



00466
24

UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA
DE MÉXICO
FACULTAD DE CIENCIAS POLÍTICAS Y SOCIALES

**LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS EN ACCIÓN: ESTUDIO DE RECEPCIÓN
DE LOS SUPLEMENTOS PARA NIÑOS POR PARTE DE LAS NIÑAS
Y LOS NIÑOS DEL D.F.**

T E S I S
QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE
MAESTRA EN COMUNICACIÓN
P R E S E N T A
VERÓNICA OCHOA LÓPEZ
DIRECTORA DE TESIS:
DRA. SUSANA GONZALEZ REYNA
CIUDAD UNIVERSITARIA MEXICO D.F., 2002.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México

Dirección General de Bibliotecas de la UNAM

Biblioteca Central



UNAM – Dirección General de Bibliotecas
Tesis Digitales
Restricciones de uso

DERECHOS RESERVADOS ©
PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

DEDICATORIAS

A Dios:

*Por darme fuerza para no
desfallecer, aún en los
momentos más difíciles.*

A mis padres:

*Por su respaldo y consejos en
cada etapa de mi vida.*

A Fabi:

*Por ser como una hermana
con quien puedo contar
incondicionalmente
SIEMPRE.*

*A todos mis compañeros de
Maestría, de quienes siempre
aprendí una lección.*

*A todos mis amigos a pesar
del tiempo y la distancia.*

A ti Susana:

*Por tus enseñanzas, tus consejos y
tu fe en mí. Gracias por motivarme
siempre para ser mejor cada día.*

A las doctoras:

*Lourdes Romero y Margarita Yépez
por su tiempo, paciencia y oportunos
comentarios.*

Al Doctor Gilberto Giménez:

*Por sus comentarios y críticas a
mi trabajo.*

*A CONACYT por el respaldo
otorgado que contribuyó a
la realización de este trabajo.*

A mis hermanos:

*Por su apoyo y cariño en todos
los momentos.*

A ti Rosy:

*Por aceptarme tal cual soy y
brindarme tu amistad.*

*A Linda, Mirna, Conie y Luis
por compartir este gran reto que
hoy es un sueño cumplido.*

A Ana Goutman:

*Por enseñarme que la autocrítica es
un ejercicio de salud mental que nos
recuerda nuestra condición de seres
humanos.*

A las maestras:

*Elina Hernández y María de la Luz
Garay, por compartirme sus conoci-
mientos, pero sobre todo por el apoyo que
siempre me han dado.*

*A la Universidad Nacional
Autónoma de México, porque
le debo todo lo que soy.*

*Al posgrado de la FCPyS y a todas
las que forman parte de éste, muy es-
pecialmente a la Dra. Judith Boxer,
por haberme brindado la oportunidad de
crecer profesionalmente.*

*Y desde luego a mí, porque mi trabajo
me costó.*

ÍNDICE

Prefacio.....	1
Introducción.....	2
CAPÍTULO I. DE LOS EFECTOS A LA APROPIACIÓN.....	7
1.1 Primera fase: Los efectos inmediatos.....	8
1.2 Segunda fase: Los efectos limitados.....	8
1.3 Tercera fase: Los efectos a largo plazo.....	11
1.4 Hacia la construcción de la cuarta etapa: estudios de apropiación.....	12
1.5 La ubicación de mi estudio.....	14
CAPÍTULO II. EL NIÑO Y LA LECTURA DEL PERIÓDICO.....	15
2.1 La prensa y los niños.....	15
2.1.1 Un problema de conceptualización: ¿Prensa infantil o prensa para niños?.....	15
2.2 La lectura del periódico por parte de niños y niñas en el mundo y en México.....	19
2.3 ¿Por qué escribir para niños?: La función social de la prensa para niños.....	22
CAPÍTULO III. DE LA ESQUEMATIZACIÓN Y LAS REPRESENTACIONES: TALLERES DE PERIODISMO PARA NIÑOS Y NIÑAS.....	29
3.1 La comunicación como proceso: El modelo de Jean Blaise Grize.....	29
3.1.1 De las representaciones en el modelo.....	30
3.1.2 Los elementos del modelo en mi estudio.....	32
3.2 Talleres de periodismo para niños y niñas.....	35
3.2.1 ¿Cómo nace la idea del Taller de Periodismo para niños y niñas?.....	35
3.2.2 Etnografía.....	36
3.2.2.1 Observación participante.....	37
3.2.2.2 El juego como estrategia en los estudios de recepción.....	39
3.3 Manos a la obra: Aplicando la metodología.....	40
3.4 Descripción de los Talleres de Periodismo para niños y niñas.....	45
3.4.1 Fases de los Talleres.....	48
CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS.....	51
4.1 Los niños y las niñas en acción.....	51
4.2 Consumo de medios.....	52
4.3 Preferencia por algún suplemento.....	56
4.4 Razones de preferencia por algún suplemento.....	57
4.5 Representación de sí mismos.....	58
4.6 Representación del periódico.....	59
4.7 Representación de la televisión.....	60

4.8 Representación de la radio.....	61
4.9 Representación de los tópicos del periódico.....	62
4.10 Representación de los tópicos de la televisión.....	63
4.11 Representación de los tópicos de la radio.....	64
4.12 Preferencia de los tópicos de los suplementos (Niñas).....	65
4.13 Preferencia de los tópicos de los suplementos (Niños).....	66
4.14 Interpretación de resultados.....	67
CONCLUSIONES	71
APÉNDICE. Una última reflexión: Caracterización del periodismo para niños en el D.F	77
BIBLIOGRAFÍA	84
ANEXO I. Actividades que se llevaron a cabo en los Talleres de Periodismo para niños y niñas	I

PREFACIO

La inquietud de ofrecer materiales para niños y niñas no es nueva. Basta hacer una revisión hemerográfica de las publicaciones del s.XIX, para poder encontrar varios títulos dedicados a ellos.

Pero contrariamente a este fenómeno, también se ha registrado un gran desinterés por parte de los investigadores para ocuparse del tema, mismo que se deriva, desde mi punto de vista, de la dificultad tanto teórica, como metodológica que ello implica.

Ciertamente, quienes hoy nos interesamos por el estudio del fascinante, pero complejo mundo del periodismo para niños, nos encontramos con varios obstáculos: el acceso a los materiales (en mi caso a los suplementos), la ausencia del hábito de la lectura entre las niñas y los niños y, por supuesto, la falta de investigaciones que puedan guiar nuestro recorrido.

El estudio que hoy presento es de tipo exploratorio y descriptivo. Es por ello que debo advertir desde este momento que los resultados del mismo no pretenden dar cuenta del proceso de recepción de los suplementos de todos los niños y las niñas del Distrito Federal, sino única y exclusivamente de los 30 niños y niñas con quienes trabajé durante lo que llamé *Talleres de Periodismo para niños y niñas*, mismos que detallaré posteriormente. Así pues, todas las generalizaciones que hago a lo largo del escrito deben circunscribirse en ese contexto.

Pese a que la muestra con la que trabajé carece de representatividad estadística, los resultados derivados de este estudio son valiosos por constituir una primera aproximación cualitativa, exhaustiva y sistemática al proceso de recepción de los suplementos por parte del público para quienes fue creado, además de aportar una propuesta concreta (la implementación de los talleres) para el estudio de la recepción de materiales impresos.

Espero que esta investigación sirva de apoyo a trabajos posteriores de estudiosos que, como yo, creen firmemente que la infancia no es el futuro de México, sino su presente, un presente con inquietudes, intereses y necesidades a las que se debe dar respuesta hoy.

INTRODUCCIÓN

Actualmente, en México sólo se puede reportar la existencia de tres tipos de investigación que se ocupan de las publicaciones para niñas y niños:

1. **De corte histórico.** Una de ellas es la investigación de las profesoras Irma Lombardo y María Teresa Camarillo titulada *La Prensa Infantil de México (1839-1984)* en la cual se presentan los resultados de una revisión hemerográfica exhaustiva de los materiales conservados en la Biblioteca Nacional de la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM). En ésta se presentan los títulos y las principales características, tanto de forma como de contenido de dichas publicaciones. Por su parte, Gloria Magaña, en su investigación *Periodismo Infantil de México*, ofrece una cronología con los nombres de las publicaciones para niños existentes desde el s.XIX y hasta 1962.
2. **De corte propositivo.** En la literatura existente acerca de periodismo para niños, también podemos identificar trabajos en los cuales se da a conocer una propuesta para la creación de este tipo de materiales. Es el caso de los trabajos de Mildred Ojeda, egresada de la escuela de periodismo *Carlos Septién García* y su investigación titulada *Proyecto de una revista de ciencia para niños entre 8-12 años*, y el de Laura Hubard Stoopan, egresada de la Universidad Iberoamericana con *Tu Amigo de papel. Propuesta de un periódico infantil*. El primer trabajo excluye otros aspectos que pueden resultar interesantes para los niños y las niñas además de la ciencia, mientras que en el segundo, a pesar de que se habla de un periódico infantil, se sigue proponiendo crear un periódico producido por adultos y dirigido a niñas y niños.
3. **De corte analítico, desde la producción solamente.** Blanca Sánchez Morfín, egresada de la Universidad Nacional Autónoma de México, presentó un trabajo de tesis que lleva por nombre *Prensa infantil en México: Análisis comunicativo de La Jornada Niños*. Teófilo Moreno Huerta hizo un trabajo de tesis llamado *La prensa infantil como medio de la participación social de la niñez urbano mexicano*, que luego se convirtió en un libro, cuyo título es *La Prensa Infantil*. Finalmente, mi

trabajo de tesis de licenciatura titulado *Prensa infantil: pasado y presente de los suplementos para niños del D.F.* Los tres trabajos antes mencionados comparten la característica de ser descriptivos, y aunque tratan de hacer un análisis de contenido o de discurso, se deja fuera el aspecto de la recepción, dándole prioridad, por lo tanto, al estudio de la producción y enfocando la atención a quién los crea y no a quien los lee.

Es por lo previamente expuesto y porque considero que el proceso de comunicación es una unidad, aunque tengamos que seccionarlo con fines analíticos y heurísticos, que el presente trabajo de tesis es la continuación del estudio antes mencionado. En ese tiempo me interesó la parte de la producción de los suplementos para niños producidos por la prensa industrial del Distrito Federal, por lo cual me ocupé de describirlo tanto institucionalmente, como en forma y en contenido¹.

Hoy presento esta investigación en la que me interesa conocer ya no el proceso de producción, sino el de recepción de los suplementos por parte de las niñas y los niños con quienes trabajé.

Luego entonces, el objetivo general de esta investigación fue describir el proceso de recepción de los suplementos para niños del D.F., por parte de las niñas y los niños de nivel primaria de la zona metropolitana², durante lo que yo he llamado *Talleres de periodismo para niños y niñas*.

Como en todo estudio hay diversos objetivos particulares. Entre ellos estuvieron:

- 1) Investigar las razones por la que las niñas y los niños de nivel primaria de la zona metropolitana leen o no leen el periódico.

¹ Para más información consultar el trabajo de tesis *Prensa Infantil: Pasado y Presente de los suplementos para niños del D.F.* de Verónica Ochoa López. FCPyS, UNAM, 1999.

² A partir de este momento cuando me refiera a los niños y niñas de nivel primaria de la zona metropolitana, me estaré enfocando exclusivamente al grupo de 30 niñas y niños de 4C de la escuela pública José Azueta, ubicada en Av. Fuentes Brotantes S/UN. H. Fuentes Brotantes, Tlalpan, D.F., con quienes trabajé durante los talleres. Lo anterior es fundamental, pues las generalizaciones que pueda hacer de aquí en adelante en el presente escrito serán en contexto y darán cuenta únicamente de lo encontrado en este grupo.

- 2) Indagar el consumo de medios de los niños y las niñas de nivel primaria de la zona metropolitana.
- 3) Identificar las preferencias de las niñas y los niños de nivel primaria de la zona metropolitana por algunos de los tópicos incluidos en los suplementos para niños del D.F.
- 4) Identificar las preferencias de las niñas y los niños de nivel primaria de la zona metropolitana por las formas del discurso, aplicadas a géneros periodísticos específicos.
- 5) Identificar las preferencias de las niñas y los niños por alguno de los suplementos.
- 6) Identificar los factores que intervienen en la preferencia de las niñas y los niños por algún suplemento.
- 7) Recoger las propuestas que los propios niños y niñas hagan a cada uno de los suplementos.
- 8) Identificar la representación que las niñas y los niños tienen del periódico.
- 9) Identificar la representación que las niñas y los niños tienen de los suplementos.
- 10) Identificar la representación que las niñas y los niños tienen de los tópicos de los cuales se habla en los suplementos.
- 11) Elaborar una propuesta para el estudio de la recepción de medios impresos dirigidos a las niñas y a los niños del Distrito Federal.

Ahora bien, los supuestos que guiaron mi investigación fueron los siguientes:

- 1) Las niñas y los niños reciben de manera distinta los suplementos durante los *Talleres de periodismo para niños* llevados a cabo en el aula, atendiendo a 2 aspectos: el género y el capital económico.

- 2) Los niños y las niñas de nivel primaria de la zona metropolitana no leen el periódico porque no tienen acceso a él.
- 3) El consumo de medios entre los niños y las niñas de nivel primaria de la zona metropolitana está enfocado a ver televisión.
- 4) Los tópicos incluidos en los suplementos para niños no satisfacen las necesidades e inquietudes de las niñas y los niños.
- 5) La forma discursiva que prefieren las niñas y los niños es el relato, pues en ella se puede combinar la fantasía con la realidad.
- 6) Los niños y las niñas muestran mayor interés por los suplementos que relacionan sus tópicos con los transmitidos por los medios de comunicación electrónicos, especialmente la televisión.
- 7) Los niños y las niñas de nivel primaria de la zona metropolitana consideran al periódico como un medio aburrido y poco atractivo.
- 8) La recepción de los medios impresos, específicamente del periódico por parte de las niñas y los niños de nivel primaria puede estudiarse a través de la creación de *Talleres de periodismo para niños* en los que se combine el empleo de la etnografía y la observación participante con la aplicación de cuestionarios o encuestas, según el tipo de información que se esté buscando.

Así pues, el presente trabajo de tesis está estructurado en cuatro capítulos. El primero de ellos lo he llamado *De los efectos a la apropiación* y, como su nombre lo indica, aporta los antecedentes generales de la evolución teórica de la comunicación en materia de recepción.

El capítulo dos, que lleva por título *El niño y la lectura del periódico*, constituye un acercamiento a la relación que han tenido los niños y las niñas con la lectura en general y, en particular, con la lectura del periódico en México.

De la esquematización y las representaciones: Talleres de periodismo para niños y niñas es el título que lleva el capítulo 3, en el cual se explica el proceder metodológico de la investigación. Aquí se habla del modelo de Jean Blaise Grize para explicar el proceso comunicativo, de la etnografía educativa con Peter Woods como procedimiento metodológico para hacer estudios de este tipo y, finalmente, se describen las fases de los *Talleres de Periodismo para niños y niñas*.

En el cuarto, y último capítulo, llamado *Los niños y las niñas en acción* se presentan los resultados del trabajo y su interpretación. Asimismo, se ofrece una caracterización del periodismo para niños en el D.F., tanto a nivel de producción como de recepción, con base en las conclusiones del estudio de licenciatura mencionado en páginas anteriores y por supuesto, en los resultados del que hoy presento.

CAPITULO I: DE LOS EFECTOS A LA APROPIACIÓN

Hacer un estudio de recepción no es fácil, sobre todo por las dificultades teórico-metodológicas que ello implica. Sin embargo, atendiendo la necesidad de ocuparse no sólo de la producción de los materiales dirigidos a niñas y niños, sino del proceso de recepción para posteriormente proponer mejoras concretas en ellos, he creído convenientemente iniciar este trabajo hablando de cuál ha sido la evolución teórico-conceptual en materia de recepción, para posteriormente ubicar mi estudio.

No es mi propósito hacer aquí una presentación exhaustiva de cada una de las teorías que hablan de esta evolución, sino sólo de aquellas que pueden llevar a explicar en las que se circunscribe mi investigación. Es por ello que retorno a la idea de McQuail y Tuchman según la cual en la historia del estudio de los efectos es posible "distinguir cierto número de fases[...]que indican un cuadro ordenado de progresión y acumulación"³

Según Mauro Wolf, de acuerdo con estos autores:

El primer ciclo llega hasta finales de los años treinta y está caracterizado por el convencimiento generalizado de un poder fuerte de influencia de los media. Por el contrario, el segundo periodo a principio de los años cuarenta, está marcado por una valoración más modesta de la capacidad de influencia de los media y es canonizada por el texto de Klapper.⁴

En nuestros días estamos dentro de la tercera fase, que ofrece un poder renovado hacia el problema de los efectos, fundado por paradigmas diferentes de los anteriores."⁵

A continuación expongo cada una de estas fases, así como las teorías más representativas que en ellas emergieron para, posteriormente, ofrecer un panorama general de aquella fase en la que ubico mi investigación.

³Dennise McQuail. Mass Communication Theory, An Introduction, pág, 220.

⁴Joseph Klapper. The Effects of Mass Communication, pág, 247.

⁵Mauro Wolf. Los efectos sociales de los media, pág, 30.

1.1 Primera Fase: Los efectos inmediatos

Inició en la década de los 30's en Estados Unidos, en donde se desarrolló la línea de investigación conocida como *communication research*, encargada del estudio de los efectos ejercidos por los *mass media* (medios de comunicación masiva) sobre su audiencia.

El interés por el estudio de la recepción de la comunicación de masas se derivó del contexto de la época. Era entonces cuando la propaganda nazi se difundía a través de la radio por todos los rincones del mundo ganando cada vez más adeptos.

Así, los interesados en este fenómeno se empezaron a preguntar, qué misterioso poder ejercía la radio en su audiencia y por qué tanta gente respondía de la misma manera (su adhesión a la ideología nazi), ante un mismo estímulo (la difusión de esa ideología a través de la propaganda).

A partir de estos cuestionamientos nació la llamada Teoría de la aguja hipodérmica o de la bala mágica. La postura sostenida por dicho modelo se puede sintetizar con la afirmación de "Cada miembro del público de masas es personal y directamente 'atacado' por el mensaje"⁶

Esta teoría se encontraba influenciada por las ideas de la corriente conductista de la psicología, en la cual todo se explicaba a partir de la relación estímulo-respuesta. Así, en esta primera fase, los individuos eran considerados como hojas en blanco en las que los medios de comunicación ejercían su poder omnipresente, imponiéndoles esquemas, formas de percibir el mundo y de actuar en él.

1.2 Segunda fase: Los efectos limitados

Hacia los años 40's la teoría hipodérmica ya era fuertemente cuestionada, específicamente por la corriente empírico-experimental o de los efectos limitados, misma que, según Mauro Wolf:

⁶ Charles Wright. Mass Communication: A Sociological Approach, pág, 79.

"[...]conducía el abandono de la teoría hipodérmica y al paralelo desarrollo de los estudios empíricos sobre el terreno, haciendo que las adquisiciones de estos dos campos se encontraran estrechamente vinculadas entre sí."⁷

A partir de la corriente empírico-experimental se desarrollaron dos teorías importantes que cambiaron, como dice Wolf, la perspectiva de la hasta entonces predominante aguja hipodérmica. Estas fueron la teoría de las diferencias individuales y de la percepción selectiva.

La primera sostiene que "[...]en lugar de ser uniformes para toda la audiencia dichos efectos son en cambio variables de individuo a individuo, a causa de la particularidades psicológicas"⁸

Por su parte, la teoría de la percepción selectiva afirma que: "los miembros del público no se presentan ante la radio, la televisión o el periódico en un estado de desnudez psicológica; están, al contrario revestidos y protegidos por predisposiciones existentes, por procesos selectivos y por otros factores."⁹

Así, la propuesta de esta corriente es aceptar que los medios de comunicación masiva en efecto ejercen influencia en sus públicos, pero dicha influencia sólo está presente hasta cierto punto.

Un poco más tarde apareció la teoría funcionalista, dentro de la cual se encontraba la de los usos y gratificaciones, según la cual:

El efecto de la comunicación de masas es entendido como consecuencia de las gratificaciones a las necesidades experimentadas por el receptor: los media son eficaces sólo cuando el receptor les atribuye esa eficacia, sobre la base justamente de la gratificación de las necesidades. Dicho de otra forma, la influencia de las comunicaciones de masas sería incomprensible si no se considerara su importancia respecto a los criterios de experiencia y los contextos situacionales del público: los mensajes son disfrutados, interpretados y adaptados al contexto subjetivo de experiencias, conocimientos, motivaciones.¹⁰

⁷Mauro Wolf. La investigación de la comunicación de masas, pág, 35.

⁸*Ibidem*, pág, 37.

⁹J.T. Klapper. *Op. cit.*, pág, 247.

¹⁰Mauro Wolf. *Op. cit.*, pág, 79.

Es decir, como dice McQuail, en esta teoría: "El receptor es también un iniciador, tanto en el sentido de dar origen a los mensajes de retorno, como en el sentido de realizar procesos de interpretación con un cierto grado de autonomía. El receptor 'actúa' sobre la información de la que dispone y la usa."¹¹

Ahora bien, en esta etapa paralelamente del desarrollo las teorías ubicadas en la línea de *communication research* en Estados Unidos, surgieron en Europa, específicamente en Alemania y en Francia, la teoría crítica y la teoría culturológica, respectivamente.

La teoría crítica, cuyos máximos representantes fueron los integrantes de la Escuela de Frankfurt en Alemania, fuertemente influenciada por la ideología marxista, de lo cual se deriva que su propuesta fuera desarrollar una actitud activa en el receptor que lo llevara a la valoración crítica de la producción tanto científica como cultural.

Esto surgía como una necesidad imperante, ya que bajo la perspectiva de la teoría crítica los mensajes producidos por los dueños de los medios de producción, es decir, por los propietarios de la que los investigadores de la Escuela de Frankfurt llamaron *Industria Cultural*, siempre tienen un mensaje manifiesto y otro latente.

Todo lo que comunica ha sido organizado por la Industria Cultural para seducir a los espectadores simultáneamente a varios niveles psicológicos. El mensaje oculto, en efecto, puede ser más importante que el evidente, ya que este mensaje oculto escapará a los controles de la conciencia, no será evitado por las resistencias psicológicas en los consumos, y probablemente penetra en el cerebro de los espectadores¹²

Así pues, según esta teoría:

La manipulación del público –perseguida y alcanzada por la industria cultural entendida como forma de dominación de las sociedades altamente desarrolladas en el mensaje televisivo se produce mediante efectos que se realizan en los niveles latentes de los mensajes. Estos aparentan decir una cosa y en cambio dicen otra, fingen ser frívolos y en cambio, por encima de la conciencia del público, ratifican el estado de sujeción. El espectador, a través del material

¹¹Dennise McQuail. *Communication*, pág. 17.

¹²Theodoro Adorno. "Television and the Patterns of Mass Culture" en *Quarterly of Film, Radio and Television*, vol. 8, pág. 384.

que observa, se halla constantemente en situación, sin darse cuenta de asimilar órdenes, prescripciones, procripciones, etc.”¹³

Lo anterior no sólo atañe a la televisión como menciona Wolf, sino a todos los mensajes producidos por los medios de comunicación de masas.

Por su parte, la teoría culturoológica en Francia estuvo interesada en profundizar en el estudio de la comunicación de masas, así como en la investigación de las relaciones existentes entre el sujeto consumidor y el objeto de consumo, teniendo en cuenta los elementos antropológicos más importantes en dicha relación.

Esta corriente insiste que lo importante es estudiar de qué manera la cultura de masas se relaciona y establece un diálogo dialéctico con los productos generados por la industria cultural, ya que bajo esta perspectiva “Los contenidos esenciales (de la cultura de masas) son de las necesidades privadas, afectivas (felicidad y amor, entre otras); imaginarias (aventura, libertad, etc.) o materiales (bienestar)”.¹⁴

1.3 Tercera Fase: Los efectos a largo plazo

A las anteriores se une la tercera fase, misma que podemos identificar como parte de la década de los 80's en la que se desarrolla la idea de los efectos de los medios de comunicación masivos a largo plazo. Es decir, ya no se habla de “los efectos puntuales, derivados de la exposición a cada mensaje, sino de los efectos acumulativos, sedimentados en el tiempo.”¹⁵

Las principales diferencias entre el viejo y el nuevo paradigma de investigación de los efectos son las siguientes: a) ya no estudios de casos individuales (sobre todo campañas), sino cobertura global de todo el sistema de los medios centrada en determinadas áreas temáticas; b) ya no datos extraídos principalmente de las entrevistas al público, sino metodologías integradas y complejas; c) ya no la observación y estimación de los cambios de actitud y de opinión, sino de la reconstrucción del proceso con el que el individuo modifica su propia representación de la realización social.¹⁶

¹³ Mauro Wolf, *Op. cit.*, pág. 101.

¹⁴ Edgar Morin, *L'esprit de temps*, pág. 161.

¹⁵ Mauro Wolf, *Op. cit.*, pág. 158.

¹⁶ *Ídem.*

De aquí se deriva la llamada *agenda-setting* en la que se afirma "La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido".¹⁷

1.4 Hacia la construcción de la cuarta etapa: estudios de apropiación

A toda la tradición de estudio de los efectos sigue la corriente de estudios de tipo etnográfico en las cuales ya no se habla de efectos, sino un proceso de apropiación en el que los individuos hacen suyos los mensajes de los medios y los llevan hasta su vida cotidiana. Ésta, me atrevería a decir, sería la cuarta etapa.

John Thompson señala que apropiación es hacer propiedad de uno algo que es nuevo, ajeno o extraño. Debe entenderse en relación con individuos particulares que, en curso de sus vidas diarias, reciben los mensajes mediados, hablan acerca de ellos con los demás y que a través de un proceso continuo de elaboración discursiva los integra a sus vidas cotidianas.

Este tipo de estudios, hoy realizados por investigadores como David Morley, Roger Silverstone, entre otros se basan en dos supuestos principales:

✦ La audiencia es siempre activa.

✦ El contenido de los medios es polisémico, abierto a diferentes interpretaciones.

Esta corriente enuncia que no hay que caer en el relativismo de pensar que la audiencia es tan activa que puede interpretar libremente cada uno de los mensajes, sin dejar de reconocer la importancia de la audiencia activa. Dice David Morley:

Las intervenciones de Brunsdon (1989) y de Gripsrud (1989) alertan las actuales tendencias a disolver completamente el texto en sus lecturas[...] Chaney (1972), considera infecundo cualquier análisis del mensaje en sí mismo, con el argumento de que 'el contenido no es significativo en sí mismo[...] [sino que] [...]sólo adquiere sentido en su interacción con la audiencia.¹⁸

¹⁷ E. Shaw. "Agenda setting and Mass Communication Theory en Gazette", pág. 96.

¹⁸ David Morley. Televisión, audiencias y estudios culturales, pág. 42.

La postura de esta corriente es que:

Las audiencias no sólo ven lo que quieren ver, puesto que el mensaje (o programa) no es una simple ventana abierta al mundo, sino que es una construcción. Si bien el mensaje no es un objeto en el sentido real, posee en su interior mecanismos significativos que promueven ciertos sentidos (y hasta un sentido privilegiado) y suprimen otros: estos son los «cierres» directivos codificados en el mensaje. El mensaje puede ser interpretado de maneras diferentes, y esto depende del contexto de asociación.¹⁹

Así, pasamos de la concepción manejada por la aguja hipodérmica de un receptor pasivo y manipulado a merced de los medios de comunicación, hasta la actual, en la que la audiencia es activa y el mensaje polisémico.

Desde mi punto de vista es tan peligroso tanto uno como otro extremo. Considerar que quienes recibimos el discurso somos totalmente manipulados o influidos por el discurso de los medios de comunicación, es tanto como reconocernos como seres no pensantes y sin capacidad de decisión. Por el contrario, afirmar que la audiencia es autónoma de la intención de construcción del mensaje y que, por ende, puede darle cualquier interpretación, sería caer en el relativismo absoluto y quitarle el sentido a cualquier estudio de recepción. Lo importante pues, es encontrar el equilibrio entre ambas posturas.

Ahora bien, John Thompson hace una diferenciación que fue fundamental en mi investigación. Dice que recepción y apropiación son dos cosas distintas.

Mientras un estudio de recepción ocurre siempre en un contexto particular, el estudio de apropiación puede implicar otros contextos, individuos o mensajes entrelazados inicialmente. Afirma Thompson:

La apropiación de los mensajes mediados no coincide necesariamente con la recepción inicial de los mensajes: por el contrario, con frecuencia implica un proceso progresivo de elaboración discursiva. Este proceso puede ocurrir en una variedad de contextos —en la casa, por teléfono, en el lugar de trabajo— y puede implicar una variedad de participantes.²⁰

¹⁹ *Idem.*

²⁰ John Thompson. Ideología y Culturas Modernas, pág. 460.

1.5 La ubicación de mi estudio

Así pues, de acuerdo a las consideraciones previamente expuestas, el trabajo del que doy cuenta a través de este escrito fue un estudio de recepción, en tanto que se circunscribió a un contexto específico, es decir a un tiempo y espacio determinados: el aula escolar y durante los Talleres de periodismo para niños, de los cuales me ocuparé en los siguientes capítulos con mayor detalle.

Mi propósito fue investigar cómo las niñas y los niños de nivel primaria de la zona metropolitana recibían los suplementos para niños producidos por la prensa industrial del D.F. en el aula y sólo durante los talleres antes mencionados.

Es decir, dejo de lado la concepción de la omnipresencia de los medios y el interés por sus efectos y me apego a las nuevas concepciones de la recepción en las que las consideran como un proceso complejo en el que los sujetos son activos y reinterpretan de múltiples maneras los mensajes contruidos y difundidos por los medios de comunicación.

Debo decir que por supuesto reconozco la importancia de hacer en otra ocasión un estudio de apropiación. Pero precisamente por considerarlo tan trascendental me parece que es motivo de otro estudio.

Así, después de aclarar que el presente es un estudio de recepción es necesario dar el contexto general en el cual dicha investigación se inscribe y explicar cómo se ha dado hasta ahora la relación entre los dos elementos principales de mi estudio: la prensa y los niños.

CAPÍTULO II. EL NIÑO Y LA LECTURA DEL PERIÓDICO

2.1 La prensa y los niños

2.1.1 Un problema de conceptualización: ¿Prensa infantil o prensa para niños?

Antes de hablar de la relación entre la prensa y los niños en México y en el mundo es necesario definir con precisión lo que se entiende por prensa para niños, dado que es una parte fundamental en el desarrollo de mi investigación.

Lo anterior surge del hecho de que hoy en día es muy frecuente al revisar los diversos textos que se han escrito sobre periodismo para niños o periodismo infantil encontrar que ambos términos se utilizan indistintamente. Lo mismo sucede al escuchar hablar a los ponentes de conferencias y coloquios, así como a algunos de los expositores de programas transmitidos por radio o televisión. Incluso en los sitios de Internet que se ocupan del tema se presenta el mismo fenómeno. Si embargo, la pregunta obligada es ¿cuál es la pertinencia de utilizar ambos términos como sinónimos?, es decir, ¿nos referimos a lo mismo cuando hablamos de periodismo infantil que cuando hablamos de periodismo para niños?

Recurramos pues, a las definiciones que algunos estudiosos del fenómeno han dado. Teófilo Moreno Huerta dice que prensa infantil es aquella "Institución orientada a los niños, en donde éstos encuentran la información sobre los sucesos de interés que aluden al universo social. Dicha información periodística puede estar elaborada indistintamente por adultos o por niños."²¹

Blanca Sánchez Morfín, egresada de la Escuela Nacional de Estudios Profesionales Acatlán, retomó en su trabajo de tesis la definición anterior pero le hizo ciertas precisiones. Dice "La prensa infantil es aquel trabajo periodístico creado y hecho por niños, donde los sucesos que aluden al universo social son considerados por ellos

²¹ Teófilo Moreno Huerta. La prensa infantil como medio de participación social de la niñez urbano mexicana, pág. 21.

mismos, con la finalidad de fomentar una motivación e inclinación a desarrollar la curiosidad natural, que puede ser entendida como investigación.”²²

Lucía Lagunes, asistente de la coordinación de la que fue *La Jornada Niños*, suplemento del periódico La Jornada en entrevista comentó:

El periodismo infantil es una labor informativa hacia los niños y las niñas. Creo que normalmente a las niñas y a los niños no se les concibe como sujetos con derecho a la información. La prensa infantil tendría que estar evocado a ello: informar a los menores de su entorno, de su vida cotidiana, de lo que pasa en el mundo, sin perder la visión de que son niños y en ese sentido también se vale hacer pasatiempo en periodismo infantil. No importa a qué público va dirigido, la función del periodismo es informar.

Por su parte, Eduardo Torrijos, editor del suplemento que llevó por nombre *El Sol de México para niños*, perteneciente al diario El Sol de México, opinó: “Prensa infantil en mi concepto es todo lo dedicado a la literatura para los más pequeños.”

Teresa Hidalgo, colaboradora de *Mi Periodiquito* de Novedades, afirmó: “Pienso que no existe una prensa infantil, porque infantil significa niñez. Podemos hablar de un periodismo que se hace para niños, pero no de un periodismo infantil, porque no lo hacen niños. Nosotros en Novedades no hacemos prensa infantil, sino que estamos haciendo periódicos para niños.”

Judith Segura, editora de *Gente Chiquita*, suplemento del periódico Reforma dijo:

Pienso que la necesidad informativa no es exclusiva de los adultos, creo que todas las personas que vivimos en este mundo la tenemos y esto incluye a los niños. La prensa infantil es la manera de presentarles a los niños la información que tenga que ver con el universo social en el que viven. Alrededor de la información que necesitan los niños hay muchos mitos y prejuicios, tal vez uno de los peores es la idea de que los niños por serlo, deben recibir información didáctica y no es así. Los niños están pidiendo siempre información que les aclare el mundo en el que viven. La información que necesitan los niños no es la misma que necesitan los adultos, la que ellos necesitan tiene que ver más con su formación, sin caer en el didactismo (*sic*). Tiene que ver con la necesidad de comprender lo que los rodea, de comprenderse a sí mismos y de la presencia permanente del juego.

²² Blanca Sánchez Morfín. Prensa Infantil: Análisis Comunicativo de la Jornada Niños, julio-septiembre 1994, pág. 40.

Amor Lajud, directora de mercadotecnia de *Cucurucho*, publicación perteneciente a Distribuidora de Medios, definió a la prensa infantil como:

Una nueva alternativa que estamos buscando los medios. Acercarnos a los niños y empezar a crear conciencia cultural en ellos. Con esta actividad intentamos fomentar en el niño el interés por la lectura y por los otros tópicos, que inclusive ni los propios adultos nos interesamos en ellos, por ejemplo el cuidado del medio ambiente (*sic*). Por medio de la prensa infantil les mostramos a los niños que es padre saber esas cosas.

De acuerdo con Alejandro Arrieros, diseñador de *Reportero Disney* de El Heraldo de México, prensa infantil es "Una actividad por medio de la cual se puede inculcar al niño el gusto por la lectura. El nuestro es más de información y hay otros que son más de esparcimiento."

Finalmente, Martha Acevedo, responsable del nuevo suplemento de La Jornada *Un, dos tres por mí y por todos mis compañeros* dijo "Así como en la literatura infantil decir infantil es algo denigrante, devaluador de la actividad y compasivo, también lo es en el periodismo, por lo que no la llamaría prensa infantil sino prensa para niños."

Como el lector o la lectora se puede percatar, en las definiciones anteriormente mencionadas no existe un consenso entre quienes se dedican a esta tarea para conceptualizarla. Es por ello que me veo en la necesidad de establecer lo que Yuri Lotman llama las simetrías y las asimetrías entre ambas actividades para hacer una distinción pertinente, pues lo que sí es claro es que prensa infantil y prensa para niños no son sinónimos.

Partiremos pues, por las simetrías. Tanto el periodismo infantil, como el periodismo para niños se dirigen a un público común: las niñas y los niños. Como actividades también comparten la necesidad de una organización estructural interna, basada en la propia jerarquización de la actividad periodística que es más o menos fija, pero que variará de acuerdo con el medio de comunicación a través del cual se transmita el mensaje. Así, por ejemplo, en prensa se requerirá un jefe de información, uno de redacción, un cuerpo de reporteros, fotógrafos, editores, diseñadores, correctores etc; en la radio un grupo de guionistas, locutores, productores; y en televisión actores, productores, camarógrafos, efectistas, maquillistas, *staff*, entre otros elementos importantes.

En ambas actividades se tienen objetivos definidos de producción y recepción, se pretende informar y, por supuesto, se comparte un código específico, entendido éste solamente como el sistema de signos que posibilita el intercambio de información.

Ahora bien, pasemos a las asimetrías: La principal radica en los sujetos productores de los mensajes. Mientras que en el periodismo infantil son las niñas y los niños quienes seleccionan, redactan e ilustran los temas, en el periodismo para niños son las personas adultas quienes lo hacen.

Así, en el periodismo infantil son los propios niños y niñas quienes mediante sus representaciones quienes construyen los mensajes para sus semejantes, mientras que en el periodismo para niños son las personas adultas quienes desde sus propias representaciones traducen su universo simbólico a los niños y a las niñas a través de los suplementos que ofrece la prensa industrial y de los cuales me ocuparé con detenimiento más adelante.

Por lo tanto, aquí hemos visto que no es pertinente utilizar como sinónimos periodismo infantil y periodismo para niños, porque no sólo implica un juego de palabras, sino porque los universos semióticos que confluyen dentro de las representaciones, además de tener simetrías que los unen también presentan asimetrías profundas que hacen imperante la necesidad de especificar conceptualmente periodismo infantil y periodismo para niños.

Lo anterior porque le es inherente a la propia condición humana de acuerdo con el rol que desempeñe, es decir, el núcleo de la representación de las niñas y los niños estará conformado por elementos que los define como infantes y que será totalmente distinto de aquellas que conforman el núcleo de las personas adultas, aún cuando se dediquen a producir mensajes dirigidos a niños y niñas. Finalmente, las inquietudes y necesidades que privarán serán las que los definan como adultos, mientras que las necesidades e inquietudes de los niños terminarán en la periferia.

Así pues, en los capítulos posteriores de este trabajo estudiaré la recepción que las niñas y los niños de nivel primaria de la zona metropolitana hacen de la que llamaré prensa para niños, término que considero más pertinente por las razones antes mencionadas.

2.2 La lectura del periódico por niños y niñas en el mundo y en México

“La lectura es la puerta a un sinfín de emociones, descubrimientos, aprendizajes y experiencias. Es soñar, embelesarse, disfrutar... y despertar sabiendo siempre un poco más.”²³

La anterior más que una bella afirmación, es una realidad. A través de la lectura y por tanto de la escritura, los seres humanos hemos sido capaces de guardar nuestra memoria histórica y transmitirla después de años, décadas, e incluso siglos, a cientos de generaciones.

Por medio de la lectura somos capaces de viajar en el tiempo y el espacio, en el mundo real y en el fantástico, pero también mediante ella podemos informarnos acerca de los hechos que acontecen en nuestra vida cotidiana, en el país y en el mundo.

La lectura es también un arma de combate, es quizá la fuerza más contundente para despertar, perfilar y afianzar una conciencia desarrollada[...] Pero no sólo es importante por su fin utilitario —que lo tiene en gran medida—, ni sólo es valiosa para comunicarnos, sino fundamentalmente porque es una actividad mental y vital que desarrolla la emotividad, la inteligencia y el ser integral de quienes la practican. Sirve para el desarrollo educativo y social, porque procura a las personas sensibilidad para comprender su medio, otorga instrumentos para actuar en la transformación de la realidad, prodiga valores que dotan de orientación y guía en el trabajo y en la vida, aportando, además, expresividad para compartir y socializar las ideas. Posibilita a los seres humanos y a las sociedades a desarrollarse por sí mismas, impulsar su propio acercamiento, avanzar sin mayores recursos, bienes o condiciones de infraestructura en la mejora de su situación.²⁴

Sin embargo, aunque la lectura puede ser una experiencia no sólo fascinante, sino útil y formativa, leer por placer no es un hábito cotidiano entre las niñas y los niños.

De acuerdo con los resultados de la tesis de la doctora española Camina, quien trabajó con una muestra de 466 niños y niñas de colegios públicos madrileños de tres zonas diferentes en el periodo de 1988-1989, “en el mundo alfabetizado, los escolares leen poco, no siendo prioridad su afición por la lectura.”²⁵

²³ Gilda Moreno Manzur en Cómo Motivar a los Niños a leer de Martha Sastrías de Porcel. Contraportada.

²⁴ Danilo Sánchez Lihón. “La lectura, conceptos y procesos” en Camino a la lectura de Martha Sastrías. PIALI, pág. 7.

²⁵ M. Carmina. Experiencias de recuperación de las dificultades lectoras en tercero de EGB, tesis doctoral, pág. 32.

Pero esta situación no es exclusiva de España. En México también hay una crisis de lectura entre la población alfabetada con respecto de los libros, misma que se torna más grave si nos referimos a la lectura del periódico, específicamente entre las niñas y los niños mexicanos alfabetados.

Así lo demuestran los resultados de un estudio denominado **Generaciones** elaborado por el Departamento de Investigaciones Globales de *Cartoon Network*, publicados en *El Financiero* el viernes 17 de marzo del 2000, según el cual sólo 4% de los infantes leen el periódico.

De acuerdo con dicho estudio, realizado también en Chile, Argentina y Brasil; 91% de los infantes latinoamericanos ven la televisión y 36% de las niñas y los niños mexicanos tienen esta actividad como su preferida.

En cuanto a los demás medios de comunicación, 51% de los infantes mexicanos escuchan la radio, 43% escuchan discos compactos y casetes, y 6% leen comics y revistas.

Lo anterior constituye un problema para la sociedad, pues como afirma Danilo Sánchez Lihón: "En el mundo actual la no lectura en el individuo y en la sociedad está relacionada con la indolencia, el bajo nivel de capacidad para enfrentar los problemas, la escasa participación social, la inclinación a desperdiciar el tiempo libre en prácticas contrarias —o por lo menos no favorables— al desarrollo social."²⁶

Así pues, la lectura en general y del periódico específicamente es un aspecto importante en la vida de los seres humanos y por ende de las niñas y los niños, ya que aunque los medios de comunicación electrónicos, especialmente la televisión y hoy en día el Internet²⁷ desarrollan en ellos habilidades mentales importantes, como la capacidad de atención de diversas cosas a la vez, entre otras, no sustituyen las capacidades y las habilidades que el proceso de lectura posibilita en ellos, que van desde las fisiológicas

²⁶ *Ídem.*

²⁷ De acuerdo con el estudio de *Cartoon Network* 35% de las niñas y los niños de 6 a 15 años tienen acceso a Internet, ubicando a México como el país latinoamericano donde los infantes tienen mayor acceso a la red.

como la mielinización, hasta las psicológicas y las afectivas como la creatividad, la imaginación y la sociabilización.

También ayuda al desarrollo de las capacidades intelectuales del niño, pero no sólo ello, también contribuye a la estimulación de su vida afectiva:

[...]el ejercicio de la expresión del niño y la búsqueda de su propia identidad, aún en la redacción y la lectura, le ayuda mucho a alejar angustias que muchos niños padecen ante la tensión y presión familiar, y educativa, misma que se agudiza durante la adolescencia, pues se conjuga con las sociales, religiosas y otras al pasar a formar parte de ciertos comportamientos y normatividades.²⁸

Ésta debe estimularse con mucho mayor intensidad desde la infancia, debido a que es en esta etapa en la cual los seres humanos estamos más ávidos de recibir información y más abiertos a la adquisición de conocimiento, además de que “[...]la lectura del periódico oportuna para la edad de un niño puede ayudarlos a que dé esos grandes saltos cualitativos en su formación que lo hacen pasar de una etapa a otra.”²⁹

Además, como dice Santiago García Iglesias, el acercamiento de los niños y las niñas a este medio de comunicación propicia diversas ventajas entre las que destacan:

1. El desarrollo de la capacidad lectora en los niños y las niñas en todos los niveles (detallista, integral, de consulta, selectiva, de entonación...)
2. El fomento de las estrategias de la lectura:
 - SKIM.** Consiste en la lectura rápida, golpe del ojo sin respetar puntuación ni direcciones.
 - SCAN.** Consiste en la lectura específica, muy lenta, de izquierda a derecha, y comprendiendo el contenido del texto.
3. Le permite descubrir y valorar los medios de comunicación social, más concretamente la prensa, para entender sus mensajes, su estructura y su composición gráfica.
4. Los prepara para reconocerse como parte de una sociedad democrática y plural, donde el respeto a la opinión de otros semejantes esté por encima de ideologías.
5. Fomenta la creatividad y el hábito de la investigación.
6. Los hace más críticos y analíticos, seres capaces de debatir opiniones y escuchar a los otros.

²⁸ Danilo Sánchez Lihón. *Op cit.*, pág. 8.

²⁹ *Ídem.*

7. Los hace seres participativos capaces de ofrecer soluciones a problemas reales.³⁰

Aunque, como se ha visto hasta ahora el periódico es un medio impopular entre las niñas y los niños, actualmente existen suplementos hechos para niños producidos por la prensa industrial del D.F.; entre los cuales se encuentran: *Mi Periodiquito*, del diario Novedades; *Cucurucho*, de Distribuidora de Medios; *Gente Chiquita*, del periódico Reforma; *Reportero Disney*, de El Heraldo de México; *Un, dos tres por mí y por todos mis compañeros*, de La Jornada³¹ y los suplementos de reciente creación de *Niños Universal*, de El Universal y *Ovaciones para los niños*, del periódico Ovaciones. De lo anterior surge la pregunta obligada.

2.3 ¿Por qué escribir para niños? La función social de la prensa para niños y niñas

Pero ¿para qué escribir para niños si la prensa ocupa el último lugar como medio de comunicación en las preferencias de los mismos? Krauz Ethel dice al respecto:

Curiosamente los comunicadores no hemos podido establecer contacto con más de la mitad de los pobladores de este mundo: los niños. Por pereza, por tontería o por desdén, los miramos según las cerradas maneras adultas como futuros adultos y no como lo que son: precisamente niños. Les endilgamos reflexiones y compromisos que no les pertenecen por naturaleza, o consideramos a la infancia como la edad de la inocencia y la pureza, cuando en realidad es la de la perplejidad, la impotencia, o como la edad de la torpeza, cuando la sensibilidad y la apertura para aprehender el mundo y sus misterios se dan ahí con más énfasis que en ningún otro momento de la vida.³²

Sería también el negar la exigencia de la propia profesión a la especialización como una alternativa del mejoramiento las condiciones de vida del periodista y de su relación con la sociedad, como lo expresa Mildred Ramo Ojeda en su trabajo de tesis: "Transcribir en la prensa mensajes para niños es importante como una forma de especialización, como una labor necesaria para la sociedad."³³

³⁰ Editorial Bruño. Congreso de Lectura Eficaz. Ponencias, páneles y comunicaciones. págs. 359-360.

³¹ Para mayor información de estos suplementos consultar la tesis de licenciatura de Verónica Ochoa López. Prensa Infantil: Pasado y Presente de los suplementos para niños, FCPyS, UNAM, 1999.

³² Ethel Krauze. "Desencuentro con los niños" Uno más Uno Año VI, No. 1103, sábado 6 de diciembre, 1980, pág. 20.

³³ Mildred Ramo Ojeda. Proyecto de una revista de ciencia para niños entre 8-12 años. Tesis. Escuela de Periodismo Carlos Septién García, pág. 110.

Pero sobre todo se debe escribir para niños, porque como todos los seres humanos tienen derecho de estar informados, desde que se proclamó el derecho a la información a nivel mundial en 1963 y se instituyó en 1977 en México en el artículo 6º. Constitucional que dice: "La manifestación de las ideas no será objeto de ninguna inquisición judicial o administrativa, sino en el caso de que ataque a la moral, los derechos a terceros, provoque algún delito, perturbe el orden público; **el derecho a la información será garantizado por el Estado**"

Así, el derecho a la información del niño, considerado como un ser humano es avalado por las leyes de nuestro país e incluso va más allá de las fronteras. He aquí la historia:

En 1924 la Liga de las Naciones en la Declaración de Ginebra sobre los Derechos del Niño y posteriormente en 1959 ya como la Organización de las Naciones Unidas (ONU) en la Declaración de los Derechos del Niño reconocida en la Declaración Universal de los Derechos Humanos, en el Pacto Internacional de Derechos Civiles y Políticos (en particular en el los artículos 23 y 24), en el Pacto Internacional de Derechos Económicos, Sociales y Culturales (en particular en el artículo 10) reconocieron la necesidad de proporcionar al niño una protección especial. También en varios tratados sobre derechos humanitarios y derechos humanos se habían incorporado disposiciones específicas relativas a los niños.

No obstante, algunos Estados miembros de las Naciones Unidas sostuvieron que era necesario contar con una declaración amplia sobre los derechos del niño en la que se vincularán los derechos del niño a nivel mundial, dado el alto índice de mortalidad infantil causada por condiciones de vida precarias, mala higiene, prostitución, abuso sexual, conflictos bélicos, entre otras.

Así pues, en el proyecto participaron delegados de gobierno de los Estados Miembros³⁴, representantes de órganos y organismos de Naciones Unidas, incluidas la Oficina del Alto Comisionado de las Naciones Unidas para los Refugiados (ACNUR), la Organización Internacional del Trabajo (OIT), el Fondo de Naciones Unidas para la Infancia (UNICEF) y la Organización Mundial de la Salud (OMS) y organizaciones no gubernamentales. Todos ellos condicionados por la Comisión de Derechos Humanos de la ONU.

³⁴ Hasta 1996, 187 países habían certificado la Convención.

La aprobación por unanimidad de la Convención en la Asamblea General fue el primer paso hacia la etapa siguiente: la ratificación por los Estados Miembros y el establecimiento de un Comité de Vigilancia. Dicho Comité fue constituido a principios de 1991 por los representantes de Barbados, Brasil, Burkina Faso, Egipto, Filipinas, Perú, Portugal, Suecia, la ex Unión Soviética y Zimbabwe, de los cuales 6 eran mujeres y 4 hombres, profesionistas en diversas áreas como derecho internacional, derechos humanos, justicia juvenil, labor social, medicina, ciencia, política, periodismo y labores no gubernamentales.

La función primordial del Comité es vigilar el cumplimiento de los acuerdos y la aplicación de sanciones en caso necesario, aunque también cuenta con servicios de asesoramiento, pues tanto La Convención sobre Derechos del Niño como el propio Comité de los Derechos del Niño, consideran fundamental la cooperación entre los Estados para lograr las metas planteadas y los objetivos señaladas.

Así la Convención sobre los Derechos del Niño quedó plasmada por escrito y fue aprobada por la Asamblea General en su resolución 44/25 el 20 de noviembre de 1989. Entró en vigor de conformidad en el artículo 49, el 2 de septiembre de 1990. Se divide en tres partes y tiene un total de 54 artículos ratificados hasta el 15 de octubre de 1996 por 187 Estados Miembros.

Y es precisamente el artículo 13 de esta Convención en el que se reconoce el derecho a la información del niño como un principio universal:

ARTÍCULO 13

1. El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones o ideas de todo tipo, sin consideración de fronteras, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño.
2. El ejercicio del niño podrá estar sujeto a ciertas restricciones, que serán únicamente las que la ley prevea y sean necesarias:
 - a) Para el respecto de los derechos o la reputación de las demás; o

- b) Para la protección de la seguridad nacional o el orden público o para proteger la salud o la moral pública.

Así pues, las razones por las cuales los comunicólogos deberíamos escribir para niños son de tipo social, moral y jurídico, como hasta ahora hemos visto. De esta manera reconocemos al niño "como una realidad retadora, operante, llena de problemas vivos y actuales."³⁵

Ahora bien, al escribir para las niñas y los niños, el periodista cumple con una función social pero ¿en qué consiste? Las opiniones al respecto difieren de periodista a periodista. Tenemos por ejemplo, a Teófilo Moreno Huerta excolaborador de *Mi Periodiquito* de Novedades y fundador de *El Brinco*, quien destaca que la prensa infantil, como él la llama tiene como función el ser un agente socializador, que fomente la participación y el autoreconocimiento del niño como miembro de la sociedad:

Cuando el niño encuentra en el contenido de la prensa infantil la expresión de costumbre y facultades del niño mexicano, a la atinada confrontación con los pequeños de otros lugares, logra reconocerse y por lo tanto, su identidad personal entra en comunión con la sociedad en la que vive, esta es la función del binomio identificación-participación social que la prensa infantil proporciona.³⁶

En este sentido, las palabras como dice David Riesman, afectan a los sujetos, los modifican y ayudan a su socialización, además de ofrecerles modelos de actitud y conductuales. Según este autor, los materiales impresos muestran a las niñas y a los niños posibles roles que como adultos pueden desempeñar y les dan la oportunidad de ensayarlos mediante la fantasía.

Lo mismo opina Blanca Sánchez Morfín, quien afirma que la prensa infantil (como la llama) cumple con la función de identificación, pues muestra a las niñas y a los niños como protagonistas de la noticia o como los lectores para quienes fueron creados los materiales. Además facilita el encuentro de los niños y las niñas con datos y opiniones de sus semejantes, lo cual fomenta el sentimiento de pertenencia a un grupo: los infantes.

³⁵ Teófilo Moreno Huerta. La Prensa Infantil pág. 8.

³⁶ *Ibidem*, pág. 72.

En cambio, Laura Hubard Stoopen en su trabajo de tesis *Tu Amigo de Papel* en la que propone un periódico infantil, con este nombre, enfatiza que la misión de la prensa infantil es informar.

La prensa infantil, a diferencia de otros medios de comunicación que sólo transmiten mensajes de diversión, pretende a través de la información, enterar al niño de los sucesos de actualidad y así contribuir a ubicarlo en su contexto social. En este sentido, el periódico infantil por medio de la información debe ser el vínculo entre el pequeño ciudadano y la sociedad adulta; este es el papel primordial de una prensa que realmente otorga un servicio, que ubica al receptor dentro de una realidad que le afecta y de esta manera, contribuye a la comprensión del gran mundo en el que todos vivimos...la prensa infantil debe plasmar totalmente la vida del niño, servir por entero a sus necesidades y ser la respuesta a sus intereses, curiosidades, aficiones y anhelos.³⁷

Blanca Sánchez Morfín también opina que una de las funciones de la prensa infantil, nombre con el que la conceptualiza, es informar, pero también reforzar o reproducir valores que son inculcados a los niños en su casa o en la escuela. Aunado a esto Sánchez Morfín opina que la prensa infantil debe proporcionar a las niñas y a los niños actividades que nutran su personalidad y motiven su capacidad de creación y crítica.

Finalmente, Dolores Carbonell Iturburu³⁸ pone acento en que la función de la prensa infantil además de informar es entretener sin perder de vista la calidad de los materiales tanto en forma como en contenido.

Pero la calidad no sólo se refiere al diseño de la publicación, sino al contenido que debe tener un tratamiento especial, pues "la forma de dirigirse a los niños no puede ser la misma que a los adultos."³⁹

³⁷ Laura Hubard Stoopen, *etal*, *Tu amigo de papel*, págs. 151-152.

³⁸ Mexicana. Licenciada en Comunicación por la Universidad Iberoamericana, especialista en periodismo, colaboradora de la revista *Expansión*, quincenario especializado en asuntos económicos y financieros, *Hogar y Vida*, *Chispa*, publicación mensual especializada en asuntos científicos, colaboró también en el suplemento *Sábada* del diario *Nacional* y del *Uno más Uno*. Es coautora del libro *Periodismo Interpretativo, Entrevista con ocho escritores mexicanos* publicado por Trillas en 1981, finalista del concurso de la Revista *Cuento* en 1979, con la narración "En busca de un muerto". Primer lugar en el concurso de guiones radiofónicos de la Dirección de Radio, Televisión y Cinematografía, convocado en 1984. Traductora de los libros " *Teoría Estructural de la Comunicación y la Sociedad*" de Abraham Moles y Elisabeth Rohmer (del francés) Editorial Trillas, 1983.

³⁹ Teófilo Moreno Huerta. *Op cit.*, pág. 129.

Otra de las funciones que tiene la prensa para niños, desde mi punto de vista una de las más importantes, es la de un medio que fomente el hábito de la lectura en el niño y la niña, mismo que lo volverá un ser más crítico(a) de su mundo y por ende, más participativo y propositivo.

Al respecto Blanca Sánchez Morfín dice:

Para la conjunción concreta de los procedimientos internos, la participación del niño en la labor de escritura y de lectura, creada y criticada por él mismo en la prensa infantil, daría la pauta para que todo ese conocimiento que se va formando en su crecimiento fuera encauzado a una visión más crítica del mundo y no permitir que se sigan formando seres apáticos, sin preocupación real por el entorno en el que se desenvuelven al convertirse en adultos... fomentar, por ello, el hábito de la lectura es hacer una nueva nación, de gente crítica y creadora.⁴⁰

Con base en lo previamente expuesto, puedo concluir que el escribir para las niñas y los niños de México es una labor vital en la sociedad, que los comunicólogos deberíamos cumplir por 3 razones principales:

1. Profesional. Porque el periodismo para niños exige la especialización del periodista, lo cual fomenta en este profesional el perfeccionamiento de su actividad y por ende, el mejoramiento de la calidad del servicio que brinda a la sociedad.
2. Social. Porque la existencia del periodismo para niños lo reconoce como un sujeto que forma parte de la sociedad actual.
3. Jurídica. Porque los niños, como todos los seres humanos, tienen derecho a saber lo que ocurre en la sociedad de la cual forman parte. El derecho a la información es un derecho avalado universalmente en la Declaración de los Derechos del Niño y en nuestro país; por la constitución.

Asimismo, concluyo que las funciones del periodismo para niños son:

a) Socializar.

⁴⁰ Blanca Sánchez Morfín. *Op cit.*, pág, 42.

- a) Informar.
- b) Ofrecer contenidos de calidad con un lenguaje de acuerdo con las capacidades físicas e intelectuales propias de su edad.
- c) Fomentar el hábito de la lectura.
- d) Fomentar la participación del niño en la sociedad.
- e) Difundir la cultura.

Es decir, la misión de la prensa para niños en el "deber ser", va más allá del simple entretenimiento. Debe ser un medio que le permita al niño identificarse y reconocerse a sí mismo y al entorno en el que vive. Debe ofrecerle contenidos comprensibles para ellos, con el objetivo de fomentar en ellos el hábito de la lectura, lo que formará a sujetos actuantes, más críticos, más participativos y más propositivos ante los problemas que enfrenta el país.

Sin embargo, cada uno de los materiales inevitablemente refleja la percepción de las persona adultas del mundo infantil. Es por ello que en las páginas siguientes intento explicar cómo los propios niños y niñas reciben estos materiales (suplementos producidos por la prensa industrial del D.F.), para posteriormente reflexionar acerca de la manera en que hoy en día se hace periodismo para niños en el Distrito Federal.

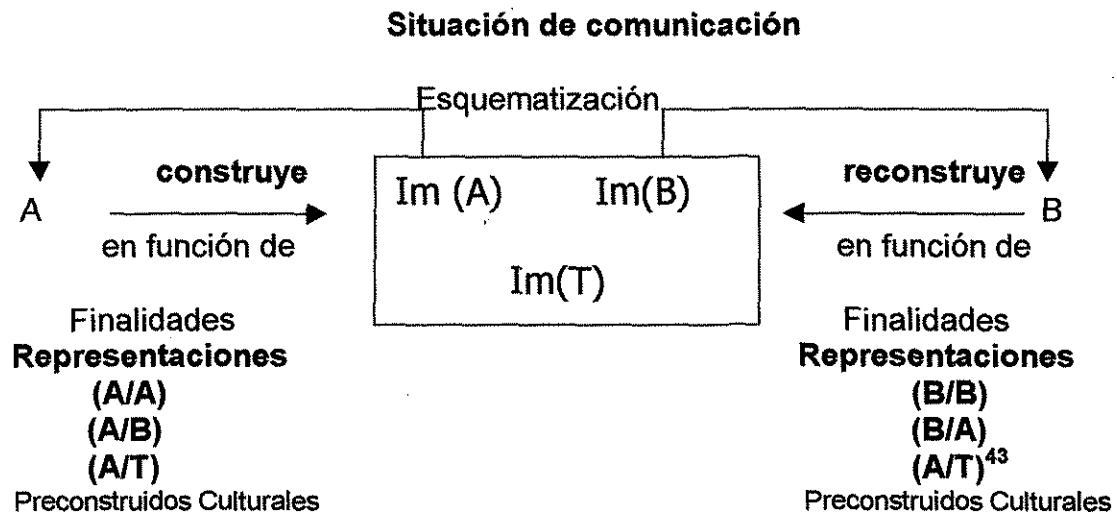
CAPÍTULO III

DE LA ESQUEMATIZACIÓN Y LAS REPRESENTACIONES: TALLERES DE PERIODISMO PARA NIÑOS Y NIÑAS

3.1 La comunicación como proceso: El modelo de Jean Blaise Grize

Iniciaré diciendo que el proceso de comunicación de masas es, ante todo, una unidad que abarca tres momentos igualmente importantes: la producción, la transmisión y la recepción de las formas simbólicas,⁴¹ mismo que es seccionado únicamente con fines heurísticos.

Pero también, como lo señala el lógico Jean Blaise Grize⁴², cuyos planteamientos son fundamentales en mi trabajo, el proceso de comunicación es una interlocución en la que dos o más sujetos se encuentran a través de una esquematización. Dicho proceso, Grize lo presenta de la siguiente manera:



Para explicar este modelo señala: "El locutor A construye una representación discursiva de aquello de lo que se trata, por definición una esquematización. Lo hace en una

⁴¹ Usaré el término formas simbólicas para referirme a un amplio campo de fenómenos significativos, desde acciones, gestos y rituales; hasta los enunciados, los textos, los programas de televisión y las obras de arte, tal y como las define John Thompson en su obra *Ideología y Cultura Moderna*, pág. 205.

⁴² Jean Blaise Grize pertenece a la Universidad de Neuchâtel en Ginebra, Suiza.

⁴³ Jean Blaise Grize. *Logique et Langage*, pág. 29.

situación de interlocución y ante un interlocutor B, quien reconstruye la esquematización que le es propuesta.”⁴⁴

El autor aclara que A y B no designan individuos concretos, sino lugares que en una situación de comunicación pueden ser ocupados por uno o varios sujetos con determinadas características psicológicas y sociales.

Pero además, el modelo de Grize supone la existencia de **preconstruidos culturales**, es decir, “las creencias y valores que comparten los interlocutores y que hacen posible la comunicación”.⁴⁵

Por otro lado, dice el autor, hay que hablar también de las **finalidades** del discurso: “uno nunca habla, nunca escribe sin alguna razón; hay que inferir valoraciones a partir del discurso”.⁴⁶ Dichas finalidades o intereses influyen en la manera de esquematizar el discurso; las finalidades, tanto de A, como de B no están sin efecto en la construcción y la reconstrucción de la esquematización, de ahí que la imagen de quien ocupa el lugar de A y de quien ocupa el lugar de B y del propio tema, esté presente en la esquematización como $Im(A)$, $Im(B)$, $Im(T)$.

También identifica como elemento de su modelo lo que llama situación de comunicación, misma que define como las condiciones materiales en las cuales se produce el discurso, las cuales también influyen de manera directa en su objetivo. La **situación de comunicación**, se refiere a las condiciones específicas que se dan durante el acto de interlocución.

3.1.1 De las representaciones en el modelo

Finalmente, una de las partes del modelo propuesto por Grize, que para los efectos de mi estudio es de las más importantes es la que se refiere a las **representaciones**; de ahí, que he decidido tratarla especialmente, para poder explicar con mayor detalle en qué consiste su estudio y de qué manera éstas se relacionan con el estudio de la recepción de los suplementos para niños.

⁴⁴ *Ibidem*, págs, 27-28.

⁴⁵ *Ibidem*, pág, 30.

⁴⁶ *Ídem*.

Antes que todo debo decir que entiendo por representaciones "(...)un conjunto de informaciones, creencias, opiniones y actitudes a propósito de un objeto."⁴⁷

Así pues, Grize sostiene que la situación de comunicación y la propia esquematización dependerá de las **representaciones** que el locutor A se haga de sí mismo, del tema T y del auditorio B, los cuales se especifican como:

A/A
A/B
A/T

Es preciso señalar que en la esquematización discursiva también intervienen las representaciones que el auditorio tiene de sí mismo, de quien ocupa el lugar de A y del tema. Es decir, cómo se decodifica la esquematización ofrecida por A:

B/B
B/A
B/T

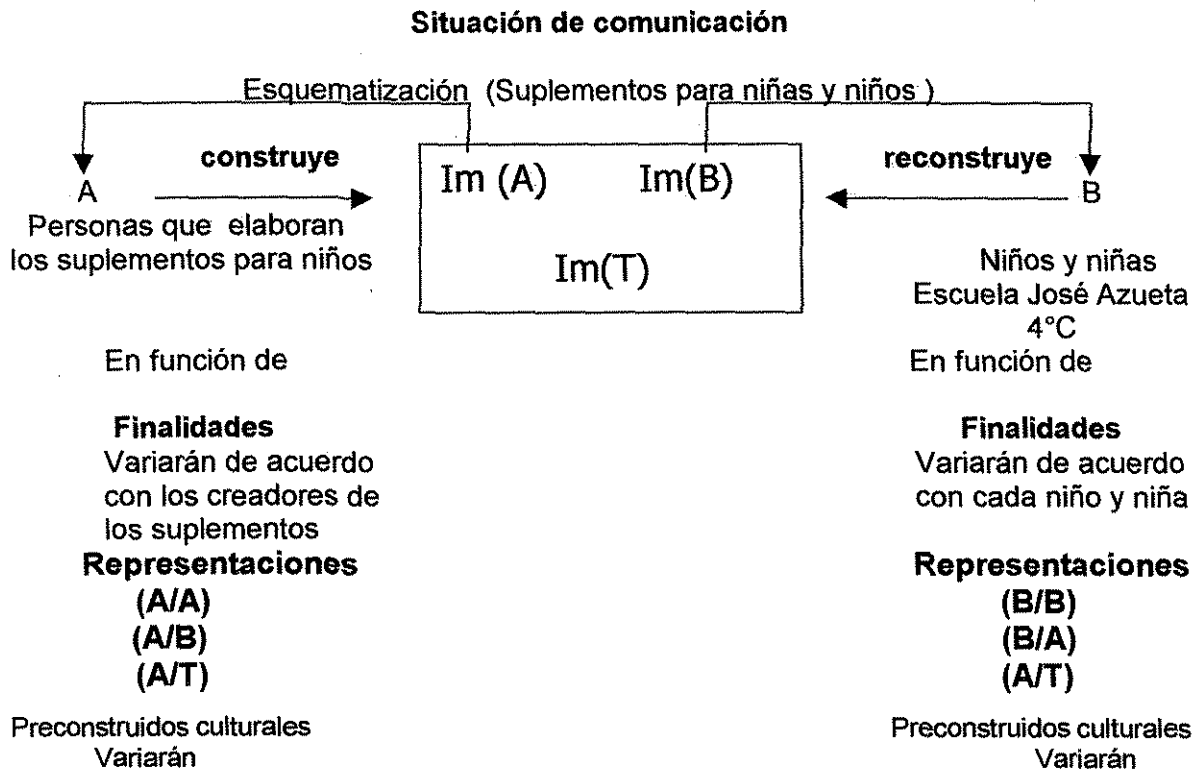
Sin embargo, Grize hace una advertencia que desde mi punto es muy pertinente: hablar de representaciones que A se hace de B es sólo una conveniencia de expresión pues uno nunca se representa totalmente una persona, sino sólo algunos aspectos de ésta, tales como conocimiento de sus saberes, intenciones, valores, preferencias, etcétera.

Es por ello que no pretendo conocer la representación exacta que los niños y las niñas con quienes trabajé tienen de sí mismos, de los suplementos y de los tópicos incluidos en ellos, sino sólo algunos elementos de éstas.

⁴⁷ Jean-Claude Abric. Pratiques Sociales et Représentations, pág. 19.

3.1.2 Los elementos del modelo en mi estudio

Luego entonces, los elementos que intervienen tanto en la producción como en la recepción de los suplementos para niños quedaría establecido de la siguiente manera:



Aún cuando estoy de acuerdo con la importancia de estas representaciones, los objetivos de esta investigación quedarán limitados al estudio de las correspondientes al receptor en cada uno de esos niveles, dado que en la investigación anteriormente realizada, me ocupé del proceso de producción de los suplementos para niños y, por ende, de las representaciones de sus creadores. Es decir en la anterior investigación, el planteamiento fue el siguiente:



Personas que elaboran los
suplementos para niños en
el D.F

Niños y niñas del D.F

A

/

B

Cómo ven a los niños y a las niñas.
Cómo son los suplementos vistos desde sus creadores.
A quiénes están dirigidos.
Sexo, edad, condición social y cultural.
Necesidades e inquietudes de los niños y las niñas.

Personas que elaboran los
suplementos para niños en
el D.F.

Tópicos

A

/

R

De qué tópicos de le habló.
Cuáles son los tópicos que les interesan a las niñas
y a los niños.
Por qué esos y no otros tópicos.
Lenguaje empleado para dar a conocer los tópicos.
Formas del discurso utilizadas para representar la
información.

Ahora bien, enfocada hoy desde el estudio de la recepción y no de la producción de los
suplementos, lo que me interesa conocer en cuanto a representaciones es lo siguiente:

Niños y niñas del D.F.
de nivel primaria

Cómo se ven a sí mismos
Quiénes son, edad, sexo,
condición social

A

/

A

Niños y niñas del D.F.
de nivel primaria

Suplementos para niños y
niñas del D.F.

A

/

B

Cuál es la representación de las niñas y los niños acerca de periódico y específicamente de los suplementos para niños.

Niños y niñas del D.F.
nivel primaria

Tópicos de los
suplementos

A

/

R

Cuál es la representación de los tópicos de los que se les habla en esos materiales.
Preferencias por algún(os) suplemento(s)

Aquí, la pregunta que surge es ¿Cómo llegar a estudiar el proceso de recepción de los suplementos para niños del D.F., y dentro de éste las representaciones de las niñas y los niños anteriormente planteadas? ¿Cómo cumplir, además del objetivo general mencionado, los objetivos particulares de la investigación? Bien, la respuesta es mediante la creación de un espacio que llamé *Talleres de periodismo para niños y niñas*, y que describo en las próximas páginas.

3.2 Talleres de periodismo para niños y niñas

3.2.1 ¿Cómo nace la idea del Taller de periodismo para niños y niñas?

Actualmente en América Latina existen algunos estudios de recepción. Por ejemplo, aquí en México el investigador Guillermo Orozco ha presentado algunos trabajos en los que se dedica al estudio de la audiencia televisiva.

Asimismo, en otros países, investigadores como David Morley⁴⁸ en Inglaterra; Shaun Moores⁴⁹ y James Lull⁵⁰, en China se han enfocado también al estudio de la recepción, e incluso de la apropiación que las audiencias hacen del medio, específicamente de la televisión.

La característica que comparten estos últimos autores mencionados es el empleo de la etnografía para analizar los comportamientos del grupo al que están estudiando, lo cual desde mi punto de vista, enriquece enormemente la investigación.

Es por ello, que después de revisar sus trabajos decidí emplear dicha metodología (aunque no de la misma manera considerando la diferencia de estudio y sobre todo de contexto) y aplicar específicamente la técnica de observación participante durante un espacio que estuviera dedicado al estudio de la recepción de los suplementos.

Así nació la idea de crear el *Taller de Periodismo para niños y niñas* en el que, como dije, estudié la recepción por parte de las niñas y los niños de los suplementos para niños producidos por la prensa industrial del D.F., mediante actividades que más adelante desarrollaré. Asimismo, aprovechando el carácter interdisciplinar de la comunicación emplé la etnografía para observar, registrar y sistematizar la información que de ellos obtuve.

⁴⁸ David Morley. *Televisión, audiencias y estudios culturales*, Buenos Aires, Amorrotu, 1996.

⁴⁹ Shaun Moores. *Interpreting Audiences. The Ethnography of Media Consumption*, Inglaterra, Sage Publication, 1993.

⁵⁰ James Lull. *Inside Family Viewing*, E.U., Routledge, 1990.

3.2.2 Etnografía

Pero ¿qué es la etnografía? ¿En qué consiste su aplicación?, específicamente ¿de qué manera la utilicé para mi estudio?

Dice Peter Woods, investigador que se ha dedicado a estudiar esta metodología en el aula, que etnografía es un término derivado de la Antropología. Significa: “[...]descripción de la vida de una raza o grupo de individuos. Se interesa por lo que la gente hace, cómo se comporta, cómo interactúa. Se propone descubrir sus creencias, valores, perspectivas y motivaciones y el modo en que todo eso se desarrolla o cambia con el tiempo de una situación a otra.”⁵¹

El investigador(a) trata de hacer todo desde dentro del grupo y desde dentro de las perspectivas de los miembros del grupo, lo cual significará una permanencia relativamente prolongada en el seno del mismo, primero para romper las fronteras y ser aceptado y después para aprender los elementos sustanciales del mismo.

Quienes hacen este tipo de investigación se introducen en el «campo» para «observar» cómo ocurren las cosas en su estado natural, con frecuencia mediante su propia «participación» en la acción, en calidad de miembros de la organización del grupo, en mi caso el aula escolar.

La etnografía pues, se trata de una empresa holística en cierto sentido, pues dentro de los límites de la percepción y la capacidad personal, debiera tenderse a dar una descripción rigurosa de la relación entre todos los elementos característicos de un grupo singular.

Ahora bien, la etnografía emplea dos técnicas: la observación no participante y la observación participante. Para efectos de mi estudio utilicé esta última por lo cual, en los siguientes renglones trataré de definirla y explicar en qué consiste.

⁵¹ Peter Woods. La escuela por dentro. La etnografía en la Investigación Educativa, pág. 18.

3.2.2.1 Observación participante

El método más importante de la etnografía es el de la observación participante, que en la práctica tiende a ser una combinación de métodos, o más bien un estilo de investigación(...) La idea central de la participación es la penetración de las experiencias de los otros en un grupo o institución, lo que supone la observación a la menor distancia posible, inclusive la vigilancia de las experiencias y procesos mentales propios.⁵²

En la definición anterior hay varios aspectos por analizar: En primer lugar, el hecho de que la observación sea una combinación de métodos me permitió proponer la creación de estos *Talleres de Periodismo para niños y niñas* que son, como dice el autor, un estilo de investigación para observar la recepción, es decir, compenetrarme con las ideas y las experiencias de los otros, en este caso de las niñas y los niños con quienes trabajé.

Según Woods, "Los principales requisitos de la observación son, naturalmente un ojo avizor, un oído fino y una buena memoria. A veces se utilizan *filmes*, grabaciones y fotografías para ayudar a la memoria."⁵³

También es posible utilizar notas de campo que son "[...]en lo fundamental, apuntes realizados durante el día para refrescar la memoria de lo que se ha visto y se desea registrar, y notas más extensas escritas con posterioridad, cuando se dispone más tiempo para hacerlo."⁵⁴

Dice el autor que la manera de llevar las notas depende tanto de las necesidades de la investigación, como del gusto personal. Los únicos requisitos por cumplir para que la investigación tenga validez son:

1. Hacer las notas y las reflexiones sobre ellas esa misma noche, para evitar perder detalles importantes que ayuden a la comprensión del fenómeno.
2. La regla de oro: abstenerse de inventar una ficción. Es por ello que el investigador deberá registrar única y exclusivamente los datos y las circunstancias que fidedignamente recuerde.

⁵² *Ibidem*, pág, 56.

⁵³ *Ibidem*, pág, 60.

⁵⁴ *Idem*.

Ahora bien, como todas las metodologías y las técnicas la aplicación de la etnografía y específicamente de la observación participante, representa desventajas y ventajas para mi estudio, de las que en el siguiente cuadro presento las principales, desde mi punto de vista:

OBSERVACIÓN PARTICIPANTE

DESVENTAJAS	VENTAJAS
Puede llevar a ejercer influencia alguna sobre la situación que observa. En este caso sobre el comportamiento de los niños y las niñas durante el Taller.	Permite la penetración al núcleo vital del grupo. Particularmente al grupo 4°C de la escuela pública José Azueta, ubicada en Col. La Fama, Tlalpan, D.F.
En cualquier investigación de largo plazo es difícil no verse envuelto en la vida del grupo o de la institución.	Brinda la oportunidad de satisfacer o contribuir a la función del grupo o institución. Con algunas de las actividades se logró el acercamiento de elementos del grupo que inicialmente estaban excluidos.
De esta manera se puede llegar a correr el peligro de no hacer el distanciamiento en la penetración que es requerido.	Contacto más cercano y más rico con los integrantes del grupo. Permite el registro de actitudes reales ante los objetos, de circunstancias, recreación de ambientes, etc., lo cual no aporta un cuestionario, por ejemplo. En mi caso con los miembros de 4°C y observar su real recepción de los suplementos, así como recrear el ambiente escolar en el que se mueven y las consecuencias que de ello derivan.
	Posibilita la confirmación de la información, pues permite contrastar las respuestas que pueden dar en un cuestionario con sus actitudes reales, en este caso frente a los suplementos.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Como el lector puede observar, las ventajas de esta metodología y sus técnicas, en este caso la observación participante, tienen mucho mayor peso que las desventajas, mismas que no se deben menospreciar para poder, en la medida de la capacidad humana, enfrentarlas.

Al respecto dice Bruyn, otro de los estudiosos de la observación participante: "Si el investigador(a) es consciente del peligro y las reglas del método de observación participante, estará en condiciones de encontrar con precisión los significados culturales contenidos en cualquier grupo que estudie, algunos de cuyos significados pueden tener su raíz en la existencia social misma del hombre."⁵⁵

Por su parte, Redfield, antropólogo "[...]insta a sus colegas[...] a no esconderse tras una máscara de «neutralidad»"⁵⁶ En su lugar, dice Robinson, otro antropólogo interesado en el tema, el investigador debe "hacer un debate público consigo mismo con la intención de elucidar las bases de su propia percepción."⁵⁷

Es decir, en la medida de lo posible traté de estar consciente en cada una de las sesiones de los peligros del empleo de la observación participante para llevar a cabo mi estudio de recepción. Asimismo, más que buscar la neutralidad, intenté darme cuenta de mi grado de inmersión al grupo y puse en debate todas las ideas que me surgieron a partir de su puesta en práctica, lo cual espero haya contribuido positivamente a este trabajo.

3.2.2.2 El juego como estrategia en los estudios de recepción

Ahora bien, otro elemento de vital importancia en mi trabajo fue el juego que formó parte de la estrategia de recepción que constituyen los talleres en mi estudio.

Diego Lizarazo define estas estrategias de recepción como "(...)formas en las que un grupo social establece una relación táctica con los *mass media*: divertirse sí, pero conducir su relación con ellos."⁵⁸

⁵⁵ S.T. Bruyn. The Human Perspective in Sociology: the methodology of participant observation, pág. 21.

⁵⁶ R. Redfield. The Primitive World and its Transformation, pág. 156.

⁵⁷ P. E. D. Robinson. 'An ethnography of classroom' en Eggleton, J. (comp), Contemporary Research in Sociology of Education, pág. 251.

⁵⁸ Diego Lizarazo Arias. La reconstrucción del significado, Apéndice pág. 1.

Y explica "Los juegos de recepción son una de las vías para potenciar eso que teóricamente llamábamos la interpretación táctica, frente a la interpretación programada. El juego nos permite revelar sin traumas los condicionamientos que pesadamente nos obligan a vincular ciertos sentidos con lo que percibimos, aquello que nos demarcan el poder de la significación."⁵⁹

Los juegos de recepción pueden servir para: deconstruir, desdoblar, analizar, desvencijar, disertar, desentrañar, desmontar, descomponer.

Son juegos que sirven a su vez para rehacer, reordenar, reimaginar, rediseñar, refigurar, reinventar el discurso. También son juegos útiles para entender, reconocer, mirar, observar, indagar, explorar a los otros y a nosotros mismos como intérpretes.

Finalmente, nos ayudan a reordenar, disponer, cambiar, redefinir nuestras maneras de interpretar, entender y relacionarnos con los medios y sus textos.⁶⁰

3.3 Manos a la obra: Aplicando la metodología

Teniendo en cuenta lo previamente expuesto me introduje en la Escuela José Azueta, específicamente en el grupo de 30 niños y niñas de 4º año, grupo "C" y desde adentro, como lo exige el empleo de la etnografía, observé el proceso de recepción de los suplementos a partir de la implementación de los talleres.

De los recursos con los que según Woods cuentan los investigadores que aplican la etnografía en el aula, y que fueron descritos anteriormente, utilicé los *filmes* de algunas sesiones del taller y las notas de campo.

Las primeras sobre todo porque, dado que elegí la técnica de observación participante, en algunas de las sesiones mi colaboración limitaba la posibilidad de poner atención a detalles importantes y mi capacidad de registrar los hechos. Con respecto a las segundas, las hice en cada una de las sesiones del taller, en la medida de lo posible. Estos datos los ampliaba, sistematizaba y reflexionaba durante la noche de ese mismo día, como lo indica

⁵⁹ *Ibidem*, pág. 210.

⁶⁰ *Ibidem*, pág. 211.

metodología que apliqué. A continuación muestro un ejemplo de las fichas de registro que utilicé:

Nombre de la Escuela: José Azueta	Fase: 2ª
Grado y Grupo: 4º C	No de Sesión: 1
Objetivo: Identificar las razones de preferencia por alguno de los suplementos para niños.	
<p>Actividades: 1) Presentación breve de los suplementos. (Forma expositiva)</p> <p>2) Seleccionar el suplemento de su preferencia.</p> <p>2.1 Cada niño o niña solicitará un ejemplar del suplemento que haya sido de su agrado. Podrán hacer el cambio de material si así lo desean.</p> <p>3) Aplicación de un cuestionario en el que se les preguntará acerca de las razones de sus preferencias por el suplemento, los tópicos contenidos en ellos y por la forma del discurso que se emplea para presentárselos.</p>	
<p>Observaciones Generales:</p> <p>Las niñas mostraron mucho interés por la explicación. Un grupo de niños mostraron más interés por leer la sección de Deportes de periódicos como Ovaciones y Esto que estaban ahí, por haberlos utilizado en otras sesiones. La mayoría de las niñas y los niños solicitaron Reportero Disney. Lo primero que buscaron fue el personaje, inmediatamente después buscaron la sección de juegos. Sólo algunos (niñas en su mayoría) se interesaron por los cuentos y los chistes. Algunos otros se interesaron más por jugar. Cuando contestaron el cuestionario unos pedía ayuda a sus compañeros y otros, pensaban la respuesta volviendo a los materiales, en el caso de que así lo necesitaran o buscando las palabras correctas para transmitir sus pensamientos.</p>	
<p>Frases clave</p> <p>Las siguientes fueron las frases más recurrentes en esta sesión:</p> <p>“Reportero Disney, porque está Mickey”.</p> <p>“Dame otro que tenga más juegos”.</p> <p>“Este ya no tiene juegos”.</p> <p>“Los chistes están padres”.</p>	

De estas notas de registro nació una bitácora, instrumento central junto con los cuestionarios, del cual extraje un fragmento para ilustrar la manera en la que sistematicé la información obtenida en cada una de las sesiones del taller.

Fecha: mayo del 2001.

Fase: 2^a

No. de sesión: 1

Actividad: 1

¿QUIÉN ES QUIÉN?

Llegué a las 9:00 a.m como de costumbre. En los pasillos se escuchaban las voces de las niñas y los niños, así como la de sus profesores dándoles la lección del día. El clima era templado, perfecto para el primer encuentro.

Cuando llegué al salón de 4^oA", cuyo periódico mural estaba ocupado por dibujos e información acerca del Día de la Madre y de la Batalla de Puebla, los alumnos estaban practicando la lectura de Español, guiados por su maestra.

Al llegar expresaron frases como: "¡Ya llegó!", "¡Por fin!", "¡Qué bueno!", "¿A qué vamos a jugar hoy?" Después de poner el material en el suelo, saludé a la profesora, quien en cuanto vio que tomé el mando, aprovechó para atender cosas pendientes como el llenar algunos papeles que la SEP les solicita, sobre todo considerando que el fin de cursos se acercaba.

Después de saludarlos les dije que ese día conocerían, como se los había prometido, a los suplementos para niños (concepto explicado anteriormente en otras sesiones), que en ese momento existían en el D.F.

Pedí voluntarios para sostenerlos y así poderles hablar de ellos y mostrárselos. Después formamos un semicírculo en el salón de clases y se los presenté. Durante la presentación algunos niños y niñas ponían atención e incluso preguntaban: "¿Cuándo dices que sale?", "¿En qué periódico se puede encontrar?" Al mismo tiempo Marcos y Arturo jugaban a luchar o leían el periódico, específicamente Ovaciones. Orquídea y Géminis comentaban acerca de los suplementos. Un grupo de niños se adelantaron y estaban viéndolos por su cuenta.

Posteriormente a la presentación hicieron una fila para solicitar el que más les había agradado. Inicialmente la mayoría pidió Reportero Disney, argumentando "porque está Mickey". Después de éste el que más solicitaron fue *Cucurucho*, *Mi periodiquito*, *Gente Chiquita* y los demás. Transcurrido el tiempo pedían que se les cambiara el material, la frase más recurrente fue: "Dame uno que tenga juegos porque a éste ya se le acabaron." Durante el transcurso del periodo de revisión de los suplementos la lectura se hizo en la mayoría de los niños acompañados, dividido por géneros. Se enfocaron en los juegos, en las partes cómicas, adivinanzas, destrezas, manualidades y cuentos. La parte noticiosa generalmente fue ignorada. Hubo mucho interés en poder manipular para recortar el suplemento, aunque por falta de material no fue posible.

Había comentarios como: "Aquí deberían poner tal cosa", "Esta sección está aburrida", "Este chiste sí está bueno."

Esta sesión finalizó y todavía preguntaban que cuándo y en qué periódico los podían conseguir; otros dejaron esta actividad y prefirieron salir a jugar.

Como el lector pudo observar tanto en las notas de campo, como en la bitácora destaque frases y acciones que, desde mi perspectiva, y desde la propia dinámica de interacción entre los niños y las niñas en la situación de comunicación específica del taller, fueron fundamentales para responder las preguntas de investigación.

Así, uniendo pero sobre todo confrontando las respuestas del cuestionario con respecto de las razones de preferencia por alguno de los suplementos (en este ejemplo en concreto) y las notas obtenidas a partir de la observación participante, se interpretaron los datos obtenidos.

A continuación, como un seguimiento del ejemplo de la sesión 1 de la segunda fase, presento la parte correspondiente a la interpretación de los resultados con el propósito de ilustrar la manera en la cual procedí, para que en el capítulo IV el lector tenga elementos para saber cómo obtuve los resultados y en qué sustentó las afirmaciones que hago en el apartado referente a la interpretación de los mismos.

INTERPRETACIÓN

Frases : “¡Ya llegó!”, “¡Por fin!”, “¡Qué bueno!”, “¿A qué vamos a jugar hoy?”

Observaciones: Con este tipo de frases se demuestra el grado de integración al grupo como lo requiere la metodología etnográfica. En este momento la aceptación por parte de las niñas y los niños ya es grande y demuestran interés, pero sobre todo empatía conmigo y con las actividades de los Talleres.

Frases: “¿Cuándo dices que sale?”, “¿En qué periódico se puede encontrar?”

Observaciones: En el momento de la presentación, escuchar estas frases connotan interés por parte de la mayoría de los niños y las niñas hacia los suplementos. Por supuesto, dicho interés fue inicial frente a algo nuevo que se les presentó. Además fue un indicador de que no habían tenido contacto anterior con estos materiales, salvo con el de Ovaciones y sólo una niña con Mi Periodiquito.

Frases: Inicialmente la mayoría pidió Reportero Disney, argumentando “porque está Mickey.” Esta frase connota la necesidad de las niñas y los niños de identificación con algún elemento del mundo infantil legitimado por otros medios, sobre todo los electrónicos, aunque éste no fue lo suficientemente fuerte como otros, por ejemplo, la necesidad de la presencia de juegos.

Frases: “Aquí deberían poner tal cosa”, “Esta sección está aburrida”, “Este chiste sí está bueno.” En frases como éstas se puede identificar alguna de sus preferencias por los tópicos, por ejemplo, en este caso por el humor. Pero también se puede ver su insatisfacción por el tratamiento de otros o la necesidad de que se incluyan algunos que en ese momento resultan más atractivos, los cuales casi siempre en este grupo tenían relación directa con los medios electrónicos de comunicación, especialmente con la televisión.

Hechos: Al momento de la llegada hubo abrazos, aplausos, sonrisas. Los alumnos se levantaron de sus lugares, interrumpiendo así la sesión de lectura de la profesora.

Observaciones: Esto refuerza la connotación valorada anteriormente de las frases.

Hechos: Al momento de la presentación casi todos atendieron la exposición.

Observaciones: Dicho acontecimiento reflejó el interés de ellos hacia los materiales, considerando sobre todo que en otras sesiones cuando algo no les interesaba, no seguían las instrucciones dadas, o hacían otra actividad. Aunque la mayoría sí estuvo atendiendo, hubo dos niños que prefirieron jugar luchas, lo cual provocó que después sus otros compañeros se les unieran, lo cual indica que los varones prefieren este tipo de actividad (física).

Hechos: La lectura de los materiales la hicieron en grupo.

Observaciones: Las niñas compartían el momento de su lectura con sus congéneres y los niños de igual forma. Las niñas mostraron mayor interés por temas como los espectáculos, mientras que los niños se inclinaron por temas como los deportes. Hubo un gran desinterés por temas noticiosos. El elemento crucial fue el jugo, incluso algunos los llevaron a cabo en el salón de clases, adaptándolo a su manera (niños).

3.4 Descripción de los Talleres de periodismo para niños y niñas

Pero ha llegado la hora de definir, explicar y desarrollar el contenido de los *Talleres de periodismo para niños y niñas*, eje principal de esta investigación.

Definición

Llamo *Taller de periodismo para niños y niñas* al conjunto de métodos, técnicas y actividades que utilicé para estudiar el proceso de recepción de los suplementos para niños por parte de las niñas y los niños de nivel primaria, específicamente de la Escuela José Azueta de 4°C. Pero, ante todo, el taller es un tiempo de recreo y aprendizaje, en el que debe prevalecer un ambiente de libertad y respeto a los gustos e ideas de cada niña(o) en particular y del grupo en general, por lo que todas las técnicas que se emplearon tuvieron un carácter lúdico, informal y atractivo. Asimismo, combiné con estas actividades la aplicación de cuestionarios breves por ser dirigido a niñas y niños.

Lo anterior no quiere decir que no fue necesario planear cuidadosamente cada una de las sesiones, puesto que se llevó un control por escrito de las mismas exponiendo el tema, el objetivo, las actividades, el material que se ocupó y, por supuesto, las técnicas que se utilizaron para llegar al objetivo que se planteó para la sesión correspondiente; de tal manera que, al término del taller, esos objetivos particulares pudieran integrarse de una manera coherente para alcanzar los objetivos finales de mi investigación.

Lugar

Los talleres se realizaron en la escuela pública José Azueta, ubicada de acuerdo con la Secretaría de Educación Pública, en la zona I de Tlalpan, en Av. Fuentes Brotantes S/UN. Fuentes Brotantes, México, D.F. La razón por la cual se eligió esta escuela, además de la accesibilidad de para realizar el estudio, fue porque está integrada dentro del Programa Piloto, en donde las niñas y los niños entran desde las 8:00 a.m y salen hasta las 4:00 p.m. Lo anterior es porque ha sido pensada para padres y madres que trabajan y que llegan tarde a su hogar.

La mayor parte de las actividades estuvieron planeadas para realizarse dentro del aula, aunque ocasionalmente se llevaron a cabo en el patio e, incluso fuera de la institución escolar.

Perfil Demográfico

Toda la información que presento en este apartado y en el de **Perfil Psicográfico** la obtuve a partir de la aplicación de cuestionarios, mismos que se encuentran expuestos en el Anexo, y de las fichas de registro que se obtuvieron a partir de la implementación de la técnica de observación participante.

➤ **Tamaño de la audiencia**

Treinta niños y niñas del grupo 4º año, grupo "C" de la Escuela Primaria José Azueta. Este grupo fue elegido al azar.

➤ **Edad**

Niños y niñas de 8 a 12 años. Se consideró estas edades, pues para poder implementar los talleres necesitaba que las niñas y los niños supieran leer y tuvieran las habilidades físicas y psicológicas para realizar las actividades que en los materiales se les solicitan. Además, porque los suplementos, de acuerdo con las declaraciones de sus propios productores, están dirigidos al público infantil de esas edades.

➤ **Sexo**

Es una escuela mixta. Del total del grupo 50% son mujeres y 50% hombres.

➤ **Nivel Socioeconómico**

De acuerdo con el criterio del Comité de Niveles Socioeconómico del AMAI, 80% del grupo con el cual trabajé pertenece a clase baja, mientras que sólo 20% es parte de la clase media.

➤ **Lugar de residencia**

Distrito Federal, Delegación Tlalpan.

➤ **Ocupación**

Estudiantes.

➤ **Escolaridad**

Cuarto año de primaria.

Perfil Psicográfico

Dado que el estudio fue grupal, el perfil psicográfico da cuenta de las principales características del mismo y no de cada individuo en particular. Fue un grupo con una integración deficiente. También había grupos establecidos. El punto de encuentro era el capital económico o las habilidades de las personas. Aquellos niñas y niños que destacaban en la escuela o en alguna actividad deportiva o juegos de destreza eran aceptadas por todo el grupo. Quienes tenían un bajo nivel socioeconómico o desafiaban la autoridad eran rechazados.

Algunos de los niños pertenecían a familias disfuncionales, en los que la madre o el padre faltaban, la razón principal el abandono de hogar. La mayoría de los padres de las niñas y los niños que tienen una familia integrada laboran, por lo que deben dejar a sus hijos en escuelas con horario hasta las 4:00 p.m. Sólo la minoría de las madres se dedica al hogar.

En el grupo ciertos objetos funcionaban como símbolo de pertenencia a grupos menores de pares. Tal es el caso del televisor. El caso de una niña, quien no tenía televisor evidenció esto. Así el no tener televisión era motivo de aislamiento y rechazo.

Asimismo, en el juego se veían reflejados los deseos y expectativas de los infantes. El más recurrente fue el deseo de acceder a tecnologías como computadoras, teléfonos celulares o a convergencias como Internet. Lo anterior muestra el deseo de este grupo (sobre todo en las niñas) de identificarse con un sector de la sociedad al que no pertenecen.

Frecuencia y duración de las reuniones

Las reuniones con los grupos fueron una vez por semana y duraron entre una y una hora y media, (en su mayoría) lo que representó entre 8 y 11 horas por mes. Todo esto durante cuatro meses y medio.

Materiales con los que se trabajó

Los suplementos que se utilizaron en el taller fueron en su mayoría aquellos que analicé en mi estudio de licenciatura y que se mantienen en el mercado. Estos fueron: *Mi Periodiquito*, del periódico Novedades; *Gente Chiquita*, del diario Reforma; *Un, dos, tres, por mí y por todos mis compañeros*, de La Jornada; y *Cucurucho*, de Distribuidora de Medios.

Objetivo

El objetivo general del taller correspondió al objetivo general de mi investigación: Estudiar el proceso de recepción de los suplementos para niños por parte de las niñas y los niños que conforman el grupo antes mencionado.

Por supuesto, también hubo objetivos específicos por cumplir, mismos que también correspondieron a los objetivos particulares de mi investigación y de los cuales me ocupé en cada una de las sesiones del taller.

3.4.1 Fases⁶¹ de los talleres

La implementación del taller implicó tiempo, pero no sólo en el sentido físico del calendario, sino considerándolo como parte de un proceso de inmersión importante dado que, parte de la metodología de éste se fundamentó en la utilización de juegos y de observación participante para recabar la información necesaria.

Ahora bien, como el lector podrá darse cuenta en las siguientes líneas, algunas partes de la metodología fueron recortadas en cuanto al tiempo. Esto no constituyó ningún cambio sustancial en los resultados de la investigación dado que la metodología original estaba pensada para fomentar la lectura, proceso que requiere de mucho más tiempo que el estudio de la recepción. Por el contrario, aunque en la metodología original de Martha Sastrías de Porcel⁶² no se contempló lo que llamé *Prefase*, lo incluí considerando importante la existencia de un tiempo especial para introducirme en mi grupo de estudio. Así, el *Taller de periodismo para niños y niñas* quedó integrado de la siguiente manera:

Prefase

Ésta no se encuentra incluida en la metodología de Martha Sastrías. Sin embargo, considero, con base en mi experiencia con los grupos de infantes, que es necesario la existencia de una prefase que abarque dos o tres sesiones⁶³ de integración y conocimiento de los integrantes del grupo, así como de los medios de comunicación de masas.

⁶¹ Para ver las actividades específicas que se llevaron a cabo en cada una de las sesiones del Taller, así como los cuestionarios que se aplicaron, consulte el Anexo I, que se encuentra al final de este trabajo.

⁶² Martha Sastrías de Porcel. *Cómo motivar a los niños a leer*, pág. 19.

⁶³ Esto variará de acuerdo con las características de cada grupo.

OBJETIVOS

1. Conocer a todos los miembros del grupo.
2. Investigar la concepción de las niñas y los niños de los medios de comunicación de masas.

DESCRIPCIÓN

Sabré que se ha cumplido el objetivo cuando me consideren una persona que forma parte de su vida cotidiana en la escuela y se conozcan entre ellos; así mismo, cuando identifique lo que ellos consideran como medios de comunicación de masas.

Primera fase**DURACIÓN**

De acuerdo con la metodología propuesta por Martha Sastrías de Porcel, la primera fase debe abarcar de tres a cuatro meses como mínimo. Sin embargo, por motivos de límites de tiempo para mi investigación, la delimité a un mes y una semana, lo cual no altera los resultados se recordamos que la metodología de Sastrías fue pensada para fomentar la lectura, lo cual sí implica un tiempo mayor que el necesario para el estudio de la recepción.

OBJETIVOS

1. Indagar el consumo de medios por parte de las niñas y los niños.
2. Investigar las razones por las que las niñas y los niños de nivel primaria de la zona metropolitana leen o no leen el periódico.
3. Identificar la representación que las niñas y los niños tienen del periódico.
4. Identificar la representación que las niñas y los niños tienen de sí mismos.

DESCRIPCIÓN

Durante esta fase se organizaron diversas actividades lúdicas encaminadas a cumplir los objetivos anteriormente mencionados. Asimismo, como parte de alguna actividad se aplicó un cuestionario enfocado a explorar dichos aspectos.

Segunda fase**DURACIÓN**

En la metodología original no se estipula el tiempo de dicha fase, pero ocupé para desarrollarla un mes y medio.

OBJETIVOS GENERALES

1. Identificar la representación de las niñas y los niños de los suplementos.
2. Identificar las preferencias de las niñas y los niños por alguno de los suplementos.
3. Identificar la representación de las niñas y los niños de los tópicos de los suplementos.
4. Identificar las preferencias de las niñas y los niños por alguno de los tópicos incluidos en los suplementos.
5. Identificar las preferencias de las niñas y los niños por alguna de las formas del discurso utilizadas en los suplementos para niños, aplicado a géneros periodísticos.

DESCRIPCIÓN

Al igual que en la primera fase se organizaron actividades encaminadas a cumplir los objetivos anteriormente planteados. Como parte de estas actividades y con el mismo objetivo se aplicó un cuestionario.

Tercera fase**DURACIÓN**

Esta fase, al igual que la segunda tuvo una duración de mes y medio.

OBJETIVO

1. Recoger las propuestas que los propios niños y niñas hagan a cada uno de los suplementos.
2. Ajustar y enriquecer la propuesta de los talleres para el estudio de recepción de medios impresos.

DESCRIPCIÓN

Las técnicas fueron las mismas: actividades lúdicas y aplicación de cuestionarios, enfocados al cumplimiento de los objetivos antes mencionados.

Ahora bien, después de describir en general las fases del taller, ha llegado el momento de compartir algunos de los resultados que encontré en ésta que para mí fue una emocionante aventura.

CAPÍTULO IV. PRESENTACIÓN DE RESULTADOS

4.1 LOS NIÑOS Y LAS NIÑAS EN ACCIÓN

En este capítulo comparto con ustedes los resultados de la investigación. Traté de hacerlo de manera gráfica, de tal manera que el presente estuviera constituido más por imágenes que por texto, pues considero que es la mejor manera de comunicar mis hallazgos.

Dichos resultados se dividen en varios rubros:

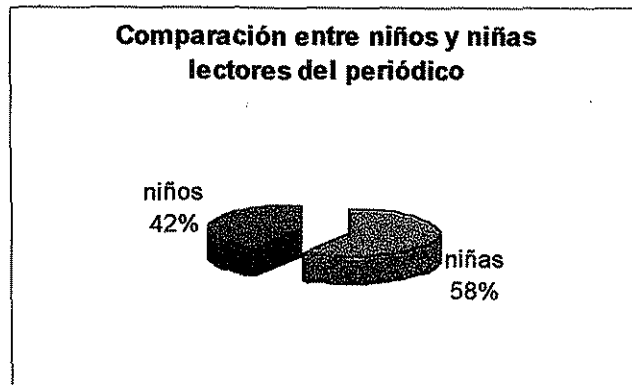
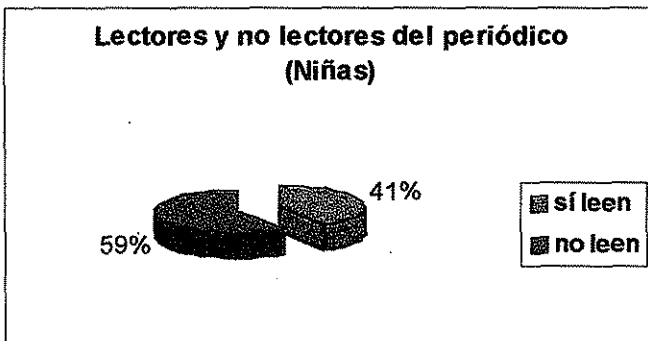
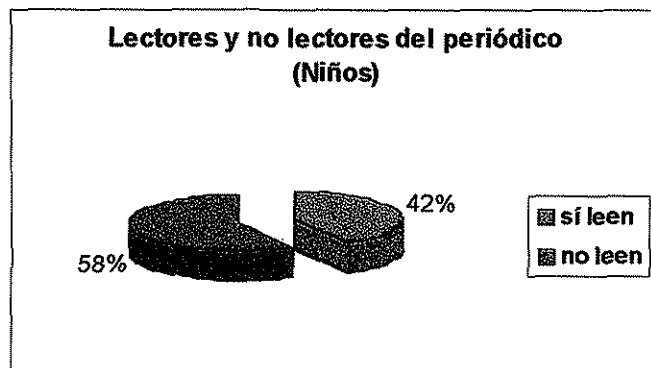
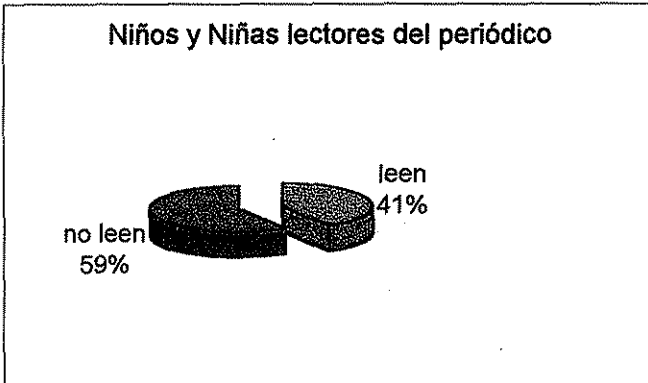
1. Consumo de medios y específicamente del periódico.
2. Preferencia por alguno de los suplementos.
3. Representación de las niñas y los niños de sí mismos.
4. Representación de las niñas y los niños del periódico.
5. Representación de las niñas y los niños de los tópicos de los cuales se les habla en el suplemento.

Cada uno de los rubros anteriormente mencionados se presentará ya sea en forma de gráfico o de mapa mental, dependiendo lo que se deba representar.

Después de la presentación gráfica expongo la interpretación de esos resultados, para posteriormente dar a conocer las conclusiones de mi estudio.

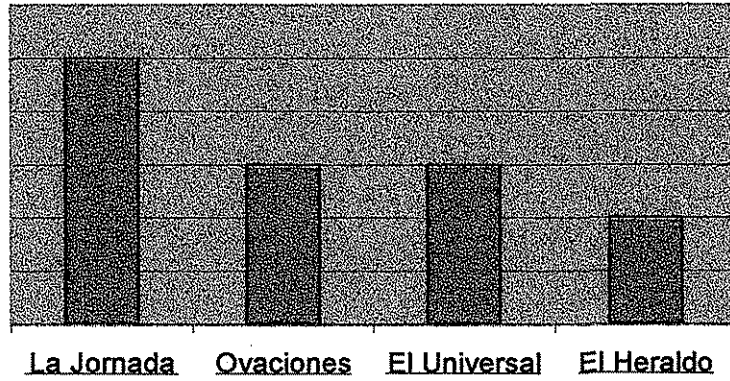
Finalmente, basándome en los resultados del estudio de licenciatura y del actual, expongo la caracterización general del periodismo para niños en el Distrito Federal, esperando que la información generada sea de utilidad para aquellos interesados en este tema o como catalizador para nuevas líneas de investigación.

4.2 Consumo de Medios

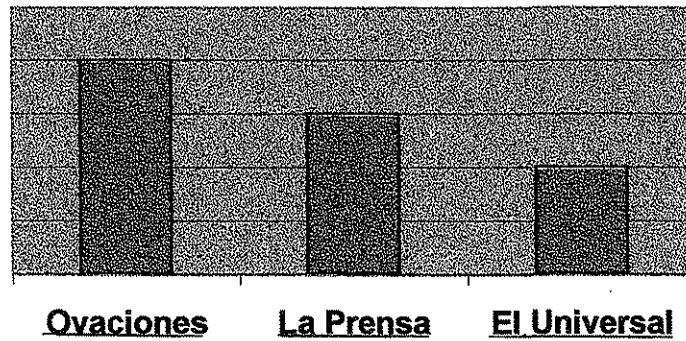


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

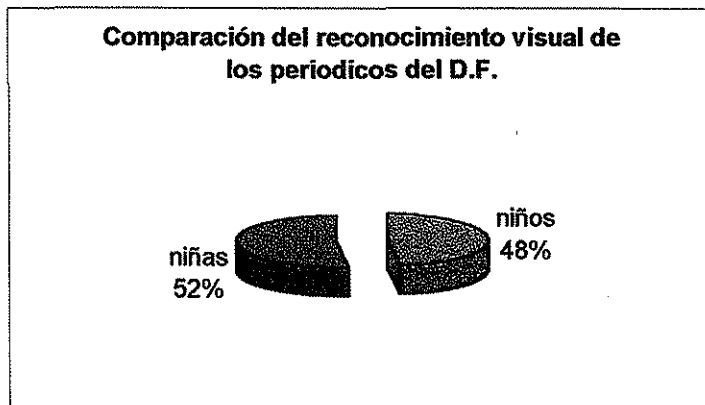
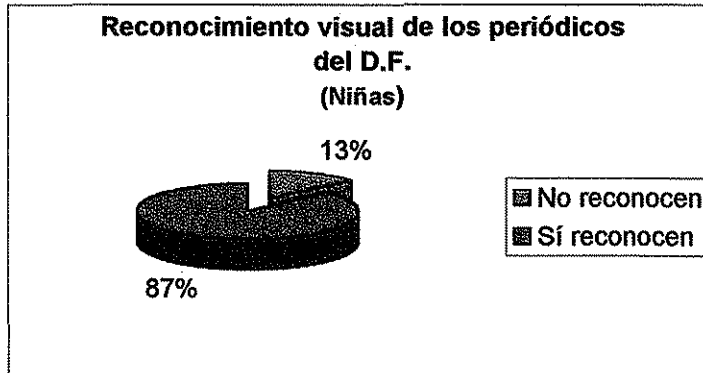
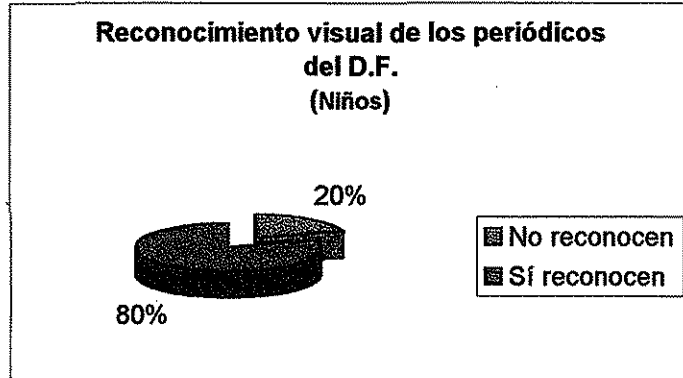
Periódicos más leídos por las niñas



Periódicos más leídos por los niños

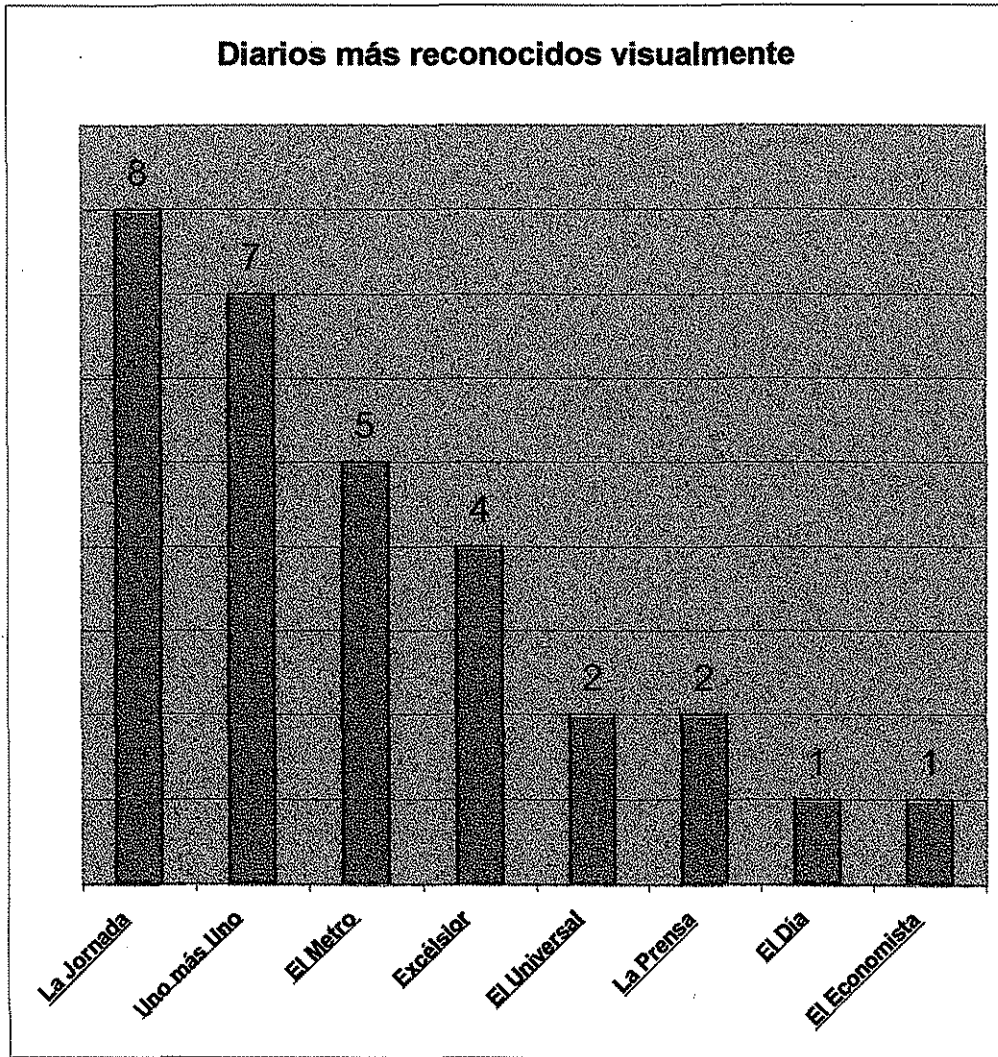


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



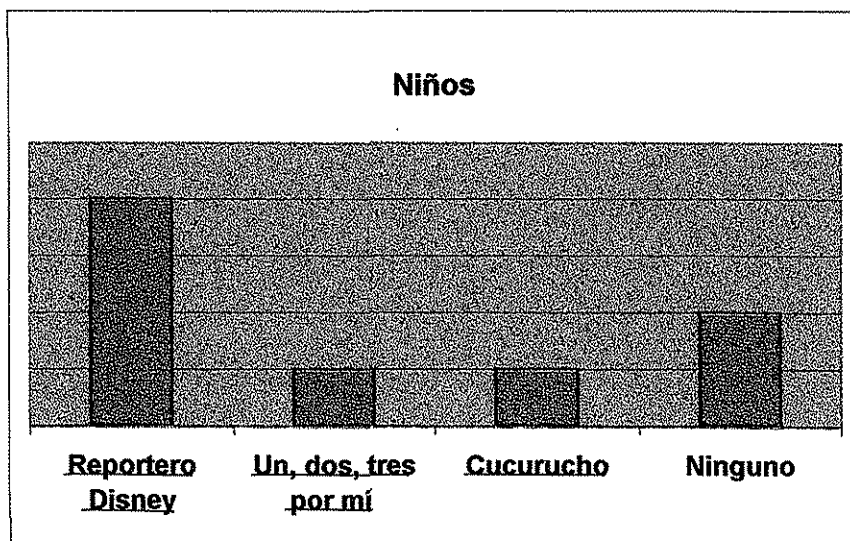
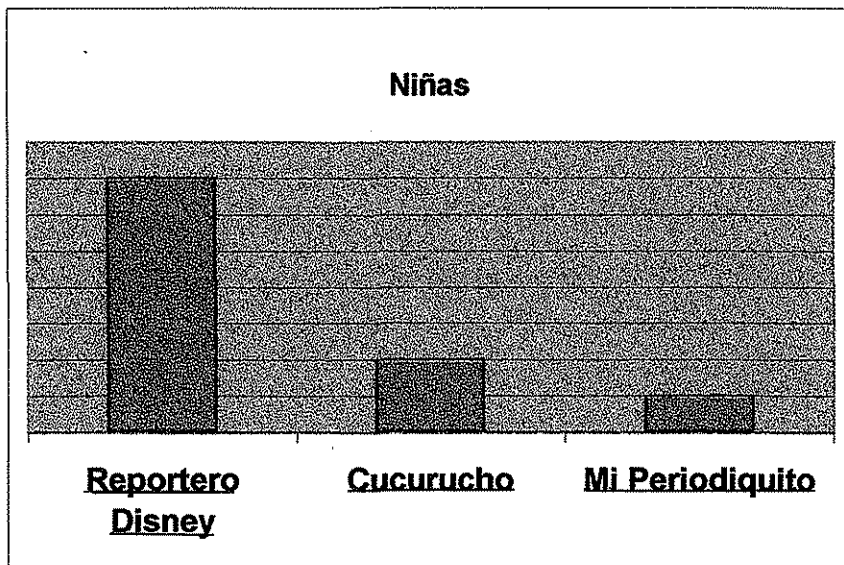
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Diarios más reconocidos visualmente



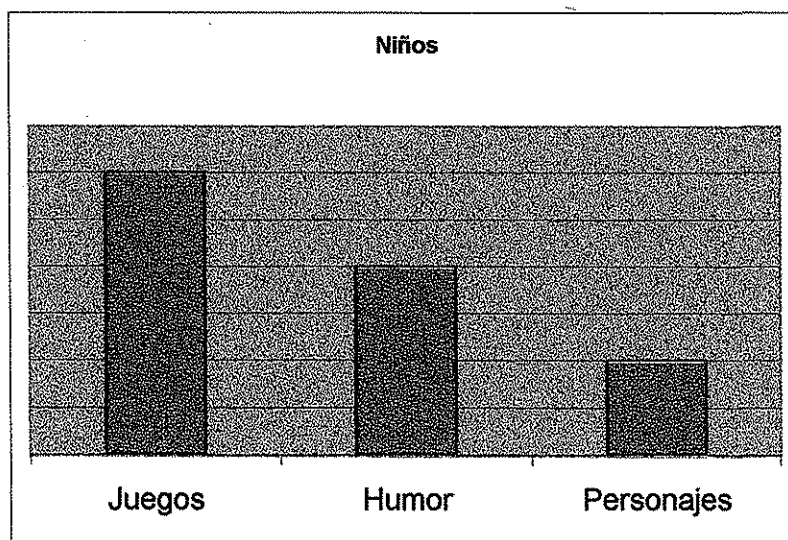
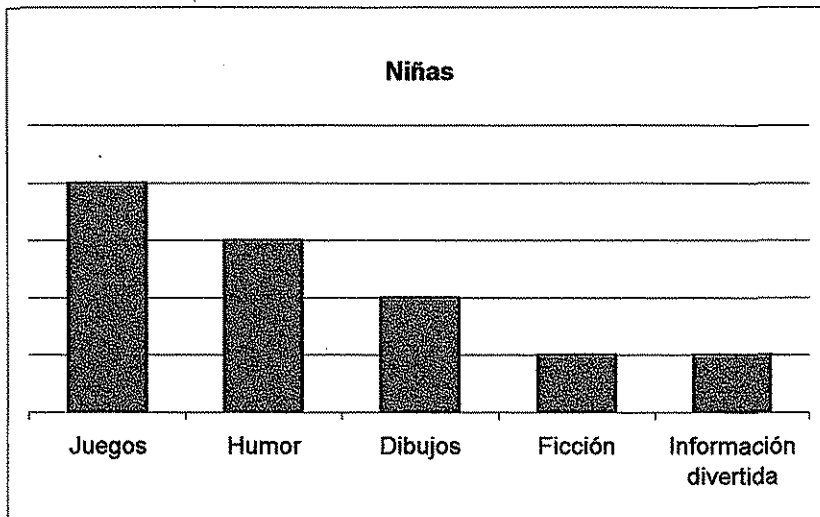
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.3 Preferencia por algún suplemento



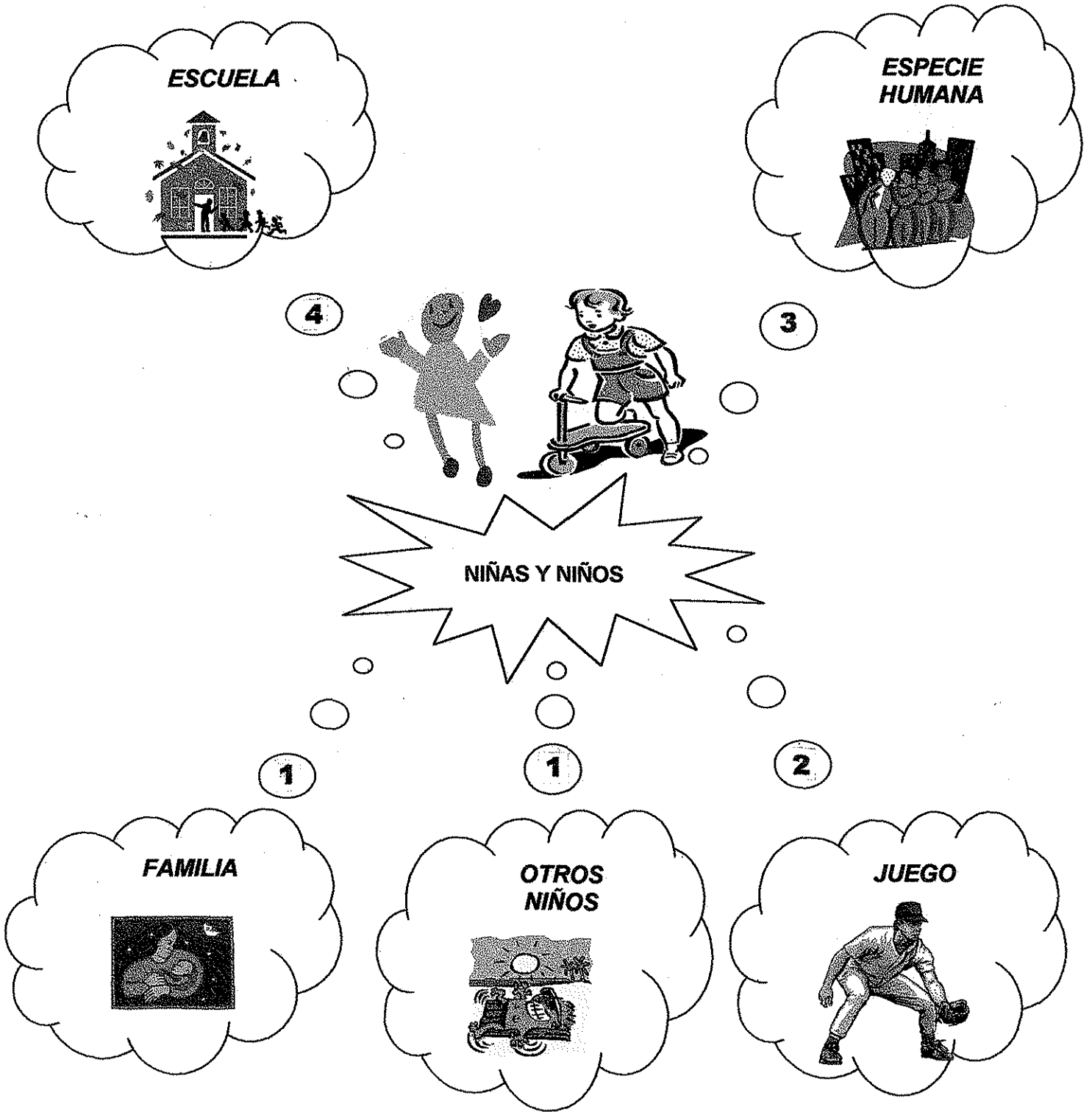
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.4 Razones de preferencia por algún suplemento



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.5 Representación de sí mismos



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.6. Representación del periódico

ESCUELA



NADA

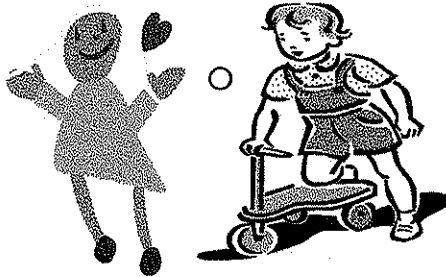
DISGUSTO
POR LA
LECTURA



2

1

3



1

2

1

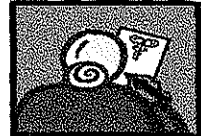
ABURRIMIENTO



MUNDO DE LOS
ADULTOS

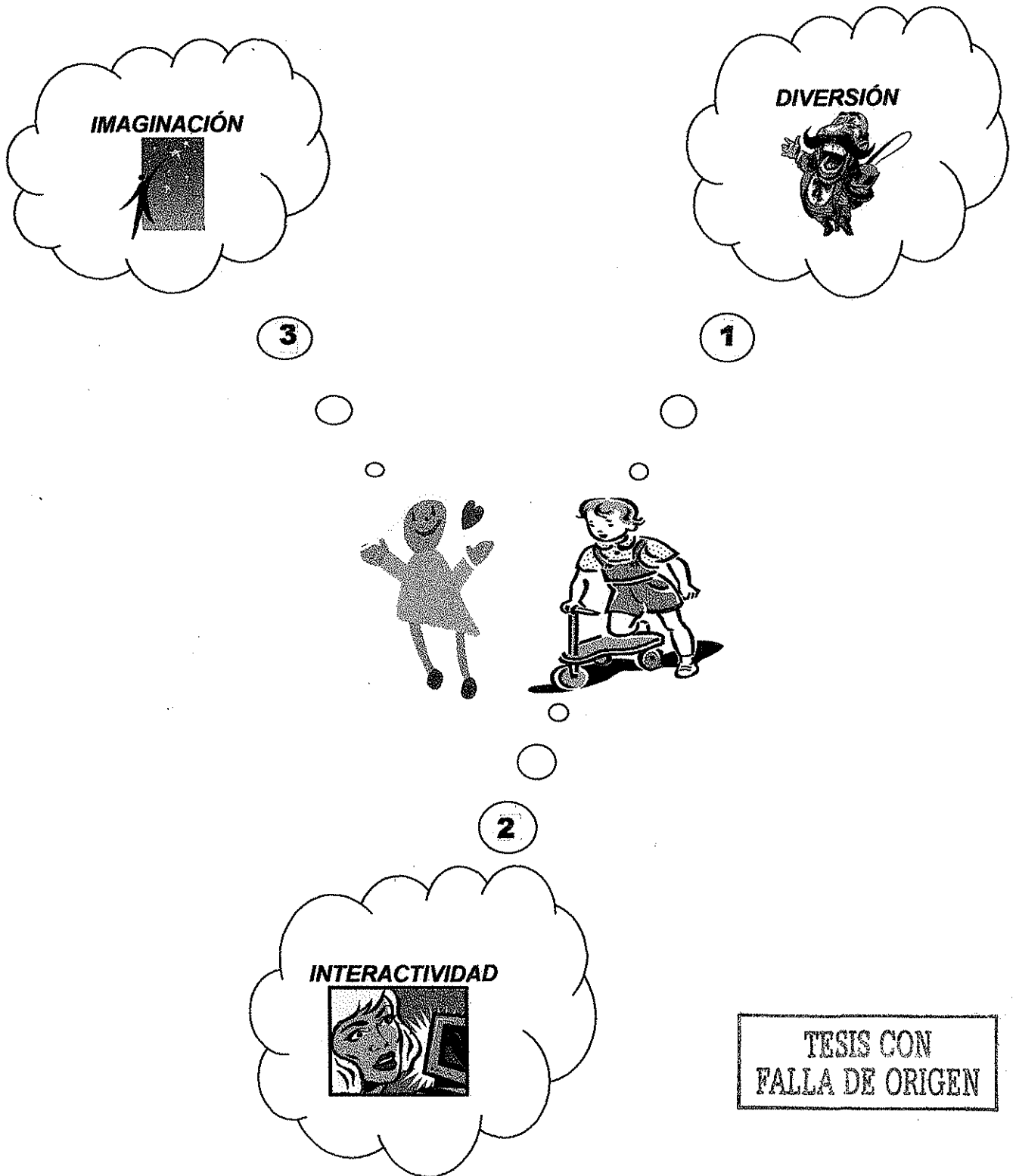


OBLIGACIÓN

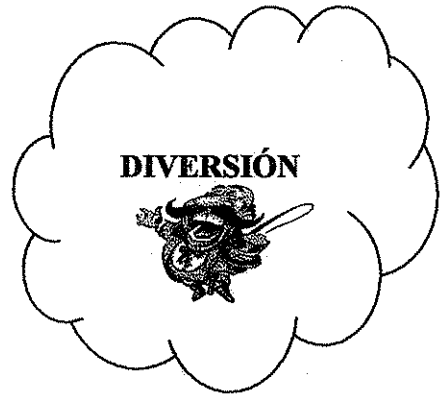
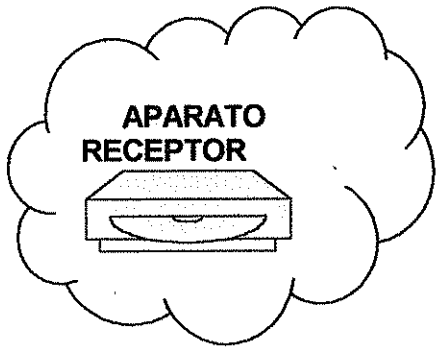


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.7 Representación de la Televisión

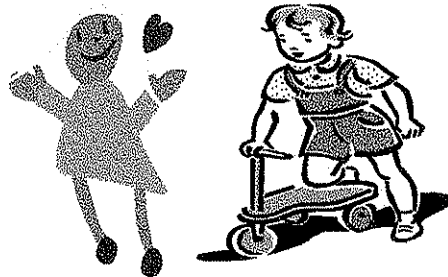


4.8 Representación de la radio

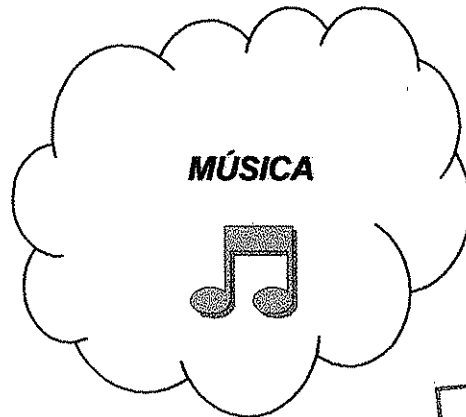


2

1



2



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

4.9 Representación de los tópicos del periódico



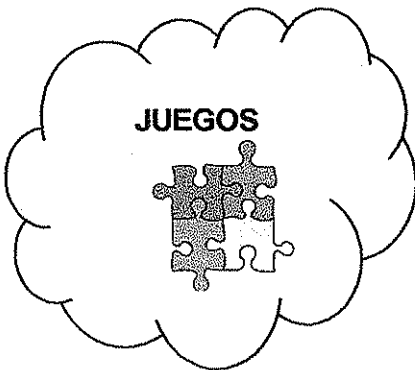
1

2



3

3

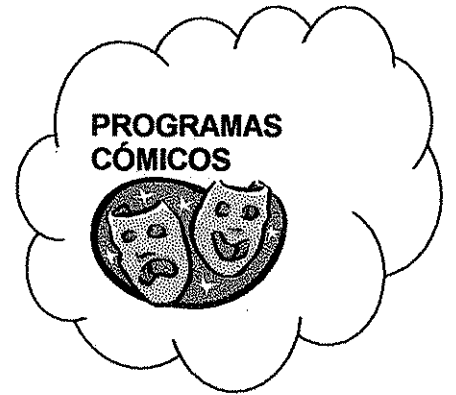


TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.10 Representación de los tópicos de la televisión



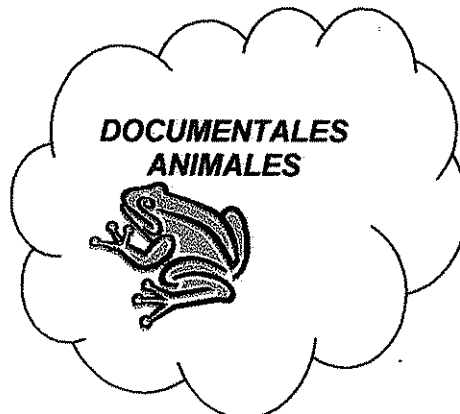
1



2

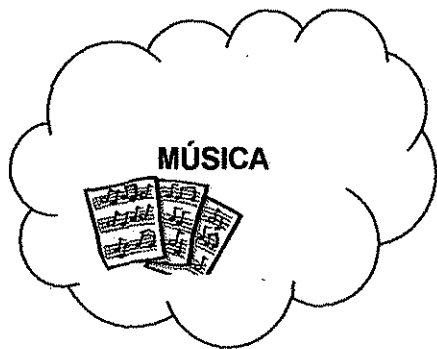


3



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

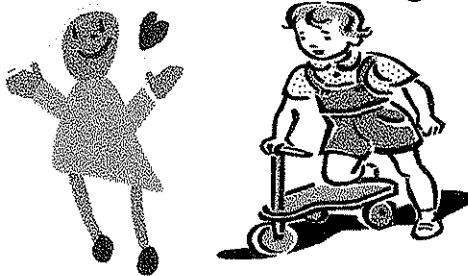
4.11 Representación de los tópicos de la radio



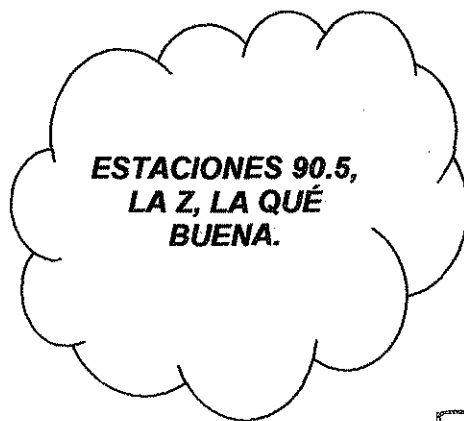
1



2

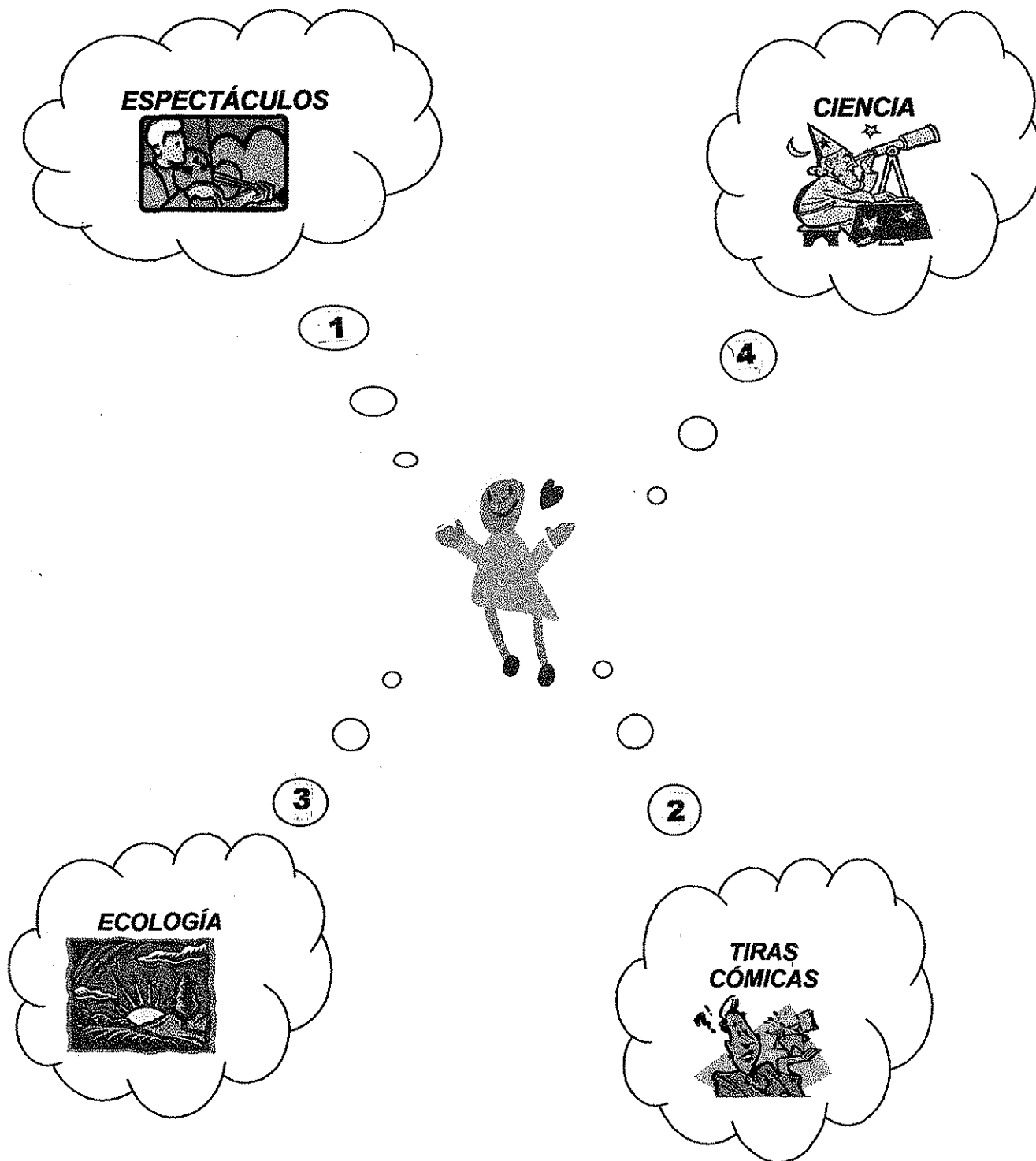


1



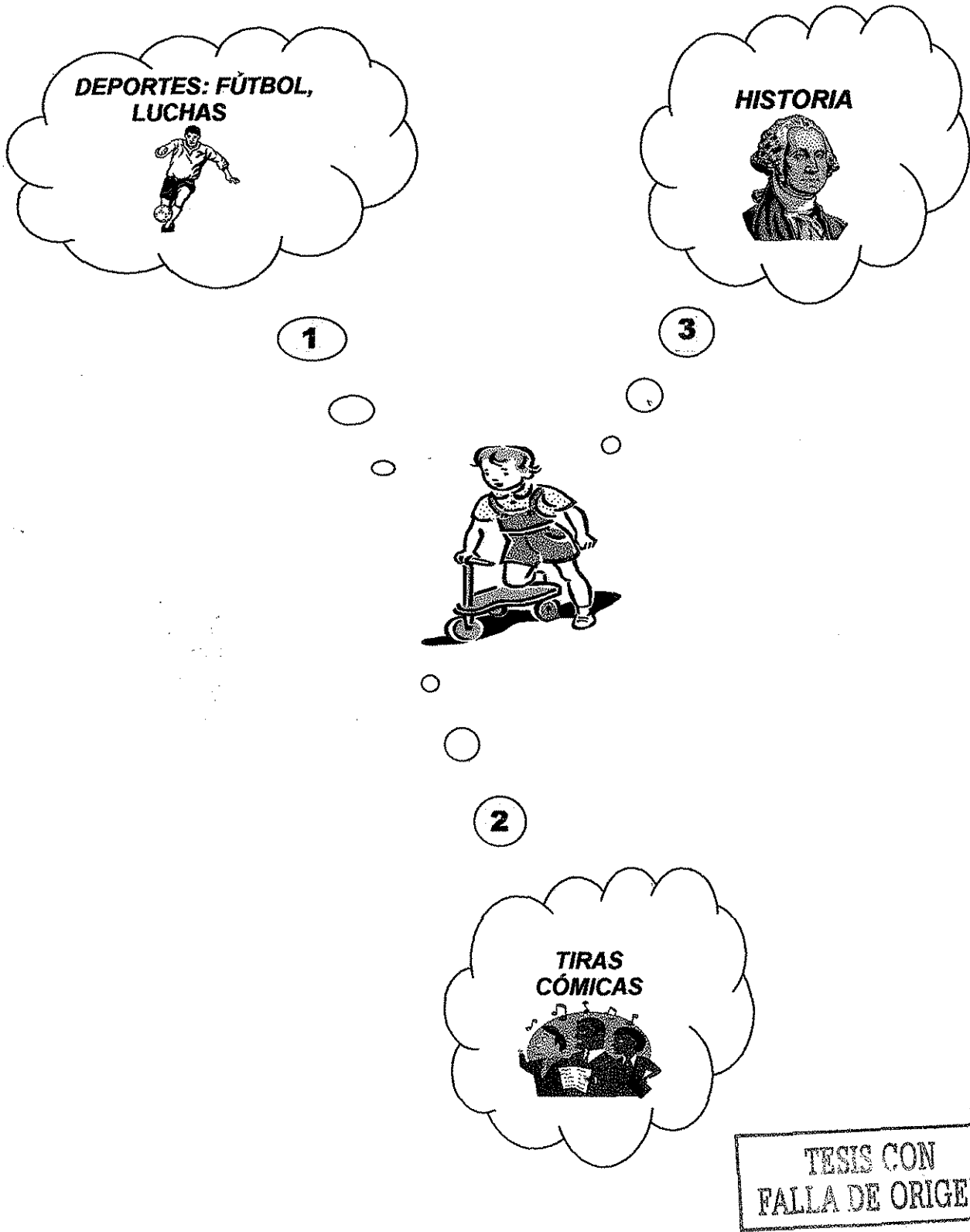
**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**

4.12 Preferencia de los tópicos de los suplemento (Niñas)



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

4.13 Preferencia por los tópicos de los suplementos (Niños)



4.14 Interpretación de los resultados

Durante los talleres, como se puede apreciar en lo anteriormente presentado, descubrí que los niños y las niñas de este grupo tienen una representación negativa de lo que es el periódico, lo cual constituye una razón sustancial de su desinterés, además de que no tienen acceso a este medio.

Al periódico se le asocia con aburrimiento, obligación y por supuesto escuela, con problemas que deben resolver las personas adultas. Este medio, por tanto, pertenece al mundo de los adultos y carece de atractivo para ellos, como se puede apreciar en el cuadro 4.6.

Lo anterior se contrapone a la representación positiva que tienen de los medios electrónicos. La televisión, por ejemplo la asocian con imaginación, diversión, interactividad; mientras que a la radio también con diversión y con la capacidad de poder manipular el aparato mismo, como lo muestran los cuadros 4.7 y 4.8.

Es decir, para este grupo, televisión y radio conservaron ese elemento de ficción sustancial en contraste con el mundo real del que da cuenta el periódico. Esto lo vemos aún más acentuado cuando se les preguntó evocativamente que era lo que se les venía a la mente cuando se decía televisión, radio o periódico.

En los dos primeros medios, además de las características antes mencionadas, en cuanto al contenido la mayoría de ellos hizo referencia a los tópicos. En el cuadro 4.7 se puede apreciar que de la televisión destacaron las caricaturas, los programas cómicos y documentales, específicamente de animales. En los tres, el elemento de fantasía está presente. Por su parte, cuando se les mencionó la radio los contenidos a los cuales hicieron referencia fueron un programa llamado "La Mano Peluda", género de terror, que aunque pretende emitir situaciones reales, tiene un sustancial contenido fantástico. (Ver cuadro 4.11)

Lo anterior contrasta con los contenidos a los cuales hicieron referencia en cuanto al periódico: nota roja, deportes, y en algunos casos juegos, como lo muestra el cuadro 4.9. La nota roja connota problemas y esto a su vez los lleva a afirmar que el periódico es un medio para los adultos.

Esto es trascendental, porque no solamente nos lleva a pensar que el periódico y con ello los suplementos que los adultos crean para los niños, es un medio impopular porque las niñas y los niños no tienen acceso a estos materiales, sino porque la representación negativa de los mismos les impide sentir atracción alguna, a menos que respondan a la necesidad de juego de los niños y niñas o se vincule con los contenidos de los medios de comunicación electrónicos.

Así el medio al que más tienen acceso y recurren es a la televisión y después a la radio. Aunque consideran al periódico como un medio de comunicación, lo cual no pasa con el cine al que no lo nombran dentro de esta categoría, no acceden a él con frecuencia.

Dicen acceder a él, pero a lo que en realidad se refieren es que los conocen no a que los leen. En el reconocimiento visual de los periódicos del D.F. sí hay una diferencia, aunque no muy grande, establecida por el género, como se puede apreciar en las gráficas del cuadro 4.2. Son más las niñas que los niños quienes reconocen visualmente estos materiales, pero no sólo ello. Son las niñas quienes nombran una mayor variedad de títulos, mientras que los niños citan generalmente los que tienen que ver con deportes y nota roja.

Uno más de los aspectos en los que se establece diferencias de género es en la preferencia por los tópicos. Mientras que las niñas se inclinan por temas en los que está el elemento de ficción romántico como las telenovelas o los espectáculos, los niños, con un toque más realista, se ven atraídos por temas como la historia o de acción como los deportes. (Ver cuadro 4.13)

Por supuesto, el reconocimiento por la preferencia a ciertos tópicos está ligado a la socialización dentro del grupo y éste es un elemento que no había considerado, pero que durante los *Talleres de periodismo para niños* salió a flote todo el tiempo. Aunque había niños interesados en temas como los espectáculos y niñas interesadas en los deportes, había una renuencia, sobre todo por parte de los niños a reconocerlo dentro del grupo.

Lo anterior lo atribuyo primeramente a la edad de los sujetos integrantes de este grupo, misma que Piaget caracteriza por la oposición de los géneros. Así, dar indicios de interés por el sexo opuesto o por los temas que estereotipadamente se les atribuye significa una

pérdida de virilidad. Frases como "eso es de viejas", o "es niña, es niña, le gustan la moconovelas", dichas durante los talleres y producto de la interacción generada por las actividades, lo demuestran.

Ahora bien, otro aspecto interesante es que las niñas y los niños de este grupo la apropiación de mensajes de otros medios, específicamente de la televisión. Esto puede verse desde las actitudes y palabras que adoptan en grupo, hasta los juegos que prefieren y por supuesto la preferencia por los tópicos que les ofrecen los suplementos. Serán más interesantes, entre más vinculados estén con el contenido que los medios electrónicos ofrecen.

Otro factor que interviene en la preferencia de los suplementos es la presencia de personajes que los niños reconozcan. Es el caso de *Reportero Disney*, suplemento al cual se acercaron inicialmente la mayor parte de los niños del grupo, en primera instancia por el personaje y después por una actitud de grupo que defino como "lo que hace la mano hace la tras".

Creo que Mickey Mouse, personaje principal de este suplemento refuerza en los niños su pertenencia al mundo infantil, pero no sólo ello; por ser una caricatura (pero no cualquiera) les confiere *status* ante sus compañeros y los remite al mundo de la fantasía y la imaginación.

Pero aunque ambos factores fueron indispensables para entender la recepción de estos materiales por parte de las niñas y los niños, el fundamental fue el juego, como se aprecia en el cuadro 4.4: al inicio prefirieron *Reportero Disney* por lo antes mencionado, pero momentos después regresaron para obtener uno distinto, ninguno en específico, sino aquel "que tenga juegos".

Esto es obvio si consideramos que en la infancia el juego es un elemento sustancial. Muy pocos recurrieron a ellos por historias o cuentos, aunque se dio sobre todo en las niñas, quienes estaban interesadas por historias de terror.

Las propuestas que hacen a los suplementos habla de la insatisfacción de los temas que éstos incluyen. Casi todos hablan de incluir mayor número de juegos y entretenimiento, así como contenidos que tengan que ver con ciencia e historia del país.

El desinterés por el periódico no sólo viene por la falta de hábito de lectura, sino como dije de la propia representación negativa del periódico frente a la representación positiva de los medios electrónicos. Una vez más esto se vio cuando decidieron hacer un programa de televisión, en el que las niñas inventaron historias de terror siguiendo el modelo del programa "Le temas a la oscuridad", mientras que los niños lo planearon de luchas.

En la elaboración del programa intervinieron las madres de familia, quienes guiaban, maquillaron y ayudaron con la escenografía. Los niños, aunque mostraron mucho entusiasmo no pudieron llegar a concretar su proyecto por falta de organización.

Lo anterior habla de una gran capacidad de los niños y las niñas no sólo para recibir materiales producidos por los adultos, sino para crear sus propios mensajes, por lo que después de elaborar este trabajo he reflexionado que lo importante es hacer que el periodismo para niños que tiene una loable labor, se vaya convirtiendo paulatinamente en periodismo infantil de niños y para niños, lo cual puede ser una opción para cambiar la representación que ellos tienen del periódico.

También se evidencia la necesidad de romper la discusión infructuosa de separar los medios de la escuela y empezar a aprovechar sus contenidos, ya cotidianos en la vida de las niñas y los niños para el desarrollo de su formación.

Asimismo, debe promoverse la complementariedad de los medios electrónicos con respecto de los impresos, de tal manera que el fomento de la lectura del periódico no debiera estar en conflicto con el empleo de la televisión, el radio o las nuevas convergencias tecnológicas como Internet.

CONCLUSIONES

Como el lector recordará el objetivo general de esta investigación fue estudiar el proceso de recepción de los suplementos para niños por parte de los infantes con quienes trabajé durante el periodo específico que llamé: Talleres de Periodismo para Niños y Niñas.

La interrelación de las actividades del Taller, mismas que se detallan en el Anexo I, fue fundamental, pues el empleo de la observación participante en cada una de las actividades (técnicas cualitativas), así como la aplicación de cuestionarios (técnicas cuantitativas), representó una estrategia útil no sólo para recopilar datos, sino para corroborar la constancia de las respuestas de las niñas y los niños a través del tiempo.

Así por ejemplo, si mi interés era indagar el consumo de medios, dos o tres actividades en diferentes fases estuvieron encaminadas a ello. Como cada uno de los datos recogidos en esta investigación cobró sentido a partir de la situación de comunicación (como la llama Grize) en la que se obtuvo, el contrastar la información enriqueció enormemente la validez de mi estudio.

Uno de los objetivos específicos de la investigación fue indagar el consumo de medio por parte de las niñas y los niños, de lo cual concluyo, con base en los datos obtenidos como previamente expuse, que las niñas y los niños consumen un mayor número de programas de televisión que de radio y por supuesto que de mensajes difundidos a través del periódico.

De aquí se evidenció la ausencia del hábito de la lectura del periódico entre las niñas y los niños con quienes trabajé. Así, como se planteó en uno de los supuestos iniciales de la investigación la principal razón por la cual no leen el periódico es porque no tienen acceso a él, pues en su casa los padres no lo adquieren y en la escuela tampoco se les fomenta el hábito de la lectura de este medio.

La segunda razón por la cual las niñas y los niños no leen el periódico es por la representación negativa que tienen de este medio de comunicación, que es distinta a la que tienen de los medios electrónicos. Mientras a la televisión y a la radio las asocian con **diversión, ficción, tiempo libre, e interactividad**, al periódico lo asocian con

aburrimiento, obligación, pasividad, realidad y problemas, considerándolo como parte del **mundo de los adultos**. Esto hace que muestren mayor interés por acceder a los medios electrónicos que a los impresos, específicamente al periódico.

Para la mayoría de los niños y niñas de este grupo, la idea de medio de comunicación se quedó en la televisión, el radio y el periódico. Sólo algunos nombraron el teléfono y la computadora. Ninguno nombró al cine. Lo anterior derivado del escaso o nulo contacto con este medio, derivado de las restricciones económicas a las que están sujetas sus familias, en las cuales, en su mayoría ambos padres trabajan como comerciantes independientes o empleados.

Ahora bien, la concepción de “lectores de periódicos” entre las niñas y los niños que dijeron leer este medio, está circunscrita a la revisión de secciones específicas como espectáculos en el caso de las niñas, y deportes en el caso de los niños, y los juegos e historietas en el caso de ambos.

Así, aunque en el supuesto inicial que guió mi investigación planteé que el género era uno de los factores determinantes para estudiar el proceso de recepción del periódico, específicamente de los suplementos, esta afirmación resultó parcialmente cierta. Es decir, si bien el género no determina el hábito de la lectura del periódico, sí influye en la manera de manipular los materiales, así como en las preferencias por ciertos tópicos y formas del discurso.

Mientras que las niñas comparten la recepción de los mensajes incluidos en los suplementos con otras actividades como platicar o jugar, los niños ponen atención sólo al discurso que ahí se les presenta, cuando les interesa, cuando no simplemente lo ignoran y sustituyen la actividad de lectura por jugar, especialmente juegos de contacto físico o de mesa. Es decir, las niñas ejecutan actividades suplementarias, mientras que los niños enfocan su atención completa a las actividades de recepción o la sustituyen.

Con respecto a los tópicos, las niñas se inclinan por temas como las telenovelas, espectáculos, ciencia o ecología, mientras que los niños prefieren los temas que hablen de deportes, entre los que destacan el fútbol, las luchas y acontecimientos históricos. Estos son los temas que reflejan en su elaboración discursiva en grupo, aunque hay

tópicos que también les llaman la atención pero que no reconocen por considerar que son tópicos específicos de género. Es decir, las niñas, en sus conversaciones cotidianas en el aula mencionan elementos que delatan su gusto por temas como las telenovelas o los cuentos de terror, pero no lo aceptan pues consideran que el gusto por estos tópicos dañan su imagen viril.

Asimismo, existe una diferencia marcada por el género acerca de la preferencia por la forma del discurso que se utiliza para presentarles esa información, determinada por el género. Mientras que las niñas prefieren la narración a través de cuentos y relatos periodísticos, los niños se inclinan por la forma expositiva y esquemática.

Otro de los aspectos en el cual influye la diferencia de género es en la forma de interacción en el momento de la recepción de los suplementos, misma que es grupal (sólo algunos prefieren leer solos, es el caso de los estudiantes excluidos del grupo por factores socioeconómicos) y significativamente dividida por géneros.

Por lo tanto, las formas de interacción están guiadas por su naturaleza infantil y por la apropiación que han hecho de los mensajes massmediados por otros medios como la televisión.

Es decir, aunque desde el inicio de esta investigación se planteó que lo que se llevó a cabo fue un estudio de recepción debido a que se enfocaba, como lo establece John Thompson en un momento y en un espacio determinado (Talleres de Periodismo para Niños y en el aula escolar) y no uno de apropiación, lo cual implica un estudio de la internalización de los mensajes de los medios más allá del contexto de recepción inmediato: juegos, familia, vida cotidiana, etc; al estudiar el proceso de recepción se evidenció en las niñas y niños con quienes trabajé un grado importante de apropiación de los mensajes televisivos, misma que se manifestó en sus juegos e incluso en la interacción con los suplementos al elegir, inicialmente, aquél que en su contenido tuviera mayor relación con los contenidos de los medios electrónicos, específicamente la televisión.

Aquí el suplemento sólo funciona como el detonante que establece un tópico, internalizado previamente y provoca formas de interacción que implica competencia por acceder a los programas o por comportarse como ciertos personajes.

En esta competencia, más importante que el factor género resulta el capital económico, componente inicial de mi supuesto de investigación, que en este sentido sí es determinante, de tal manera que, en la jerarquía del grupo quien tiene acceso a opciones de televisión de paga tiene mayor reconocimiento por parte de los integrantes, pero quien no tiene acceso a ésta corre el riesgo de ser excluido del mismo.

Por lo que respecta a la representación que tienen de sí mismos los niños y las niñas tiene que ver con el diferente conjunto de sus pertenencias. La mayoría, se reconoce en primer lugar como un individuo con características propias y distintivas a la de los otros, es decir, reconoce su pertenencia a la especie humana; después como parte de un familia; posteriormente como parte de la comunidad infantil en donde el juego ocupa un lugar preponderante y, finalmente, como parte de la comunidad escolar.

Esta representación de sí mismos incluye la referencia a actividades que les gusta realizar, es decir su representación es siempre en razón de su pertenencia o de su preferencia. La actividad principal en cuanto a preferencias es el juego y luego se divide por género. Las niñas prefieren actividades como ver la tele y dibujar, mientras que los niños prefieren ver o jugar fútbol. En esta representación de sí mismos sólo incluyen a la televisión o al radio como el que aporta música en sus contenidos o como el aparato que ellos son capaces de manejar. El periódico no está presente en su representación de sí mismos, lo cual puede llegar a ser un elemento explicativo de por qué las niñas y los niños no lo leen.

Ahora bien, la representación que tienen del suplemento está muy ligada a lo que piensan del periódico. Sólo tienen la idea de que es algo novedoso y creado para ellos, pero en general prevalece la idea que lo escrito es aburrido en tanto no tenga elementos como juegos o humor mediante caricaturas. En ello influyó, por supuesto, de manera sustancial el hecho de desconocer inicialmente estos materiales.

Asimismo, la representación que los niños tienen de los temas de los suplementos está ligada a su concepción del periódico como algo perteneciente al mundo de los adultos, por lo que lo vinculan al aburrimiento, a la obligación y a la imposición, salvo en los que tocan temas que les interesan, como historietas y juegos.

En cuanto a la preferencia por los suplementos, la mayoría de las niñas y los niños eligieron en primera instancia el suplemento *El Reportero Disney*. Lo anterior debido a la popularidad que tienen estos personajes entre ellos. Específicamente *Mickey Mouse* funciona como un símbolo que crea un sentimiento de pertenencia al mundo infantil. Dicha preferencia fue momentánea. Lo anterior no se explica como un proceso de hibridación de culturas producto de la globalización, sino como un proceso de incorporación de esquemas nuevos a los anteriores (proceso de anclaje) que se ha intensificado por la globalización, pero que incluso existe antes de ella.

El elemento fundamental que realmente determinó la verdadera preferencia de los niños por alguno de los suplementos sin importar el género fue la presencia de juegos, en primer lugar, y de historias, en segundo lugar, en sus contenidos.

Ahora bien, el supuesto inicial de que los tópicos incluidos en los suplementos no satisfacen a los niños y a las niñas con quienes trabajé, resultó ser cierto. Esto se demostró porque las propuestas que hicieron en general se enfocan a la inclusión de nuevos temas, entre ellos: higiene personal, lugares turísticos, nutrición, acontecimientos históricos, entre otros; mismos que casi ningún suplemento desarrolla.

De la aplicación de todas las técnicas puedo concluir que el *Taller de Periodismo para Niños y Niñas*, resulta útil como estrategia para estudiar el proceso de recepción de los materiales impresos, haciéndole las modificaciones pertinentes según sea el caso. De la presente experiencia puedo decir que lo que debo perfeccionar es:

- a) El Taller idealmente requeriría la presencia de más observadores debidamente preparados (de otras especialidades como psicología o pedagogía) con el objetivo de ampliar la información obtenida mediante observación participante y sobre todo, para obtener un punto de vista interdisciplinar.

- b) Aunque en mi investigación la limitación del tiempo no afectó los resultados de la misma, creo conveniente dar más sesiones en las que ciertos aspectos puedan ser desarrollados con mayor cuidado.
- c) Sería conveniente revalorar la posibilidad de grabar todas las sesiones, con el objetivo de enriquecer la información, pero sin perder de vista el sesgo que en el comportamiento de los integrantes del grupo esto puede generar.
- d) Creo necesario, para efectos de otro estudio, agregar otra etapa en la que una vez que los integrantes del grupo se familiarizaron con los suplementos, se averigüe la apropiación de sus contenidos. Para ello sería necesario emplear observación no participante idealmente durante momentos cotidianos como en su casa o en la hora del recreo. Sin embargo, como las posibilidades de ingreso al núcleo familiar están altamente restringidas, esto podría sustituirse por un cuestionario a los padres combinado con entrevistas a profundidad para conocer su *background* y establecer relaciones con el comportamiento de sus hijos.
- e) También sugiero la inclusión de una etapa en la que los niños y niñas puedan crear su propio periódico con el objetivo de observar de qué manera plasman la apropiación de otros contenidos.

Concluyo también que hay una necesidad por convertir al periodismo para niños en un periodismo realmente infantil de y para los niños y niñas, pues no son el futuro del país, sino su presente, un presente lleno de inquietudes, pero sobre todo de necesidades, entre ellas de expresión, a las que se les debe dar respuesta en estos momentos a través de propuestas concretas, para que se pase de la demagogia electoral al mejoramiento real de sus condiciones de existencia.

APÉNDICE

Una última reflexión: Caracterización del periodismo para niños en el D.F.

Después de haber ofrecido las conclusiones pertinentes del estudio, en este apartado ofrezco una reflexión que va encaminada a decir cómo es el periodismo para niños en el D.F. hoy en día, desde la producción y desde el reconocimiento, basándome en el estudio hecho en licenciatura y en el que hoy concluyo.

El periodismo para niños hoy

Un poco de historia...

Remitirnos a la historia es inevitable, porque sólo mediante el conocimiento del pasado, el ser humano puede entender su presente y prevenir su futuro; es por ello que me remonto hasta el S.XIX., época en la cual se tiene noticia del surgimiento de las primeras publicaciones para niños con la aparición del *Diario de los Niños* (1839-1840), dirigido por Wenceslao Sánchez de la Barquera e impreso por Vicente García Torres.

A partir de 1870 proliferaron estas ediciones, que se imprimieron tanto en la capital como en la República. Agrupaciones educativas como la Sociedad Lancasteriana o la Sociedad de Enseñanza Popular patrocinaron varios títulos; algunos de los cuales se distribuían gratuitamente entre los escolares de escasos recursos.

Éstas iniciaron como un complemento a la enseñanza escolar. "Las revistas y los periódicos destinados a la infancia proporcionaban recreación informativa, con el propósito de imbuir en los menores el amor a la patria, el respeto a todas las personas y dedicación al estudio y al trabajo."¹ Por lo tanto, siempre estuvieron dirigidas por educadores entre quienes destacan: José Rosas Moreno, Idelfonso Estrada Zenea, Aurelio R. Oviedo y S. Enríquez de Rivera. Cabe señalar que el contenido de algunas publicaciones se incluían escritos de diversa índole enviados por los lectores.

Entre las publicaciones más destacadas del S. XIX podemos mencionar: El *Diario de los niños* (1839-1840), editado y dirigido por Wenceslao Sánchez de la Barquera y de

¹ Irma Lombardo y María Teresa Camarillo. La Prensa Infantil de México (1839-1984), pág. 1.

periodicidad semanal; *La Enseñanza* (1870-1876) editado por N. Ch, quincenal; *El Correo de los niños* (1872-1883) editado por Miguel Quezada; *Biblioteca de los niños* (1874-1876) editado por Alfredo Bablot y Román Araujo, redactor en jefe, Santiago Sierra, quincenal; *El Educador Práctico Ilustrado* (1886) dirigido por S. Enríquez de Rivera, quincenal; *El Escolar Mexicano* (1888-1889) editado y redactado por Alberto Correa, semanal; *El Camarada* (1888-1890) editado por J. Ballezá, semanal y el *Niño Mexicano* (1895-1896) editado por Ramón Rabasa y dirigido por Victoriano Pimentel.²

Aún en el siglo XX subsistió el interés por elaborar publicaciones periódicas para niños. Desde 1916³ los diarios capitalinos iniciaron la producción de los suplementos dominicales para los pequeños o bien destinaron páginas para propiciar su participación a través de convocatorias para concursos de dibujo o para la elaboración de cuentos por los propios niños y niñas.

Entre los periódicos diarios capitalinos que se interesaron en producir contenidos para niños estuvieron: *El Nacional* de Gonzalo Parra, *El Demócrata*, de Rafael Martínez, *El Universal* de Félix Palavicini y años después *Novedades* de Ignacio F. Herrerías.⁴

Fue aproximadamente hacia el año de 1925, cuando reaparecieron las publicaciones periódicas de carácter independiente u oficial dedicadas exclusivamente a niños y niñas. Algunas se denominaban periódicos, otras revistas, pero "todas ellas con propósitos formativos y de esparcimiento"⁵ Entre algunos podemos mencionar a *Aladino* 1933, publicación independiente y a *Chapulín*, 1943, editado por la Secretaría de Educación Pública.

Hacia 1974 inició un nuevo auge en la aparición de publicaciones para niños, pero esta vez, con carácter de suplemento pues se encartaban en algún diario perteneciente a la gran prensa industrial. Así surgieron *Mi Mundo* del *Universal*, *El Heraldo Infantil* de *El Heraldo de México*, *El Sol y los Niños* de *El Sol de México* y *Mi Periodiquito* de *Novedades*. En 1975 surgió *Amigos de Ovaciones* del periódico *Ovaciones*.

² *Ibidem* págs, 5-11.

³ *Ibidem* pág. 13

⁴ Gloria Magaña. *Periodismo Infantil en México*. Tesis de Licenciatura CSC, FCPyS, pág, 58.

⁵ Irma Lombardo y María Teresa Camarillo. *Op cit.* pág, 13.

De los anteriormente mencionados desaparecieron *Mi Mundo* y *El Heraldo Infantil* por la crisis del papel y la falta de apoyo publicitario necesario para financiarlos. *El Sol y los Niños* suspendió su aparición y reanudó en 1980 con el nombre de *Asteroide* y luego en 1992 salió a la luz *El Sol de México para Niños*, desapareciendo en 1996 por falta de apoyo económico. En cuanto a *Amigos de Ovaciones*, también se dejó de publicar por las razones antes mencionadas y *Mi Periodiquito* dejó de salir "por causas ajenas a su voluntad."

Hacia 1987 nació *La Jornada Niños* y fue el único suplemento encartado en uno de los diarios pertenecientes a las grandes empresas periodísticas del D.F., hasta 1992, año en el cual surgió *El Sol de México para Niños*, mismo que sucumbió por falta de apoyo económico en 1996. En este mismo año resurgió *Mi Periodiquito* de Novedades, en su segunda etapa.

Los suplementos para niños hoy

Pero indudablemente los años cruciales para el periodismo para niños actual fueron 1997, 1998 y 1999. En el primero sucumbió *La Jornada Niños*, pero nació *Cucurucho*, una publicación para niños que tuvo primeramente el carácter de suplemento por encartarse en *El Universal*, pero que es producido por una empresa independiente llamada Distribuidora de Medios.⁶

Hacia 1998 se publicaron *Gente Chiquita*, de *Reforma*; *Reportero Disney*, de *El Heraldo de México* y *Un, dos tres por mí y por todos mis compañeros*, el nuevo material de *La Jornada*. Para 1999 surgieron dos nuevos suplementos: *Ovaciones para los Niños* del periódico *Ovaciones* y *Niños Universal* del periódico *El Universal*.

De tal manera que hoy en día contamos con siete opciones en el mercado, lo que deja ver que el interés de las empresas periodísticas por producir este tipo de materiales va en aumento.

⁶ Actualmente ya no se encarta en *El Universal*, sino que se distribuye en *Mc Donalds*.

¿CÓMO SON?⁷

La mayoría de los suplementos para niños se caracterizan por tener un diseño atractivo. El de *Reportero Disney* es el que cumple mejor con las condiciones que debe cumplir cualquier publicación dirigida a niñas y niños, pues el uso del color, así como la distribución del discurso en columnas no cuadradas lo hace más atractivo.

En cambio, *Mi Periodiquito*, aunque emplea el color como un elemento para realzar sus contenidos, distribuye el discurso de manera muy cuadrada, por lo que se ve acartonado. En *Gente Chiquita* se usa el color en los anuncios y en ocasiones el contenido se presenta blanco y negro, por lo que éste se ve opacado por la publicidad. Por su parte *Cucurucho* hace abuso del color en su diseño, que en ocasiones es tan cargado que dificulta la legibilidad del texto.

Finalmente, *Un, dos tres por mí y por todos mis compañeros* es un material que no tiene en cuenta que las niñas y los niños están inmersos en un mundo predominantemente visual, por lo que el empleo del color, así como de un diseño no cuadrado es vital. Su estilo blanco y negro lo opaca con respecto a los demás. *Un, dos, tres por mí y por todos mis compañeros* presenta otro problema de diseño. Hay un desperdicio enorme de espacio pues la letra y las ilustraciones son demasiado grandes, lo cual demuestra la falta de contenido.

SU DISCURSO⁸

En los suplementos para niños del D.F. el relato es la forma del discurso característica inmersa generalmente en la crónica o en el cuento. En su discurso lo aspectos fantástico y el lúdico son vitales, pues aunque se presentan situaciones reales se auxilian de personajes ficticios, así como de juegos y actividades para llamar la atención de los lectores.

El periodismo para niños y niñas del D.F. tiene como objetivo principal a través de la presentación de su discurso mostrarles a los pequeños cómo es su mundo inmediato, es

⁷ Estas son las conclusiones a las que llegué después de hacer un estudio morfológico de estos materiales, basándome en la metodología propuesta por Jacques Kayser en su obra *Estudios de Morfología y Prensa Comparada*.

⁸ Este apartado se construyó después de realizar un análisis de las formas del discurso de los suplementos, basándome que Teun A. Van Dijk desarrolla en su obra *Texto y Contexto: Semántica y Pragmática del discurso*.

decir, nombrarles cosas para lo cual se recurre además del relato, como lo dije previamente a la exposición y a la descripción.

Su discurso está construido con el propósito comunicacional de enterar a los pequeños lectores de las situaciones, nombres de los objetos, lugares, animales, etc; por lo que no se recurre a los géneros de opinión con excepción de *Mi Periodiquito* cuyos objetivos fueron formar conductas o dirigir actitudes en la vida cotidiana de niños y niñas.

EL LENGUAJE

En cuanto al lenguaje que utilizan, por lo general es claro y sencillo, aunque en los crucigramas de *La Jornada Niños*, cuando existía, esta condición no se cumplía. Es predominantemente de tipo informativo, pues se da a conocer distintos referentes. Se utiliza también como un recurso para dar instrucciones o fomentar la venta de algún producto. Así el lenguaje escrito, pero sobre todo visual, es el recurso de comunicación principal en estos suplementos.

LOS TÓPICOS

El tópico prioritario en la mayoría de los suplementos es el entretenimiento. Así encontré actividades, juegos, tiras cómicas etc. Sin embargo el tratamiento fue distinto. En *La Jornada Niños*, por ejemplo, el entretenimiento siempre iba acompañado de información útil para niñas y niños; de esta manera a través de alguna actividad o juego se daban datos del contexto político nacional o mundial, de algún animal o de cosas o situaciones de su vida cotidiana. En *El Sol de México para Niños*, *Mi Periodiquito* y *Un, dos tres por mí y por todos mis compañeros*, se siguió la misma línea, pero en menor medida. En cambio, en *Gente Chiquita*, *Cucurucho* y *Reportero Disney* el entretenimiento estuvo enfocado casi siempre a vender ya sea un producto, una idea o los contenidos de los medios de comunicación electrónicos, especialmente de la televisión. Específicamente En *Gente Chiquita* se promueven los contenidos de los programas de la televisión por cable. *Cucurucho* sujeta sus contenidos y actividades a sus patrocinadores y anunciantes y *Reportero Disney* a las necesidades de promoción de la empresa de *Walt Disney*. Así pues, los suplementos se caracterizan por ser de dos tipos: aquellos que se desarrollan tópicos de entretenimiento-informativos y los de entretenimiento-comerciales.

Otro aspecto en cuanto a los tópicos de los suplementos para niños y niñas del Distrito Federal es que no establecen un vínculo entre el texto y el contexto inmediato político, social, económico y cultural, del país o del mundo. A excepción de La Jornada Niños y de Un, dos, tres, por mí y por todos mis compañeros, los demás se olvidaron de este aspecto, aunque sí atendieron el contexto entendido como el espacio y el tiempo en el que vivimos, lo cual se reflejó en los tópicos que además del entretenimiento incluyeron en su discurso, tales como ecología, computación, ciencia y cultura.

Luego entonces, de lo anterior se puede afirmar que el discurso presentado en los suplementos para niñas y niños del D.F. difiere sustancialmente del que se presenta en el diarismo, e incluso rompe con la concepción del periodismo clásico, en el cual es condición fundamental la presencia de la novedad, pero sobre todo de la oportunidad de lo que se expone.

Una de las condiciones inherentes a la concepción tradicional del periodismo es su característica de verdad que implica la existencia real de los hechos y de los personajes que participan en ellos. El periodismo para niños y niñas en el D.F. rompe también con esta condición ya que basa su discurso en el aspecto fantástico, pues aunque presenta situaciones reales se auxilia de personajes y situaciones ficticias para llamar la atención de los lectores.

El aspecto lúdico es atendido por todos los suplementos para niños del D.F. como un recurso para hacer más atractivo cada uno de los materiales, así como para propiciar la identificación de niños y niñas con el material, lo cual no sucede con el discurso del diarismo.

SU AUDIENCIA

Actualmente, en las redacciones no cuentan con un archivo o un banco de datos organizado en el que identifiquen a los lectores, por ende, no poseen un perfil de audiencia.

Es decir, en el caso de los suplementos para niños no podemos hablar de lectores identificados, sino de un proceso en el cual a penas se están formando. Lo anterior resulta lógico si pensamos que los materiales son de reciente creación y compiten con los medios

de comunicación electrónicos y con la representación que las niñas y los niños tienen de ellos.

Los únicos datos con los que se cuenta de posibles lectores de los suplementos fueron aportados por un estudio denominado Generaciones, elaborado por el Departamento de Investigaciones Globales de *Cartoon Network*, cuyos resultados fueron publicados en el periódico *El Financiero* el viernes 17 de marzo del 2000.

De acuerdo con dicho estudio sólo el 4% de las niñas y los niños mexicanos leen algún diario, 36% ven televisión, 51% escuchan la radio y 6% leen comics o revistas.

Sin embargo, con base en el estudio actual puedo decir que a los niños y las niñas del grupo con el que trabajé no estuvieron satisfechos por los tópicos ofrecidos y el tratamiento de los mismos que los adultos hacen mediante el periodismo para niños.

No pretendo reducir el papel de los adultos o del periodismo para niños en el Distrito Federal, por el contrario lo considero un trabajo loable y lleno de posibilidades; lo que pretendo es destacar el papel de las niñas y los niños como sujetos capaces de actuar y aportar ideas que con un poco de ayuda puedan materializar por este medio, para que el periodismo para niños se convierta en un periodismo realmente infantil, cuyas representaciones se acerquen o aproximen mucho más por la condición de ser las niñas y los niños quienes creen, diseñen, escriban etc., en su propio periódico.

Las niñas y los niños no son el futuro del país y del mundo. Son su presente, un presente actuante, pensante, lleno de necesidades e inquietudes, pero también lleno de entusiasmo de realizar cosas a las que las personas adultas debemos dejar de subestimar.

BIBLIOGRAFÍA

1. Baena Paz, Guillermina. Géneros Periodísticos Informativos, 2ª ed; Argentina Ed. Troquel, 1976.
2. Bond, Fraser. Introducción al Periodismo, 8ª ed; México, Ed. Limusa, 1986, ISBN 968-18-0760-X.
3. Borrat, Hector. El periódico actor político, Barcelona, Ed. Mass Media, 1989, ISBN 84-253-1395-9.
4. Bourdieu, Pierre. La distinción. Criterios y bases sociales del gusto. México, Taurus.
5. Buendía, Manuel. Ejercicio periodístico, México, Ed. Océano, 1985.
6. Calvimontes, Jorge. El periódico 4ª ed; México, Trillas, 1988.
7. Camacho Rosales, José Luis. Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado. 26 ed; México, Reader's Digest, 1979, Tomo IX.
8. Cardo Guarderas, José. Periodismo, 3ª ed; México, Ed. Diana, 1974.
9. Del Río Reynaga, Julio. Teoría y práctica de los géneros periodísticos informativos, México, Ed. Diana, 1994, (sn/pp.)
10. Dijk Teun, Adrianus Van. La Noticia como discurso: comprensión, estructura y producción de la información. Barcelona, Paidós, ISBN 84-7509-622-0.
11. _____ Texto y Contexto: Semántica y Pragmática del discurso, Madrid, Ed. Catedra, 1980, 357pp.
12. Dovifat, Emil. Periodismo. México, Editorial Hispano Americana, 1964.
13. Eco, Umberto. Cómo hacer una tesis. Barcelona, Gedisa, 1995.

14. Fernández del Moral, Javier y Francisco Esteve Ramírez. Fundamentos de la Información Periodística Especializada. 8^{va} edición, México, Ed. Síntesis, 1993.
15. García Lombardo, Irma y María Teresa Camarillo Carvajal. La Prensa Infantil de México (1813-1984), México, UNAM / Hemeroteca Nacional, 1984.
16. González, Jorge. Más Cultura, México, CONACULTA, (s/f).
17. González Reyna, Susana. Géneros Periodísticos 1. Periodismo de opinión y discurso, México, Ed. Trillas, 1991.
18. —————. Manual de Redacción e Investigación Documental, 3^a ed; México, Trillas, 1984.
19. González Ruíz, Nicolas. Enciclopedia de periodismo y comunicación Madrid, España, Ed. MAVECO, 1984.
20. González, Jorge. Más Culturas, México, CONACULTA.
21. Guajardo, Horacio. Elementos del Periodismo 3^a ed; México, Ed. Garnika, 1982, 129 pp.
22. Heritage, John. "Etnometodología" en Teoría Social Hoy. Anthony Giddens, México, Alianza Editorial, 1991.
23. Hubard Stoopan, Laura y Luz María Loyola Rebollar. Tu amigo de Papel. Propuesta de un periódico infantil, México, Tesis de licenciatura CSC. Universidad Iberoamericana, 1989.
24. Huerta Moreno, Teófilo. La prensa infantil como medio de participación social de la niñez urbana mexicana. México, UNAM. FCP y S 1981.

25. Huerta Moreno, Teófilo. La Prensa Infantil en la Formación del Escolar, México, Ed, Oasis, 1985, ISBN 968-873-007-6.
26. Jakobson, Roman. Ensayos de lingüística general, Barcelona, Ed. Seix Barral, 1975.
27. Lara Magaña, Gloria. Periodismo Infantil de México, México, Tesis de Licenciatura, UNAM/FCPyS CSC, 1962.
28. Leñero, Vicente. Manual de periodismo. 2ª ed; México, Ed. Grijalbo, 1986.
29. López de Zuazo, Antonio. Diccionario del periodismo, 3ª ed; Madrid, Ed. Pirámide, 1981.
30. Lotman, Iuri. "Acerca de la semiosfera" en Criterios, La Habana, Cuba, No. XII, 1991.
31. Lull, James. Inside Family Viewing: Ethnographic research on television's audience, USA, Routledge, 1990.
32. Martínez Albertos, J. L. La Noticia y los Comunicadores. Madrid, Ediciones Pirámide, 1978, ISBN 84-368-0102-4.
33. Martínez Albertos, José Luis. El mensaje informativo Periodismo en radio, T.V y Cine, España, Ed. ATE, 1977.
34. Martínez Albertos, José Luis. Redacción Periodística. Los estilos y los géneros en la prensa, escrita y el periodismo especializado. Barcelona, ATE, Colección de libros de comunicación social.
35. Martínez de Sousa, José. Diccionario de la Información, Comunicación y Periodismo, España, Ed. Paraninfo, 1992, ISBN 84283-1884-0.

36. Moles, Abraham A. Sociodynamique de la Culture. Buenos Aires, Ed. Paidós, 1978, 334 pp.
37. Moliner, María. Diccionario de uso del Español, Madrid, Ed. Gredos. S.A., 1966.
38. Morley, David. Televisión, audiencias y estudios culturales, Argentina, Amorrortu editores, 1996.
39. Mota, Ignacio de la. Enciclopedia de la comunicación. México, Ed. Noriega editores, 1994, Tomo IV.
40. Orive Riva, Pedro y Concha Fagoaga. La especialización en el Periodismo Madrid, Ed. DOSSAT, 1974, ISBN 84-237-04-15-7.
41. Orozco, Guillermo. La Investigación en la Comunicación desde la perspectiva cualitativa, México, Facultad de Periodismo y Comunicación Social, Universidad de La Plata e Instituto Mexicano para el Desarrollo Comunitario A.C., 1997.
42. ————. "La autonomía relativa de la audiencia. Implicaciones metodológicas para el análisis de la recepción" en Investigar la Comunicación. Propuestas Iberoamericanas, ITESO.
43. Pêcheux, Michel. Hacia un análisis automático del discurso, España, Ed. Gredos, 1978.
44. Ramo Ojeda, Mildred y Reyna Lorena Rivera Juárez. Proyecto de una revista de ciencia para niños entre 8 – 12 años. México, Tesis de Licenciatura en Periodismo. Escuela de Periodismo Carlos Septién García, 1995.
45. Real Academia Española. Diccionario de la Lengua Española, 21 ed; Madrid, Ed. Espasa Calpe, S.A., 1997.

46. Riesman, David. La Muchedumbre solitaria: Un estudio sobre la transformación del carácter norteamericano. Buenos Aires, Ed. Paidos, 1971.
47. Ritzer, George. "Sociología, Fenomenología y Etnometodología" en Teoría Sociológica Contemporánea, México, Mc. Graw Hill.
48. Romano, Vicente. Introducción al periodismo, España, Ed. ANTHROPOS, 1987.
49. Rosales Arroyo, Espartaco. El conflicto Reforma-Unión de voceadores examinado a través del periodismo impreso capitalino. FCPyS, UNAM, México, 1997.
50. Salvat, Manuel etal. Las noticias la información, España, Salvat editores. Biblioteca Grandes Tiempos, 1973.
51. Sánchez Morfín, Blanca. Prensa Infantil: análisis comunicativo del suplemento La Jornada Niños (julio-septiembre 1994), México, UNAM-ENEP Acatlán, 1996.
52. Sastrías de Porcel, Martha. Cómo motivar a los niños a leer, México, Ed. Pax, México, 1995.
53. Shaun, Moores. Interpreting Audiences: The Ethnographic of Media Consumption, Great Britain, SAGE Publication, 1996.
54. Silverstone, Roger. Televisión y vida cotidiana, Argentina, Amorrortu editores, 1996.
55. Taborga, Huascar. Cómo hacer una tesis. 3ª ed; México, Grijalbo, 1982, 220 pp.

56. Vivaldi, Martín. Géneros periodísticos: Reportaje, Crónica, Artículo, Análisis y producción de la información, Barcelona, Ed. Paidós, 1990, 284pp. ISBN 84-7509-622.
57. Wolf, Mauro. La investigación de la comunicación de masas, Barcelona, Ed. Paidós, 1987.
58. Wolf, Mauro. La investigación de la comunicación de masas. Barcelona, Ed. Paidós. 1987, 318 pp.
59. Woods, Peter. La escuela por dentro. La etnografía de la investigación educativa, España, Paidós, 1998.

HEMEROGRÍA

Acosta Urquidi, Maricler. "Efectos de la Comunicación de Masas en el proceso de Socialización política de los niños mexicanos", en *Revista del Centro de Estudios Educativos*. Vol. 1, No. 2 México, 1971 págs. 126-128.

Carbonell Hurburo, Dolores "Periodismo infantil: un área descuidada" en *Chasqui*, CIESPAL, Quito Ecuador, octubre- diciembre 1985, págs. 44 - 47 No. 16.

García Lombardo, Irma y María Teresa Camarillo Carbajal. La Prensa Infantil de México (1839-1984), UNAM, Hemeroteca Nacional, México, 1984 (sn /pp.)

Vittore Calv, Gian. "Mensajes Impresos para Niños: Recomendaciones para la reproducción, en *Revista Latinoamericana de Comunicación*, Nº 16, CIESPAL Quito Ecuador, 1985, pp. 18-23.

SITIOS DE INTERNET

<http://www.cuatrogatos.org>

ANEXO I

ACTIVIDADES QUE SE LLEVARON A CABO EN LOS TALLERES DE PERIODISMO PARA NIÑOS Y NIÑAS

NOMBRE DE LA FASE: PREFASE

OBJETIVO GENERAL DE LA PREFASE:

1. Conocer a todos los miembros del grupo y presentarme ante ellos.
2. Identificar lo que consideran como medios de comunicación de masas.

NÚMERO DE SESIÓN: 1

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

Recuerda mi nombre

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo.

Los integrantes del grupo formaron un círculo alrededor del salón. Cada uno debía decir su nombre y recordar el del compañero anterior, de tal manera que el último o la última tenía como tarea recordar los nombres de todos.

Propósito de la actividad:

Lo que se pretendió con la aplicación de esta actividad fue generar la interacción con los integrantes del grupo, para familiarizarnos unos con otros y así, mediante el juego poder introducirme en él.

II

Colorín, colorado

Actividad 2

Participantes: Todo el grupo.

Esta fue una actividad recurrente en el taller, teniendo en cuenta las peticiones de los integrantes del grupo y la necesidad de fantasía en esta etapa como marca Jean Piaget. En esta ocasión las niñas y los niños se colocaron en posición de semicírculo en el suelo y escucharon la adaptación del relato de *Petit Bleu* (Pequeño Azul). Hice las ilustraciones en cartulinas para que las niñas y los niños pudieran verlo con mayor facilidad.

Propósito de la actividad:

El objetivo de ésta fue compenetrarme más con las niñas y los niños mediante el aspecto fundamental que nos separa a los adultos de los infantes: la fantasía. Esto formó parte del proceso de inmersión que exige la aplicación de etnografía.

Combinando colores

Actividad 3

Participantes: Todo el grupo.

Con base en lo que sucedió en el cuento de Pequeño Azul, se les proporcionó pinturas Vinci y en un papel experimentaron por sí mismos la combinación de colores, iniciando por la de verde con amarillo, para formar al Pequeño Azul.

Propósito de la actividad:

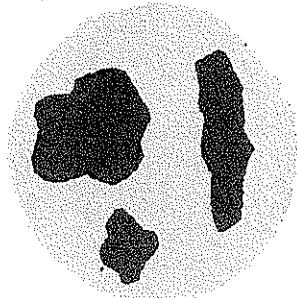
De esta manera se podían sentir más compenetrados con el cuento y se elevó el nivel de interacción entre ellos como mis sujetos de estudio y yo, como la investigadora que pretende ser considerada como parte del grupo. Asimismo, dicha actividad les dio la oportunidad de comprobar los hechos y desarrolló su creatividad. A continuación presento la adaptación del cuento de Pequeño Azul.

PEQUEÑO AZUL

Había una vez alguien llamado Pequeño Azul.

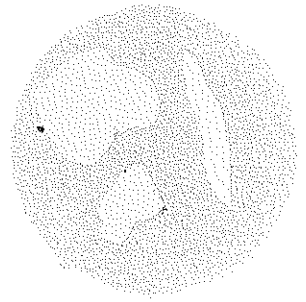


Pequeño Azul vivía muy contento



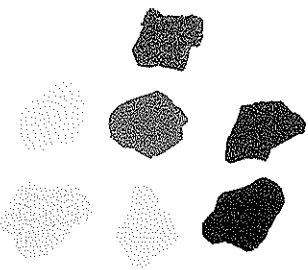
con Mamá y Papá Azul.

También existía Pequeño Amarillo q

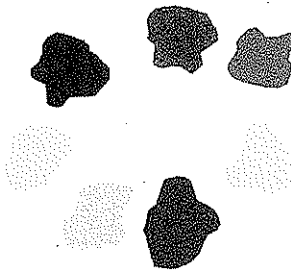


vivía con Mamá y Papá Amarillo.

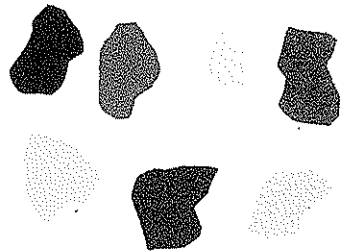
Pequeño Azul tenía amigos.



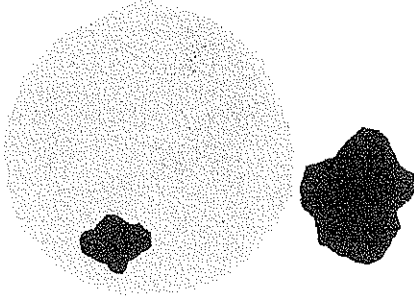
Con ellos jugaba a...



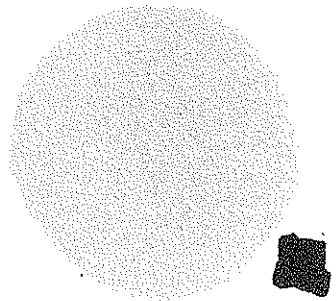
También asistía a...



Un día Mamá Azul tuvo que salir.

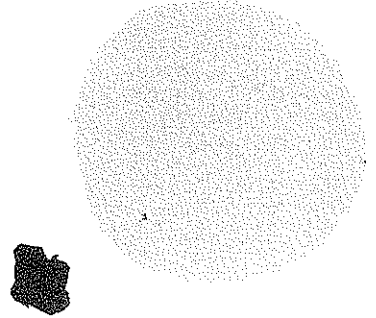


Entonces Pequeño Azul decidió

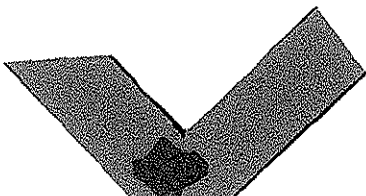


buscar a Pequeño Amarillo.

Pero llegó a su casa y no encontró a n



Decidió irlo a buscar.



Buscó por allí,



Buscó por allá,



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

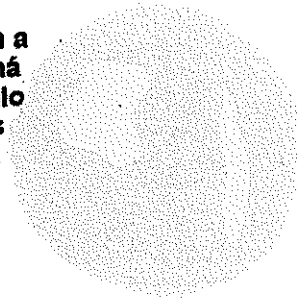
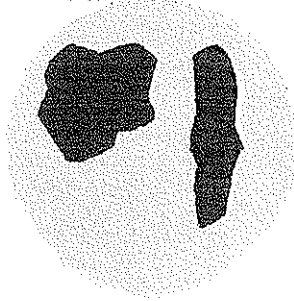


que le dio un abrazo muy fuerte.

Después Pequeño Azul y Pequeño
Amarillo, sin darse cuenta de la
transformación que habían sufrido

pero ellos los ignoraron, pues no los

Luego fueron a
buscar a Mamá
y Papá Amarillo
y tampoco los
reconocieron.



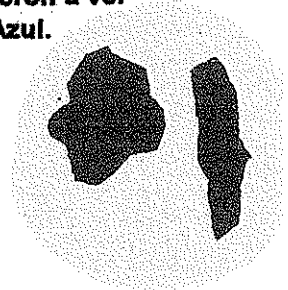
fueron a buscar a Mamá y Papá Azul,

reconocieron.

Estaban tan tristes que se
pusieron a llorar.

Lloraron tanto tanto
que empezaron
a separarse otra vez.

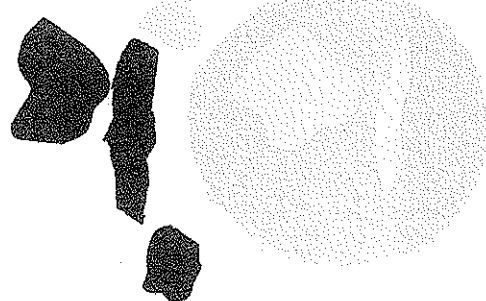
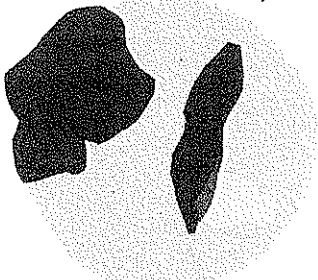
Nuevamente fueron a ver
a Mamá y Papá Azul.



Al verlos sintieron tal emoción

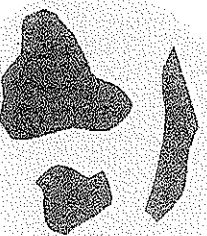
Todos juntos fueron a ver a Mamá y Papá

Fue tanto su gusto que
se abrazaron
nuevamente.



que los abrazaron y se dieron cuenta
de lo que había sucedido.

Amarillo para contarles lo sucedido.



Y entonces sucedió...

FIN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

NÚMERO DE SESIÓN: 2**DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:**¿Qué son los medios de comunicación?*Actividad 1*

Participantes: Todo el grupo.

Los integrantes del grupo formaron un círculo alrededor del salón. Organicé una plática informal acerca de los medios de comunicación. La dinámica consistió en preguntar a todo el grupo qué eran los medios de comunicación y cuáles eran.

Propósito de la actividad:

La información que me proporcionó esta actividad fue el conocimiento de lo que las niñas y los niños consideraban como medio de comunicación, así como la utilidad de éstos en la sociedad.

Colorín Colorado*Actividad 2*

Participantes: Todo el grupo.

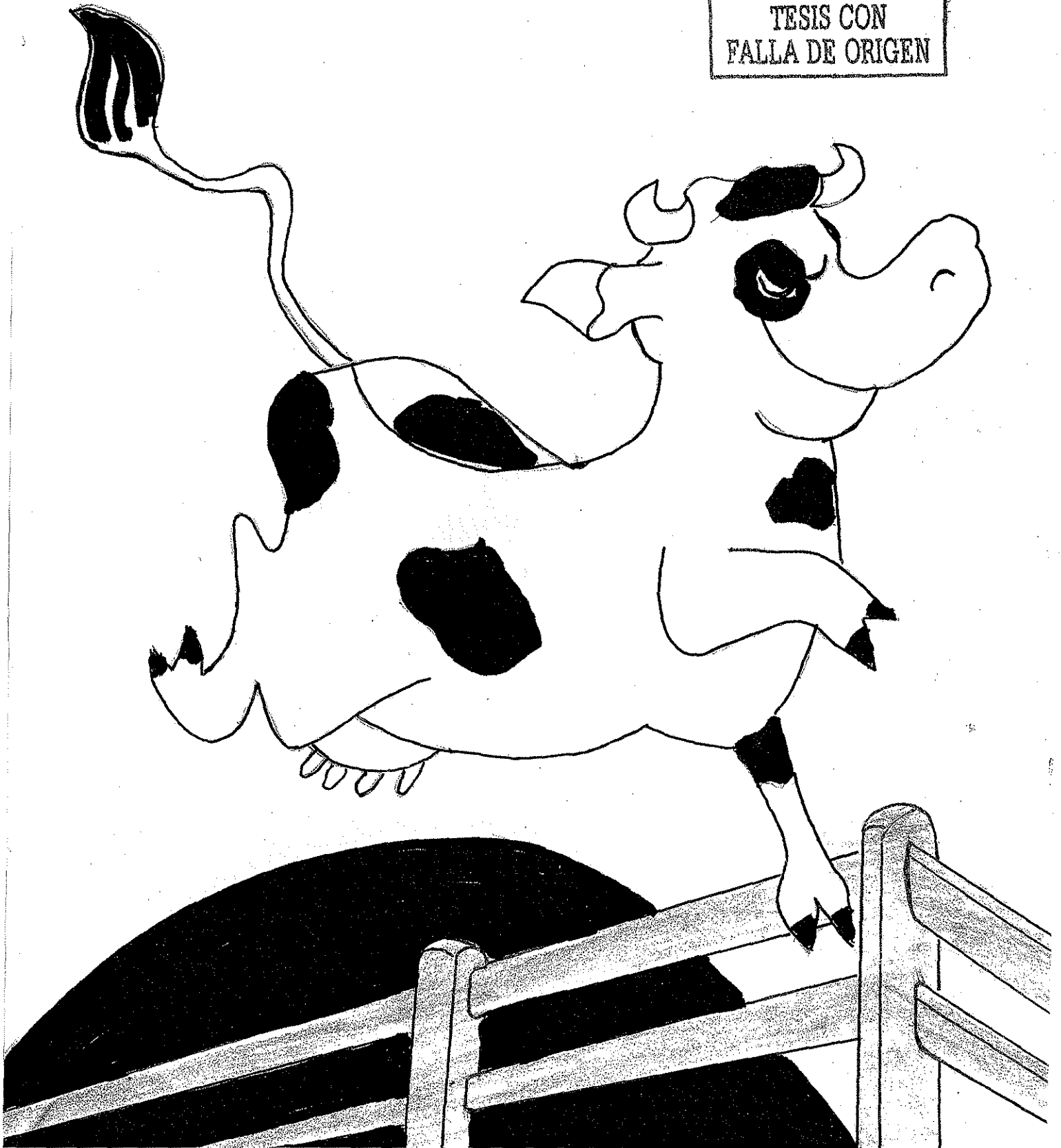
Los integrantes del grupo formaron un círculo alrededor del salón. Muchos de ellos se acostaron a escuchar el cuento que en esta ocasión fue una adaptación de *Mrs. Moon* (La señora vaca) .

Propósito de la actividad:

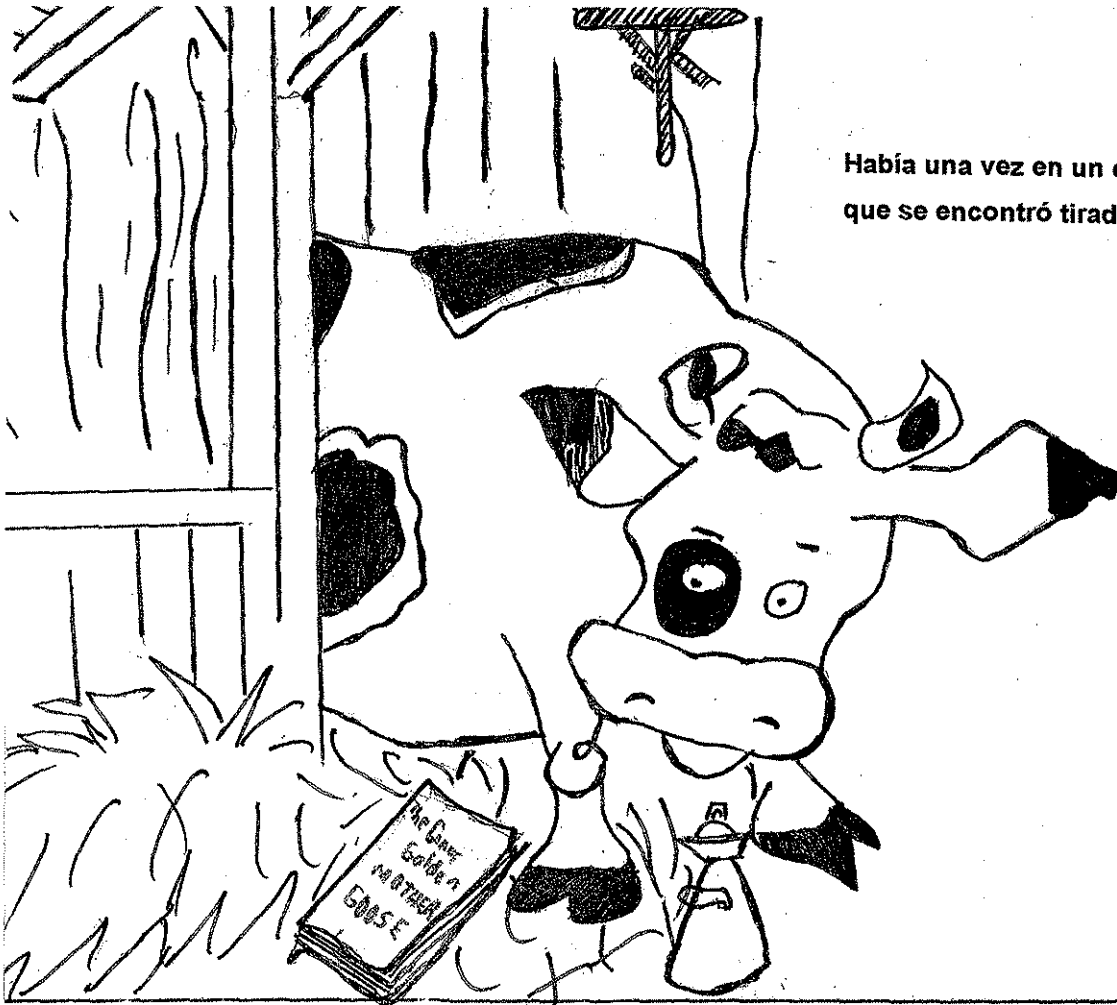
Lo que se pretendió con la aplicación de esta actividad fue generar la interacción con los integrantes del grupo, para familiarizarnos unos con otros y crear un clima de respeto, confianza y lazos afectivos más fuertes para lograr que se mostraran, en la medida de lo posible, sin reservas. Aquí la adaptación del cuento titulado *Mrs. Moon*, que bauticé para los efectos del Taller: La Señora Vaca.

LA SEÑORA VACA

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

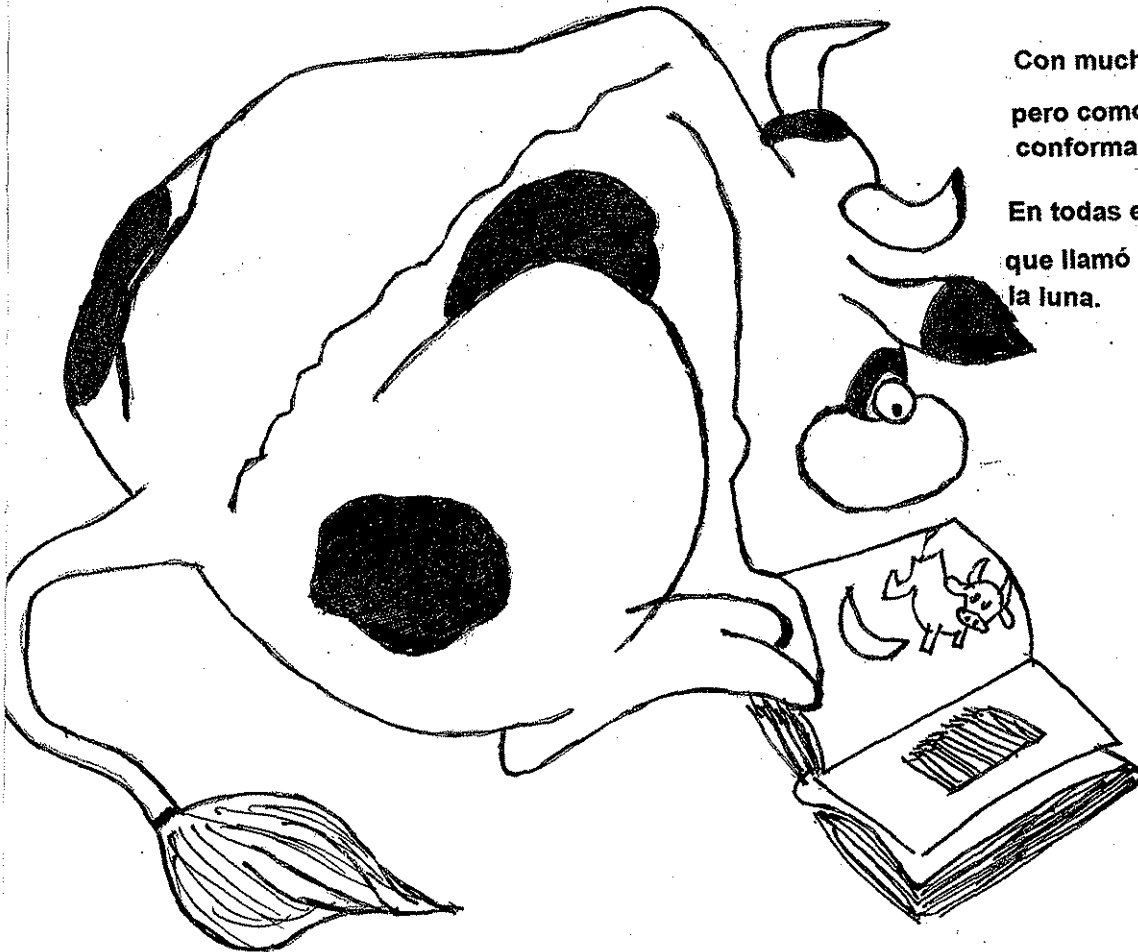


Había una vez en un establo llamada Señora Vaca que se encontró tirado en el establo un libro.

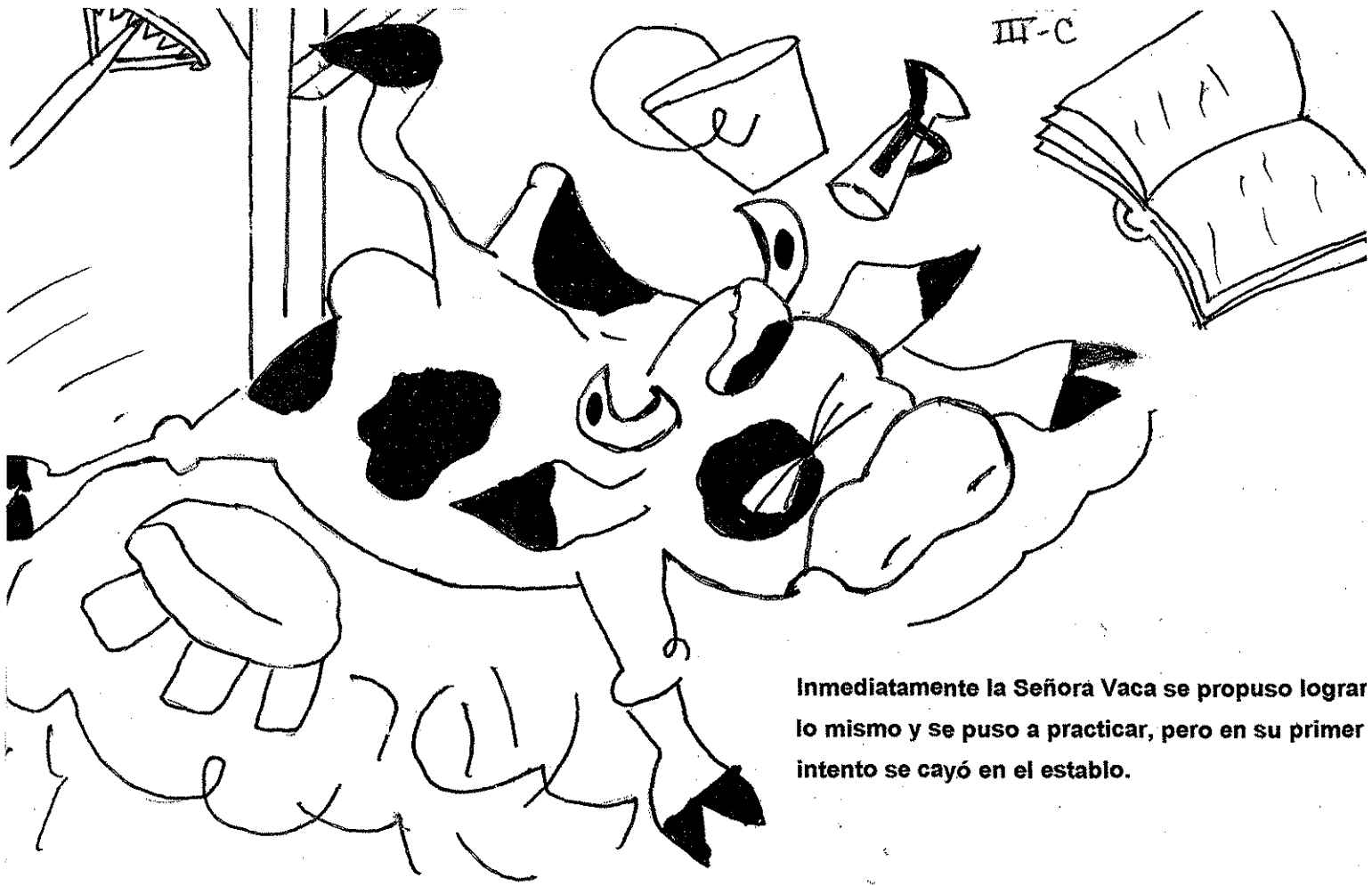


Con mucha curiosidad empezó a verlo, pero como no sabía leer, tuvo que conformarse con ver las imágenes.

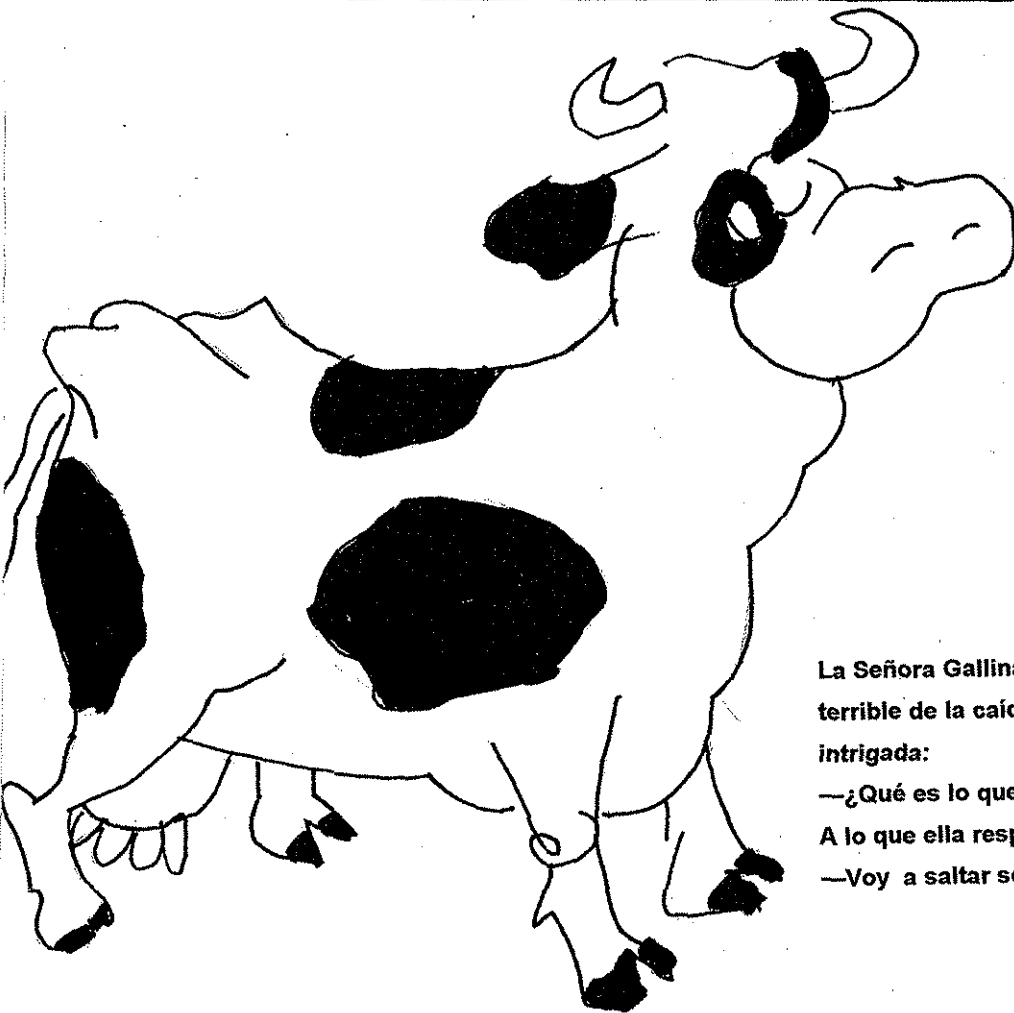
En todas esas imágenes encontró una que llamó su Atención: una vaca saltando la luna.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Inmediatamente la Señora Vaca se propuso lograr lo mismo y se puso a practicar, pero en su primer intento se cayó en el establo.



La Señora Gallina, después de escuchar el estruendo terrible de la caída de la Señora Vaca le preguntó intrigada:

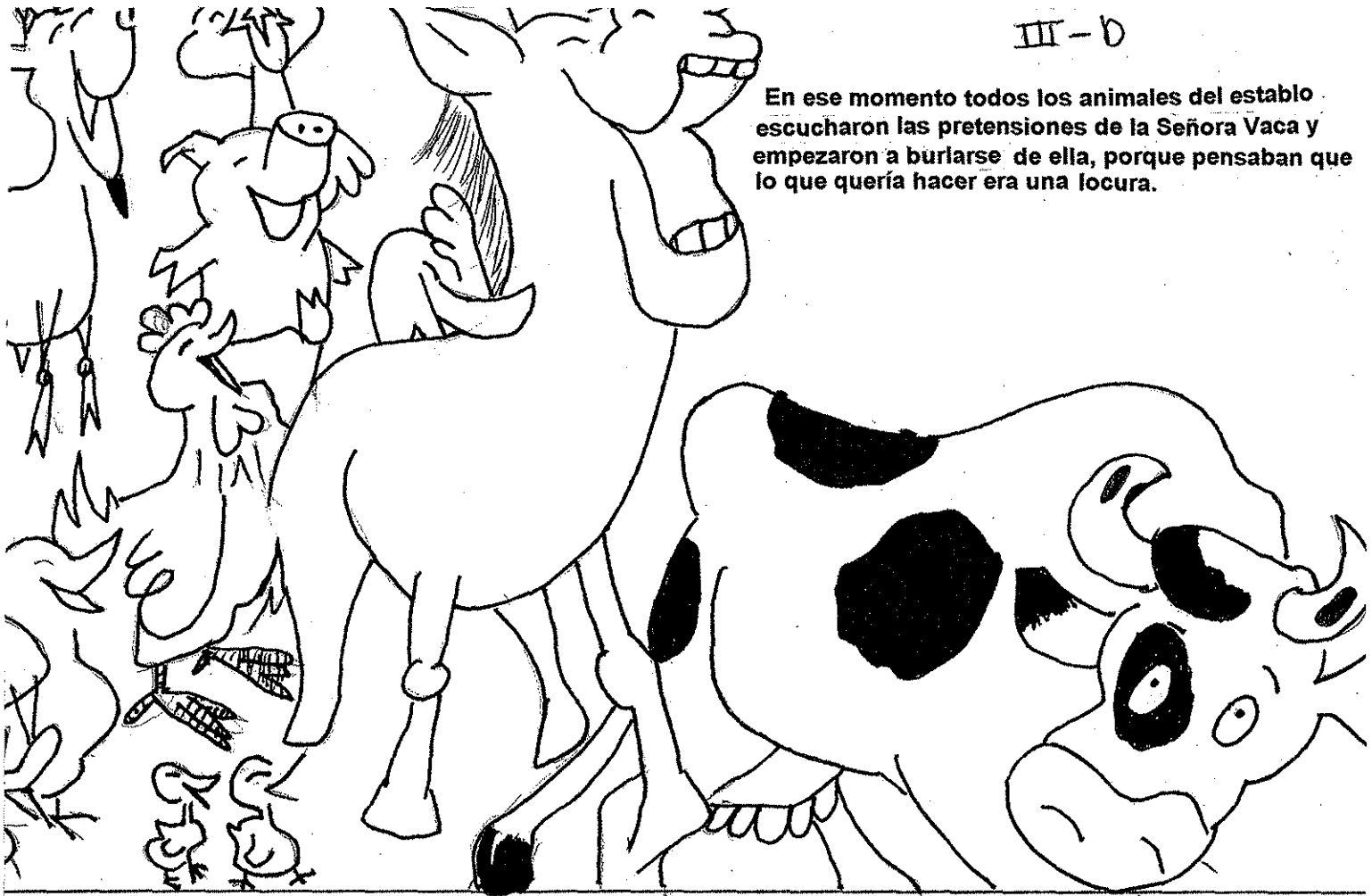
—¿Qué es lo que haces?

A lo que ella respondió:

—Voy a saltar sobre la luna.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

En ese momento todos los animales del establo escucharon las pretensiones de la Señora Vaca y empezaron a burlarse de ella, porque pensaban que lo que quería hacer era una locura.



Pero no importaba cuál loco podría parecer la empresa, la Señora Vaca insistiría y practicaría hasta lograr lo que deseaba hacer, pues ella muy bien sabía que "el que persevera alcanza"...

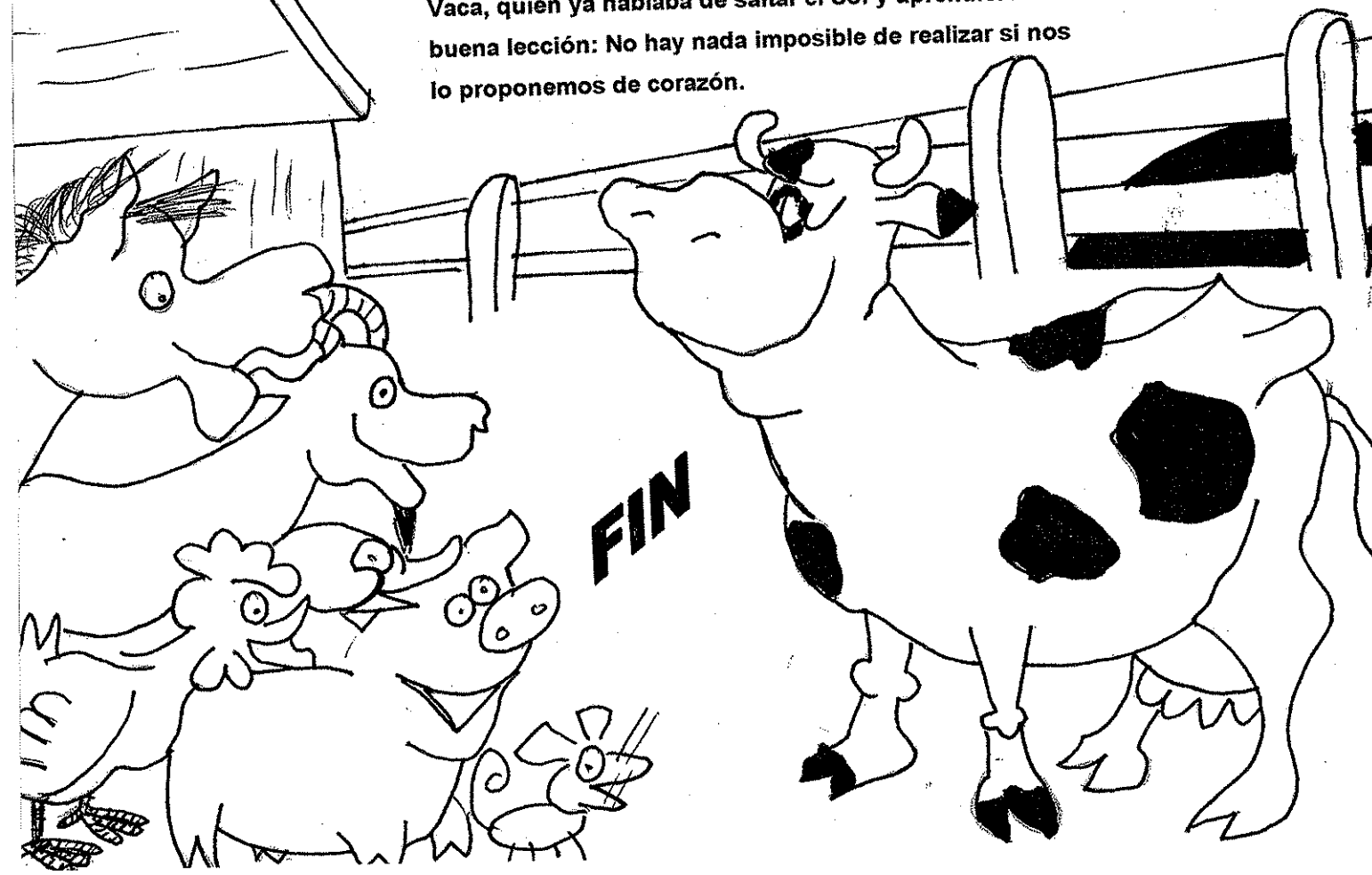
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



Así, después de mucho practicar, por fin logró cumplir su propósito, y ante la incredulidad de los ojos de todos la Señora Vaca saltó la luna.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Todos en el establo estuvieron orgullosos de la Señora Vaca, quien ya hablaba de saltar el Sol y aprendieron una buena lección: No hay nada imposible de realizar si nos lo proponemos de corazón.



FIN

NÚMERO DE SESIÓN: 3**DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:**Los medios de comunicación de masas*Actividad 1*

Participantes: Todo el grupo dividido en tres equipos.

Los integrantes del grupo formaron tres equipos. A cada equipo se le dieron 3 dibujos: uno de los medios de comunicación masiva, como televisión, libro, periódico, computadora, radio; otro en el que se ponía a un conjunto de personas y un último en el que se dibujaron dos personas hablando.

En el pizarrón se escribieron la palabra: masa, medios y comunicación. Los niños y las niñas tenían que pegar en el lugar correcto cada uno de los dibujos.

Propósito de la actividad:

Esta fue una actividad reforzadora, como muchas utilicé en el taller. Es decir, con este tipo de actividades me propuse corroborar las respuestas, en este caso acerca de la concepción de medios de comunicación masiva, que los niños y las niñas dieron en otra sesión del Taller. Lo anterior es fundamental, pues da mayor validez a la investigación, pues permite buscar respuestas a un mismo problema de distintas formas.

Colorín Colorado*Actividad 2*

Esta actividad consistió en la presentación del cuento: Yoyo y el color de los olores. La participación se motivó con preguntas como "¿Qué creen que pasó después?", "¿Qué piensan que le pasó a Yoyo?", "¿En qué acabará el cuento?", "Si hubieran estado en el lugar de Yoyo ¿qué hubieran hecho?"

Propósito de la actividad:

Tuvo como objetivo principal, además del desarrollo de la fantasía y de la capacidad de resolución de problemas cuando se les hizo poner en el lugar del personaje, nuevamente fomentar la ruptura de las barreras físicas, psicológicas y afectivas para lograr una inmersión mucho más fuerte en el grupo.

El color de los olores*Actividad 3*

Participantes: Todo el grupo.

Con base en la actividad anterior surgió ésta. Yoyo, el personaje principal de la aventura antes mencionada, decidió llegar hasta la escuela con los ojos cerrados y fue encontrando a su paso olores que lo guiaron en su camino. De la misma manera los niños y las niñas guiados por alguno de ellos elegido al azar, recorrieron el salón y los alrededores del patio.

Propósito de la Actividad:

Con esta actividad pretendí poner en práctica un aspecto retomado de un cuento, pero sobre todo generar la interacción entre los niños y yo para lograr un grado de inmersión mayor en el grupo.

NOMBRE DE LA FASE: PRIMERA FASE**OBJETIVOS GENERALES DE LA PRIMERA FASE:**

1. Indagar el consumo de medios por parte de las niñas y los niños.
2. Identificar la preferencia por alguno de lo que ellos consideran medios de comunicación de masas.
3. Investigar las razones por las cuales las niñas y los niños participantes, leen o no leen el periódico.
4. Identificar la representación que los niños y las niñas tienen del periódico.
5. Identificar la representación que las niñas y los niños tienen de sí mismos.

NÚMERO DE SESIÓN: 1**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:**

*Indagar el consumo de medios por parte de las niñas y los niños.

*Investigar las razones por las cuales las niñas y los niños leen o no leen el periódico.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:Recordando*Actividad 1*

Participantes: Todo el grupo.

Los integrantes del grupo formaron 3 equipos. Se les repartieron 3 hojas. Cada una representaba un medio de comunicación, de acuerdo con lo que en la prefase se detectó concebían como tales. Así, los que estuvieron presentes en la dinámica fueron el radio, la televisión y el periódico. Ellos debían en el menor tiempo posible escribir los nombres de programas de televisión, estaciones de radio o periódicos que recordaran. El equipo ganador fue aquél que recordó un mayor número de nombres.

Propósito de la actividad:

El objetivo fue identificar el consumo de medios por parte de las niñas y los niños que se vio reflejado en los resultados que arrojaron estas hojas, mismos que fueron comparados posteriormente con los resultados obtenidos mediante otras técnicas como cuestionario.

**TESIS
FALLA
DE
ORIGEN**

PROGRAMAS DE TELEVISION

VI-A

errina
 ke man
 general
 generas engano da
 oob
 chabe
 chapolin color colorado
 abegor ta got
 s bonni
 con comicho
 entoras enpena la
 s pato pas
 empre te amare
 eade
 es moderas
 unateal precio
 do se bato

Laportero Rosa
 aventuras de ayer y
 don gato y su Pandi
 migu merus
 pistas de bloto
 Barri
 Plase Se bimo
 dan el
 Pic guerra
 adan namones
 se brens la bro gr
 ado les este
 Hoy
 guillermo or te go
 las 7 del 7
 los pilufos

TESTIS CON
 FALLA DE ORIGEN

EQUIPO 1

PROGRAMAS DE RADIO

VI-b

2
numero uno
ve buena
oda maquina

16
3
3

4
radio
o uno
9

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

EQUIPO 1

PERIODICOS

VI-C

Los periodicos se puede comunicar de una persona a otra y se dice que se comunican
Otra es la jornada el universal segun como la prensa o vaciones
ninos o vaciones esto reformar

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

EQUIPO 1

Adivina, adivinador*Actividad 2*

Participantes: Todo el grupo.

Se dividió en varios equipos al grupo, solicitando como único requisito formar equipos de un mismo género. Llevé periódicos de circulación nacional (La Jornada, El Universal, Excelsior, El Metro, Uno más Uno, El Economista, El Día, Ovaciones, La Prensa). Ellos en una hoja que les repartí con anticipación, debían escribir el nombre correcto de cada uno al tiempo que les mostraba los periódicos con el nombre cubierto. El equipo que tuvo más aciertos fue el ganador.

Propósito de la actividad:

Mediante esta actividad pretendí darme cuenta del grado de reconocimiento visual, que por ende implica también un grado de familiaridad con los materiales. Esto para saber si realmente leen o no leen el periódico y para detectar posibles razones de su interés por cada uno de ellos, en caso de que lo haya, o las razones de su desinterés. Lo previamente expuesto también surgió de la inquietud de contrastar, pero sobre todo complementar las respuestas que los niños y las niñas dieron en el cuestionario acerca de consumo de medios. La división en equipos por género fue para saber si este factor era determinante o implicaba alguna diferencia en el hábito de lectura del periódico.

Aplicando Cuestionarios*Actividad 3*

Participantes: Todo el grupo.

Después de terminadas las actividades anteriores se les pidió a las niñas y a los niños que participaron en la sesión del Taller que contestaran un cuestionario cuyas preguntas estuvieron encaminadas a indagar el consumo de medios y específicamente del periódico. Debo advertir que el cuestionario estuvo pensado como una unidad. Sin embargo, considerando que mis sujetos de estudio fueron niños y niñas, su aplicación fue por sesiones, de acuerdo con el propósito correspondiente a cada sesión.

Propósito de la actividad:

Esta vez se les preguntó directamente los aspectos por estudiar. El propósito fue obtener la información a partir de las declaraciones de los propios niños y no de la observación de su interacción en el aula. Fue actividad reforzadora que aportó elementos para contrastar.

NÚMERO DE SESIÓN: 2**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:**

*Identificar la representación que las niñas y los niños tienen de los medios de comunicación, pero sobre todo del periódico.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:Colorín, colorado. Yoyo el mago*Actividad 1*

Participantes: Todo el grupo.

Esta sección todavía estuvo presente a petición de las niñas y los niños. Nuevamente se colocó al grupo en semicírculo. Con la ayuda del libro conté la historia. Ellos participaban imaginando finales o actitudes del personaje. Al final se organizó un debate sobre la magia y los niños contaron sus experiencias en el tema.

Propósito de la actividad:

En esta parte ya no se trató de ganarme su confianza o romper las barreras, sino de reforzar lo que ya había obtenido con base en dedicación, constancia y esfuerzo. Pero además, sin proponérmelo de inicio, me ayudó a explorar sus preferencias por las formas del discurso en ciertas situaciones de comunicación.

¿Qué es lo primero que piensas...?*Actividad 2*

Participantes: Todo el grupo.

Con base en la última parte de un cuestionario se realizó una dinámica con preguntas evocativas. Se les preguntó ¿qué es lo primero que piensas cuando escuchas la palabra...? y enseguida se ponía el nombre de un medio de comunicación, circunscribiendo la concepción de medio a la exploración anteriormente hecha en la prefase, es decir: radio, televisión y por supuesto periódico.

Propósito de la actividad:

El objetivo fue obtener su primera representación (lo cual permiten las preguntas evocativas) de los medios y especialmente del periódico como respuesta al estímulo sonoro de las palabras claves que utilicé.

VIII-A

NOMBRE
EDAD

Raul Camarero Reyes
10 años

1. ¿Qué periódicos lees?

La prensa

2. ¿Qué programas de radio escuchas?

la z

3. ¿Qué programas de televisión ves?

Pokémon y el chavo

4. ¿Tienes computadora?

no

5. ¿Qué es Internet?

quien sabe

6. ¿Has usado Internet alguna vez?

no

7. Escribe 5 títulos de libros, periódicos, revistas, folletos, cuentos u otros que hayas leído en los últimos tres meses.

Ovarios, la prensa, conversal, Historia, y C. Naturales

QUÉ ES LO QUE PIENSAS CUANDO ESCUCHAS LA PALABRA

TELEVISIÓN

Pokémon



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

VIII-b

QUÉ ES LO QUE PIENSAS CUANDO ESCUCHAS LA PALABRA
RADIO

la mano peluda



QUÉ ES LO QUE PIENSAS CUANDO ESCUCHAS LA PALABRA
PERIÓDICO

aburrimiento



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

VIII-C

NOMBRE Lizbeth Rosas Escobedo

EDAD 9 años y 9 meses

1. ¿Qué periódicos lees?

No leo periódicos

2. ¿Qué programas de radio escuchas?

La que buena y la ceta

3. ¿Qué programas de televisión ves?

Amigos x siempre, Piolin, El chavo

4. ¿Tienes computadora?

SI

5. ¿Qué es Internet?

SI SE

6. ¿Has usado Internet alguna vez?

SI E USADO

7. Escribe 5 títulos de libros, periódicos, revistas, folletos, cuentos u otros que hayas leído en los últimos tres meses.

La nariz del rey, 7 novelas.

QUÉ ES LO QUE PIENSAS CUANDO ESCUCHAS LA PALABRA

TELEVISIÓN

Pienso que es alguien va a ver la televisión
en Amigos x siempre, los pitufos, la pista de bloque

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

VIII - D

QUÉ ES LO QUE PIENSAS CUANDO ESCUCHAS LA PALABRA

RADIO

En la zta que la voy a escuchar

QUÉ ES LO QUE PIENSAS CUANDO ESCUCHAS LA PALABRA

PERIÓDICO

Que esta aburrido y que mejor me voy a jugar con mis primas por que sino tengo que leer el periodico

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

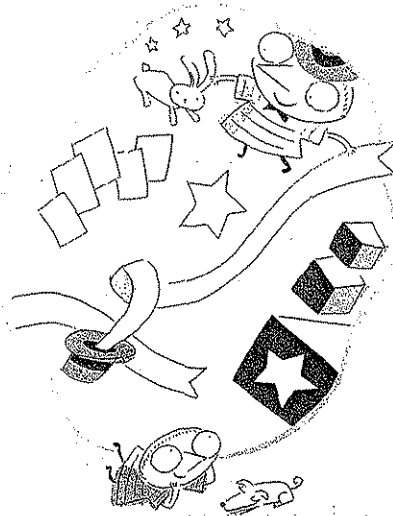
Yoyo el mago



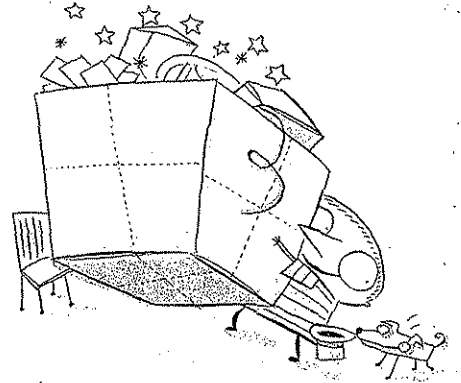
Bruno Heitz
ilustraciones de Manuel Monroy
traducción de Diana Luz Sánchez



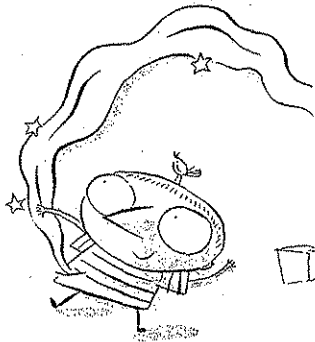
◆ Yoyo quería ser mago.



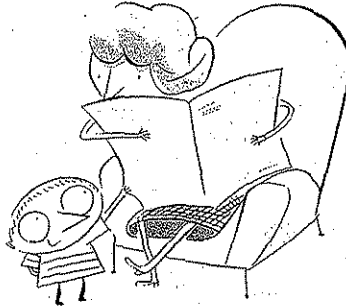
Contaba con todo lo necesario para ser un mago.
A su juego de naipes le sobraban ases...
Sus cajitas de cerillos tenían doble fondo...



Su pañuelo cambiaba de color: verde si salía del bolsillo derecho, y rojo si salía del izquierdo.

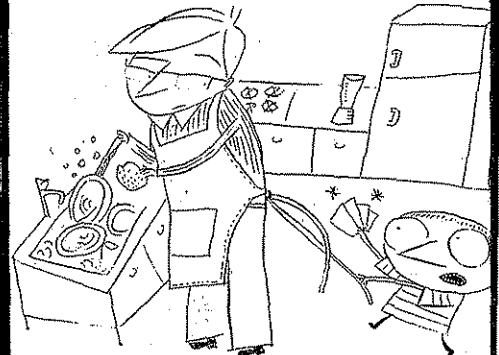


Siempre estaba pidiendo que le prestaran cualquier cosa...



—¿Ya desocupaste tu periódico?

o que le hicieran caso.



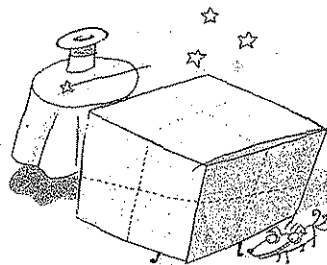
—Escoge una carta al azar.

En casa no reconocían su talento y no siempre aplaudían sus experimentos.



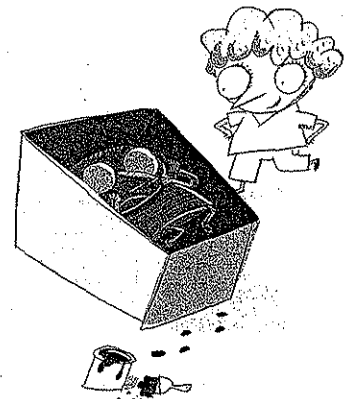
¡Crash!, ¡plash!, ¡plum!

Lo que más deseaba era aprender el truco de la desaparición.



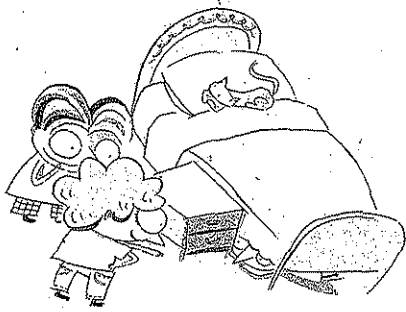
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Peró su público definitivamente no cooperaba.



—¿Se te ven los ojos!

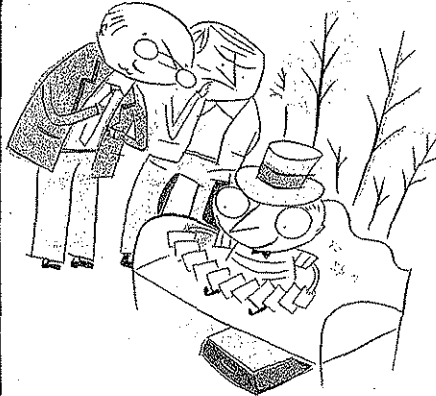
—¡Ya te vi, estás debajo de la cama!



Harto de trabajar para esos ingratos...

13

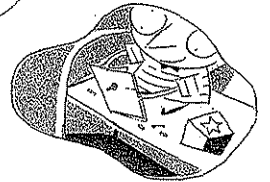
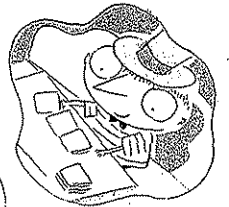
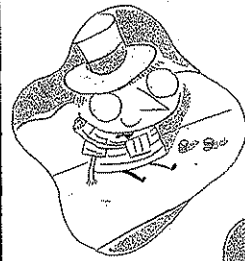
se fue al parque a ensayar sus suertes.



14

Las cartas que siempre salen,

la moneda que desaparece,



y la guillotina para cigarros.

15

Al fin, tuvieron gran éxito.



16

Unos temibles bandidos pasaban por ahí.



17

Esperaban la ocasión propicia...



para esculcar los bolsillos de los mirones.

18

Se quedaron impresionados con Yoyo.



19

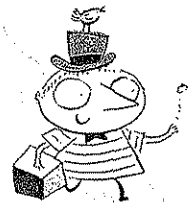
—¡Este mocoso es tremendo. Debemos apoderarnos de él!



20

—Nos enseñará a hacer trampas con la baraja...

—Robará portafolios y bolsos por nosotros...



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

—... Y las llaves de todos los bancos.

2

Y se llevaron a Yoyo. Él no se asustó:
"De seguro son admiradores que quieren ver otra vez mis suertes".



Pero una vez dentro de la guarida, los bandidos le ordenaron:
—¡Ahora nos vas a decir todos tus trucos!



Yoyo se negó.
¡Un mago nunca revela sus trucos!



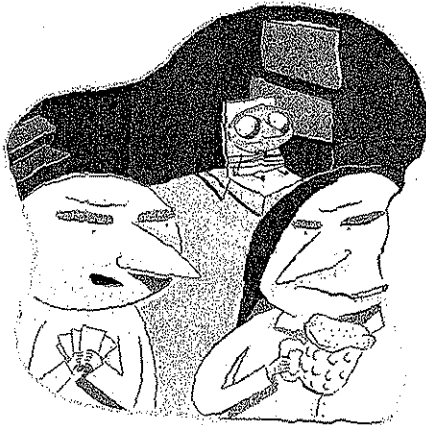
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

Le confiscaron su material
y trataron de descubrir los secretos.

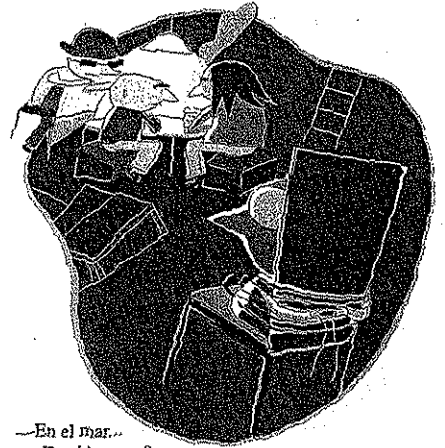


Pero todo fue en vano.

Entonces los bandidos se enojaron.
—Este mocoso no nos servirá para nada.
—Ajá. Hay que desaparecerlo.

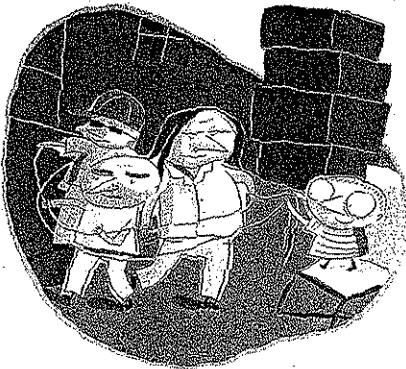


El truco de la desaparición.



—En el mar...
—¿En el bosque?
—¿En un precipicio?

¡Pero Yoyo no tenía el menor deseo de
DESAPARECER!
—Está bien. Les enseñaré a hacer nudos ciegos.
Quédense quietos, cierren los ojos...



— y cuando aprendan a desatarse...



¡Se habrán convertido en magos de verdad!



TESIS CON FALLA DE ORIGEN

En casa se pusieron felices y ahora prestan mucha atención a su magia.



Sus padres le compraron un conejo de verdad que aparece bôlitas, ¡sin tener que decir palabras mágicas! ♦

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

Día del Niño

Esta no fue una actividad del taller propiamente, pues sustituyó las sesiones. Sin embargo es importante destacarla porque pude utilizar la técnica de observación no participante, compartiendo la celebración en el salón del día del niño, misma que fue fundamental para comprobar que la prefase había cumplido su objetivo.

Es decir, los niños y las niñas no se mostraron recelosos o huraños, por el contrario, me invitaron a bailar, compartieron sus dulces, la comida y los juegos. Me trataron como un miembro más del grupo, lo cual logré a pesar de los cambios que hice a la metodología original en cuanto al tiempo que no influyeron de ninguna manera en los resultados de la investigación que presento.

NÚMERO DE SESIÓN: 3

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

*Identificar la preferencia de las niñas y los niños por los medios de comunicación.

NÚMERO DE SESIÓN: 3**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:**

- *Identificar la preferencia de las niñas y los niños por los medios de comunicación.
- *Identificar la preferencia de las niñas y los niños por los tópicos de los medios de comunicación.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:¿Cuál es tu preferencia?*Actividad 1*

Participantes: Todo el grupo.

A cada uno de los integrantes del grupo se les dió una página en blanco. Asimismo, se les repartieron pinturas (acuarelas). Debían dividir en cuatro cada página y dibujar, partiendo del que más les gustara al que menos prefirieran los medios de comunicación de masas, después de una plática en la que mencioné al cine y a la computadora como otros medios de comunicación que de acuerdo con los resultados de la prefase no consideraron.

Propósito de la actividad:

Ésta también fue una actividad de reforzamiento del cuestionario y de la observación participante, pues a través de los resultados se puede contrastar su preferencia por algún medio de comunicación. Sobre todo, esta actividad sitúa en qué lugar las niñas y los niños tienen al periódico, elemento básico de mi estudio.

Haciendo y deshaciendo sueños*Actividad 2*

Participantes: Todo el grupo, dividido en dos equipos: niñas y niños.

Se expuso una situación inicialmente hipotética. Primero se planteó la posibilidad de que las niñas y los niños pudieran construir el contenido de algún medio de comunicación. Ellos deberían elegir el de su preferencia. Después constituyeron equipos libremente y eligieron tema a libre albedrío. Únicamente se les proporcionó el material que necesitaron para elaborar la escenografía.

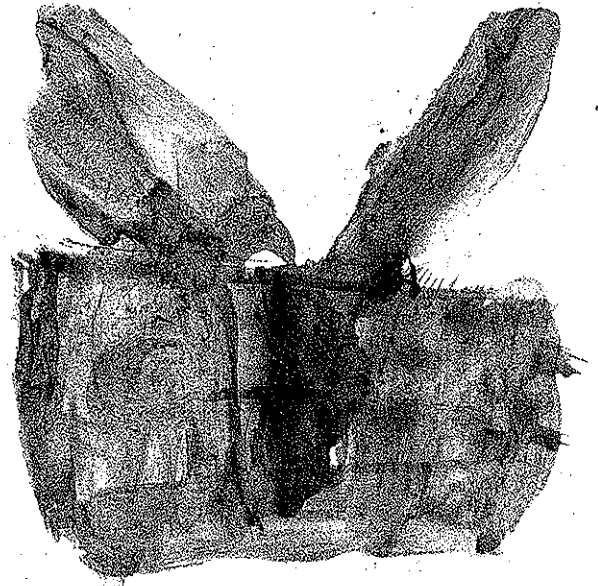
Propósito de la actividad:

Se persiguió averiguar la preferencia tanto del medio como de los tópicos de ese medio por parte de las niñas y los niños, evitando imponer un esquema de preferencia.

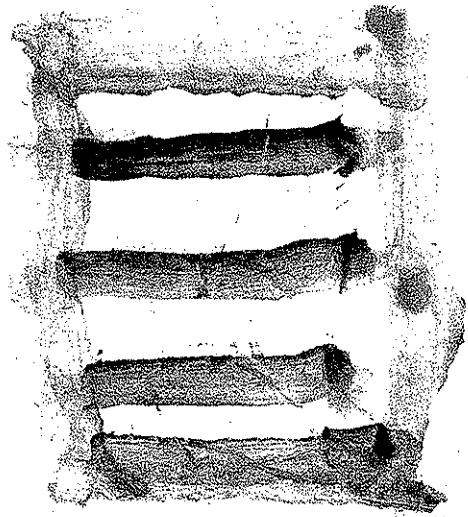
Omit

X-A

2



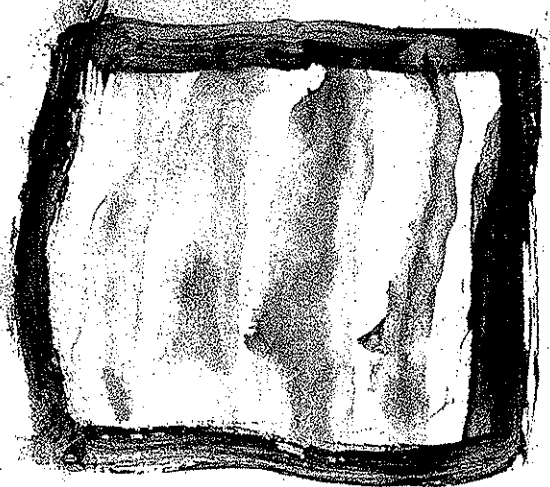
4



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

X-b

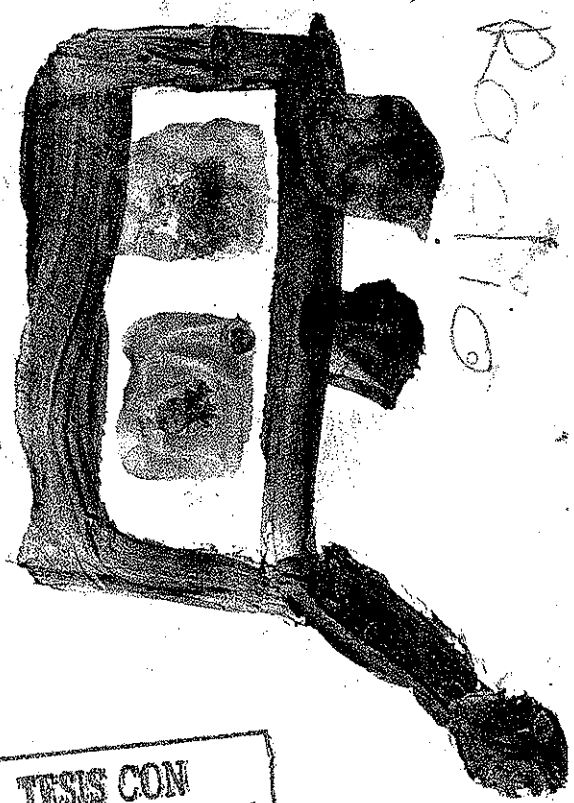
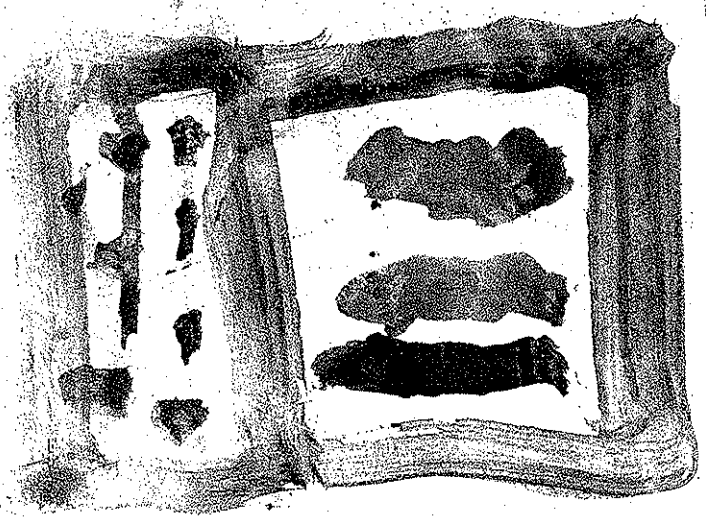
Te
le



periodico

Lizabeth Rossas

Rosario



interned.

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

NÚMERO DE SESIÓN: 4**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:**

*Continuar identificando la preferencia de los niños y las niñas por los tópicos de los medios de Comunicación.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:Haciendo y deshaciendo sueños (Parte II)*Actividad 1*

Participantes: Todo el grupo, dividido en dos equipos: niñas y niños.

Esta sesión se derivó de la anteriormente descrita. Pero se dedicó a hablarles de cómo se debía hacer un programa de televisión, dado que eso fue lo que eligieron. El demás tiempo se destinó para que ellos mismos se organizaran para concretar su proyecto.

Propósito de la actividad:

Se pretendió dar continuidad a la actividad anterior para que, con base en la observación participante, se pudieran destacar las preferencias por el medio y por los tópicos del mismo.

Haciendo y deshaciendo sueños (Parte III)*Actividad 4*

Participantes: Todo el grupo, dividido en dos equipos: niñas y niños.

En esta sesión se presentaron los programas de televisión. Primero el de las niñas, retomando el título de uno ya existente en la entonces programación de televisión abierta: Le temas a la oscuridad, con el capítulo que nombraron "La Mujer en el panteón". Los niños no presentaron el programa, pues no pudieron organizarse debido a que prefirieron jugar.

Propósito de la actividad:

Además de conocer su preferencia por los medios y los tópicos que en ellos se desarrollan, esta actividad tuvo como propósito indagar la capacidad creativa de los niños y las niñas para realizar sus propias propuestas y llevarlas a cabo, así como comprobar su interés por el tema.

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

*Identificar la representación que las niñas y los niños tienen de sí mismos.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

¿Quién soy ?

Actividad 5

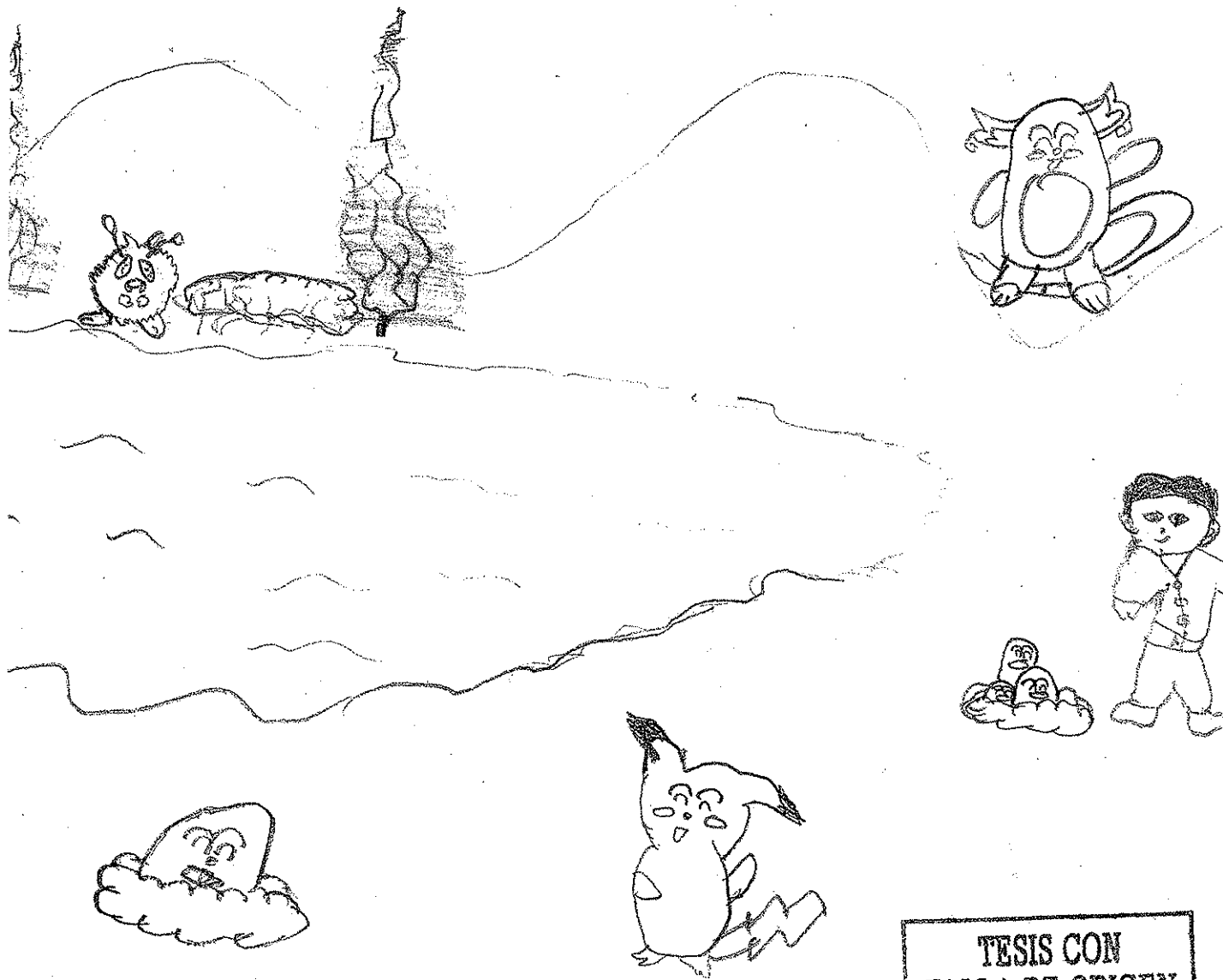
Participantes: Todo el grupo.

Se dividió en dos partes esta actividad. En la primera todos juntos, con base en sus conocimientos de la materia de Español, recordamos lo que era una descripción. En la segunda ellos tuvieron que escribir su propia descripción y dibujarse.

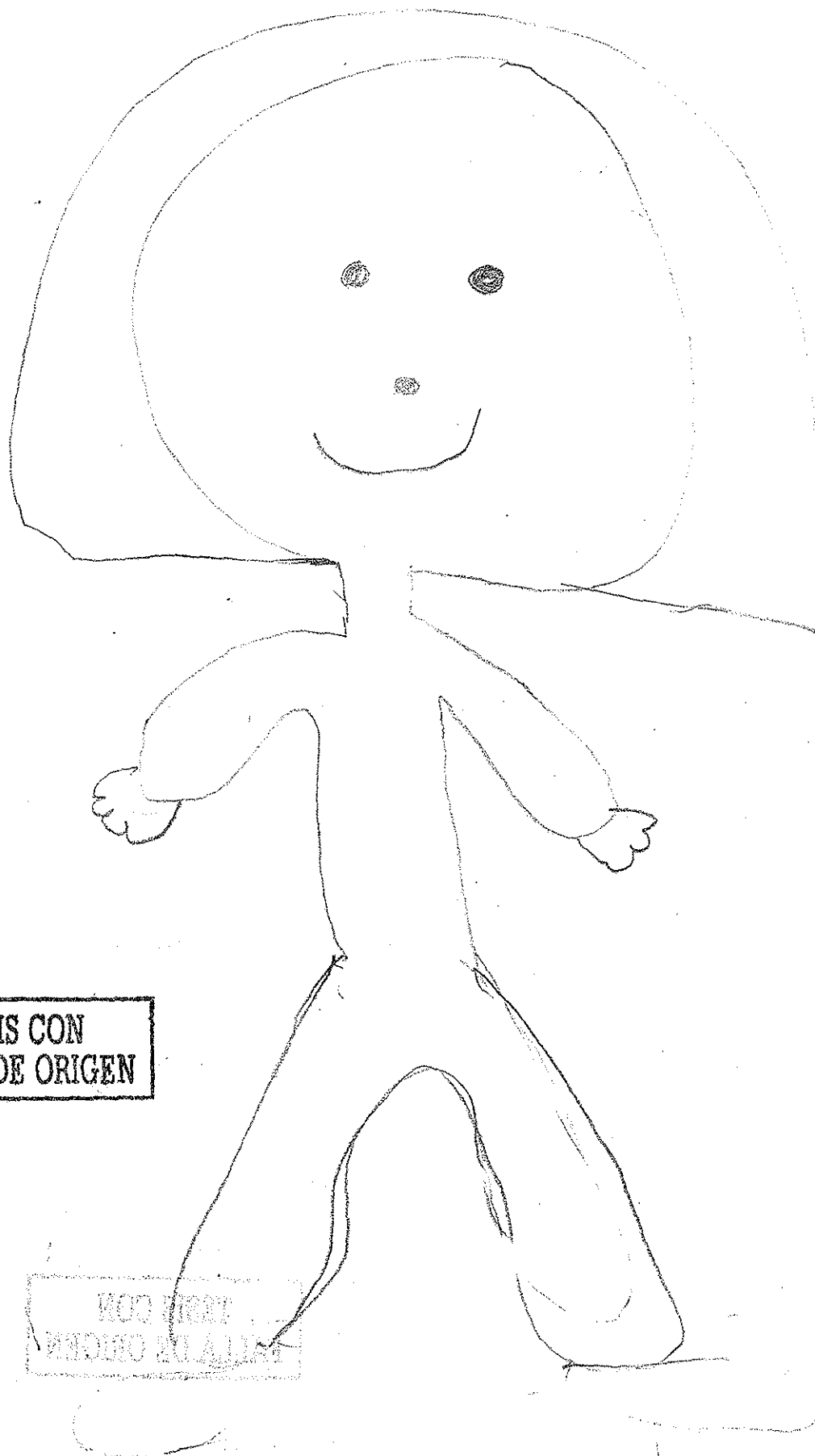
Propósito de la actividad:

Con la descripción que hicieron de ellos mismos se pretendió identificar algunos elementos que destacaron dentro de su percepción como individuos, de lo cual se derivó la representación de sí mismos, teniendo siempre en cuenta que no se puede conocer la representación total de alguien, sino la aproximación de ésta.

Soy Kavi tengo un hermano que se llama Adri
enoja que me esten molestando mis com
de grande yo quiero ser doctor mi papá t
en poner azulejo o manmol, tambien pinta casa
mamá no trabaja me gusta la pizza y a
me gusta dibujar



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

soy morena tengo dos papas de colores tengo

el largo pero me gustan las frutas no

quiere que me pongan apodos. ni que me

mimame con materia no me gusta que que mi

mama me jale el pelo no me gustan las

suavitas me gustaria ser contadora cuando

a grande tengo 5 colores como papas trabajar

en puesto de dulces me gusta usar

lta me gusta ser el que asente mi casa

quiere ayudar te a mi mamá

WOO NEXT
MAGNIFICENT

Att Emma

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

NOMBRE DE LA FASE: SEGUNDA FASE

OBJETIVOS GENERALES DE LA SEGUNDA FASE:

1. Acercar a las niñas y a los niños a los suplementos.
2. Identificar la preferencia de las niñas y los niños por algún suplemento.
3. Identificar la preferencia de las niñas y los niños por los tópicos de los suplementos.
4. Identificar la preferencia de las niñas y los niños por alguna de las formas del discurso aplicadas a géneros periodísticos incluidos en el suplemento.
5. Identificar las razones de preferencia por parte de las niñas y los niños por alguno de los suplementos.
6. Identificar las razones de preferencia por parte de las niñas y los niños por alguno de los tópicos incluidos en los suplementos.
7. Identificar las razones de preferencia por parte de las niñas y los niños por algunas de las formas del discurso.

NÚMERO DE SESIÓN: 1

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

- *Acercar a las niñas y a los niños a los suplementos para niños.
- *Identificar la preferencia de las niñas y los niños por alguno de los suplementos.
- *Identificar la preferencia de las niñas y los niños por los tópicos incluidos en los suplementos.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

¿Quién es quién?

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo.

Los integrantes del grupo formaron un semicírculo alrededor del salón. Enfrente de todos mostré cada uno de ellos con ayuda de voluntarios para sostenerlos. Después de la exposición formaron una línea en la que cada uno solicitaba el que le había llamado más la atención. También tuvieron la posibilidad de elegirlos por ellos mismos.

Propósito de la actividad:

El objetivo de esta actividad fue identificar la preferencia de las niñas y los niños por alguno de los suplementos de la manera más espontánea posible. De aquí que se haya dejado elegir el que quisieran sin imponer el criterio propio.

¿Quién es quién?: Aplicando cuestionarios

Actividad 2

Participantes: Todo el grupo.

Después de haber observado de cerca los suplementos a las niñas y a los niños se les aplicó un cuestionario con preguntas relacionadas con la preferencia por alguno de los suplementos o por algunos de los tópicos de los suplementos.

Propósito de la actividad:

Reforzar las observaciones hechas en el aula, mediante la pregunta directa hacia las niñas y los niños de su preferencia por suplementos y por los tópicos que ahí se incluyen.

NOMBRE: Karen Illeana Zorrera Dehona

1. ¿Cuál suplemento te gustó más?

Reportero Disney y la gran casa

2. ¿Por qué te gustó más?

porque trae juegos

3. ¿Cuáles son las secciones que más te gustaron del suplemento?

las adivinanzas

4. Dale un número del 1 al 7 a cada suplemento: Al que te guste más ponle 1 y al que te gusta menos el 7.

- 2 Un, dos, tres, por mí y por todos mis compañeros
- 1 Reportero Disney
- 3 Mi Periodiquito
- 4 Ovaciones para Niños
- 7 Niños Universal
- 5 Gente Chiquita
- 6 Cucurucho

5. ¿Te gustan los colores que utilizan en el suplemento que más te gustó?

Sí No

6. ¿Te gusta la letra que usan en el suplemento que más te gustó?

Sí No

7. ¿Te gustan los dibujos que usan en tu suplemento?

Sí No

8. ¿Te gustan las fotografías que usan en tu suplemento?

Sí No

9. ¿Te gustan los juegos que están en tu suplemento?

Sí No

10. ¿Cuáles son los temas que contiene que más te gustaron?

reportaje de niños

11. ¿Cuáles son los temas que menos te gustaron?

muñeco chiquito

12. Si tuvieras tu propio periódico ¿qué otros temas incluirías además de los que están contemplados en el suplemento?

muchas cosas para hacer / cosas
no

13. ¿Cuáles temas quitarías del suplemento en tu periódico?

las cosas para hacer

14. ¿Qué suplemento comprarías?

todos

NOMBRE: Flavio González de la Cruz

1. ¿Cuál suplemento te gustó más?

El cucurucho

2. ¿Por qué te gustó más?

porque tiene juegos

3. ¿Cuáles son las secciones que más te gustaron del suplemento?

JUEGOS

4. Dale un número del 1 al 7 a cada suplemento. Al que te guste más ponle 1 y al que te gusta menos el 7.

- 6 Un, dos, tres, por mí y por todos mis compañeros
- 7 Reportero Disney
- 5 Mi Periodiquito
- 2 Ovaciones para Niños
- 4 Niños Universal
- 3 Gente Chiquita
- 1 Cucurucho

5. ¿Te gustan los colores que utilizan en el suplemento que más te gustó?

Sí X No ___

6. ¿Te gusta la letra que usan en el suplemento que más te gustó?

Sí X No ___

7. ¿Te gustan los dibujos que usan en tu suplemento?

Sí X No ___

8. ¿Te gustan las fotografías que usan en tu suplemento?

Sí ___ No X

9. ¿Te gustan los juegos que están en tu suplemento?

Sí X No ___

10. ¿Cuáles son los temas que contiene que más te gustaron?

el cucurucho

11. ¿Cuáles son los temas que menos te gustaron?

gente chiquita

12. Si tuvieras tu propio periódico ¿qué otros temas incluirías además de los que están contemplados en el suplemento?

~~El deporte y el cine~~
Cuentos de terror

13. ¿Cuáles temas quitarías del suplemento en tu periódico?

Juegos

14. ¿Qué suplemento comprarías?

los deportes

NÚMERO DE SESIÓN: 2

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

- *Identificar las propuestas de las niñas y los niños para la elaboración de un periódico.
- *Identificar la preferencia de las niñas y los niños por los tópicos incluidos en los suplementos.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

Manos a la obra

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo.

Esta actividad consistió en organizar un concurso entre los integrantes del grupo para premiar el mejor periódico. Así, organizado en equipos que ellos mismos eligieron, debían elaborar su propio periódico. Podían dibujar o pegar, según su decisión, las noticias e ilustraciones que prefirieran. Asimismo, el contenido fue determinado por ellos.

Propósito de la actividad:

Reforzar las observaciones hechas en el aula y las respuestas obtenidas a través del cuestionario acerca de sus preferencias por tópicos, teniendo en cuenta el factor tiempo para contrastar la constancia de sus respuestas. También permitió recoger alguna de sus críticas mediante entrevistas y observaciones vaciadas en fichas de registro.

VIOLACION DE PRIVACIDAD

Mira a la derecha
a la izquierda en-
frente y atras.

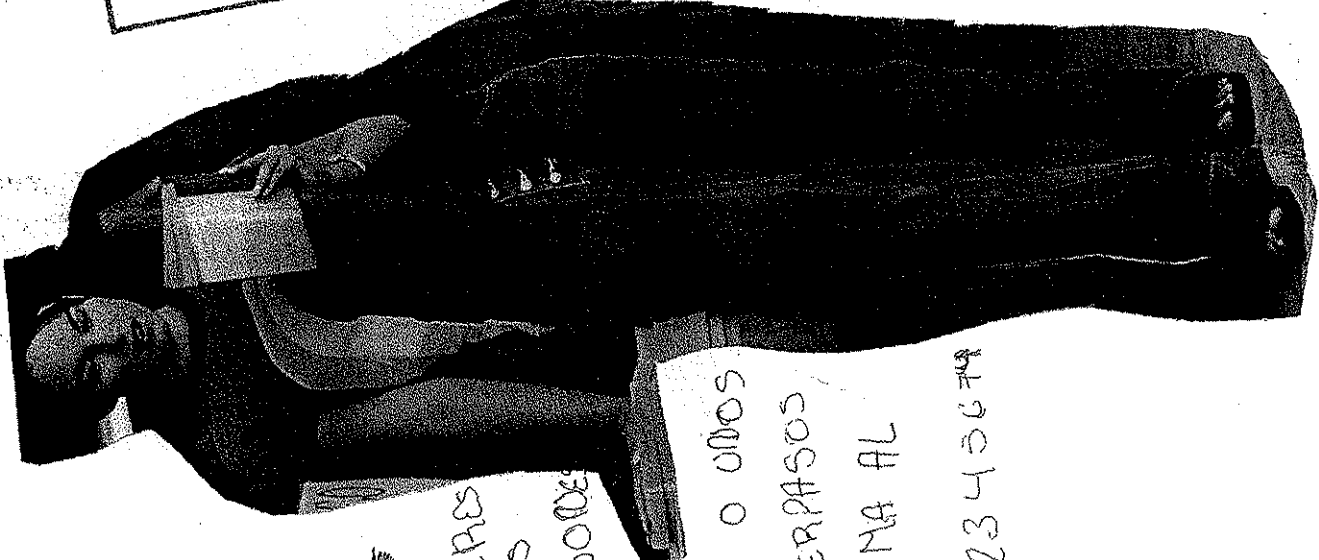
Atentos chicos

LAS SPACE GIRLS

2000

SOLTERAS.

TESIS CON
FALTA DE ORIGEN



2000

QUIERAS
UNOS
BOHBODES

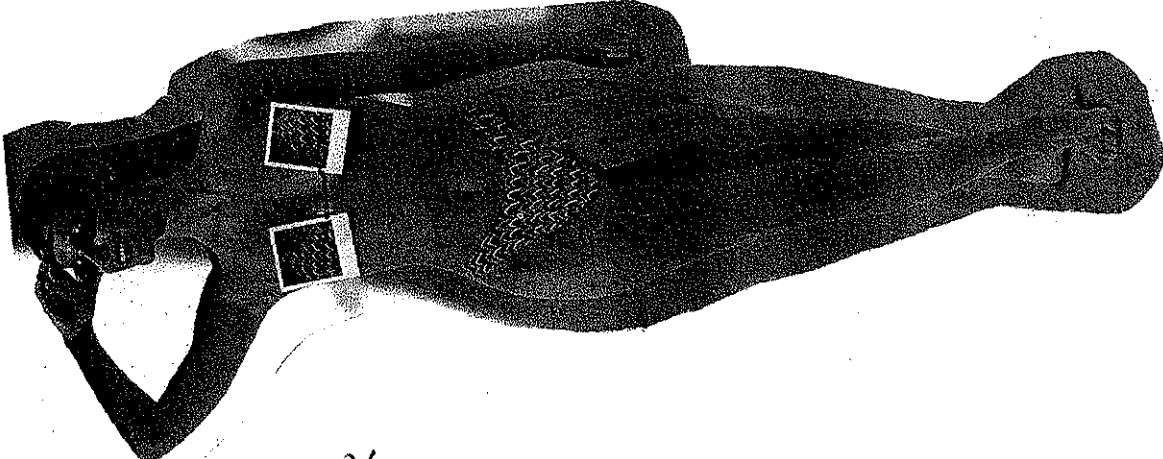
COMO

ESTOS O UNOS

COERFASOS

LLANA AL

0123456789



XU-A

LUCA CAMPEON!

Fuimos los mejores

LOS MEJORES MOMENTOS

la Copa USA
números

Williams y Medvedev
siguen en la pelea

Leyva, campeón
mínimo juvenil

LUCA,
CAMPEON

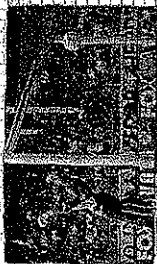
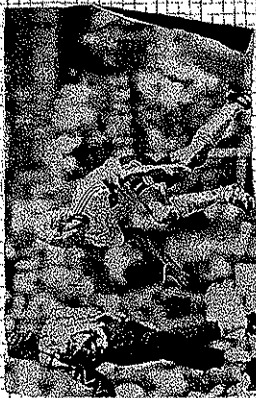
Luis Hernández, hasta el
duelo contra Sudáfrica

guras, técnicos

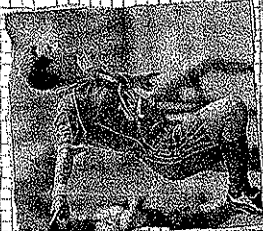
Alemania se impuso
a República checa

y

selecciones



Arriban hooligans
a la Eurocopa 2000



Achican galos



El Bordo
de los
Campeones

Arriban hooligans
a la Eurocopa 2000

Achican galos

El Bordo
de los
Campeones

EUROCOPA
1-3-0-0

African trabadoras a los campeones

TRISIS CON
FALTA DE ORIGEN

XU-6

NÚMERO DE SESIÓN: 3**OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:**

*Identificar la preferencia de las niñas y los niños por algún tópico.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:Recorta y Pega*Actividad 1*

Participantes: Todo el grupo.

El grupo estuvo colocado en círculo como cada clase. Se les repartieron hojas. En el centro del salón se colocaron revistas de diversos temas: medicina, ecología, noticias, entre otras. Se les planteó la situación hipotética de ser los sueños de un periódico y que deberían elegir los temas de los cuales les gustaría hablar en el mismo. Así en la hoja debían pegar las ilustraciones que denotaran los temas de su elección, formando un *collage*. En caso de que quisieran incluir algún tema cuya ilustración no estuviera en ninguna de las revistas, eran libres de escribir o dibujar acerca de éste.

Propósito de la actividad:

Identificar la preferencia, y representación de los tópicos que de acuerdo con su punto de vista deberían incluir en los suplementos para niños, así como recoger las propuestas plasmadas en sus propias creaciones.

Samuel
López
Olgoïn
"4116"

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

No mates los



Pajaros
y ajiás

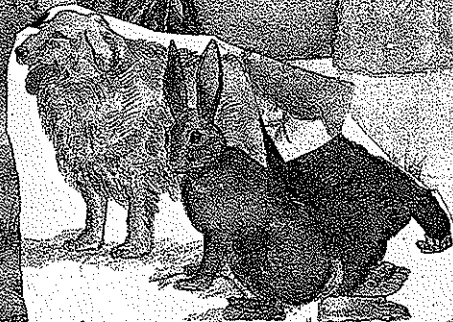
No cortes
los árboles



No atrapen
a los
animales



No cogen
en los
tes



los animales
bonitos

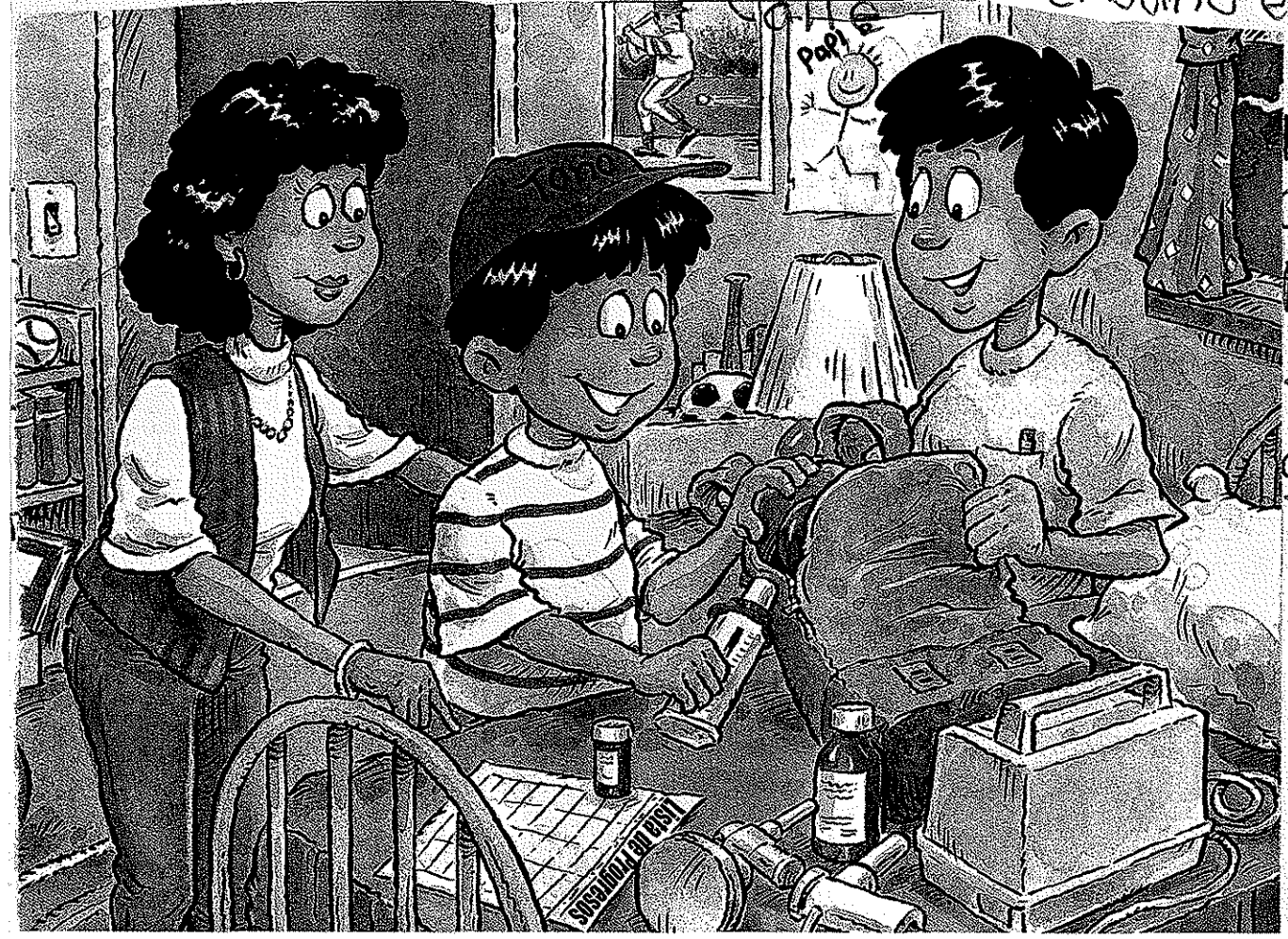


Tomar leche Diaria mente



... MEDIO DE ORIGEN

No aguas del baño en la



nutri- cion para tu salud

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

5 años de llevar salud... a domicilio.



Nutrición

Pellitos

El pollo. Siempre con 12% de extracto de fresa y pollo. Crepes ya sabidas mejor que con la leche. En un paquete como 200g. McCormick o si desea información llame al 17540 de México, D.F.



con agua hasta negro, cortado la negra y pelo en un 10 min. a temperatura media

La nutrición es importante para estar sanos

Nestlé
NESTUM®
El primer cereal del bebé



Crepas dulces



Lleche 1 lt. de leche con 6 huevos, 2 tazas de harina y 3 cda. de azúcar, cuele y agregue 1 cda. de extracto de vainilla. deje reposar por 10 min. Caliente un sartencillo, y a fuego lento vierta 1 cda. de la mezcla formando una tortilla delgada, voltee y rellene al gusto o sirva en forma de pastelito espolvoreando azúcar glass.
Rendimiento: 40 crepas.

Lizbeth Rosas

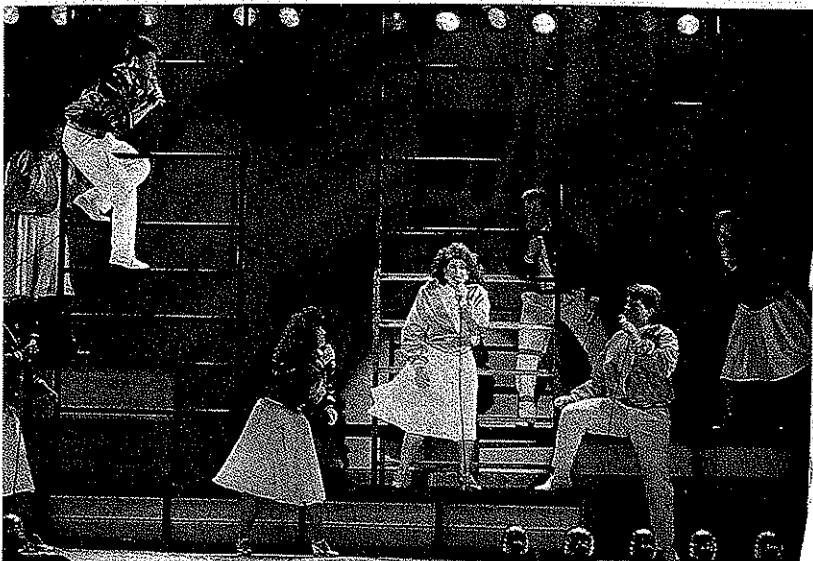
TESIS CON FALLA DE ORIGEN

snay es casi igual que
Flas

XVI-D

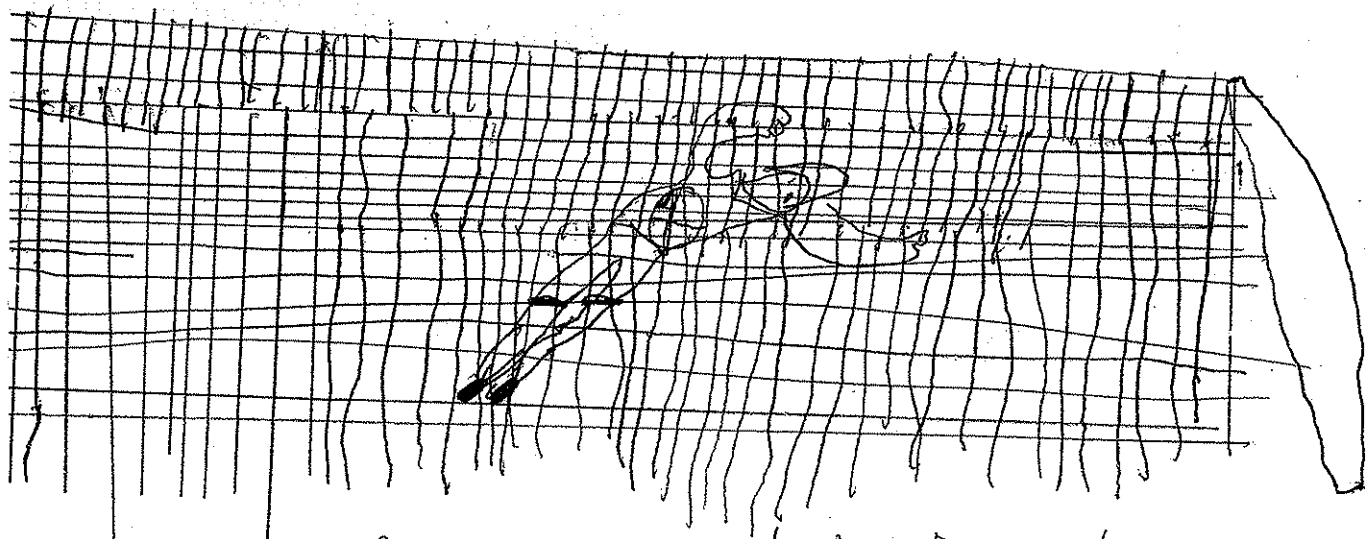


Gregorio



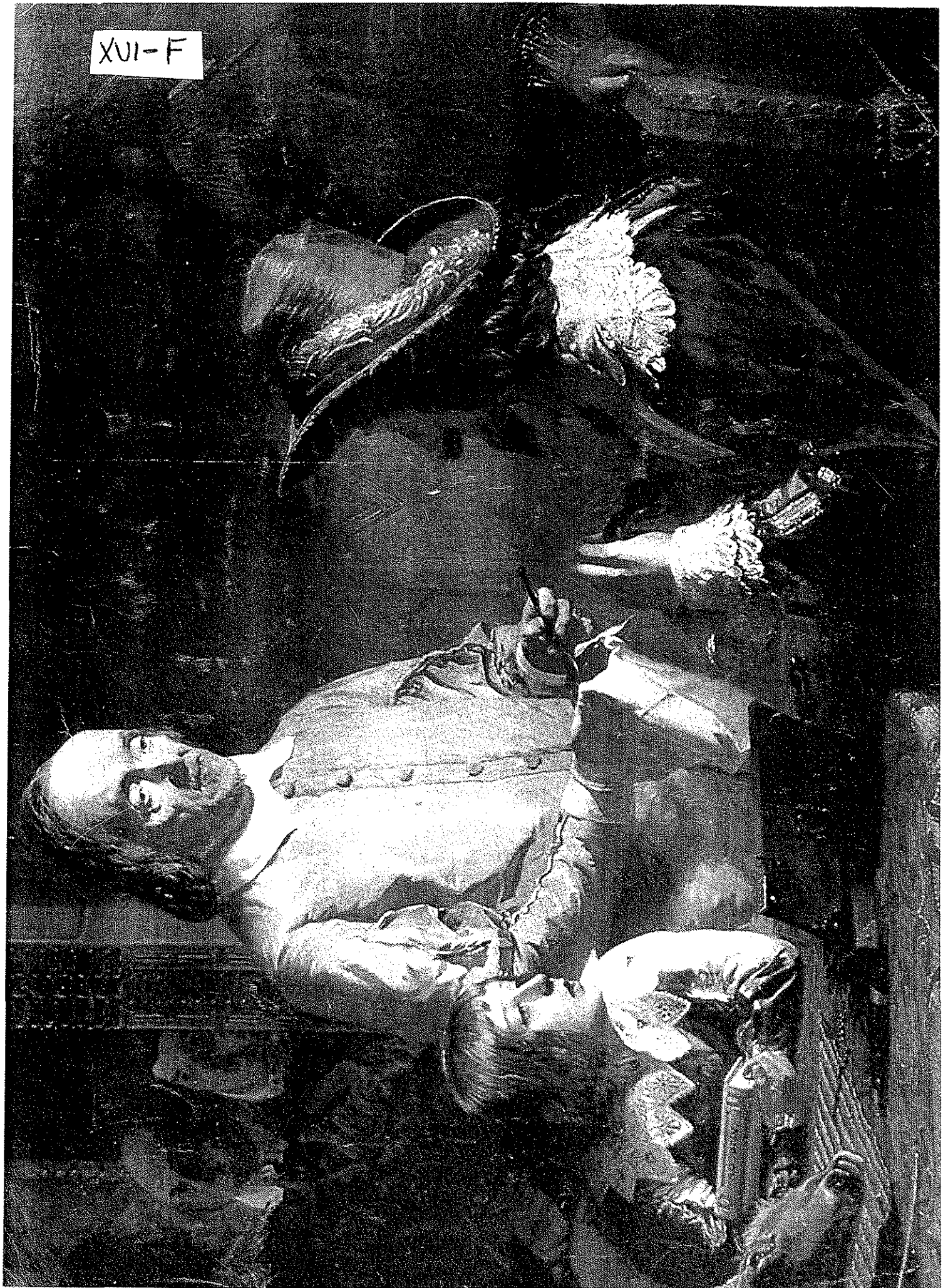
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

escena al estilo de Broadway.
Mejor que Mexicano



del Futbol

XVI-F



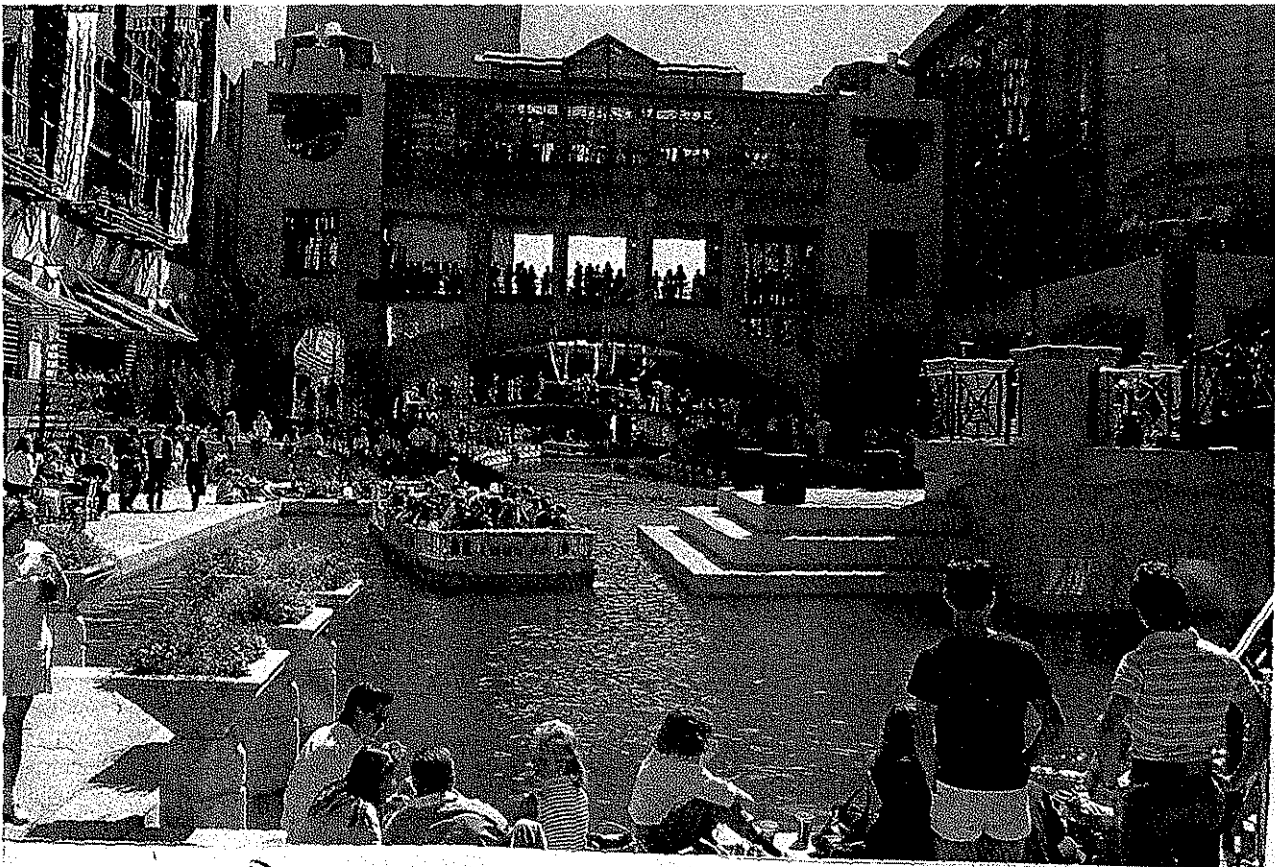
XVI-E



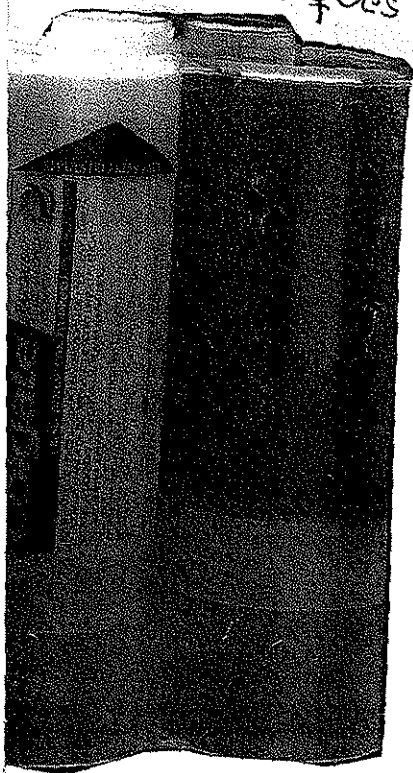
Un espacio para la lucha política
 Cualquiera manifestación política está prohibida durante la celebración de unos Juegos Olímpicos. Sin embargo, esta norma se rompió en México 68. Algunos atletas negros de EE.UU. recibieron sus premios descalzos y alzando sus puños cubiertos por un guante. Era un símbolo del Black Power, movimiento de reivindicación de los derechos de la raza negra en el país del norte.

Vendo

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



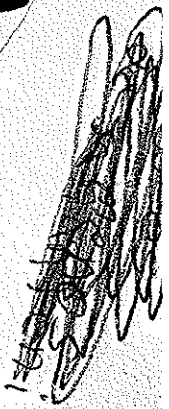
Parques de Diversión

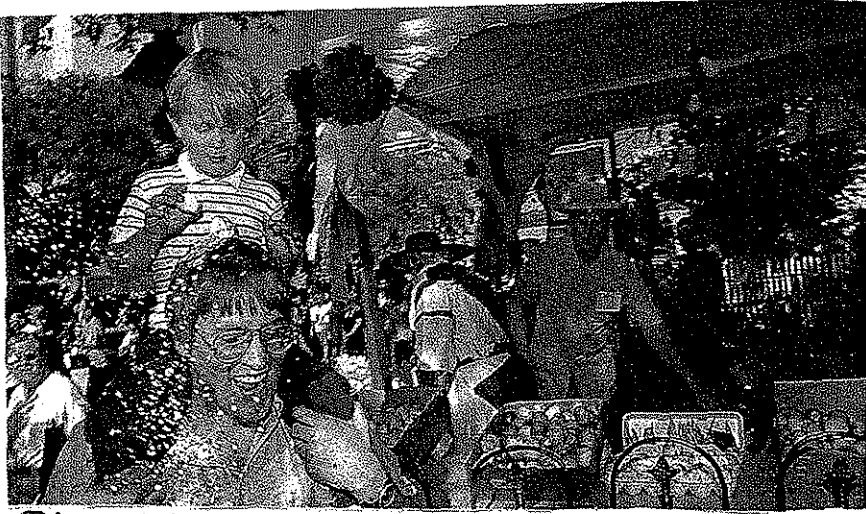


De la tipiesa

AVANTAGE
OMNIO

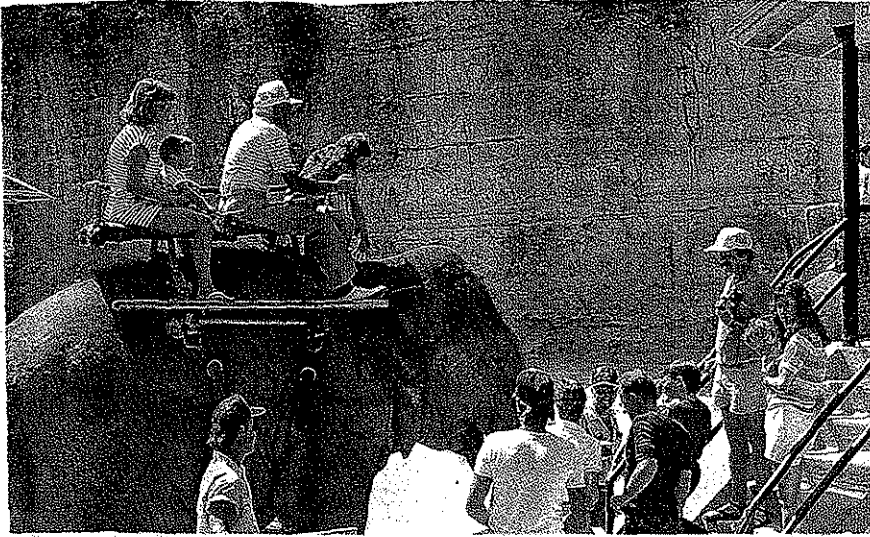
TESIS CON FALLA DE ORIGEN





Diversion para toda la Familia

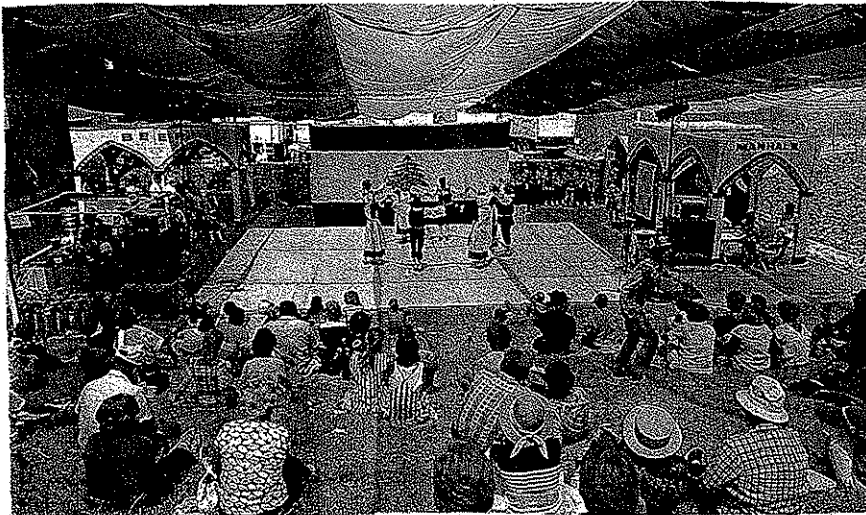
XVI-H Daniela
Mendes
Cotia



Del solojico



de balneario



De espectaculos

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

**TESIS
FALLA
DE
ORIGEN**

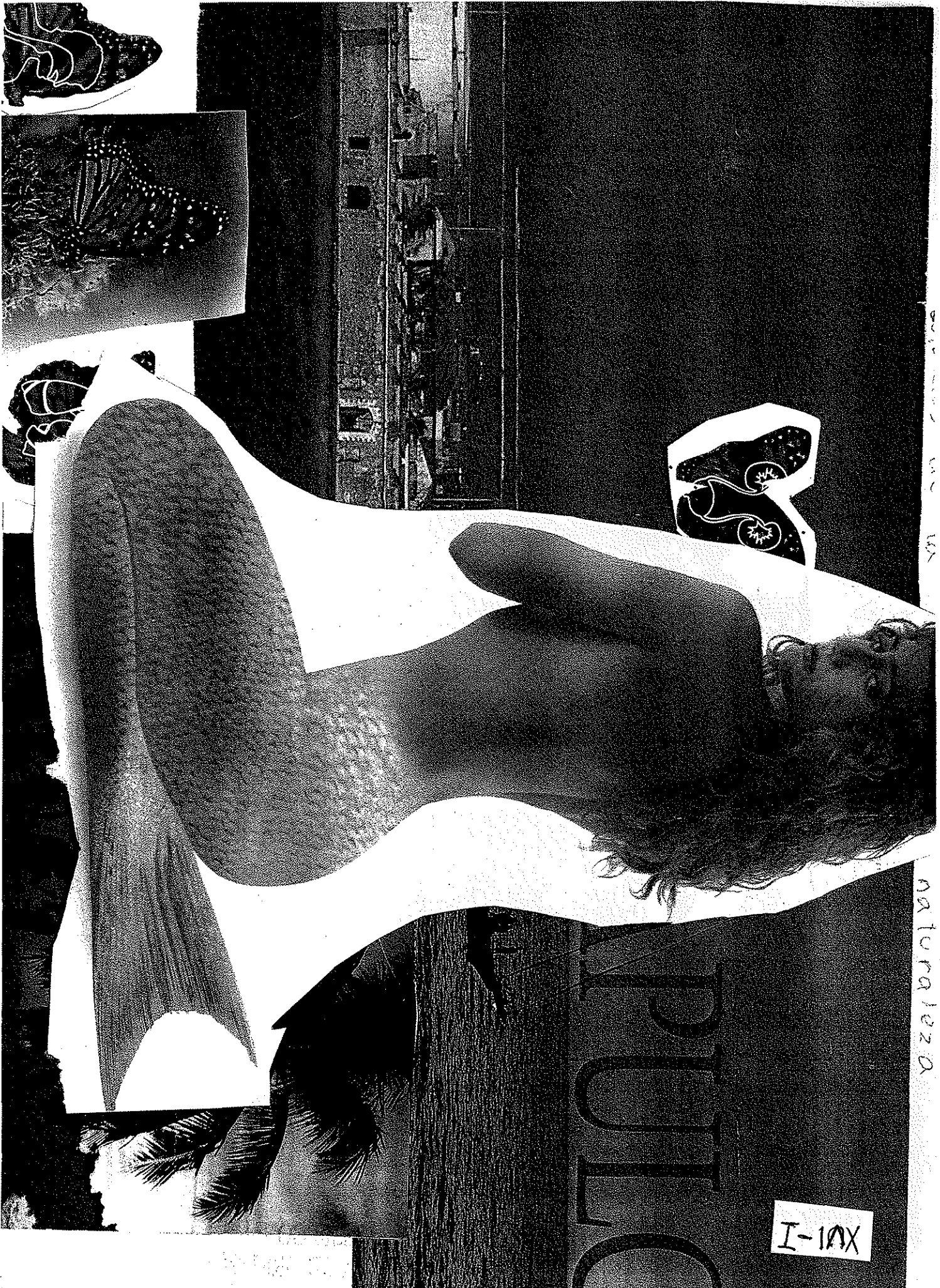
Este será para ti un gran momento, por lo que recibirás sorpresas que jamás esperare de tu parte. Si recibes noticias de tus buenas noticias, se ve, presentará un buen momento. Si estás tendiendo un mes brillante que puede dejarte buenas huellas para el futuro. Tu salud se mantendrá estable, te sentirás vital y pasará el mayor tiempo con tu familia y amigos.

Lizbeth Brisoño Vázquez

El éxito te acompañará en tu relación con tu familia y no te preocupes por los malos pensamientos que se te ocurren. Si los malos pensamientos se te ocurren, no te preocupes. El éxito será la consecuencia de tus buenas intenciones. Si tienes buenas intenciones, que te ayudarán a alcanzar tus metas, así que actúa con seguridad. Tu éxito requiere de cuidados y no de abusos. No te desalientes.



TESIS CON FALLA DE ORIGEN



I-10X

naturaleza

NÚMERO DE SESIÓN: 4

Nota: Ésta no fue una sesión planeada, sino que la actividad pensada para este día se sustituyó debido a que uno de los integrantes del grupo (Luis) dejó la escuela. Sin embargo, la incluyo debido a que la interacción con ellos fuera de la situación de comunicación del Taller, brindó también datos importantes a la investigación.

LA DESPEDIDA DE LUIS

Participantes: Todo el grupo.

Llegué a las 9:00 a.m como de costumbre al salón, pero esta vez fue distinto. Los niños y las niñas no se encontraban haciendo ninguna actividad del libro de Matemáticas o de Español, junto con su maestra, como usualmente sucedía.

Esta vez el salón estaba adornado con globos y el escritorio servía de mesa para ofrecer platillos como tinga, pollo con mole, chicharrón en chile verde, y algunas botanas como papas y cacahuates. También había refrescos: Coca-Cola y de toronja y naranja. Los niños y las niñas no portaban el uniforme y la música (en español con ritmos como salsa, cumbias y *pop*) venía de una grabadora Sony de aproximadamente 60 cm.

Estuvieron presentes algunas mamás y, por supuesto el invitado de honor: Luis, con quien bailé dos piezas, una de salsa y otra de *pop*. Las niñas jugaban a ser personajes de novelas de ese momento, específicamente de Locura de Amor, mientras que los niños jugaban tazos. El resto platicaba de la fiesta o bailaba.

Propósito de la actividad:

Identificar dentro de sus pláticas cotidianas como parte del grupo los temas por los cuales se interesan fuera de la situación de comunicación del Taller. Debo decir que esta sesión enriqueció profundamente la interpretación de mis resultados.

NÚMERO DE SESIÓN: 5

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

*Identificar las razones de preferencia por parte de las niñas y los niños por alguno de los suplementos.

*Identificar las razones de preferencia por parte de las niñas y los niños para preferir ciertos tópicos.

*Identificar las razones de preferencia por parte de las niñas y los niños por alguna de las formas del discurso.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

Otra vez en contacto

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo.

Esta vez se dejaron en el suelo extendidos los suplementos para niños. Cada integrante del grupo pudo escoger el de su preferencia y manipularlo con la única restricción de no recortarlos, misma que se derivó de la falta de otros ejemplares.

Propósito de la actividad:

Fue una actividad reforzadora de la primera. Además de identificar preferencias por suplementos, tópicos y formas del discurso, me interesó identificar las razones específicas de esas preferencias.

NOMBRE DE LA FASE: TERCERA FASE

OBJETIVOS GENERALES DE LA SEGUNDA FASE:

1. Recoger las propuestas de las niñas y los niños .
2. Ajustar y enriquecer la propuesta de talleres para el estudio de recepción de medios.
3. Dar por terminado la implementación de los talleres.

NÚMERO DE SESIÓN: 1

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

- *Identificar las propuestas de las niñas y los niños.
- *Dar por terminada la implementación de los talleres.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

Mesa redonda: Haz escuchar tu voz

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo.

Los integrantes del grupo formaron un semicírculo alrededor del salón sentados en el suelo. En esa posición discutimos las razones por las cuales las niñas y los niños dan importancia a los temas que dieron prioridad en otras sesiones del Taller.

Propósito de la actividad:

El objetivo fue corroborar las respuestas obtenidas mediante otros instrumentos y técnicas con las que daban en una situación de comunicación distinta, dada por la generación de una conversación informal enfocada a sus preferencias por los tópicos de los suplementos. Asimismo, recoger algunas otras propuestas mediante fichas de registro.

NÚMERO DE SESIÓN: 2

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

*Anunciar el término del Taller.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

Colorín Colorado

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo.

Niñas y niños formaron, como usualmente en este segmento, un semicírculo. Como de costumbre, ayudándome con las imágenes del libro El Sapo que no quería comer de Martha Sastrías editado por el Fondo de Cultura Económica en 1998 conté la historia y propicié la participación con preguntas.

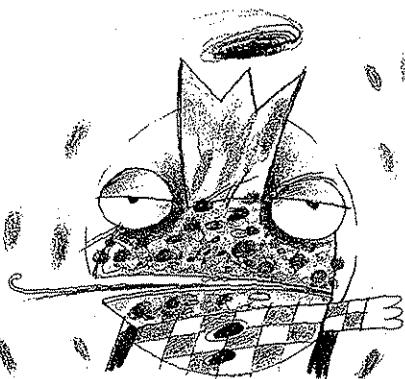
Propósito de la actividad:

Básicamente esta vez dicha actividad tuvo como objetivo preparar el terreno para la despedida, pues así como la inmersión al grupo requiere tiempo, el proceso de separación también.

El sapo

que no quería comer

texto Martha Sastrías / ilustraciones Francisco Nava Bouchain



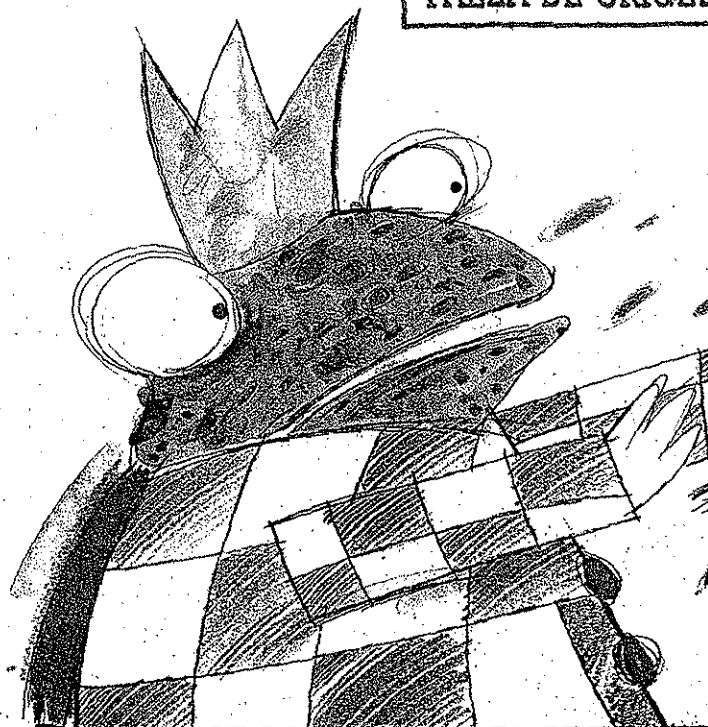
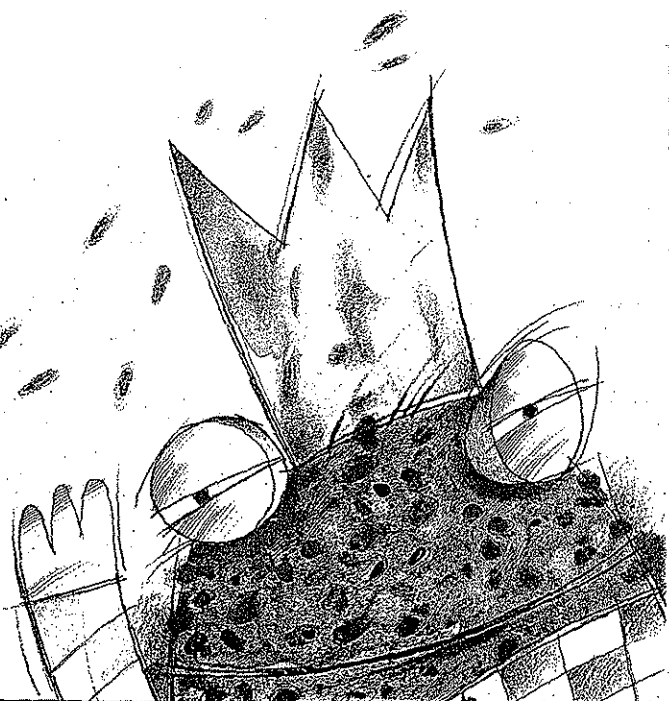
LOS ESPECIALES DE
A la orilla del viento
FONDOS DE CULTURA COMARCAL
MEXICO



El rey Sapo ha llegado desde muy lejos al palacio de la reina Tortuga. Es el invitado más importante a las fiestas de primavera. Los cocineros de palacio han preparado exquisitos platillos para halagarlo.

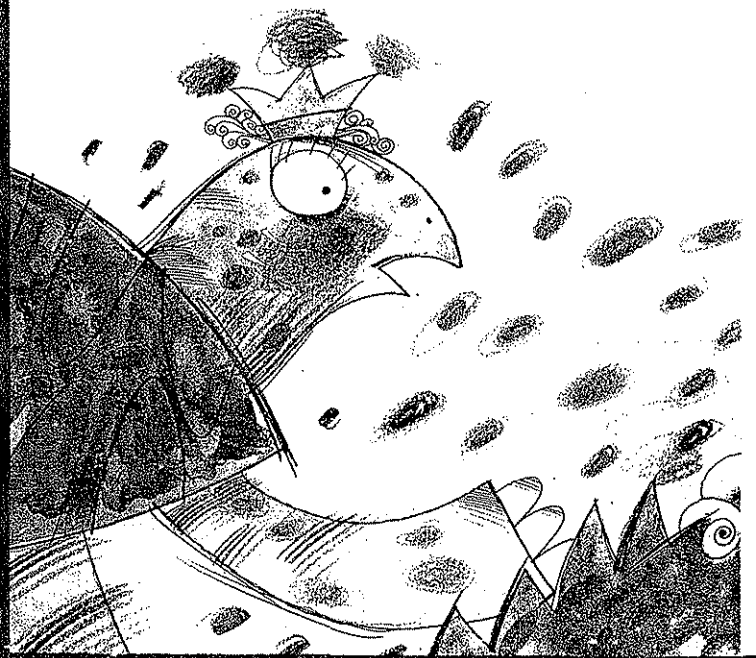
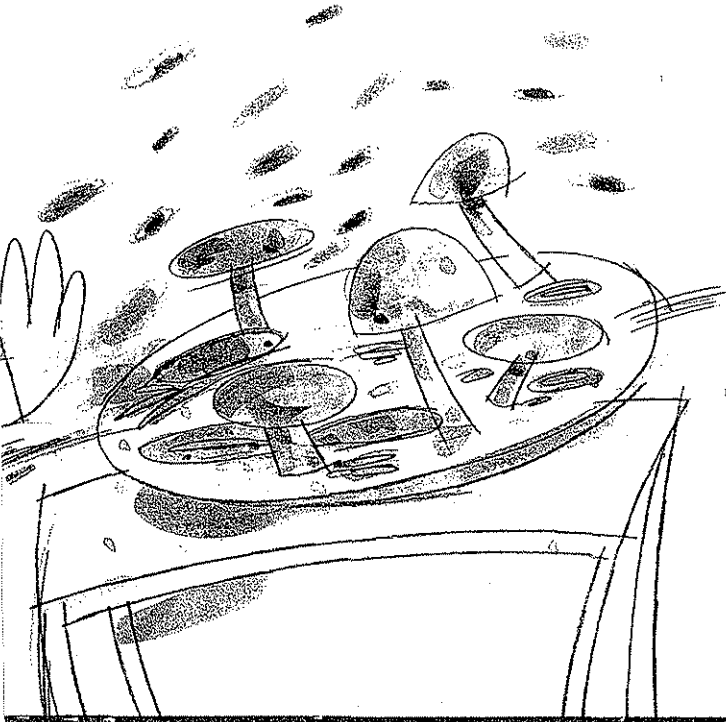
El lunes le ofrecieron carne de cordero con hongos silvestres.

**TESIS CON
FALLA DE ORIGEN**



Pero el rey, cortésmente, retiró el plato y no lo probó.

La reina pensó que el rey estaba enfermo y mandó llamar al médico de la corte.

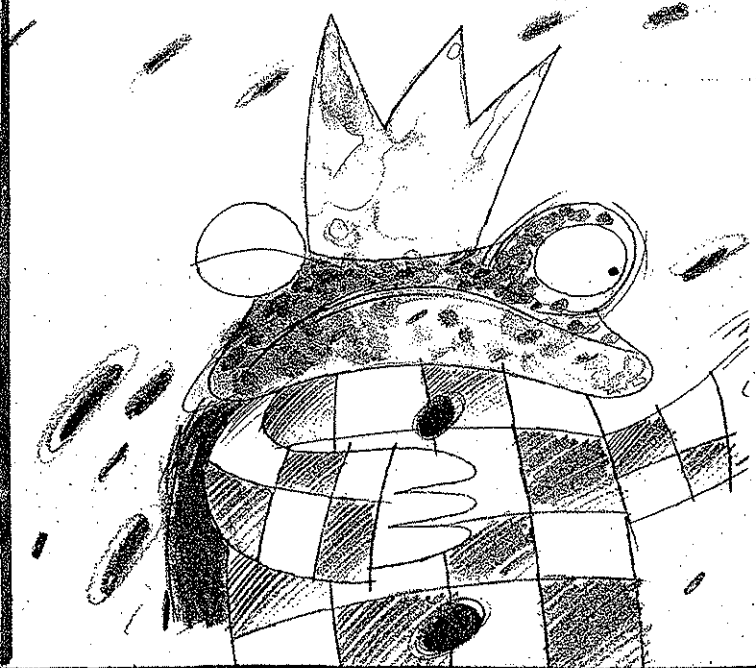
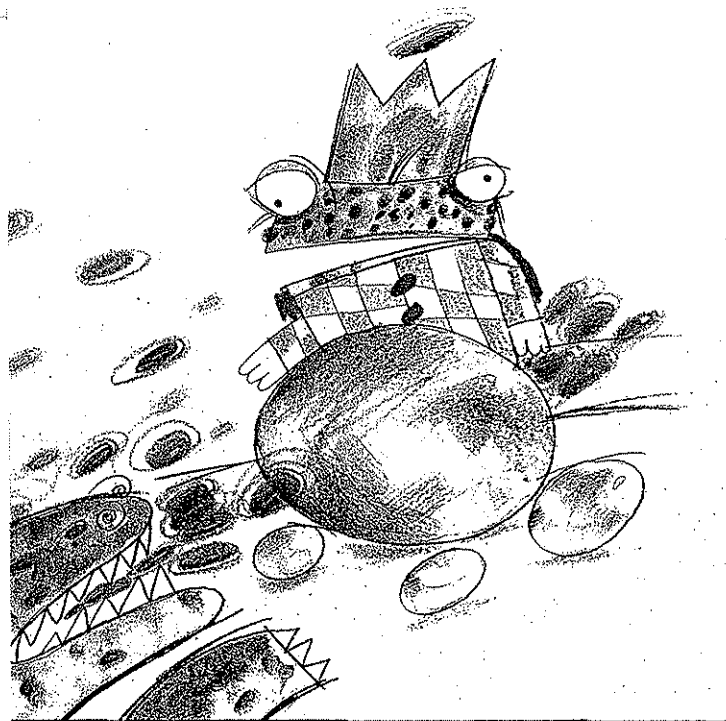


El doctor revisó el estómago del rey Sapo pero no encontró ningún mal.

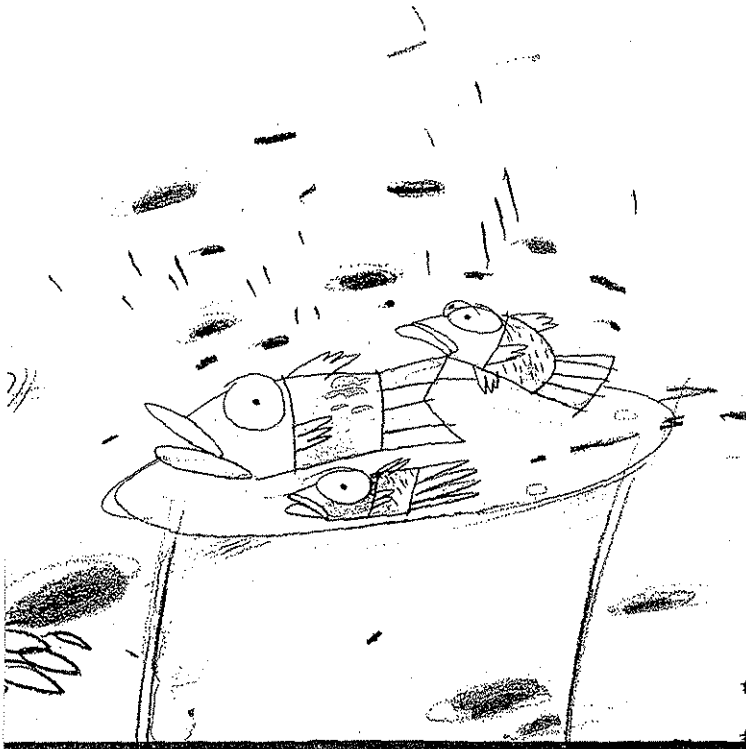
—Quizá la carne no es de su agrado —dijo, y le recetó pescado frito para la comida.

El martes le sirvieron el mejor pescado de los estanques del reino.

TESIS CON FALLA DE ORIGEN

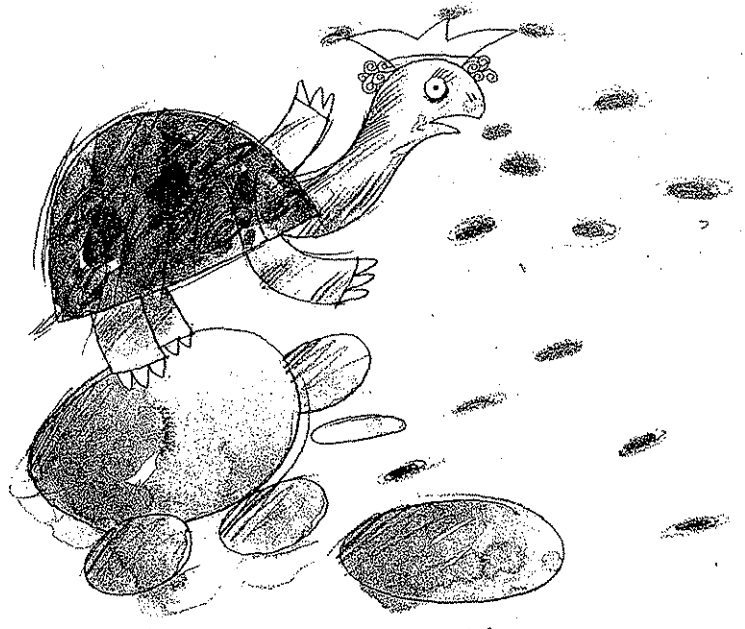


El rey Sapo tampoco quiso probarlo.

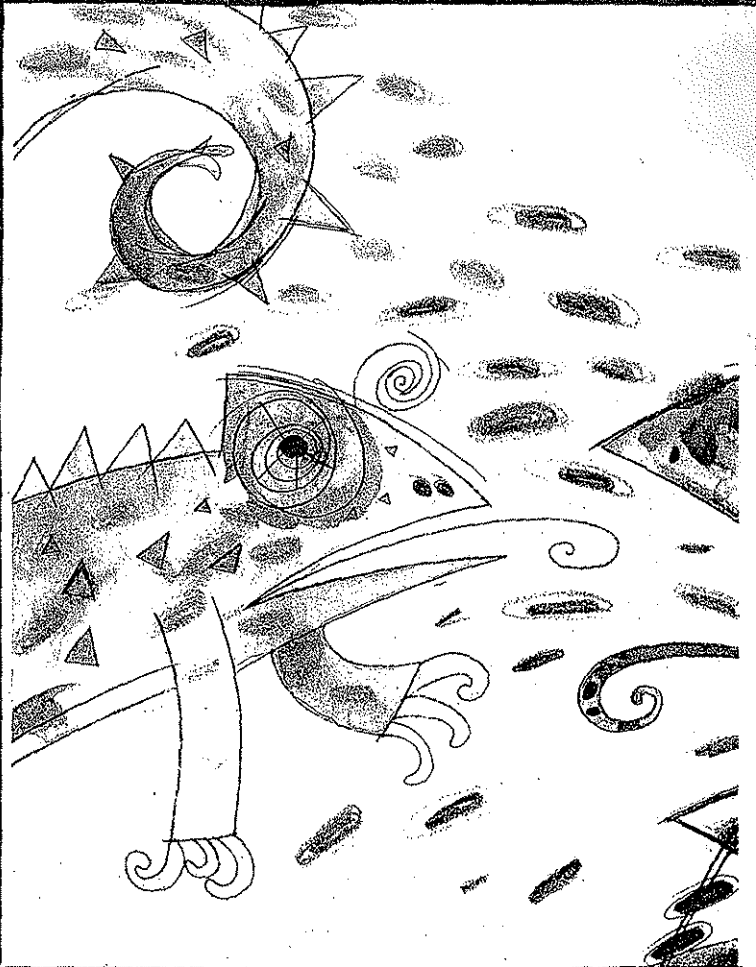
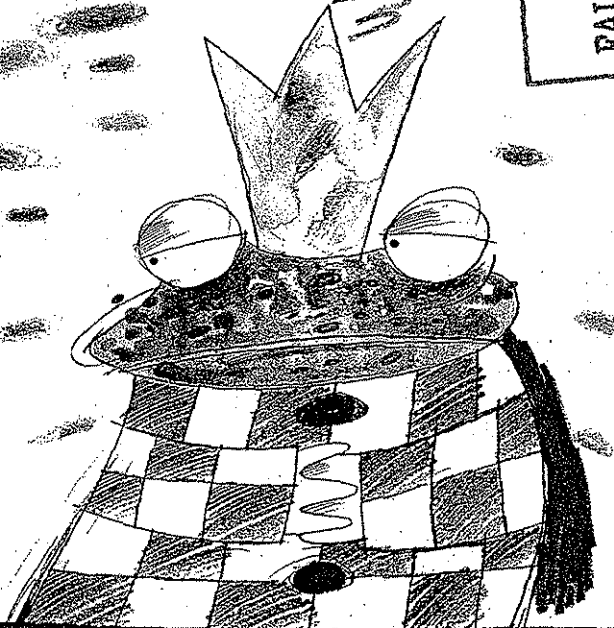


—Traigan al especialista en garganta. Me parece que el pobre rey no puede tragar —dijo la reina.

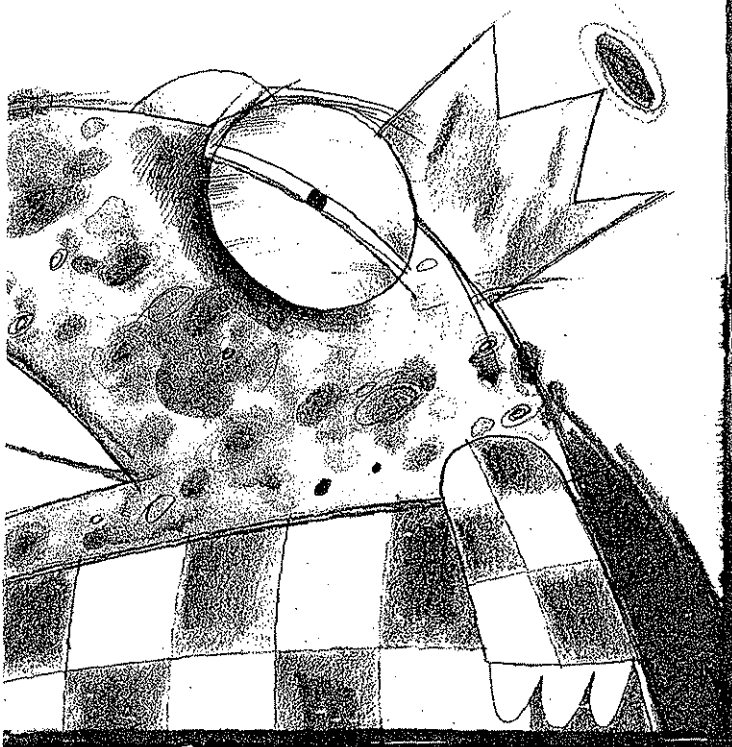
XX-C



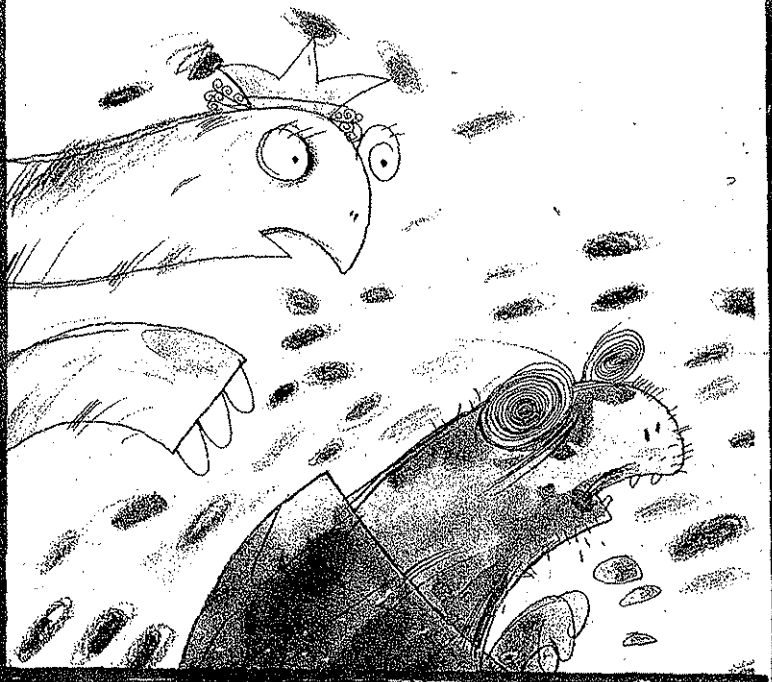
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



El otorrinolaringólogo, especialista en oídos y garganta, revisó hasta el esófago.
-No encuentro nada anormal, pero denle fruta fresca en el desayuno.

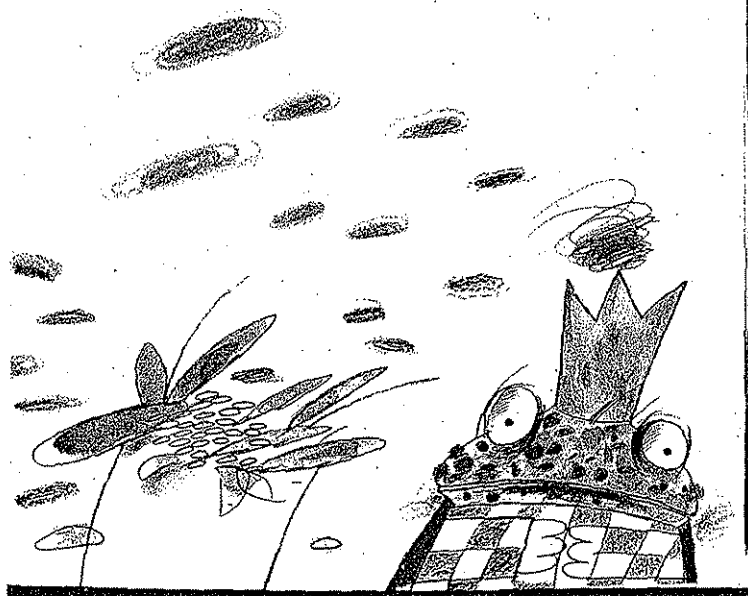


El miércoles le presentaron canastas de variadas y jugosas frutas, traídas de las huertas de la comarca.
El rey Sapo no comió ninguna.
-Llamen al curandero que todo lo alivia -ordenó la reina.

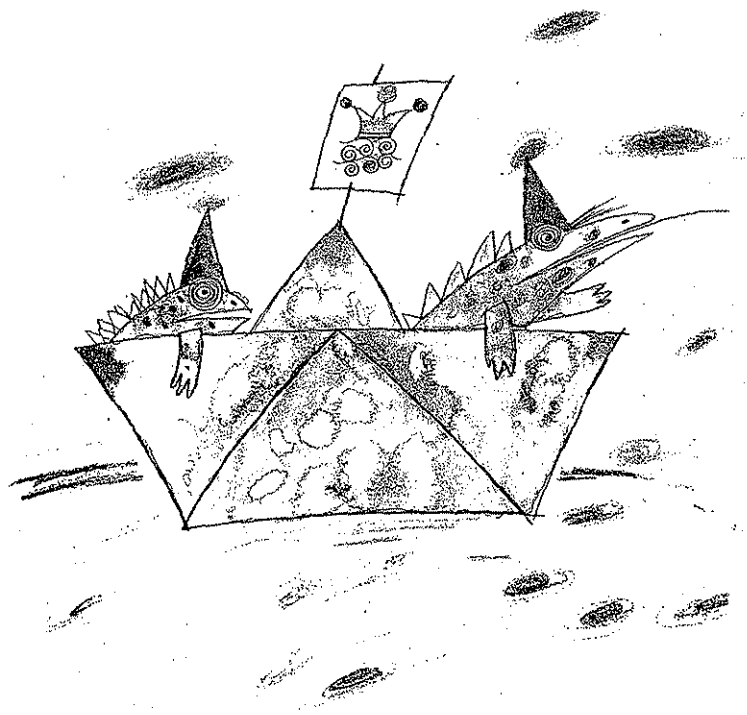


El curandero tampoco pudo descubrir la enfermedad del rey Sapo. Sólo le ordenó comer cada ocho horas arroz hervido con hojas de laurel.

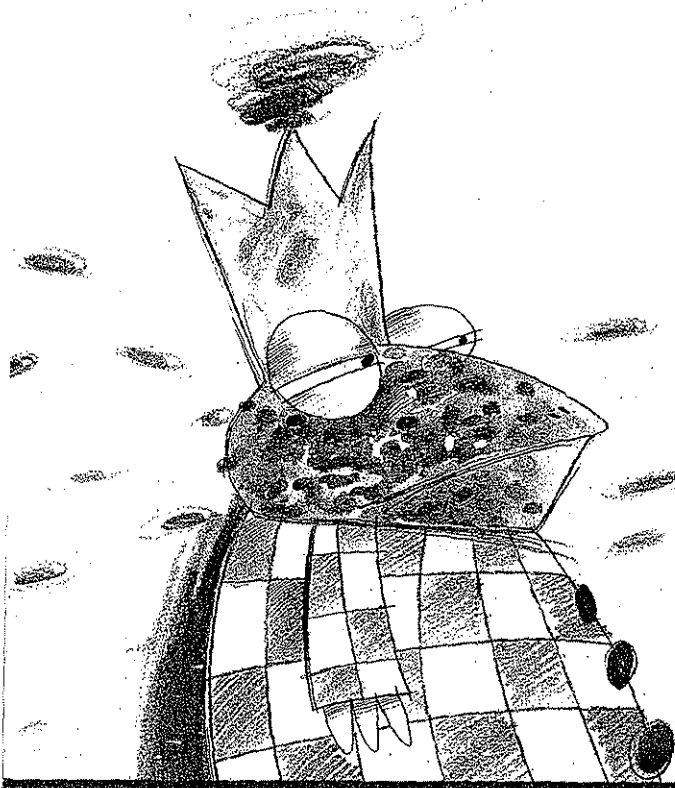
TESIS CON FALLA DE ORIGEN



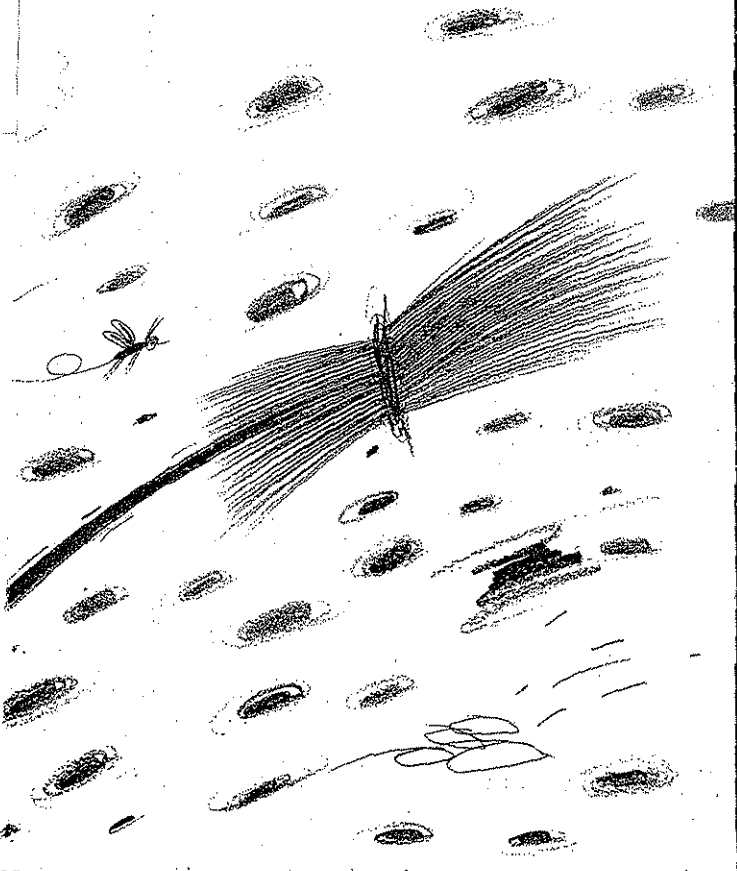
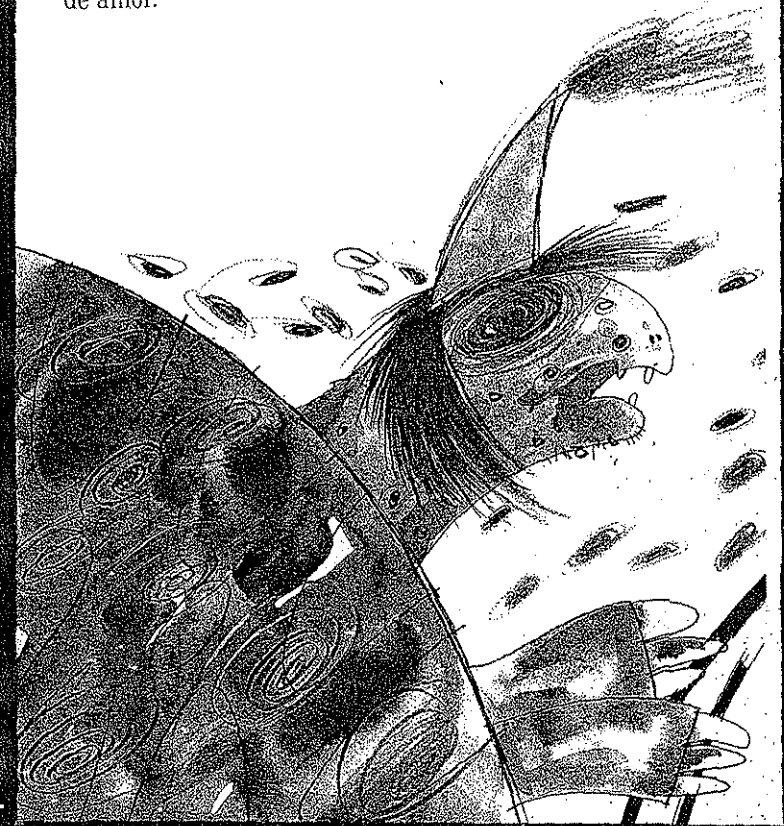
El jueves los emisarios de la reina llegaron hasta un barco chino y compraron el mejor arroz del mundo para el rey Sapo.



El rey no quiso ni verlo.



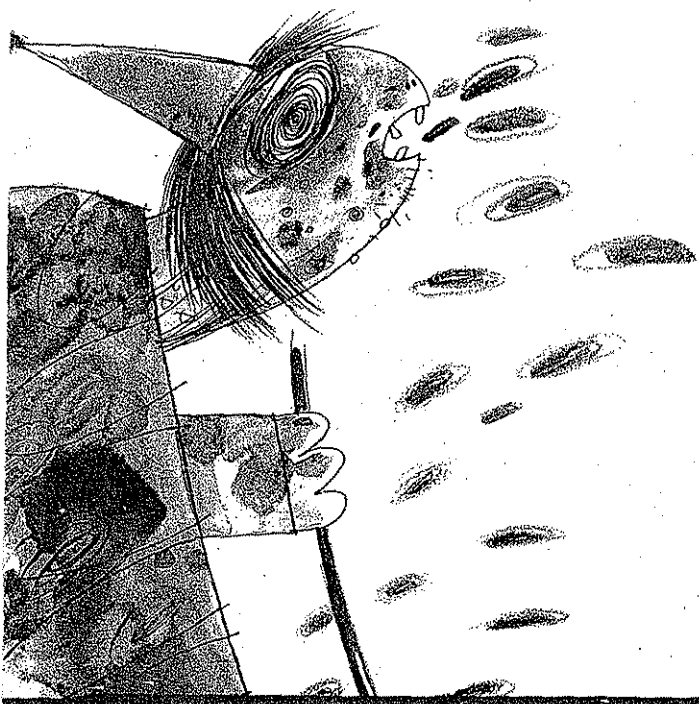
—Ya sé —dijo la reina—, el problema del rey está en su corazón. Llamen a la tortuga hechicera que cura los males de amor.



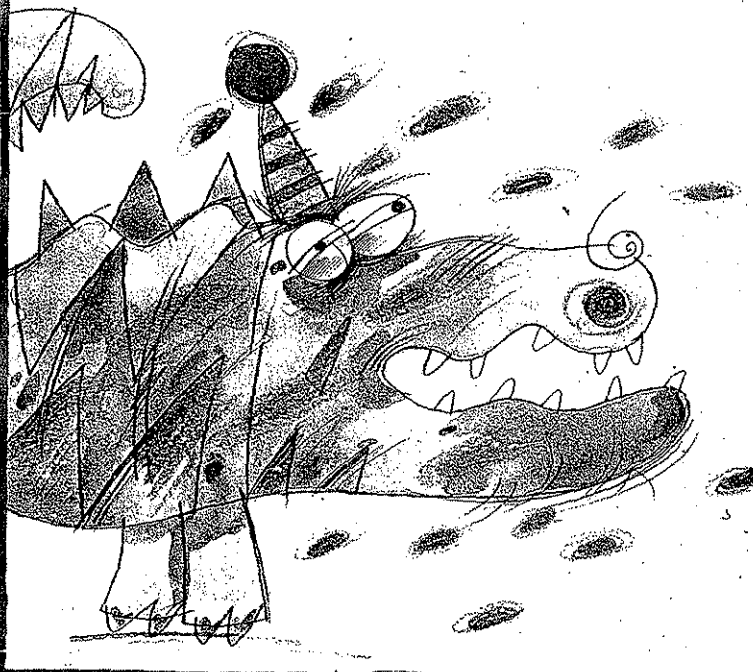
TORTUGA CON FALLA DE OÍDIO



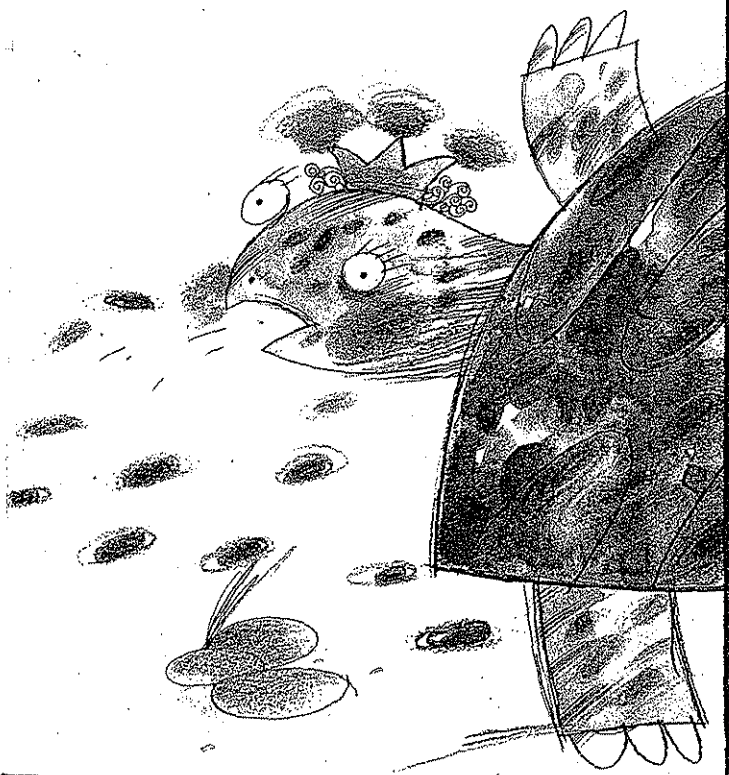
El viernes, después de ver al rey Sapo, la tortuga hechicera dijo:
-Los males del rey no son del corazón. No puedo hacer nada por él. Envíen pronto por su médico de cabecera.
El rey corre peligro de morir de hambre.



El sábado, a primera hora, el médico del rey Sapo llegó al palacio de la reina Tortuga.
-¿Qué ocurre? ¿Por qué me han llamado con tanta urgencia? -preguntó.



-El rey Sapo está muy enfermo, no quiere comer. Le hemos ofrecido carne, pescado, fruta y arroz, pero no ha probado ni un bocado -respondió la reina.



El médico, de inmediato, supo cuál era el problema.
-El rey es tan tímido -explicó- que no se atreve a decir que su menú consiste en:

insectos por la mañana...

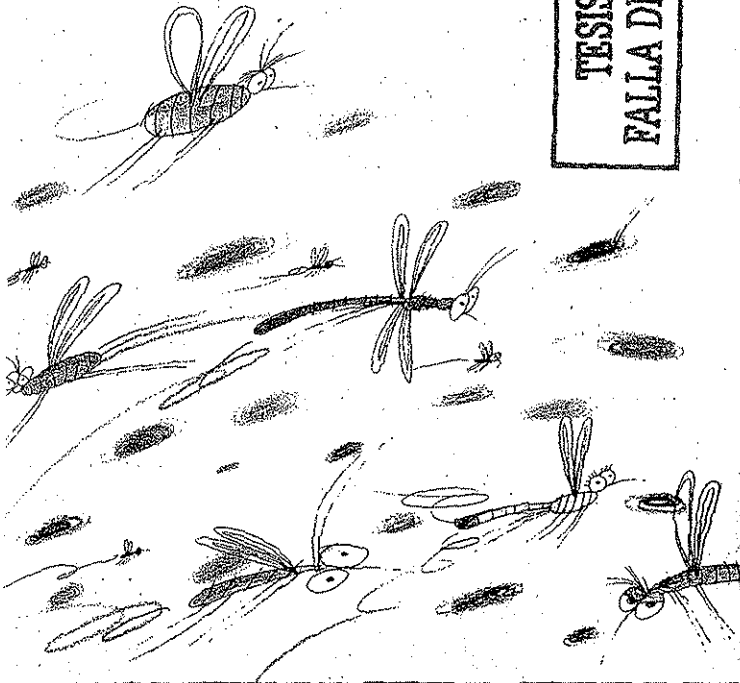
TESIS CON FALLA DE ORIGEN



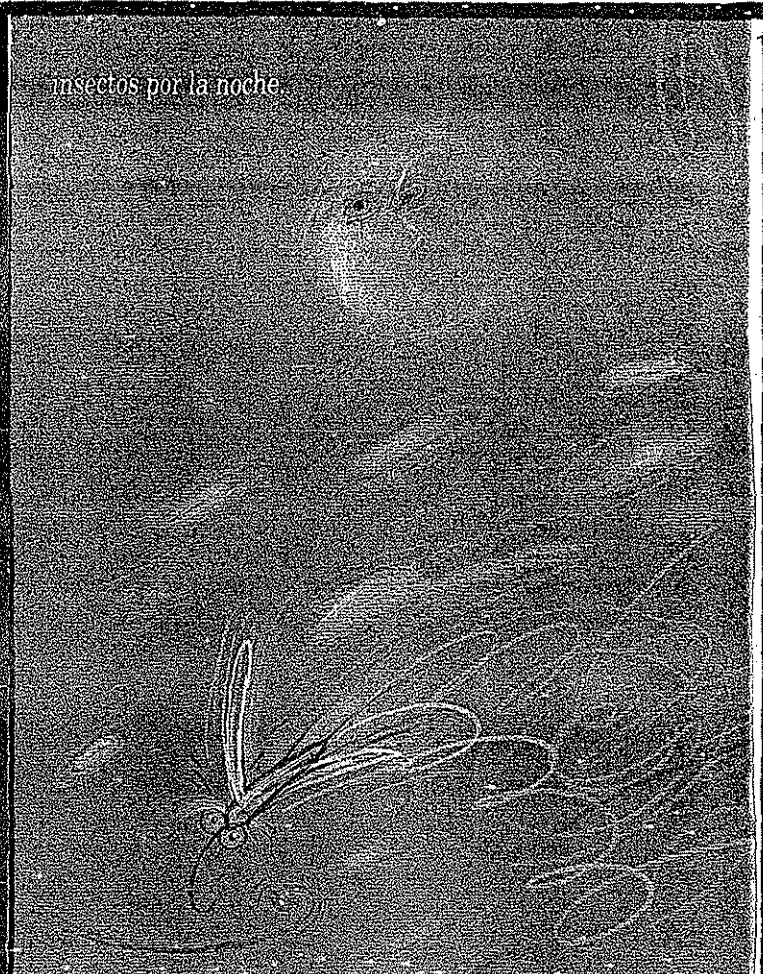
insectos por la tarde...

XX-E

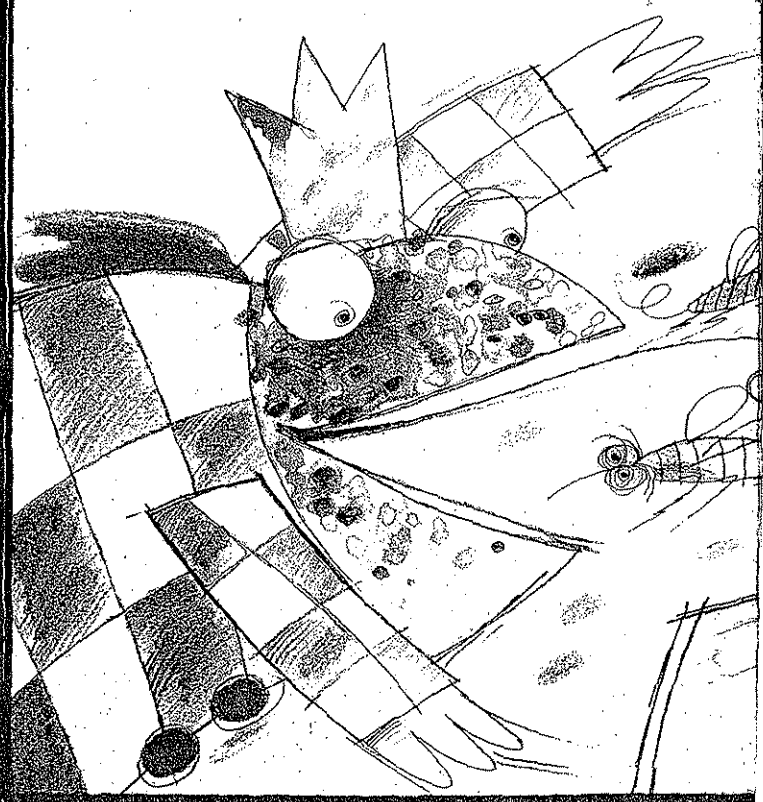
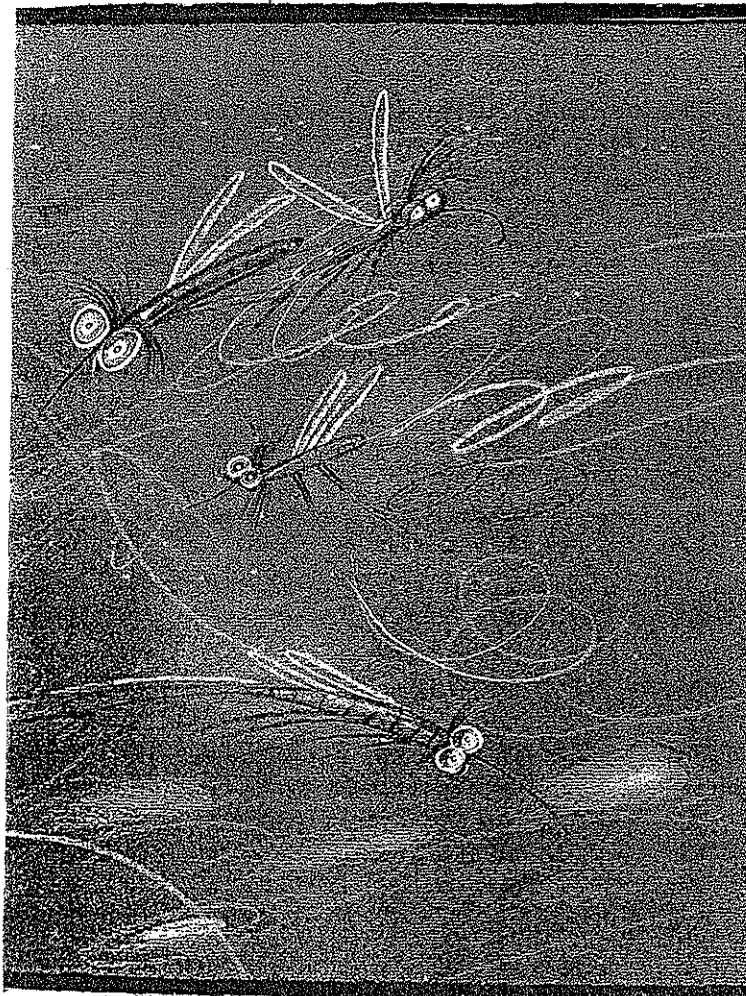
TESIS CON
FALLA DE ORIGEN



insectos por la noche



Enseguida recetó omelet de mosquitos para desayunar,
sopa de libélulas para comer y chapulines rellenos
de zancudos para cenar.

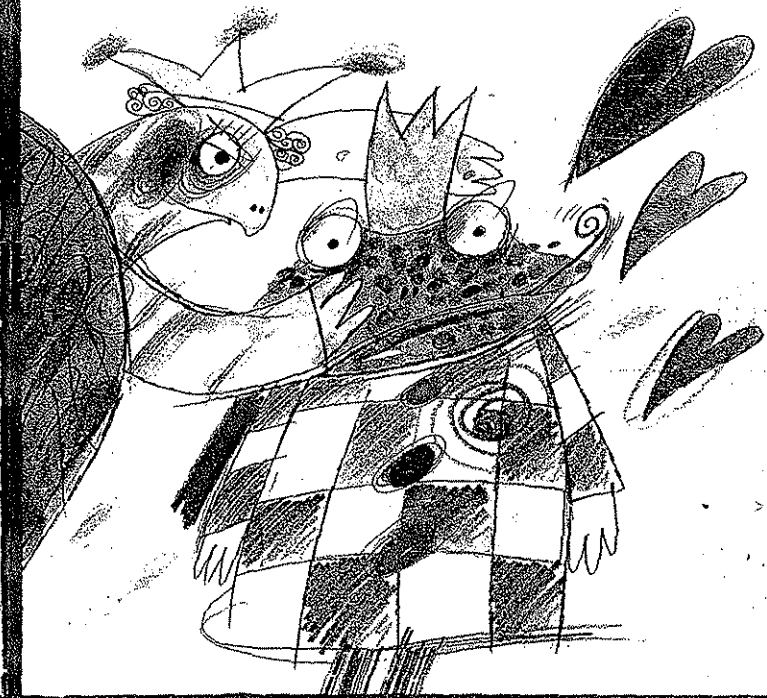


domingo, el rey Sapo se dio
gran banquete
y la gran variedad de insectos
e cocinaron para él.



XX-H

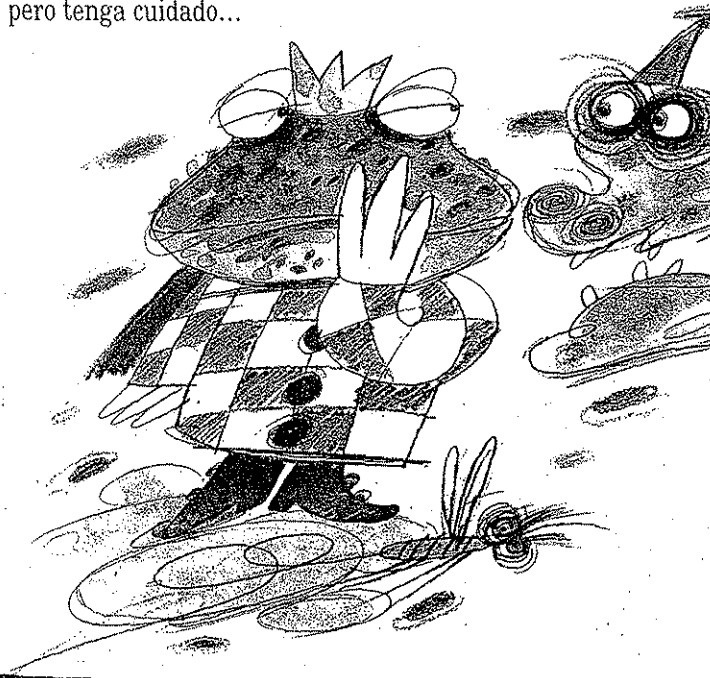
Todos en palacio brindaron al ver comer al rey
con tanto gusto.
La reina, feliz, lo abrazó y lo besó.



El rey Sapo también estaba muy contento
y en secreto le dijo al médico:

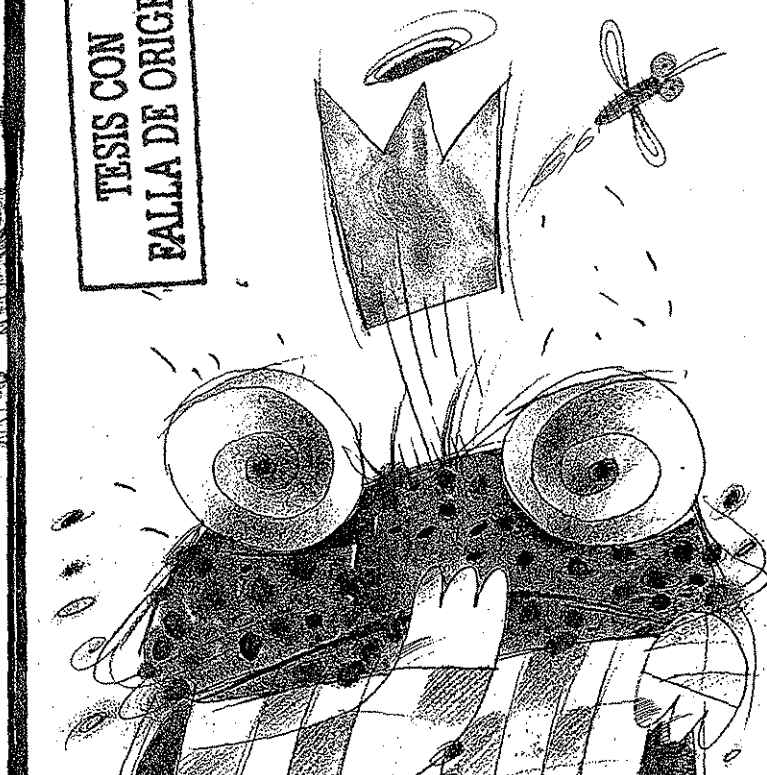
—La reina Tortuga ha sido muy gentil, la invitaré a pasar
una temporada en palacio y ordenaré que preparen
un gran banquete en su honor.

—Está bien, Su Majestad —aprobó el doctor—,
pero tenga cuidado...



¿Sabe cuál es el platillo favorito de la reina?

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN





TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

FTW

NÚMERO DE SESIÓN: 3

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

- *Interaccionar con los niños y las niñas.
- *Anunciar el término del Taller.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

Se volaron las páginas

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo dividido en equipos.

La presente fue la única actividad que retomé, específicamente del suplemento para niños del periódico Reforma, llamado Gente Chiquita. Consistió en escribir en hojas el inicio, el desarrollo y el final de un cuento. Cada equipo debía ponerla en orden de acuerdo con su percepción.

Propósito de la actividad:

Desarrollar la creatividad, fomentar el gusto por la lectura y el trabajo en equipo. Seguir observando para recoger propuestas y datos sustanciales para la investigación.

**TESIS
FALLA
DE
ORIGEN**

NÚMERO DE SESIÓN: 4

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

*Anunciar el término del Taller.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

Colorín Colorado

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo.

Niñas y niños formaron, como usualmente en este segmento, un semicírculo. Como de costumbre, ayudándome con la historia de El Pizarrón Encantado de Emilia Carballido editado por la Secretaría de Educación Pública, en su colección Libros del Rincón, retomado de uno de los suplementos, conté la historia y propicié la participación con preguntas.

Propósito de la actividad:

Responder a las peticiones de las niñas y los niños, pero también internalizar la idea en ellos de la conclusión de los talleres.

Luna de Hojalata El pizarrón encantado

Por TERE HIDALGO



Este es el cuento de Adrián y cómo encontró el pizarrón encantado y de las cosas que hizo con él. Todo empezó así.

Adrián estaba de vacaciones y jugaba a la pelota con sus amigos en el callejón. A veces hacían gol, a veces rompían las ventanas de los vecinos, así como ahora, y se asomó a gritarles un profesor barbudo y Adrián llegó a su casa muy aprisa, sin aire, porque subió cuatro pisos.

Ya llegué gritó, como hacía siempre. Nadie le contestó. Su mamá no vino de la cocina y de las otras piezas tampoco vino nadie. Adrián prendió la luz, pues empezaba a oscurecer. En la mesa del comedor encontró un papel que su mamá le había dejado.

Adrián: Tu papá está enfermo y tengo que irme con él enseguida. Por más que te busqué, quien sabe dónde andabas.



Hijito, portate bien. Te dejo cinco pesos para que vayas a casa de tu tío Austero. Le das la carta que aquí verás. Hijo, portate de veras bien, lávate los dientes y acuérdate de decir buenos días. Muchos besos de tu mamá... Don Austero leyó la carta y dio la mano solemnemente a Adrián.

- Bienvenido a esta tu humilde casa. Veremos qué hagas tu tarea y te aprendas la tabla de multiplicar.

Merienda para que te vayas a dormir. Adrián no aclaró que estaba de vacaciones y se sabía la tabla desde hacía tres años, no fueran a enseñarle otras cosas. Durmió en un cuarto muy grande, con una cama dorada y un tocador de madera oscura, con mármoles y espejos.

(Ya pronto va a aparecer el pizarrón)

Carballido, Emilio
EL PIZARRON ENCANTADO.
Ilus. Figueroa Maria.
Petra Ediciones
Libros del Rincón, SEP.

Azul y Verde La geometría de la naturaleza

Por ARLETTE DE LA SERNA

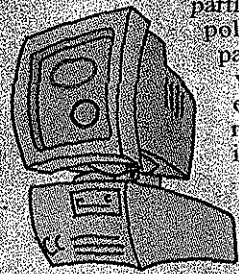


La "geometría de la naturaleza" está hecha de formas o patrones que se repiten a sí mismos en tamaños cada vez más pequeños. A esta propiedad se le conoce con el nombre de AUTOSEMEJANZA, esta propiedad forma los fractales. Muchas formas que se presentan en la naturaleza no se pueden describir mediante curvas simples (círculos, elipses, parábolas, etc.). Existen curvas tan complicadas que

cuando se ven a través de una lente de aumento siguen siendo tan complicadas como antes de verlas por la lente. Las curvas simples, en cambio, al

verlas con la lente de aumento le simplifican aún más. Gracias a las computadoras modernas es posible hacer, ver y ampliar estas curvas que no son simples; los fractales son un

ejemplo de ellas y la única manera de verlos es con una computadora. PERO ¿PARA QUE SIRVEN LOS FRACTALES? Al estudio de los FRACTALES algunas veces se le llaman "la Geometría de la Naturaleza", pues son objetos que debido a su forma aparentemente extraña y caótica logran describir con mucha precisión fenómenos naturales y fenómenos físicos. Con los FRACTALES se pueden describir fenómenos tales como: un terremoto, la costa de un país, la forma en cómo crecen las ramas de un árbol, la forma en la que se acomodan las partículas en una bola de polvo, la forma de un paisaje montañoso, la variación en el clima, el contorno de una nube, la textura del interior de los huesos y muchos más.



Casi poético, ¿no es así? Así hoy, los FRACTALES tienen aplicaciones en muchísimas disciplinas, entre otras la astronomía, la meteorología, la agronomía, la medicina, las ciencias sociales y hasta en la cinematografía: los fractales si que son "superestrellas".

Novedades

ROMULO O'FARRILL JR.
Presidente y Director General

JOSE ANTONIO O'FARRILL AVILA
Vicepresidente Administrativo

CLAUDIO RODRIGUEZ A.
Editor

Mi Periodiquito

Edición semanal por NOVEDADES EDITORES SA. DE CV.
Se publica la reproducción total o parcial.
Oficinas y Taller: Bulevar 57, México, D.F. 06400
Tel. 546 24 51 y 54 61 91

Dirección en INTERNET: <http://www.novedades.com/>
e-mail: contacto@novedades.com



Distribución: Unión de Vendedores, S.C. Guerrero No. 50 México D.F.
Credencial de prensa No. 271096.
Credencial de distribuidor de Paulo No. 9819.
Credencial de la Unión de Vendedores No. 4869.

Circulación certificada por el Instituto Verificador de Medios, Registro No. 899

TESIS CON
FALLA DE ORIGEN

NÚMERO DE SESIÓN: 5

OBJETIVOS ESPECÍFICOS DE LA SESIÓN:

- *Interaccionar con los niños y las niñas.
- *Dar por terminado el Taller.
- *Perfeccionar la propuesta para el estudio de recepción de impresos.
- *Identificar las razones de preferencia por algunos tópicos.

DESCRIPCIÓN DE ACTIVIDADES:

Construyendo historias en el periódico

Actividad 1

Participantes: Todo el grupo.

Consistió en plantear a las niñas y a los niños una situación hipotética nuevamente: son los dueños de un periódico. En él tienen que publicar algo que deseen crear.

Propósito de la actividad:

Corroborar las respuestas por parte de niños y niñas acerca de sus preferencias por los tópicos, así como dar por terminado el taller.