fernández, Alfonso. Usos y gratificaciones de la televisión en los niños. Tesis de Maestría, UNAM, México, 2003.
- Ferrés, Joan. Educación en una cultura del espectáculo, Edit. Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México, 2000.
- Ferrés, Joan. Televisión y educación, Edit. Paidós, Barcelona, Buenos Aires, México, 1994.
- Freire, Paulo. Pedagogía del oprimido, Edit. Siglo XXI, 1970.
- Fuenzalida, Valerio. Et. al. Evaluación de la experiencia CENECA en recepción activa de la televisión, UNESCO, Chile, 1989.
- García, Agustín. Una televisión para la educación. La utopía posible, Gedisa, España, 2003.
- García, Caridad, Et al. Internet en la formación de comunicadores multimedia, AMIC, México, 2004.
- Gervilla, Ángeles. Didáctica básica de la educación infantil, conocer y comprender a los más pequeños, Edit. Narcea, España, 2006.
- Gómez, Margarita. Educación en red. Una visión emancipadora para la formación, Edit. UDG virtual, México, 2005.

- Huergo, Jorge. Comunicación/Educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas, Edit. De periodismo y comunicación, Argentina, 1997.
- James H Gay-Lord. Televisión educativa. Guía para su utilización por maestros y administradores, Edit. Trillas, México, 1972.
- Kaplun, Mario. El comunicador popular, edit. Lumen, Argentina, 1987.
- Lipman, Mathew. Pensamiento complejo y educación, Edit. De la torre, 1998.
- López Calva, Martín. Pensamiento crítico y creatividad en el aula, Edit. Trillas, México, 1998.
- López, Nancy. Curso de educación para la recepción crítica de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación, UNAM, tesis de maestría, México, 1998.
- Martell, Lenin (Coord.) Hacia la construcción de una ciencia de la comunicación en México, Ejercicio reflexivo 1979-2004, AMIC, México, 2004.
- Meter L. Berger, Thomas Luckman, La construcción social de la realidad, Amorrortu, 2008.
- Moran Costa, José Manuel. ¿Por qué educar para la comunicación?, Edit. De la torre, España, 1996.
- Morley, Dave. Interpretar televisión: la audiencia de Nationwide. Televisión, audiencias y estudios culturales. Edit. Amorrortu, Argentina, 1996.
- Morduchowicz, Roxana. A mí la tele me enseña muchas cosas. La educación en medios para alumnos de sectores populares, Edit. Paidós, España, Argentina, México, 2001.
- Muñoz, Virgilio. Revista az. La de los libros de texto: una tarea prioritaria, No. 18, 2009.
- Ogalde, Isabel. Los materiales didácticos, medios y recursos de apoyo a la docencia, Edit. Trillas, México, 1991.
- Olivares, Emir. México: prefiere 86% de niños ver la tele que ir a la escuela, Periódico La Jornada, México, 2008.

- Orozco, Guillermo. Audiencias, televisión y educación: una deconstrucción pedagógica de la televidencia y sus mediaciones. Revista Iberoamericana de educación. Número 27, España, 2005.
- Orozco, Guillermo. El niño como televidente no nace, se hace. Edit. Trillas, México. 2005.
- Orozco, Guillermo. La televisión entra al aula. Guía del maestro de educación básica. Mirando la TV desde la escuela, Fundación SNTE, México, Vol. II, 1998.
- Orozco, Guillermo. Mas-mediación y audiencia-ción. Macrotendencias en las sociedades latinoamericanas de fin de milenio, México 1997.
- Orozco Guillermo. Televisión y producción de significados (tres ensayos), Universidad de Guadalajara, México, 1994.
- Palacios, Jesús, et al. La cuestión escolar, críticas y alternativas, edit. laia, España, 1978.
- Pariente, Javier. Hacia una Auténtica Integración Curricular de las Tecnologías de la Información y Comunicación, Revista red de La Iniciativa de Comunicación, 2005.
- Peña, Alexandrov, et al. Educación para la comunicación. Desarrollo de la visión crítica en adultos, SEP, México, 1997.
- Peña, Alexandrov, et al. Tv y escuela ¿Amigos y/o Enemigos?. Educación para los medios. SEP, México, 1997.
- Pere, Graells. Las TICS y sus aportaciones a la sociedad. España, 2008.
- Poloniato, Alicia. Géneros y formatos para el guionismo en televisión educativa, ILCE, México, 1992.
- Quintar, Aída, et al. (Comp.) Los usos de las TICs. Una mirada multidimensional, Edit. Prometeo, Argentina, 2007.
- Radio trece. México tiene una deuda histórica con el analfabetismo, México, 2009.
- Reparaz, charo. Et al. Integración curricular de las nuevas tcnologías, Edit. Ariel S.A., España, 2000.

- Repoll, Jerónimo Luis. El por qué y para qué, hoy, de la recepción crítica de los medios de comunicación. Revista Sintaxis, año 0, Número 1, 2008.
- Repoll, Jerónimo Luis. Arqueología de los estudios culturales de audiencia. Universidad Autónoma de la Ciudad de México, México, 2010.
- Revista educación. La izquierda y la educación, año XIII, número 150, México, 2007.
- Sandoval, Edgar. Enfoques funcionalistas. Autores contemporáneos, UACM, México. 2005.
- Scolari, Carlos. Hipermediaciones. Elementos para una teoría de la comunicación digital interactiva, Edit. Gedisa, España, 2008.
- Secretaria de educación pública. Reglas de operación del programa escuelas de calidad, México, 2007.
- Torres, Héctor. Caracterización de la comunicación educativa, Revista Razón y palabra, año 4, número 13, 1999.
- Trejo, Miriam. Educación para la recepción crítica de la televisión, una propuesta de inserción en la currícula de educación primaria, UNAM, tesis de licenciatura, México, 2000.
- UNESCO. La educación en materia de comunicación. UAM Xochimilco, México, 1984.
- Vizcarro, Carmen. León, José. Nuevas tecnologías para el aprendizaje, edit. pirámide, España. 1998.

FUENTES ELECTRÓNICAS

- AMIPCI. Estudio Amipci 2009 de hábitos de los usuarios de internet en México, <http://amipci.org.mx/estudios/temp/RESUMENEJECUTIVOEstudioAMIPCI2009UsuariosdeinternetFINAL-0334725001245691260OB.pdf>, consultado el 02 de octubre de 2009.
- APC, Asociación para el Progreso de las Comunicaciones, ¿Qué son las TICS?, tomado de <http://www.apc.org/es>, consultado el 02 de octubre de 2009.
- Casadiego, Benjamin. Et al. La nuevas tecnologías en la educación: ¿una herramienta para abrir las (i)aulas?, Red de la iniciativa de comunicación, 2004, tomado de <http://www.comunit.com/es/node/150498>, consultado el 6 de noviembre de 2009.
- Castillo, Carmen. Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación. Revista electrónica de pedagogía, tomado de <http://www.odiseo.com.mx/bitacora-educativa/medios-masivos-comunicacion-su-influencia-educacion>, consultado el 24 de septiembre de 2009.
- Castro, Luz Montserrat. La recepción crítica: una forma de ver televisión hoy día, México, 2006, tomado de http://codice.unimayab.edu.mx/article.php?id_art=175, consultado el 09 de septiembre de 2009.
- CEDETEL. Internet sin riesgos. Glosario. España, 2008. http://www.internetsinriesgos.es/contenido/glosario/glosario_a_1.aspx
- Cifuentes, José. Los hiperdocumentos educativos, 2000, tomado de <http://www.geocities.com/semiotico/cifuentes1.html>, consultado el 06 de junio de 2009.
- Colussi, Marcelo. La educación sola, por si misma, no es fuente de desarrollo, No.46, El Salvador, 2009. <http://www.libros.com.sv/nueva/detalles.php?id=450>, consultado el 22 de febrero de 2009.
- Covi Druetta, Delia. Educación en red. Nuevas tecnologías y procesos educativos en la sociedad de la información, Edit. Universidad Autónoma de Barcelona, España, 2004. Tomado de <http://www.portalcomunicacion.com/esp/home.html>, consultado el 10 de agosto de 2009.
- Dirección general de desarrollo curricular, México, <http://basica.sep.gob.mx/dgdc/sitio/start.php>, consultado el 23 de mayo de 2009.

- Emeequis. Rechazan en twitter impuesto a internet, tomado de <http://www.mx.com.mx/2009-10-20/rechazan-en-twitter-impuesto-a-internet/>, consultado el 03 de noviembre de 2009.
- Facultad de Ciencias políticas de la UNAM. Introducción a la teoría de la comunicación, tomado de <http://teoriadecomunicacion.blogspot.com/2006/03/los-medios-masivos-de-ayer-y-hoy-los.html>, consultado el 02 de octubre de 2009.
- Frau-Meigs, Divina. El vínculo entre educación para los medios y derechos humanos: una necesidad y una oportunidad. Revista Científica de la Asociación Mexicana de Derecho a la Información, N.1, enero-Abril 2011. Tomado de <http://derechoacomunicar.amedi.org.mx/pdf/num1/8-educacion.pdf>
- Fuenzalida, Valerio. La influencia cultural de la televisión, http://74.125.95.132/search?q=cache:kqkAyNKv_VsJ:www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/17-03ValerioFuenzalida.pdf+influencia+de+la+tele+valerio&cd=1&hl=es&ct=clnk, consultado el 23 de febrero de 2009.
- Gestipolis. Métodos y técnicas de investigación, tomado de <http://www.gestipolis.com/economia/metodos-y-tecnicas-de-investigacion.htm>, consultado el 13 de noviembre de 2009.
- Glosario de términos utilizados en e-learning. Tomado de http://www.uvirtual.net/portal/preguntas_frecuentes/e-learning/glosario_de_terminos_utilizados_en_e-learning.html#i2, consultado el 02 de octubre de 2009.
- Guaglianone, Miguel. Los modos de alienación, Venezuela 2008, <http://www.voltairenet.org/article156625.html#article156625>, consultado el 23 de febrero de 2009.
- Hall, Stuart. Codificar y decodificar, Red de la iniciativa de comunicación, 2004. tomado de <http://www.comminit.com/es/node/149684>, consultado el 05 de noviembre de 2009.
- IFAI. Urge el IFAI a adoptar medidas que favorezcan la navegación segura de infantes en las redes sociales de internet. México, 2010. Tomado de www.ifai.org.mx/descargar.php?.../publicaciones/...ComunicadoIFAI017, consultado el 24 de marzo de 2010.

- INEGI. Nuevas tecnologías. Usuarios de internet por tipo de uso, 2010. Tomado de <http://www.inegi.org.mx/Sistemas/temasV2/Default.aspx?s=est&c=21702>, consultado el 15 de diciembre de 2010.
- INEGI. Encuesta sobre la disponibilidad y uso de las tecnologías de la información 2010, México, tomado de <http://www.inegi.org.mx/inegi/contenidos/espanol/prensa/comunicados/modutih10.asp>, consultado el 15 de diciembre de 2010.
- IPN. Tecnologías de la información y la comunicación, tomado de <http://www.dcy.c.ipn.mx/dcy.c/quesonlastics.aspx>, consultado el 02 de octubre de 2009.
- Juárez, Rosa. Los medios masivos y el estudio de la recepción. Revisión de algunas propuestas teóricas y prácticas, Revista renglones, ITESO, N.15, México, <http://renglones.iteso.mx/archivos/renglones15letraimpresa.pdf>, consultado el 21 de abril de 2009.
- Livier, Mónica. La sociedad civil promueve recepción crítica, Periódico Reforma, México, 200?, <http://proquest.umi.com/pqdweb?did=68050137&Fmt=3&clientId=79461&RQT=309&VName=PQD>, consultada el 26 de febrero de 2009.
- Marcuse, Herbert. El hombre unidimensional, Edit. Seix Barral, España, 1968, http://www.archivochile.com/Ideas_Autores/fromme/esc_frank_from0005.pdf, consultado el 20 de febrero de 2009.
- Menéndez Gómez Patricia. Revista para dar a conocer el Instituto Poblano de la Mujer, Tesis de licenciatura, Universidad de las Américas Puebla, México, 2004. en línea: http://catarina.udlap.mx/u_dl_a/tales/documentos/lco/menendez_g_pi/capitulo3.pdf, consultado el 09 de septiembre de 2009.
- Método. Tomado de <http://definicion.de/metodo/>, consultado el 13 de noviembre de 2009.
- Ministerio de educación, ciencia tecnología. Educación. Estudiar medios masivos con internet. Colección Educar, tomado de <http://coleccion.educ.ar/coleccion/CD19/contenidos/index.html#>, consultado el 23 de mayo de 2009.
- Miranda, Martín. Perspectivas y obstáculos para implementar un programa de educación para la recepción activa. En CENECA, set 2, documento 4, Chile, 1987, http://archive.idrc.ca/library/document/074273/index_s.html, consultado el 23 de febrero de 2009.

- Muestra Iberoamericana de televisión infantil 2009. Comisión Nacional de Televisión Colombia, 11 y 12 de junio Bogota, tomado de <http://www.muestraiberoamericanatvinfantil.com/home.html>, consultado el 26 de mayo de 2009.
- Muñoz, Carlos. Un acercamiento a la eficacia de los programas del gobierno federal orientados a mejorar la calidad de educación básica, Revista mexicana de investigación educativa, Consejo mexicano de investigación educativa, A.C., México, 2008. Tomado de <http://redalyc.uaemex.mx/redalyc/src/inicio/ArtPdfRed.jsp?iCve=14003907>, consultado el 26 de Mayo de 2009.
- Nieto, Marcela. Tecnologías de la información y de la comunicación en la educación, Revista mexicana de investigación educativa, Consejo mexicano de investigación educativa, A.C., México, 2006, http://gateway.proquest.com/openurl?url_ver=Z39.88-2004&res_dat=xri:prisma&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:article&rft_dat=xri:prisma:fullrec:1327919531, consultado el 26 de febrero de 2009.
- Organización de estados Iberoamericanos para la educación, la ciencia y la cultura. Desarrollo histórico de la política cultural gubernamental, tomado de <http://www.oei.es/cultura2/mexico/c2.htm>, consultado el 25 de mayo de 2009.
- Osorio, José Luis. Diccionario, tomado de <http://www.deseartepaz.org/?cat=32&paged=2>, consultado el 02 de octubre de 2009.
- Pantallas amigas. Por un uso seguro y saludable de las nuevas tecnologías, <http://www.pantallasamigas.net/index.shtml>, consultado el 01 de junio de 2009.
- Quiroz, Mauricio (et.al). Recepción crítica de niños de 10 a 12 años de la liga antioqueña de fútbol frente a la publicidad con figuras deportivas, Revista efdeportes, año 13, No. 125, Buenos Aires, 2008. <http://www.efdeportes.com/efd125/recepcion-critica-de-ninos-frente-a-la-publicidad-con-figuras-deportivas.htm>, consultado el 24 de mayo de 2009.
- Quiroz, Teresa. (et.al), ¿Es posible hablar de una recepción crítica de televisión?. Logros y dificultades en la experiencia de recepción crítica con escolares y maestros peruanos, tomado de http://www.dialogosfelafacs.net/dialogos_epoca/pdf/18-07TeresaQuiroz.pdf, consultado el 11 de noviembre de 2009.

- Red de la iniciativa de comunicación. Entrevista con Valerio Fuenzalida-Guillermo Orozco, 2003, <http://www.comminit.com/en/node/67084/37>, consultado el 20 de febrero de 2009.
- Rizo, Marta. El camino hacia la nueva comunicación. Breve apunte sobre las aportaciones de la escuela de palo alto. Revista Razón y palabra. N.40, México, 2004.
<http://www.cem.itesm.mx/dacs/publicaciones/logos/anteriores/n40/mrizo.html#au>, consultado el 02 de octubre de 2009.
- Romero, José. Las tecnologías de la información y de la comunicación en la educación en cuatro países latinoamericanos, Revista mexicana de investigación educativa, Consejo mexicano de investigación educativa, A.C., México, 2006, http://gateway.proquest.com/openurl?url_ver=Z39.88-2004&res_dat=xri:prisma&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:article&rft_dat=xri:prisma:fullrec:1327919561, consultado el 26 de febrero de 2009.
- Secretaria de educación. Crece la exclusión educativa, GDF, México, 2009, http://www.educacion.df.gob.mx/index.php?option=com_content&task=view&id=728&Itemid=1, consultado el 21 de abril de 2009.
- Secretaria de Educación Pública. Decreto por el que se aprueba el programa sectorial de educación 2007-2012, Diario oficial, tercera sección, México, 2008. Tomado de <http://cgut.sep.gob.mx/Temas%20destacados/Decreto%20Programa%20Sectorial%20de%20Educaci%C3%B3n%202007-2012.DOC>, consultado el 26 de Mayo de 2009.
- Subsecretaria de Educación Básica. Plan de estudios 2009. Educación básica primaria, México, 2010, tomado de <http://basica.sep.gob.mx/reformaintegral/sitio/index.php?act=priplan>, consultado el 17 de enero de 2011.
- Tornero, Angélica. Educación y medios de comunicación: un debate impostergable, Revista latinoamericana de estudios educativos, Centro de estudios educativos, A.C., México, 1998, http://gateway.proquest.com/openurl?url_ver=Z39.88-2004&res_dat=xri:prisma&rft_val_fmt=info:ofi/fmt:kev:mtx:article&rft_dat=xri:prisma:fullrec:966815321, consultado el 26 de febrero de 2009.

- Discover education. La definición de educación, tomado de <http://www.discovereducation.org/index.php/uncategorized/la-definicion-de-educacion/>, consultado el 02 de octubre de 2009.