



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO



FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

LA COMUNICACION COMO ELEMENTO RELEVANTE EN LOS PROCESOS DE ENSEÑANZA-APRENDIZAJE EN LA EDUCACION NO FORMAL.

ANALISIS DE UN CASO: CAPACITACION A PADRES DE FAMILIA PARA EL MEJORAMIENTO DE SUS PRACTICAS DE CRIANZA Y EDUCACION DE SUS HIJOS MENORES DE CUATRO AÑOS, EN ZONAS MARGINADAS

T E S I S

QUE PARA OBTENER EL TITULO DE LICENCIADO EN CIENCIAS DE LA COMUNICACION

PRESENTA: JOSE GONZALEZ

Incluye un diskette 3 1/2

ASISORA LIC. BLANCA AGUIAR PLATA

CIUDAD UNIVERSITARIA, MEXICO,

1998

2599 24

TESIS CON FALLA DE ORIGEN



Universidad Nacional
Autónoma de México



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.

INDICE

	Pág.
INTRODUCCIÓN	6
CAPÍTULO PRIMERO	11
1. COMUNICACIÓN (Un Marco Teórico)	11
1.1 La Comunicación : Una Práctica Social	11
1.2 La Comunicación en el Funcionalismo	12
1.3 La Comunicación en el Estructuralismo	13
1.4 La Comunicación desde la Perspectiva de la Acepción Alternativa	15
1.4.1 Comunicación Vertical	19
1.4.2 Comunicación Horizontal	21
1.4.3 El Paradigma Emisor-Receptor versus Emisor-Perceptor	23
CAPÍTULO SEGUNDO	25
2. COMUNICACIÓN EDUCATIVA	25
2.1 La Educación como Proceso Comunicacional	25
2.2 Educación y Modelos Educativos	27
2.3 Educación Vertical	28
2.4 Educación Horizontal	28
2.4.1 El Paradigma Emisor-Perceptor símil Educador-Educando	29
2.5 Medios de Comunicación y Educación	30
CAPÍTULO TERCERO	34
3. LA EDUCACIÓN INICIAL Y EL PROYECTO PARA EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN INICIAL	34

3.1 ¿Qué es la Educación Inicial?	34
3.2 El Programa de Educación Inicial	36
3.2.1 Estructura Curricular del Programa de E.I.	38
3.2.2 Metodología para la Operación del Programa	41
3.3 Operación del Programa	42
3.3.1 Modalidad Escolarizada	42
3.3.2 Modalidad No Escolarizada	42
3.3.2.1 Metodología de Trabajo en la Comunidad	45
3.4 El Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial/ PRODEI	47
CAPÍTULO CUARTO	52
4. LA COMUNICACIÓN EN EL PROYECTO PARA EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN INICIAL	52
4.1 El papel de la comunicación en el PRODEI	52
4.2 Elaboración de Estrategias Comunicacionales para el Desarrollo del Proyecto	53
4.3 Diseño y Elaboración de Materiales Educativos y de Difusión	57
4.3.1 Procedimientos y Metodología de Trabajo en el Diseño y Producción de los Materiales del Proyecto	61
4.3.2 Diagnóstico y Propuestas: Guía de Padres y Manual del Promotor Educativo	63
4.3.2.1 Guía de Padres	63
4.3.2.2 Manual del Educador Comunitario	67
4.3.3 Nuevas Propuestas y Criterios	71
4.3.4 Plan de Acción y Organización	72
4.3.4.1 Plan de Acción	72
4.3.4.2 Organización	74
4.3.5 Elaboración de Materiales Educativos	75
4.3.5.1 Guía de Padres	75
4.3.5.2 Manual del Promotor Educativo	83
4.3.5.3 Fascículos de Apoyo para la Capacitación a Padres	87
4.3.5.4 Manual del Comité Pro Niñez y Manual del Supervisor de Módulo	90
4.3.5.5 Rotafolios Educativos	91
4.3.5.6 Juegos Didácticos	96
4.3.6 Material de Difusión del Programa de E. I.	98

A) Material Impreso	98
4.3.6.1 Símbolo, Logotipo y Manual de Identidad Visual	98
4.3.6.2 Carteles, Trípticos y Volantes Promocionales	105
4.3.6.2.1 Carteles	105
4.3.6.2.2 Trípticos y Volantes	108
4.3.6.3 Calendario Anual de Pared	110
4.3.6.4 Boletín Bimestral del Programa de E.I.	114
B) Material Audio Visual	120
4.3.6.5 Vídeo Promocional del Programa de Educación Inicial “Los cuatro primeros años hacen la vida”	120
4.3.6.6 Videograma Didáctico para la Capacitación del Comité Pro Niñez “En favor de nuestros niños”	125
4.3.6.7 Promocionales del Programa de E. I. para emitirse por T.V.	129
C) Material de Audio	132
4.3.6.8 Radio programas de Apoyo a la Capacitación y Difusión del Programa de E.I.	132
4.3.6.9 Promocionales de Radio (2 cuñas de 30” c/u)	141
4.3.7 Material Promocional de Uso Personal	143
4.3.7.1 Maletín, Gorra, Banderín, Botón y Bolígrafo	143
4.4 Capacitación y Asesoría Comunicacional a los Agentes Educativos	145
4.4.1 Primeras Acciones de Capacitación en el Área de Comunicación	146
4.5 Diseño y Aplicación de una Estrategia de Comunicación para la difusión del Programa de Educación Inicial	152
4.5.1 Realización de Actividades de la Estrategia	159
CAPÍTULO QUINTO	167
5. REFLEXIONES DE UNA EXPERIENCIA	167
CONCLUSIONES	173
BIBLIOGRAFÍA	182

“La comunicación se practica,(...) para dialogar, para intercambiar experiencias, para divertirse, para aprender la propia realidad, para jugar, para compartir momentos. La comunicación, no está en manos de alguien quien busca sólo obediencia de los demás”.

“La comunicación alternativa, no se explica desde la comunicación misma, sino desde las relaciones sociales alternativas.”

Daniel Prieto Castillo

INTRODUCCIÓN

Comunicación y educación son campos aparentemente distintos y distanciados, sin embargo, el problema de su unión no radica en ninguna de ambas partes, puesto que lo importante es la intencionalidad que se tenga en la praxis de cada uno de ellos, es decir, podemos hablar de comunicación con intenciones educativas y hacer así una comunicación educativa o podemos hablar del aprovechamiento de la comunicación y sus medios para favorecer los procesos de enseñanza aprendizaje, sea en la educación formal o no formal, esto es, la que se recibe en el aula o la que no requiere de ella.

Precisamente el objetivo principal de este trabajo es analizar y exponer las posibilidades y ventajas al unir estos dos campos en un programa institucional de educación no formal.

La experiencia personal desarrollada en este proyecto, precisamente, me permitió observar y acceder a estas posibilidades de la comunicación, campo escasamente explorado por los comunicólogos. Así, desempeñando el puesto de Técnico en Comunicación Educativa del Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial/PRODEI, surgió la idea de sistematizar estas experiencias y proponerlas como una reflexión de trabajo para todos aquellos interesados en explorar otros posibles campos de aplicación de la comunicación, en este caso particular el de la educación.

El proyecto de educación no formal al que nos referimos se denomina Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial (PRODEI), el cual está financiado con apoyo del Banco Mundial, el Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo (PNUD), el Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia/UNICEF, la Organización de las Naciones Unidas para la Educación la Ciencia y la Cultura (UNESCO) y el Gobierno Federal, el Proyecto es administrado por el Consejo Nacional de Fomento Educativo/CONAFE a través de la Unidad Coordinadora del Proyecto(UCP).

El Proyecto, tiene el objetivo de mejorar las prácticas de crianza de los padres con los niños menores de cuatro años y elevar la calidad de vida de los mismos, basándose en el principio de que la educación, en estos primeros cuatro años es fundamental para su desarrollo y los padres son los primeros educadores de los niños.

El Proyecto apoya al Programa de Educación Inicial, en su Modalidad No Escolarizada, donde son los padres los que reciben una capacitación para mejorar sus prácticas de crianza con sus hijos y se les ofrece una serie de conocimientos y enseñanzas para mejorar la calidad de vida de los niños, de los mismos padres y la comunidad.

El Proyecto se desarrolla en los diez estados de la república mexicana con los índices más altos de rezago educativo y marginación, Chiapas, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, México, Michoacán, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí y Veracruz trabajando esencialmente en zonas marginadas; urbanas, rurales e indígenas.

El Programa de Educación Inicial se ejecuta a través de una cadena operativa que incluye promotores educativos, supervisores, coordinadores, personal técnico y administrativo en cada estado.

De esta forma el Proyecto posee una gran magnitud, ya que luego de cinco años de trabajos se pretende establecer como modelo educativo, en ese nivel y en esa modalidad, a toda la república.

Para su realización, desarrollo y éxito el Proyecto tiene contemplado como una parte fundamental, trabajar los aspectos de comunicación educativa y de difusión desde el área central (UCP) y hasta las comunidades mismas, donde opera concretamente el Programa de Educación Inicial.

Un Proyecto educativo de esta envergadura, requiere por supuesto de una concepción educativa y comunicacional especial por los objetivos que se propone, que se refieren a la transformación de la realidad de los niños y padres sujetos del Programa.

Este trabajo precisamente se propone exponer y analizar cómo la comunicación y los medios contribuyen al éxito de este Programa de Educación Inicial No Formal el cual posee una serie de características que lo hacen un tanto particular, puesto que no se trata de un programa de alfabetización o de educación formativa o técnica sino de algo más trascendente: hacer de los padres los propios educadores de sus hijos y mejorar la calidad de vida de los niños, de los padres y la comunidad en general.

De igual forma analiza y explica cómo se dio este proceso y cómo la comunicación sí puede contribuir al éxito de un programa educativo no formal, si se tiene una concepción distinta a la dominante de lo que es la educación y la comunicación, pero también pretende señalar la necesidad de que el profesional de la comunicación requiere de mayores elementos para incidir en este campo y no sea sólo tomado como un agente técnico o instrumental dentro del proceso educativo, y además de que él mismo puede hacer aportes importantes al campo educativo si trabaja de manera interdisciplinaria o multidisciplinaria.

En este sentido, partimos de la premisa de que la aplicación de la comunicación y sus medios en el campo de la educación contribuyen al desarrollo más efectivo de los procesos de enseñanza-aprendizaje.

Sin embargo esta premisa no resulta efectiva si no se parte de una concepción de la comunicación distinta a las dominantes, y lo mismo ocurre con la educación. Lo relevante de mi experiencia en este Proyecto es precisamente la oportunidad de vislumbrar cómo la educación y la comunicación son campos que se pueden unir y enriquecer mutuamente.

Si bien el Proyecto no establece un marco teórico al respecto, las prácticas comunicacional y educativa se han desarrollado siguiendo concepciones distintas a las dominantes, realizándose experiencias muy importantes pero no sistematizadas, por lo que el Proyecto ha carecido de una plataforma teórico conceptual que sea una base o fundamento del trabajo comunicacional de los agentes educativos y personal técnico que opera el Programa.

Sin embargo en el presente trabajo se propone una serie de principios y concepciones teóricas que pueden fundamentar dichas experiencias y crear un marco teórico para dicho proyecto, y a su vez establecer una serie de reflexiones para aquellos que trabajan el campo educativo desde la comunicación o para aquellos que trabajan con la comunicación en el campo educativo.

Con esto queremos decir que es necesario e importante que todos aquellos que trabajan la comunicación pudiesen hacer aportaciones al respecto ya que actualmente por el desarrollo y alcance de los medios se hace indispensable fundamentar mejor este quehacer y prepararse como profesionistas para un mejor desempeño y explorar los distintos campos de la práctica comunicativa.

De esta forma, el desarrollo de este trabajo parte del análisis de distintas posturas dominantes de la comunicación y la educación, el funcionalismo, el estructuralismo y la llamada corriente alternativa, de esta última es de la que se parte para fundamentar la práctica comunicacional dentro del Proyecto.

En este aspecto la concepción de comunicación alternativa está presente desde el principio del proyecto, ya que en buena medida el proyecto gira en torno a un tipo de comunicación educativa participativa, dialógica, problematizadora, en donde los procesos de enseñanza-aprendizaje son facilitados partiendo de esta concepción y esto ocurre desde el diseño de los materiales educativos, la realización de la difusión y el trabajo de los promotores educativos durante las sesiones de trabajo con los padres.

En cuanto a la concepción educativa de esencia se adopta aquella que considera al proceso educativo, como un proceso constructivo, que promueve el desarrollo individual y social; un proceso dialógico, abierto, horizontal, crítico, problematizador, que conlleva aprendizajes significativos, y que tiene como fin la transformación del individuo y su entorno, para una mejor forma de vida, por lo que también se exponen las concepciones educativas que prevalecen y las que adopta el proyecto.

En la tercera parte de este trabajo se expone lo que es la Educación Inicial y el Programa No Escolarizado, luego, lo que es el Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial sus objetivos y organización operativa.

La cuarta parte, es la más amplia puesto que allí se expone y analiza cuál es el papel de la comunicación en el Proyecto, el trabajo de la misma dentro del diseño de los materiales educativos, esto es; diseño gráfico e iconográfico, textos, contenidos, diseño de la imagen institucional (logotipo y leyenda del programa), material impreso y audio visual complementario (fascículos de apoyo, juegos didácticos, radio programas, producción de videos para la capacitación del Comité Pro Niñez), materiales de difusión; impresos y audio visuales (carteles, trípticos, spots para radio y televisión), diseño de la estrategia y realización de la campaña de difusión, el trabajo de asesoramiento y orientación a los técnicos de comunicación de los estados, tanto en la producción de materiales educativos y de difusión, así como en sus campañas de difusión.

Con el uso sistemático de los medios de comunicación se busca promover la participación de la comunidad y el apoyo social e institucional, así como difundir las acciones, contenidos y logros del programa de educación inicial y con ello consolidar su expansión y arraigo en los lugares donde este opera.

Precisamente el trabajo de la difusión dentro del proyecto posee una marcada importancia ya que en buena medida se pretende que a través de ésta se logre el éxito del Programa.

De esta manera en el proyecto se diseñaron y realizaron una serie de estrategias y acciones para la difusión, en la cuales participé de manera permanente como Técnico de Comunicación Educativa del Proyecto, coordinando acciones, asesorando, orientando y capacitando a los comunicólogos y a personal que directamente efectúa dicho trabajo en las comunidades.

Por esta razón se incluye en este trabajo un apartado donde se analiza cuál es el papel que juega la capacitación de los agentes educativos en aspectos de comunicación para el éxito del Programa; en el plano de lo que es la comunicación educativa, para el entendimiento del manejo de los materiales educativos y la facilitación de los procesos de enseñanza aprendizaje, y en la difusión del Programa usando los medios de comunicación social, y las opciones alternativas a nivel local, es decir se analiza la importancia de tener y realizar una concepción integral de comunicación dentro del Proyecto y Programa de Educación Inicial.

Finalmente se establecen una serie de reflexiones y conclusiones al respecto de la comunicación, la educación y la formación de profesionales en campo de la comunicación educativa, en función de la experiencia obtenida en el desarrollo de este Proyecto.

Conclusiones de las cuales podríamos adelantar: la necesidad de que los profesionales de comunicación requieran incursionar y ver el campo educativo como una opción de desarrollo profesional, pero también la necesidad de que las universidades o escuelas que ofrecen esta formación consideren dentro de su plan de estudios a la comunicación educativa como un área optativa o terminal, pensamos que esto, en buena medida, podría contribuir al desarrollo de ambos campos; la comunicación y la educación.

CAPÍTULO PRIMERO

1. COMUNICACIÓN (Un Marco Teórico)

Describiremos brevemente las concepciones más relevantes en torno a la comunicación: el estructuralismo, funcionalismo y la llamada corriente de la alternatividad, la cual propone una concepción opuesta a las anteriores y es sobre ella, comunicación dialógica, en la que se fundamenta el marco teórico para el presente trabajo. Inicialmente abordaremos el concepto *comunicación*.

1.1 La Comunicación: Una Práctica Social

" Comunicar es emitir significados; y más que eso, es compartirlos (del latín communis, lo que es común). Comprende todos aquellos procesos con los que la gente entra en relación y se influye mutuamente ".¹

El concepto de comunicación antes esbozado, implica el principio básico sobre el cual parte cualquier teoría sobre la comunicación, "comunicar", es esencialmente, poner algo en común y esto necesariamente involucra a dos o más seres humanos, y de hecho esto es lo que convierte al acto comunicativo en un acto social, en una práctica social.

Por otro lado, el comunicar presupone un intercambio de significados, esto es de símbolos que se ponen en común.

"La comunicación resulta ante todo de una actividad práctica que ejercen los sujetos sociales como tales, en tanto producción colectiva de símbolos y como modo de expresión, producto del proceso de representación objetiva que permanentemente realiza el sujeto a través de su vida práctica..."²

Las relaciones comunicativas, la acción comunicativa, retomando la cita anterior, de determinadas formas simbólicas, a través de las cuales se aprehende y comprende el mundo, y así formular socialmente una manera particular de representar el mundo.

¹ Camilo TAUFIC Periodismo y lucha de clases. La información como forma de poder político Edit. Nueva Imagen, México, 1977, p. 17.

² Felipe Neri LÓPEZ VERONI Elementos para una crítica de la Ciencia de la Comunicación. Edit. Trillas, México, 1989, p.79.

De esta forma, a través de los diferentes momentos históricos se han dado distintas maneras de concebir el acto comunicativo y el para qué sirve y cómo sirve socialmente. De aquí que se hayan derivado distintas posturas al respecto, las cuales, de cualquier forma, reconocen el acto comunicativo por su carácter esencialmente social, en consecuencia existen diversos paradigmas para explicar el fenómeno de la comunicación, así anotamos enseguida los tres señalados en párrafos anteriores.

1.2 La Comunicación en el Funcionalismo

A partir de la Segunda Guerra Mundial, la comunicación se convierte en un campo de estudio específico, principalmente en los Estados Unidos de América (EUA), dando origen, en este ámbito, a las llamadas teorías "funcionalistas"

Los estudios de esta corriente centran su atención preguntándose por los efectos de los medios de comunicación en el desarrollo de la sociedad, su enfoque es esencialmente instrumentalista, se fijan en el instrumento y sus efectos más que sobre el proceso comunicativo y su significación social. Así, ellos, los funcionalistas, se preocupan más por el aspecto de la "función" o "progreso" de los medios, pero sin atender la problemática estructural de la sociedad en la que están inmersos esos medios.

Charles R. Wright considera los modos de comunicación, con o sin medios masivos, estandarizan los fenómenos sociales, por lo cual cumplen una función, y Wilbur Schramm lo reitera de esta forma:

" La comunicación es el gran instrumento de relación. Relaciona a individuos entre sí, hace posible que los grupos **funcionen** y las sociedades vivan armoniosamente".³

Los medios masivos, entonces, sólo resultan ser la parte instrumental para lograr "eficientemente" esa "relación" y mantener un "equilibrio" social. Cuando sucede algún "desequilibrio" los medios de comunicación, desde esta corriente, tienen la **función** de contribuir a regresar al equilibrio anterior.

" La Sociedad no permanece estática, equilibrada, sino que hay alteraciones que provocan "disfunciones", estas disfunciones pueden permitir la refuncionalización de sus organismos reguladores en este sentido los medios de comunicación cumplirían en parte estas funciones".⁴

³ José A. PAOLI **Comunicación e Información**. Edit. Trillas, México, 1983, p.30. (Negritas nuestras)

⁴ *Ibidem* p. 23

Desde esta perspectiva, la comunicación y sus medios cumplen, y deben cumplir, una **función** cohesionadora que mantenga el orden social existente, a partir de la emisión y difusión de mensajes significativos en ese sentido, y que sean compartidos por todos los individuos, representados en los distintos grupos sociales a los que están adscriptos, los que consideran negativo o positivo, aceptable o condenable el mensaje, según "ayude" o no al "buen funcionamiento" de su grupo social de referencia.

Los funcionalistas, sólo toman en cuenta los fenómenos sociales y culturales que estabilizan o desestabilizan a una sociedad determinada, pero no analizan las causas que los originan.

Los funcionalistas ponderan los aspectos técnicos de elaboración y emisión de mensajes hacia un supuesto público masivo "indefinido", eminentemente su esquema o modelo de comunicación resalta más la función del medio y el mensaje antes que al sujeto que lo recibe, omitiendo además los aspectos socioculturales, políticos y económicos de la sociedad.

"Mientras que para los favorables al mantenimiento de un sistema la pasividad del receptor beneficia la función de los *media*, aunque se produzca, -sobre todo en los grandes centros metropolitanos- un talk-back posterior, para quienes se oponen al sistema esa pasividad supone un refuerzo de la alienación y por ello buscan potenciar al receptor como sujeto protagonista en sus *alternativas* (caso de casi toda la izquierda).⁵

1.3 La Comunicación en el Estructuralismo

El estructuralismo es una corriente de investigación social la cual analiza la realidad como una estructura social. En esta corriente, predomina la utilización de modelos para estudiar la significación de la acción humana en su contexto.

El estructuralismo deriva sus modelos explicativos de la lingüística estructural a partir de Ferdinand Saussure. En esta posición, se nos muestran los diversos elementos del lenguaje, no como una suma sino como una totalidad articulada en una estructura.

"Decir estructura dentro del estructuralismo, es hablar de un conjunto organizado de elementos que dan una unidad que como tal subordina a ciertas leyes o, si se prefiere a ciertos criterios de relación".⁶

⁵ Mar DE FONTACUBERTA y J. L. GÓMEZ MOMPART. Alternativas en Comunicación. Edit. Mitre, Barcelona, España. 1983, p. 80.

⁶, José A. PAOLI. Op. Cit., ps. 37 y 38.

Es la relación entre elementos lo que hace y da significado a la estructura, ello es lo que permite comprender el todo a partir de sus partes relacionadas.

Dentro de la comunicación el estructuralismo se orienta a la búsqueda de relaciones lógicas que estructuran modelos de comunicación.

"Estos modelos constituyen conjuntos de reglas combinatorios de los significantes que nos permiten evocar significados comunes, es decir, informarnos y comunicarnos".⁷

Es la lingüística propuesta por Saussure la que rescata la importancia del significado en el lenguaje y, por lo tanto, en la comunicación humana. Estos estudios, de la lingüística y de la semiótica, análisis de los signos y sus significantes, pretenden mostrarnos modelos para comprender esas estructuras de significación que podemos llamar lenguajes.

El interés principal del estructuralismo es el de diseñar modelos estructurales de significación y observar su aplicabilidad y generalización a la conducta social de los individuos en la sociedad.

Claude Levi-Strauss, fundador de la Antropología estructural, analiza las relaciones sociales dentro de los grupos humanos, en términos de su significado cultural para el desarrollo y funcionalidad social, en estos estudios descubre la importancia de la comunicación y cómo se establece y se estructura dentro de los grupos sociales. Descubre que los diversos modos de significación de las relaciones sociales y de los objetos se estructuran en lenguajes diferentes, según cada contexto social.

En este sentido, la semiología se convierte en una herramienta de gran utilidad para entender los procesos sociales como procesos de comunicación.

Estos procesos de significación y comunicación no se reducen a ser indicadores de la funcionalidad social, sino para sus productores y usuarios, tienen un carácter eminentemente práctico dentro de la realidad social específica.

"Los significados para poder ser comunes y con ello lograr la comunicación, tienen que estar referidos a estructuras de la realidad, que en algún grado sean comunes a emisor y receptor".⁸

Para los estructuralistas, la vida social es un complejo sistema de comunicación. Desde esta postura todo mensaje, y su sentido de significación, no es intrínseco a sí mismo, sino que está basado en reglas.

⁷ Ibidem p 36

⁸ Ibidem p. 45

El estructuralismo pretende reconstruir las reglas que dan significado a las acciones, a los objetos, a las palabras, en un proceso de comunicación social.

Puede afirmarse que desde esta perspectiva los mensajes y sus significaciones socioculturales, son los aspectos que resultan más relevantes para su estudio, ya que a partir de aquí es como puede entenderse el por qué de las distintas estructuras sociales existentes, así también del cómo se establecen determinadas estructuras significantes dentro de los mismos procesos de comunicación social en los grupos.

De esta forma, el estructuralismo se denota por analizar las relaciones significantes entre los seres humanos dadas al través de los diferentes códigos que los diferentes grupos sociales construyen para comunicarse y desarrollar, y mantener, una determinada estructura social.

Sin embargo, en esta postura, de todas maneras se queda sólo en la descripción de los procesos de significación y comunicación, pero no profundizan sobre las condiciones histórico-políticas y económicas que permiten que ciertos grupos de poder social propongan e impongan los distintos mensajes, y sus códigos, a los grupos subalternos, independientemente de los medios utilizados.

1.4 La Comunicación desde la Perspectiva de la Aceptación Alternativa

El concepto de "alternatividad" en la comunicación puede rastrearse a partir de los análisis de las teorías marxistas que veían en el capitalismo a los medios de comunicación como la plataforma "enajenante" e ideológica de la burguesía para mantenerse en el poder y "subyugar" al proletariado, en este sentido, los medios de comunicación se entendían como parte de la superestructura del sistema capitalista.

"Tradicionalmente los *mass media* han sido considerados parte cualificada de la superestructura. Es decir, se ha considerado a los medios de comunicación como derivados de un modo de producción económico determinado."⁹

Lo "alternativo" se liga a los movimientos de izquierda, más por una crítica y luego por una práctica surgida de la oposición política al uso dominante de los medios que por un postulado conceptual o teórico al respecto.

⁹ Mar DE FONTOCUBERTA y J. L. GÓMEZ MOMPART. Op. Cit. p. 19

Sin embargo, históricamente, el surgimiento del término alternativo, aplicado a la comunicación, puede fijarse en Europa en el Mayo francés de 1968, con toda la reacción estudiantil en contra del “informacionismo” y el énfasis en retornar a los “orígenes”, despreciando los nuevos métodos, “propios de la burguesía”, y dueña de ellos, para retornar a las viejas y populares formas de comunicación informativa. Esta fue la *alternativa* de los grupos sociales emergentes.

“Desde entonces, y con muy pocas variantes (aunque el término *alternativo*, evidentemente no se aplicaba todavía) esa ha sido la filosofía que ha imperado en la izquierda tradicional.”¹⁰

Esta concepción resulta ser parte de la “contra cultura” y de los movimientos “contestatarios”, que esencialmente rechazan a la cultura dominante y el autoritarismo, creando entonces sus propias formas de difusión o regresando a las formas antiguas, por ejemplo el panfletarismo o el “grafitti” denunciativo, la alternatividad no surge de los comunicólogos, sino como expresión de los grupos políticos emergentes.

“Las formas llamadas alternativas no se originan en el ámbito comunicológico como opción frente al dominio; nacen del enfrentamiento económico-social que es hijo de la política”.¹¹

Para algunos marxistas, los medios de comunicación vienen a ser parte de los aparatos ideológicos del Estado, utilizados para sostener y multiplicar la ideología de la clase en el poder.

Pero los medios de comunicación no sólo cumplen una función ideologizante, sino que también ayudan a la reproducción esencial del capitalismo, ya que a través de ellos, se crean las condiciones para el intercambio de mercancías, esto resulta evidente cuando bien se sabe que los medios de comunicación están determinados por intereses esencialmente comerciales ante una sociedad estimulada hacia el consumo de mercancías.

De esta manera, los medios de comunicación cumplen una doble función: la ideologizante y el crear las condiciones para la circulación e intercambios de mercancías, es decir, para la reproducción del sistema económico dominante.

Por otra parte, el análisis marxista, desde la perspectiva del materialismo histórico dialéctico, descubre el valor social de los medios de comunicación para la reproducción cultural de la sociedad, esto es la masificación ideológica, política, económica, social y

¹⁰ *Ibidem* p.97

¹¹ Jorge CALVIMONTES. “**El Mito de la Comunicación Alternativa**”. (Ponencia presentada en la Primera Reunión nacional de Investigadores de la Comunicación). UAM-Xochimilco, México, 1980.

cultural a través de ellos, sea vía los contenidos difundidos en sus informaciones y programas y en la difusión publicitaria de sus mercancías. Estamos entonces ante la cultura de masas.

"(...)en el mundo moderno, los medios de comunicación social, constituyen el "menú" cultural de millones y millones de personas y modelan su experiencia cultural".¹²

Sin embargo, inicialmente, el análisis marxista procuraba más la crítica y condena sobre los medios de comunicación de masas y usaba también a los medios, ideológicamente, para la "liberación" del pueblo. pero no existían aportes significativos a una teoría de la alternatividad, lo alternativo se dio por mucho tiempo esencialmente en una praxis político-social de los grupos de izquierda.

"Con lo alternativo ha ocurrido algo paradójico. El término se ha ido imponiendo hasta formar parte del vocabulario de lo que se entiende normalmente por la oposición de izquierdas. Hay que aplicar este término tanto a la izquierda parlamentaria, la extra parlamentaria o la apartamentaria. Uno de los factores incuestionables de lo alternativo es que ha sido estrechamente ligado a la izquierda, con razón o sin ella."¹³

De esta forma lo "alternativo" se utilizó por mucho tiempo en ese supuesto de que todo acto y medio contra-informativo o contracultural era "liberador" de la clase dominante capitalista, y los grupos y partidos políticos de la llamada izquierda, sobre todo en Europa, la asumían como una posición antiautoritaria, alternativa, por lo que usaban los medios como simples aparatos ideológicos.

"Frente, entonces, al periodismo de los opresores, la creatividad de los sectores populares genera una alternativa propia: el PERIODISMO POPULAR".¹⁴

"Las informaciones que vehiculiza este periodismo, representan los intereses de los oprimidos, resultan de su práctica social, dan cuenta de las alternativas de su lucha por su liberación"¹⁵

La comunicación alternativa se convierte en un concepto mitologizado de los grupos de la izquierda política en su afán de darle salidas a las formas de hacer política, usando los medios de comunicación emanados de la sociedad industrial capitalista.

¹² Sean MAC BRIDE. **Un solo mundo, voces múltiples**. Comunicación e información en nuestro tiempo. Edit. F.C.E./UNESCO, México, p. 64

¹³ Mar DE FONTOCUBERTA y J. L. GÓMEZ MOMPART. Op. Cit. p. 25

¹⁴ Centro Latinoamericano de Comunicación. (CELADEC). **El Periodismo Popular**. Una Alternativa. Lima, Perú, 1981. p. 5 (Fotocopia)

¹⁵ Idem.

El caso concreto se da inicialmente en la denominada "prensa popular" que es uno de los medios a los cuales más recurre la comunicación alternativa:

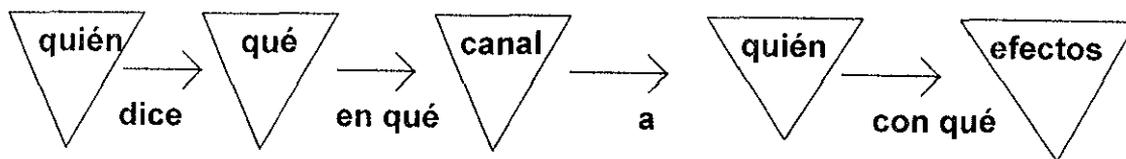
"Una función esencial del periódico popular es restaurar, en la práctica, la COMUNICACIÓN DIALÓGICA - es decir, compartida, horizontal, de ida y vuelta - que la prensa del sistema niega con su imposición y verticalidad".¹⁹

1.4.1 Comunicación Vertical

Sea desde la perspectiva funcionalista, estructuralista o del marxismo ortodoxo, los esquemas y practicas sociales de la comunicación han sido de carácter vertical : unidireccional y autoritaria, en donde el receptor es el ultimo en considerarse como parte importante de dicho proceso, veamos:

En el funcionalismo, el esquema básico se traza en función de los efectos que se desean obtener sobre el receptor para el mejor funcionamiento de la sociedad o para su refuncionalización cuando existen desequilibrios sociales.

De esta manera Laswell establece como esquema básico de la comunicación lo siguiente :



existen otras variantes de este esquema dentro de esta corriente pero en todos los casos, el esquema se reduce a:

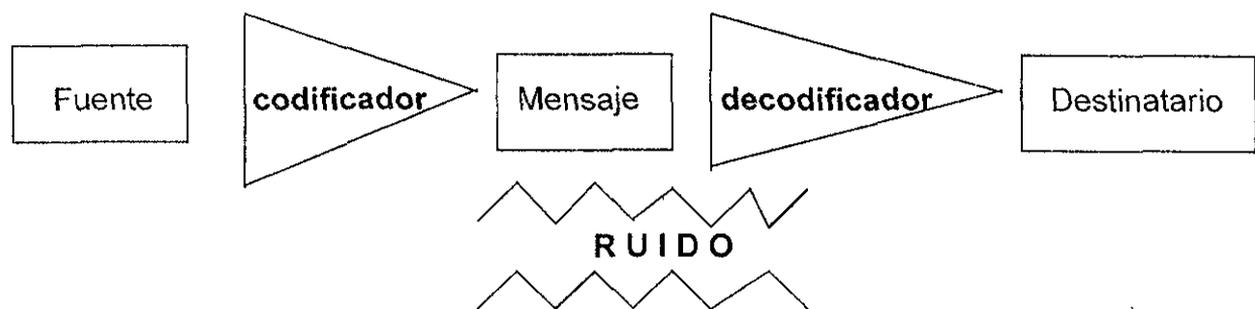
Emisor -----> Mensaje -----> Receptor

(La direccionalidad vertical está dada por las flechas unidireccionales, es una comunicación de arriba hacia abajo, aunque el esquema sea horizontal).

¹⁹ CELADEC, Op Cit. p.8

Dentro del estructuralismo, el esquema no cambia mucho ya que en este caso lo importante, es el cómo están estructurados los elementos del proceso de comunicación, en tanto que por su ubicación se observa el por qué del sentido y significado de sus mensajes, los medios son sólo el instrumento técnico, aunque también forman parte de la estructura, lo auténticamente relevante, es el saber cómo se dan esas relaciones entre los elementos que la componen.

Los estructuralistas se preocupan por el cómo mejorar la eficiencia y efectividad del proceso. En este modelo, se considera a la fuente como el origen de las decisiones, la **fuentes** decide qué mensajes envía, concibiendo entonces la comunicación como un proceso lineal sustentado en la decodificación de los mensajes para su efectividad, el modelo que representa esta posición es el de Shannon y Weaver:



El aporte de esta corriente es el de considerar al código como un aspecto relevante del proceso comunicacional y el considerar la posibilidad de que no todo mensaje llega tal cual al receptor ya que pueden darse interferencias (**ruidos**), durante ese proceso, sin embargo, lo que no analizan son los aspectos político económicos, los que determinan este modelo, es decir, falta analizar quiénes son los que realmente deciden el tipo de comunicación, qué mensajes emitir y que efectos desean obtener sobre los sujetos receptores, nos referimos al grupo o grupos sociales que detentan el poder y que poseen los medios de comunicación y los usan para mantener su hegemonía en la sociedad.

“El emisor de los mensajes comprendidos en información colectiva no es nunca tal o cual periodista, ni siquiera la totalidad de ellos, ni siquiera todo el personal de un periódico. El emisor es siempre el grupo social al cual representan...”²⁰

²⁰ Daniel PRIETO CASTILLO. Discurso Autoritario y Comunicación Alternativa. EdiCol, México, 1980 p 40

En términos concretos, en la comunicación, el autoritarismo y verticalismo, significan la imposición de concepciones y evaluaciones de la realidad, la reducción de seres y situaciones a estereotipos, a la negación de nuestras potencialidades de desarrollo personal, individual y social, al reconocimiento de sí mismo y los demás. El autoritarismo está inserto en el sistema político /social dominante que permea a toda la sociedad y sus instituciones, familia, trabajo, escuela y, por supuesto, a los medios de comunicación.

1.4.2 Comunicación Horizontal

“Lo importante en todos los casos son los hombres y sus interrelaciones, y no los mensajes o los medios, aun cuando ocupen, insistimos, un lugar en el proceso completo”.²¹

Daniel Prieto Castillo, uno de los representantes de la corriente alternativa, pondera la intención de los mensajes y la participación activa del receptor. Los mensajes transmiten concepciones y modelos de conducta perfectamente dirigidos a las diferentes capas sociales, los mensajes acentúan los modos de relacionarse con la realidad y con uno mismo, de ahí que por ello se establezcan esquemas y estereotipos para persuadir a los individuos a comportarse de tal o cual manera y mantener el status quo existente.

Contra estas formas verticales y autoritarias es que nacen como opción, las formas de comunicación horizontal, las cuales se caracterizan por no ser coercitivas o controladoras, y por concebir al sujeto receptor, como un sujeto activo, más que pasivo-receptivo, es decir un sujeto que percibe, interpreta, reelabora y confronta con su realidad lo que percibe, así ya no es un simple receptor sino un **perceptor**.

Por lo que la comunicación que se pretende es más una comunicación significativa, en el sentido de que le permita tener una visión más clara de su realidad y poder actuar sobre ella, considerando sus contextos socioculturales en su momento histórico particular.

Esta comunicación horizontal pretende restablecer, retomando el concepto aristotélico, el diálogo como su principio fundamental, lo cual implica una reconsideración también del sujeto destinatario, pero también del emisor y de los intereses que representa.

Recalcamos, la comunicación horizontal, revaloriza al “receptor” como un sujeto que piensa, actúa, al percibir los mensajes, porque los interpreta y reelabora para accionar en una praxis social, de acuerdo a la pertenencia a su grupo, su contexto sociocultural y momento histórico, sólo entonces es que se puede pensar en una comunicación más que efectiva, significativa, tanto para el emisor como para el perceptor.

²¹ Daniel PRIETO CASTILLO Diseño y Comunicación Op. Cit. p. 19

Ya algunos analistas de la comunicación han abordado el tema del perceptor, asegurando que la percepción humana no es una simple recepción de estímulos (mensajes/códigos) sino que es un proceso de interacción cultural.

“La percepción, pues, no es solamente un proceso psicológico dentro del individuo: es también un problema de cultura”.²²

Cuando entonces se habla de percepción en términos de cultura, se afirma que los grupos sociales poseen formas específicas de expresar y representar el mundo que les rodea y darle un sentido con relación a su praxis cotidiana.

Estas formas de expresar y representar (significar), se estructuran en sistemas lingüísticos, lenguajes, los códigos son sólo un aspecto de la organización del sistema y del proceso comunicativo.

La semiótica, que se encarga de analizar y determinar los mecanismos que producen la significación y sentido de los lenguajes, no solamente el hablado y escrito, sino también las formas visuales, de vestimenta, gestos, ritos costumbres, actitudes, comportamientos, etcétera, es decir, la cultura en general, en tanto que esta es ante todo expresión de la producción simbólica que establecen los grupos sociales para comunicarse y entenderse.

“La semiótica parte pues de la tesis del relativismo cultural. Desde esta perspectiva, la semiótica se atribuye la capacidad de analizar - para decirlo de una manera general - necesidades, sentimientos y actitudes, que cada sociedad adopta a partir de los lenguajes que éstas utilizan, sean verbales, visuales, gestuales, grafémicos, vestimentarios, culinarios, etcétera”.²³

La postura de la comunicación alternativa, precisamente es la de retomar estos aspectos de la cultura y la semiótica, para hacer de los procesos comunicacionales, procesos integrales, totalizadores, puesto que es a partir de este entendimiento, como realmente se pueden establecer las formas de comunicación más efectivas, tanto para los emisores, como para los perceptores, los que ya no son más los simples receptores pasivos.

La importancia de la semiótica para la comunicación, es que esta permite la doble posibilidad de analizar, el valor de los objetos y mensajes de la comunicación así como la transformación individual y social de esos sujetos, al concretarse ese proceso.

²² John FISKE. Introducción al Estudio de la Comunicación. Col. Edit. Norma. Bogotá, 1984 p. 19.

²³ Rafael RESENDIZ Semiótica, Comunicación y Cultura. UNAM/FCPyS, México, 1992. p. 19.

“La praxis comunicacional, es, pues, el motor generador y transformador de las relaciones sociales de existencia de los actantes de la comunicación en los distintos periodos en que estos actantes se van enfrentando y/o comprometiendo”.²⁴

1.4.3 El Paradigma Emisor-Receptor versus Emisor-Perceptor

La concepción alternativa de la comunicación, como ya se dijo anteriormente, parte de la reconsideración del receptor, con relación al paradigma tradicional, Emisor-Receptor, y establece el proceso como parte de los fenómenos de la cultura.

En este sentido, el proceso comunicativo, como parte de la praxis social, presupone una acción recíproca de los actantes del proceso, Emisor-Receptor, relación que implica una **interacción**.

Esta concepción actúa con dos aspectos básicos de la comunicación, que se desarrollan progresivamente dentro del mismo proceso: el emisor juega el rol de auténtico comunicador, esto implica necesariamente el cambio en la concepción del destinatario y su revalorización, como se ha reiterado, ahora desde este paradigma alternativo, es un actante participativo.

El emisor, como auténtico comunicador, promueve las formas de la recepción grupal de su mensaje tomando en cuenta como punto de partida las necesidades y experiencias de los perceptores.

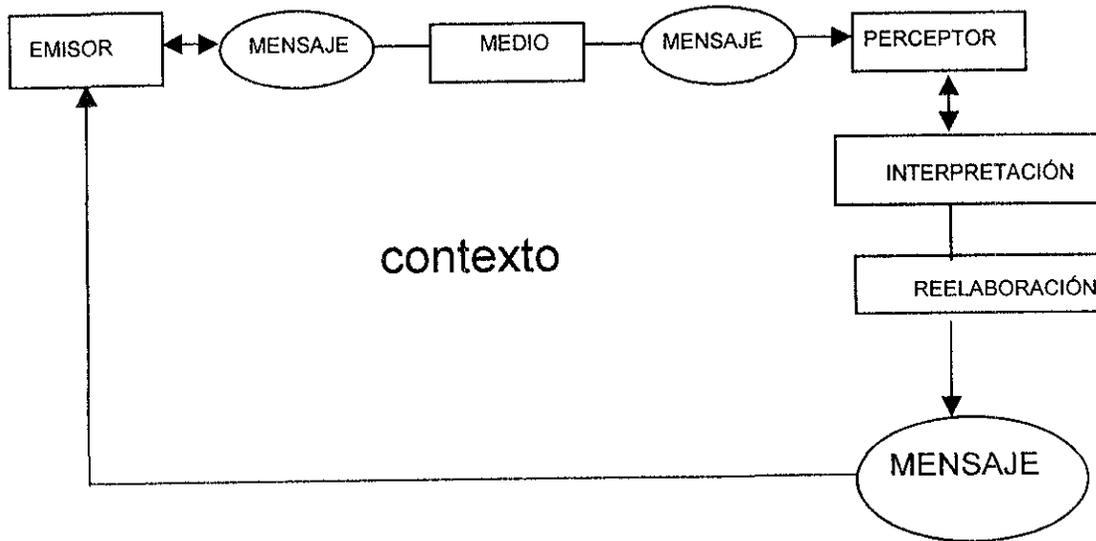
En esta postura, se pretende hacer una comunicación abierta y problematizadora, es decir, pone a consideración del perceptor la veracidad del mensaje y del emisor.

El perceptor confronta con su realidad y necesidades, dicho mensaje, entonces hay una respuesta, esto lo hace actuar ahora como emisor, de tal manera que se convierte en perceptor-emisor y el emisor primigenio en perceptor. De esta manera la comunicación se convierte en un diálogo, en donde se conjuntan dos interpretaciones de la realidad, en contextos histórico-temporales determinados, estamos hablando entonces de una comunicación horizontal.

Bajo esta concepción todos son perceptores comunicadores, o comunicadores perceptores, siendo los individuos y grupos sociales los que asumen y dirigen su propio proceso comunicacional, en este sentido este tipo de comunicación se vuelve más democrática.

²⁴ Ibidem p. 42.

Un esquema que puede trazarse sobre esta concepción es el siguiente:



De esta forma, el proceso se establece como una acción horizontal, integral, democrática y dialógica, es decir, se establece un auténtico diálogo.

Por otra parte, al decirse que el perceptor se convierte en emisor, esto significa que éste se convierte en emisor vocero del grupo a quien representa, él es el que hace circular el (los) mensaje(s) percibido(s) hacia su grupo de pertenencia, y a su vez lleva la representación (interpretación) del grupo hacia el emisor original, nuevamente hablamos de una comunicación dialógica, de una comunicación alternativa.

CAPÍTULO SEGUNDO

2. COMUNICACIÓN EDUCATIVA

2.1 La Educación como Proceso Comunicacional.

A menudo se manifiestan expresiones como “comunicación educativa” o “educación comunicativa”, y se usan de manera equivalente o indistinta, tratando de hacer obvio que toda educación es comunicativa y toda comunicación sea educativa.

La comunicación puede ser conceptualizada desde diversos enfoques, pero aún cuando se seleccione uno por considerarse el más explicativo tomará un matiz particular al referirnos a una situación específica. Es necesario hacer una distinción entre proceso de comunicación propagandística, publicitaria, política o educativa, entre otras. La especificidad de cada una consiste en las relaciones que establecen los seres humanos que intervienen en la comunicación, esto determinará el tipo de mensaje, el tipo de medio y los resultados de tal proceso.

Es por esto que la comunicación educativa requiere de un tratamiento particular, puesto que se introducen dimensiones nuevas que a su vez son procesos en sí mismos. Tales dimensiones son la enseñanza y el aprendizaje que se introducen de forma explícita o en forma sutil en la educación, sea esta formal, informal o no formal.

Es decir, en los procesos de comunicación educativa lo que los particulariza es la **intención**, la que apunta hacia **objetivos de enseñanza-aprendizaje**. El emisor apunta a determinado fin con su mensaje, quiere conseguir algo (*intención*) del perceptor, y en función de ese fin estructura la totalidad de su mensaje.

“Dado que en todo acto de comunicación, del lado del emisor, hay siempre una determinada intención, llamamos al papel que cumple el emisor en el proceso, **función de intencionalidad**”.²⁵

La intencionalidad educativa conlleva a que en el proceso de comunicación los actantes, emisor y perceptor, se transformen dinámicamente, compartiendo mensajes, códigos, experiencias, dentro de un fin común, proceso que se construye horizontalmente.

Esta concepción de la comunicación educativa implica la consideración de la situación global en que se realiza la relación pedagógica, con todos los factores que la determinan, y que inciden en el logro de los objetivos de aprendizaje.

²⁵ Daniel PRIETO CASTILLO. Discurso autoritario y ... Op. Cit. p. 23

En consecuencia, la comunicación educativa, centrada en el logro de objetivos de aprendizaje, involucra integralmente a las personas que la establecen.

“Los procesos de comunicación educativa se conciben como relaciones en los que tanto emisores como receptores tienden a “poner en común” una serie de significados y sus consecuentes efectos, para el logro de fines determinados. Y esto implica la utilización consciente y sistemática de diversos medios y sistemas de comunicación”.²⁶

En este sentido, el término de comunicación educativa necesita de una sólida fundamentación teórica de la comunicación y la pedagogía, más allá de centrarse únicamente en el análisis de los medios, instrumentos y técnicas de enseñanza, no hay que confundir los fines (objetivos de aprendizaje) con los medios (apoyos para facilitar los procesos de enseñanza-aprendizaje).

Para esto, es necesario que en la situación educativa educador y educando asuman el papel de sujetos cognoscentes, mediados por el objeto cognoscible, objeto del aprendizaje y apoyados por uso de medios comunicacionales, sin que predomine la parte tecnocrática de depositar en el uso tecnológico de los medios el poder del logro de los objetivos de enseñanza-aprendizaje a través de la simple transmisión de información.

Puesto que no se trata solamente de transmitir mecánicamente una información, sino generar aprendizaje en sus diversas dimensiones (cognoscitivo, afectivo, psicomotor), en seres humanos concretos, inmersos en un contexto social específico y que han de desarrollar un conjunto integral de capacidades de participación activa en su mismo entorno social. De aquí también la necesidad de revisar los distintos modelos pedagógicos dominantes para, desde la misma intencionalidad educativa, procurar el que conduzca a una verdadera acción comunicativa dialógica, como lo expresa Paulo Freire:

“La educación es comunicación, es diálogo, en la medida en que no es la transferencia del saber, sino un encuentro de sujetos interlocutores, que buscan la significación de los significados.”²⁷

²⁶ Raúl FUENTES NAVARRO. La comunicación educativa audiovisual. Edit. Universidad Autónoma de Guadalajara, México, 1981, p. 81.

²⁷ Paulo FREIRE. ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural. Edit. Siglo XXI, México, 1983.

2.2 Educación y Modelos Educativos.

Actualmente existe un amplio consenso entre los educadores actuales en el sentido que los métodos pedagógicos existentes pueden ser agrupados en tres tipos de modelos básicos : a) Pedagogía transmisora, b) La persuasiva conductista y c) La problematizadora o cogestionaria.

a) La pedagogía transmisora corresponde a la educación tradicional, basada esencialmente en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno.

b) La persuasiva conductista, corresponde a la llamada "ingeniería del comportamiento" o tecnología educativa, consiste esencialmente en "moldear" la conducta de las personas de acuerdo con objetivos previamente establecidos. Su propósito es que el educando adopte las conductas deseadas (cambio de actitudes).

c) La educación problematizadora destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y de las comunidades, no se preocupa tanto de la materia a ser comunicada, ni de sus efectos en términos de comportamientos, sino más bien, de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad, y del desarrollo de sus habilidades intelectuales y de conciencia social. Lo que busca este tipo de educación es que el educando piense por sí mismo, y que ese pensar lo lleve a una acción transformadora de su realidad.

A cada modelo pedagógico, le corresponde un determinado concepto y tipo de comunicación.

Así los modelos transmisor y persuasivo de la educación y la comunicación, aunque difieran de sus objetivos y procedimientos, son intrínsecamente autoritarios y unidireccionales. Ambos parten de contenidos y metas establecidas unilateralmente por el educador/emisor, y ven al educando/receptor, como ente pasivo almacenador y repetidor de conocimientos, o sea como el ejecutor de acciones preestablecidas por el instructor (mecanismo estímulo-respuesta).

Los modelos problematizadores-dialógicos-participativos de la educación y de la comunicación, permiten que, conjuntamente, educadores/emisores y estudiantes/perceptores, dirijan su propio proceso educacional y comunicativo e incorporen la dimensión sociopolítica de la participación de la comunidad puesto que se proponen contribuir a democratizar a la vez la educación, la comunicación y el conjunto de relaciones sociales.

De esta manera, podemos afirmar, que la comunicación y la educación son procesos necesariamente complementarios.

2.3 Educación Vertical

Las formas tradicionales de educación limitan la actuación del maestro a la "impartición de clases", esto es a la enunciación de un discurso "indiscutible", emitido oralmente a los "estudiantes"-receptores, cuya participación consiste sólo en recibir pasivamente la información y retenerla memorísticamente para repetirla posteriormente.

En este caso puede hablarse de una comunicación "vertical" en la que el maestro - emisor se sitúa en un plano de autoridad absoluta, que "dicta" rígidamente una serie de mensajes, cuyo contenido debe ser fielmente registrado y repetido por los estudiantes-receptores. Esta forma de comunicación, centrada únicamente en la transmisión de información, sigue un esquema mecanicista suponiendo la incapacidad del sujeto de interpretar, de reelaborar y darle otro sentido a los contenidos de los mensajes percibidos.

2.4 Educación Horizontal

Las teorías contemporáneas de la educación la conciben dinámicamente como un proceso, en el cual los alumnos interactúan sistemáticamente para el logro de los objetivos de aprendizaje, incorporando esquemas más horizontales, más dialógicos, más participativos, en la tarea educativa y para la acción transformadora del entorno en que se desenvuelve, físico, social, cultural, económico. político etc.

Cuando hablamos de educación dialógica nos referimos a buscar el diálogo problematizando a los sujetos en cuanto al conocimiento que está en juego, en una confrontación con su realidad inmediata, para mejor comprenderla, explicarla y transformarla.

El educador/emisor es un facilitador de los procesos de aprendizaje, su intencionalidad es el diálogo con los educandos/perceptores, es un incentivador de la interacción entre los sujetos del aprendizaje y él mismo, procura la construcción y elaboración de nuevos aprendizajes, se compromete a la participación y transformación en la comunidad donde opera, en esencia esto es el modelo de una educación horizontal.

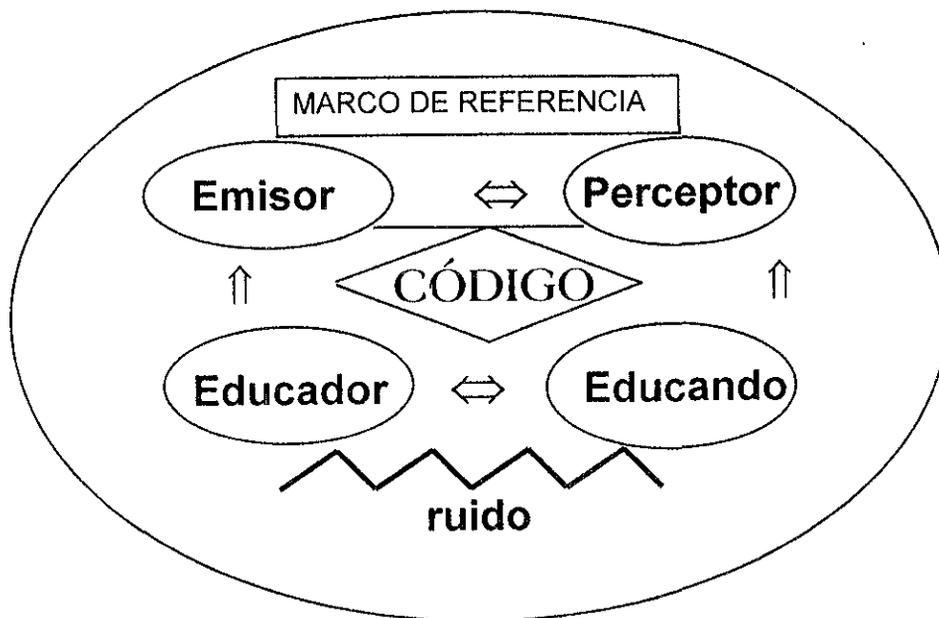
2.4.1 El Paradigma Emisor-Perceptor símil Educador-Educando.

La búsqueda de participación y la utilización de técnicas participativas apuntan fundamentalmente al logro de una educación y comunicación más abierta y fluida entre el educador y los educandos, entre el emisor y los perceptores, la comunicación implica, por los sujetos que se comunican, la comprensión del contenido, y sus códigos: codificación y decodificación.

Porque cuando se menciona que el proceso de enseñanza-aprendizaje es esencialmente un proceso comunicativo, el paradigma Emisor-Perceptor, resulta aplicable al paradigma Educador-Educando, ya que el Educador es ante todo un emisor de mensajes (contenidos educativos), con una intencionalidad, la construcción de aprendizajes, el educando, es un perceptor, en tanto que tales contenidos son percibidos interpretados, reelaborados y usados para accionar su realidad inmediata y concreta.

PARADIGMA:

PROCESO DE COMUNICACIÓN — PROCESO DE ENSEÑANZA / APRENDIZAJE



En este símil de paradigmas, resulta también haber una correspondencia de ciertos elementos comunes como; la necesidad de que ambos sujetos de los procesos manejen el mismo sistema de códigos para el desciframiento de los

mensajes/contenidos educativos, y de que durante los procesos existen interferencias o ruidos que a veces no permiten la adecuada percepción de los mensajes.

La deficiente comunicación resulta muchas veces de una falta de conocimiento de los sistemas de códigos de los perceptores por parte de los emisores, esto sucede cuando éstos son ajenos al contexto sociocultural de los perceptores, provocando ruidos e interferencias en la comunicación por las mismas razones.

“No hay posibilidad de que exista una relación comunicativa, si entre los sujetos interlocutores no se establece la comprensión del significado del signo. El signo debe tener el mismo significado para los sujetos que se comunican, si no la comunicación no es viable entre ambos, por falta de comprensión indispensable”.²⁸

Todo proceso de comunicación se hace dentro de un determinado lenguaje, el cual consiste en un código. La elaboración del mensaje no puede ser arbitraria puesto que en un proceso de comunicación la simple emisión de sonidos o imágenes no asegura que los mismos se conviertan en mensajes. La condición fundamental es que tales emisiones respondan a reglas sociales de elaboración, las cuales fijan la forma de estructurar un signo y la forma de estructurarlos con otros, siempre en un marco referencial común entre emisor y receptor.

En el caso de la educación la codificación pedagógica tiene el núcleo de su significado a partir del referente y marco de referencia expreso a una realidad concreta.

“Todo mensaje es siempre mensaje sobre algo, es decir, que en él encontramos datos referidos a tal o cual sector de la realidad. Esa concatenación es la que le da la validez, la que lo hace parte de un proceso humano. Llamamos referente a la realidad que aparece dicha en el mensaje”.²⁹

Un mensaje es referencial si aparece inserto en un **marco de referencia** previamente conocido y valorado por el receptor, en los casos más generales de comunicación el emisor debe conocer el marco de referencia del receptor y elaborar sus mensajes a partir del mismo, en este sentido es el emisor quien debe adaptarse a su receptor y no al revés.

Si hablamos de una comunicación horizontal, dialógica, en una situación pedagógica, precisamente lo que debe posibilitarse es el diálogo, la discusión, la reflexión, esto implica formular mensajes abiertos, problematizadores, y también dejar zonas abiertas, no resueltas, saber abrir espacios en blanco que movilicen y activen la descodificación

²⁸ Ibidem p.80

²⁹ Daniel PRIETO CASTILLO. **Discurso Autoritario y**. Op. Cit. p.22

del mensaje y posibilitar a su vez a que el perceptor también elabore sus propios mensajes y los emita y difunda hacia el emisor primario y a los demás miembros del grupo y de la comunidad, con la finalidad última de transformar su realidad inmediata.

2.5 Medios de Comunicación y Educación

"Los MEDIOS DE COMUNICACIÓN, hoy en día, son parte de nuestra vida. Nos acompañan y entretienen, ponen a nuestro alcance lo ajeno y lo lejano, alientan nuestra imaginación con personajes e historias, nos mantienen enterados y surten temas para la conversación cotidiana, nos ayudan a formar una opinión sobre lo que sucede, en fin *nos sirven* para satisfacer necesidades de lo más variadas".³⁰

Podemos afirmar que una de estas necesidades es la educativa, sin embargo las más de las veces, el uso educativo de los medios no ha sido orientado por un plan sistemático o estrategia claramente definida, porque no ha existido una suficiente conciencia pedagógica de sus posibilidades y se ha guiado por un deslumbramiento tecnológico de los medios, sobre todo en los últimos tiempos o en su caso su uso ha sido forzado por la elevada demanda educativa, empero, en general las acciones emprendidas han sido dispersas, discontinuas y desarticuladas de las particularidades de cada nivel educativo, y las más de las veces improvisadas.

Un defecto primordial de la intervención de los medios en la educación es que ha predominado el modelo de que educación es igual a transmisión de información (pedagogía transmisora) o se ha dado un enfoque conductual persuasivo. El perceptor, sus códigos, su marco de referencia, su situación particular y temporal es lo que menos se ha considerado, y ello ha sido en todos los casos, desde la idea de usar los medios para alfabetizar adultos hasta su uso en la enseñanza universitaria.

La explicación a tal situación posee varias aristas, en parte, puede afirmarse, se ha dado por el sesgo que en la formación profesional de los comunicólogos se ha tenido al respecto o por las visiones estereotipadas que a menudo acompañan a los educadores al aplicarlos, cualquiera que este sea el nivel o modalidad educativa, formal o no formal; se entiende por formal aquella que preferentemente usa el aula como su centro operativo y al maestro como el elemento central del proceso de enseñanza-aprendizaje; la no formal se entiende como aquella que prescinde del aula como el espacio privilegiado del saber y procura formas alternativas o medios adicionales de enseñanza aprendizaje además del maestro o educador.

Los medios masivos de comunicación en la educación han sido, por otra parte, sobrevalorados o subvaluados. En la primera instancia se les ha concedido demasiado

³⁰ Javier AMPUERO. et. al. Los medios sí pueden educar. Edit. Asociación de Comunicadores Sociales / Calandria, Lima, Perú, 1992. p. 7.

poder por su desarrollo tecnológico y su alcance masivo; en segunda instancia han sido criticados, desdeñados y condenados por su carácter vertical, autoritario y, sobre todo, “enajenante”, además de considerarse un “medio popular aculturante” es decir, impropio para transmitir educación o “cultura”. La mayoría de los estudios sociológicos afirmaron durante mucho tiempo su inutilidad y por tanto su condena.

Al respecto, y en opinión contraria, Daniel Prieto Castillo -“Discurso autoritario y comunicación alternativa”-, afirma que no existe medio que sea intrínsecamente autoritario, es el uso y las relaciones sociales, las que lo determinan y de que no son los medios los que determinan el tipo de comunicación, sino el propósito, **la intención** con la que se utilizan, y esa intención se la dan los sujetos sociales involucrados en los procesos comunicacionales.

Todo depende de la claridad otorgada a la intención educativa y la claridad en el mensaje del medio, en función del público (perceptores). Recordemos a diferencia de Marshal McLuhan, el medio sólo es el medio y entendemos por medio, el vehículo a través del cual se propaga un mensaje.

Pensar lo educativo desde la comunicación, implica reconocer los elementos de la cultura masiva y los modos como el perceptor se instala en ella. Los públicos son sujetos de la cultura masiva, actúan en ella, la reconocen como parte de la vida cotidiana.

Pensar lo educativo es superar aquella concepción de construir discursos o mensajes “concientizadores”, para construir mensajes que sean realmente liberadores a partir de que provoquen diálogos, reflexión, participación y que reconozcan la integralidad de la persona. Una manera es partir y trabajar desde la identidad cultural del perceptor, y no la impuesta por los discursos dominantes.

De ahí que la educación a través de los medios introduzca elementos muy interesantes e innovadores en este campo; la aproximación del sujeto a una diversidad de realidades y opiniones, al desarrollo de su imaginación, a acercarse a su cotidianidad de forma distinta, a enfrentar sus emociones y afectos desde una intencionalidad pedagógica.

En este sentido, tanto la intención educativa como el uso del medio deben definirse clara y suficientemente, es decir como un proceso educativo que plantea objetivos específicos y que como estrategia facilitadora de esos procesos y logro de objetivos selecciona un medio o un conjunto de medios, especificando sus características, metodologías de producción y formas de uso didáctico pertinentes o intrínsecas del mismo.

La propuesta educativa desde los medios o a través de los medios tiene que formularse partiendo del reconocimiento del poder que como industria cultural tienen sobre los públicos, de los modos de consumo que el sujeto popular hace de los mensajes, de como interpreta, reelabora y usa en su vida cotidiana, en tanto que este

consumo viene a manifestarse en los modos de vivir, de pensar y sentir de la gente, configurándose en formas de su propia cultura de vida.

“La propuesta educativa desde lo masivo tiene que aprender a dialogar con los sentimientos, sueños, deseos, frustraciones, con la alegría, el humor, lo festivo y la tristeza. Dimensiones de la que está hecha la vida misma del sujeto popular. De ahí surge la dimensión educativa de los medios masivos”.³¹

La educación más que proponerse crear espacios específicos dentro de los medios, necesita incidir en el conjunto de los medios, concibiéndolos como un todo en su potencial educativo, es decir no privilegiar uno sobre otro sino analizar y aplicar las posibilidades de cada uno. Una concepción nueva de la posibilidad de uso de los medios en la educación, tiene que partir del principio de que **los medios sí pueden educar**, pero no por sí mismos, sino por la manera en que se entienda el proceso comunicativo y el proceso educativo.

Los medios, tenemos que apuntar, son los instrumentos, mediáticos de cualquier proceso comunicativo (publicitario, informativo, educativo, etc.), los medios no son educativos por sí mismos, ni por su uso, adquieren el carácter educativo a partir de su posibilidad para crear situaciones o dar pautas para realizar procesos de enseñanza-aprendizaje, en este caso hablaríamos de un uso didáctico de los medios, más que como auténticos medios educativos.

El carácter educativo de los medios, reiteramos, esencialmente está en la **intención** puesta sobre el logro de objetivos de aprendizaje, objetivos que conllevan un fin crítico, problematizador, transformador, objetivos que buscan la acción práctica del sujeto en una situación de realidad concreta e inmediata

Consideramos que esto sólo puede lograrse desde la posición y concepción que se sostenga en cuanto a los procesos comunicativos y educativos. Nosotros entendemos estos procesos; comunicación/educación, como: horizontales, dialógicos, que impulsan la crítica, problematizadores, transformadores y donde el perceptor/educando, y no otro elemento, son los sujetos principales de dichos procesos.

Pero también, por ello, es fundamental terminar con la concepción instrumentalista de la comunicación y del comunicólogo como simples auxiliares en la divulgación de ciertos contenidos educativos ya elaborados, la comunicación y el comunicólogo deben pensarse más que como posibilitadores en la elaboración y diseño de contenidos, como sujetos participes y activos de los procesos en su totalidad, de ahí la necesidad de buscar integrar un campo específico de estudio y práctica, ya en construcción, denominado comunicación educativa.

³¹ Ibidem p. 62

CAPÍTULO TERCERO

3. LA EDUCACIÓN INICIAL Y EL PROYECTO PARA EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN INICIAL / PRODEI.

3.1 ¿Qué es la Educación Inicial?

La **educación inicial*** conforma actualmente una serie de ideas y acciones emprendidas, de manera sistemática, en torno al cuidado y atención del niño menor de cuatro años de edad.

En México se ha consolidado como una institución educativa con presencia nacional y en constante expansión. Un elemento que ha consolidado esta acción educativa ha sido el establecimiento sistemático de objetivos y actividades dentro de un programa pedagógico tras largos años de acumular experiencias.

La educación inicial posee una historia que puede rastrearse desde épocas anteriores. La concepción actual de la educación inicial recupera el valor que, desde tiempos antiguos, las distintas culturas otorgaron a los niños, concediéndoles espacios de desarrollo específico, cuidados particulares en el hogar y sobre todo un gran respeto.

Desde 1937 existen institucionalmente centros de atención infantil, los que inicialmente se denominaron "Hogares Infantiles" y posteriormente se les llamó "Guarderías Infantiles", que son el antecedente más inmediato a lo que hoy se conoce como "Centros de Desarrollo Infantil (CENDIS).

Por otra parte también la Secretaría de Salubridad y Asistencia, hoy Secretaría de Salud, fundó por ese mismo tiempo guarderías infantiles, con la idea de proporcionar el servicio de atender a los niños de las madres comerciantes del mercado de "La Merced", vendedores ambulantes, vendedores de billetes de lotería y empleados del Hospital General. Es la primera vez que se ofrece el servicio a madres trabajadoras de escasos recursos económicos.

La cada vez más creciente incorporación de la mujer a la fuerza de trabajo hace indispensable la creación de este tipo de servicio. Con la creación de Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS) y por un decreto presidencial (1944) se dispone la constitución de los Programas de Protección Materno Infantil para los derechohabientes, y a partir de 1946 se generaliza el ofrecimiento de este servicio en las distintas dependencias gubernamentales.

*Información obtenida de los documentos oficiales del Programa de educación inicial, publicados por la SEP (Ver bibliografía).

Con la constitución del Instituto de Seguridad y Servicios Sociales para los Trabajadores del Estado (ISSSTE) los aspectos relacionados con la maternidad, lactancia y servicios de guardería adquieren un carácter completamente institucional.

El servicio de "guarderías" se instauró como un derecho para las madres trabajadoras, pero hasta mediados de los años 70 aún se seguía concibiendo como un servicio "asistencial" de cuidado y alimentación del niño, la concepción de "guardería", lugar donde se "guarda" al niño, sin mayor sistematicidad y calidad pedagógica, prevaleció por mucho tiempo.

En 1976, cambia esa concepción y las guarderías se transforman en los Centros de Desarrollo Infantil (CENDI). Los CENDI'S cambian el enfoque simplemente asistencial por una educación integral del niño, proporcionando el servicio con personal profesional especializado, brindando una atención nutricional, médica, psicológica y, esencialmente, pedagógica, fundamentada en el desarrollo del niño.

Hacia el año de 1978 se crea la Dirección General de Educación Materno Infantil en la Secretaría de Educación Pública y se amplía la cobertura de los CENDI'S de SEP en el nivel nacional. En 1980 se cambia la denominación de esta Dirección a la de Dirección General de Educación Inicial y se crea, ante la creciente demanda del servicio y con una idea de beneficiar también a poblaciones marginadas: urbanas, rurales e indígenas, el **Programa de la Modalidad No Escolarizada**, el cual empieza a operar en 1981 en 16 estados de la república, actualmente esta modalidad existe en todos los estados.

Posteriormente, con el Programa de Descentralización y Modernización Educativa de la SEP (1988-1994), emprendida por el gobierno de Carlos Salinas de Gortari, la educación inicial queda bajo responsabilidad de los gobiernos estatales.

En la actualidad, el servicio de educación inicial, proporcionado por la Secretaría de Educación Pública, atiende en el nivel nacional a cerca de 400 mil niños y cuenta con un programa pedagógico bien fundamentado que se imparte a través de los Centros de Desarrollo Infantil y en la Modalidad No Escolarizada, en donde los padres asumen el papel de educadores de sus hijos mediante una asesoría permanente.

3.2 El Programa de Educación Inicial (EI)*

La Educación Inicial parte de una premisa básica: los primeros años de vida de los niños son esenciales para su desarrollo futuro como ser humano; por lo tanto, la calidad en la atención y la formación que se le brinde desde el nacimiento serán determinantes en el desarrollo de sus capacidades.

El eje central sobre el cual se fundamenta el Programa de Educación Inicial es la interacción :

“Para educación inicial, la interacción es la categoría central; la conceptualización básica para organizar un programa educativo de consecuencias en la educación de los niños”.³²

Los niños tienen un primer núcleo de interacción en la familia, la escuela es el segundo y la vida cotidiana en la sociedad el tercero, todo ello sucede en un contexto cultural general y particular.

El Programa confiere un papel transformador a la educación y un espacio para el desarrollo del individuo, sobre todo en las edades tempranas, precisamente por ello plantea la necesidad de planear y organizar sistemáticamente las acciones de la interacción.

El Programa posee un enfoque educativo al buscar desarrollar en el niño hábitos, habilidades y actitudes socialmente necesarias para su integración. Enriquece simultáneamente las posibilidades de estimulación a su desarrollo desde el nacimiento y a partir de las interacciones niño-niño, niño-adulto, adulto-adulto.

Asimismo el Programa establece una doble acción educativa: respeta las necesidades e intereses que dicta su desarrollo natural, y por el otro, conduce su potencial al logro de cualidades socialmente necesarias para su desempeño educativo posterior.

De esta manera el Programa establece los siguientes objetivos

Generales :

- Promover el desarrollo personal del niño a través de situaciones y oportunidades que le permitan ampliar y consolidar su estructura mental, lenguaje, psicomotricidad y afectividad.

³² SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Programa de Educación Inicial. SEP, México. 1992. p.40.

* A partir de este apartado nos referiremos a la Educación Inicial con las siglas E I

- Contribuir al conocimiento y al manejo de la interacción social del niño, estimulándolo para participar en acciones de integración y mejoramiento en la familia, la comunidad y la escuela.
- Estimular, incrementar y orientar la curiosidad del niño para iniciarlo en el conocimiento y comprensión de la naturaleza, así como en el desarrollo de habilidades y actitudes para conservarla y protegerla.
- Enriquecer las prácticas de cuidado y atención a los niños menores de cuatro años por parte de los padres de familia y los grupos sociales donde conviven los menores.
- Ampliar los espacios de reconocimiento para los niños en la sociedad en la que viven propiciando un clima de respeto y estimulación para su desarrollo.

Particulares :

- Propiciar oportunidades que permitan aplicar y consolidar los procesos cognoscitivos en el niño.
- Estimular, mejorar y enriquecer el proceso de adquisición y dominio del lenguaje en el niño.
- Ejercitar el control y la coordinación de los movimientos del cuerpo.
- Favorecer la integración grupal a través de la expresión de ideas, sentimientos y estados de ánimo, como medio de satisfacción de las necesidades afectivas del niño.
- Fomentar la interacción, comunicación y adquisición de valores en el medio familiar, para propiciar la participación y mejoramiento en la atención del niño.
- Contribuir al conocimiento, valoración e integración del niño en su comunidad y su cultura.
- Conformar las habilidades elementales para el ingreso y adaptación del niño a la escuela primaria.
- Propiciar elementos para conocer a los seres vivos y otros componentes de la naturaleza, así como para la comprensión de las relaciones entre sus fenómenos.
- Propiciar la adquisición de conocimientos que permitan al niño comprender los principales problemas ecológicos y sus consecuencias para el desarrollo de la vida.

- Orientar la participación en las acciones de preservación y conservación del medio ambiente.
- Fomentar la participación del niño en la prevención, conservación y mejoramiento de la salud comunitaria.

3.2.1 Estructura Curricular del Programa de E. I.

La estructura curricular constituye el instrumento fundamental que orienta y norma la labor educativa estableciendo los fines y los medios que habrán de seguirse en la práctica educativa.

“La estructura curricular constituye la normatividad para Educación Inicial, en el sentido que establece propósitos, contenidos y metodología; su conceptualización es válida para las dos modalidades, no obstante la manera de aplicarse sea distinta para los grupos de educadores, padres y niños”.³³

En el marco curricular se presenta la parte referida a los contenidos educativos que contempla el programa. Su conformación se deriva de tres áreas básicas: desarrollo personal, desarrollo social y desarrollo ambiental. Las áreas del desarrollo se conciben como los grandes campos formativos que orientan el quehacer educativo en este nivel.

a) Área de Desarrollo Personal, la cual trata de brindar mayores oportunidades para que los niños estructuren su propia personalidad, incluye: el reconocimiento de las partes del cuerpo, la capacidad para comprender mensajes verbales, el reconocimiento de las partes de cuerpo, el reconocimiento y la manifestación emocional ante personas familiares o extrañas.

b) Área de Desarrollo Social, la acción educativa es fundamentalmente una acción sociocultural. Desde su nacimiento los niños interactúan con hábitos, creencias, valores y principios morales, formas de vida que orientan la formación de sus patrones culturales. La vida social se traduce en la cultura misma de la familia, la comunidad y la escuela.

³³ Ibidem p.80

c) Área de Desarrollo Ambiental, la comprensión y el dominio que los niños logren de la naturaleza requiere traducirse en actitudes de conservación, de cuidado permanente de su medio ambiente y, sobre todo, de búsqueda de mejores respuestas a los problemas de alimentación y salud que tanto dañan las posibilidades de un pleno desarrollo de la infancia.

De estas tres áreas se desprenden los temas y contenidos específicos del Programa.

“Las temáticas no constituyen situaciones didácticas, sino ordenadores delimitantes de la acción educativa, conforman los centros de atención para el desglose de los contenidos y estos, por su parte configuran límites más específicos en los cuales se centra un mayor interés”.³⁴

Las acciones concretas del Programa se diseñan con relación a una serie de ejes conductores para el logro de los objetivos. Las actividades se categorizan de dos maneras ; las dirigidas o propositivas, coordinadas por las educadoras o los adultos que rodean al niño y las libres o indagatorias en donde es el interés del niño la que guía su orientación.

La aplicación de los ejes y actividades se ofrece con los mismos criterios conceptuales y curriculares a las dos formas de atención; la modalidad escolarizada en los Centros de Desarrollo Infantil y la No Escolarizada con los módulos de atención y servicio.

³⁴ *Ibidem* p.68

Los bloques curriculares que orientan la operación de los contenidos a través de las actividades se presentan en el siguiente cuadro :

ESTRUCTURA CURRICULAR DEL PROGRAMA

FUNDAMENTOS PSICOLÓGICO SOCIOLOGICO PEDAGÓGICO	TEMAS	CONTENIDOS
DESARROLLO PERSONAL	PSICOMOTRICIDAD RAZONAMIENTO LENGUAJE SOCIALIZACIÓN	* Reflejos * Control de movimientos * Desarrollo sensorial * Noción de esquema corporal, Tiempo, Espacio, Objeto, Persona, Conservación, Seriación, Cantidad, Clase, Causa-Efecto. * Expresión y comprensión verbal. * Sexualidad * Interacción afectiva * Expresión creadora
DESARROLLO SOCIAL	FAMILIA COMUNIDAD ESCUELA	* Convivencia y participación * Valores * Cooperación * Costumbres y tradiciones * Urbanidad * Formación de hábitos * Destrezas elementales
DESARROLLO AMBIENTAL	CONOCIMIENTO PROBLEMAS ECOLÓGICOS CONSERVACIÓN Y PREVENCIÓN SALUD COMUNITARIA	* Seres vivos y elementos de la naturaleza * Leyes naturales * Contaminación * Agotamiento de recursos * Destrucción de especies * Sobre población * Hábitat * Flora y fauna * Higiene * Alimentación * Salud

3.2.2 Metodología para la Operación del Programa de Educación Inicial

La metodología del programa de Educación Inicial está centrada en la búsqueda y creación de situaciones que favorezcan la interacción de los niños con su entorno.

Esta metodología presupone cinco aspectos básicos:

Comunidad; considerar al conjunto de la comunidad con la que el niño interactúa.

Necesidades del niño; las cuales establecen los marcos de interés y motivación para la planeación.

Planeación de actividades :planear las actividades como una forma de prever y sistematizar las interacciones favorables al desarrollo y a la formación educativa del niño.

Educador : todos son educadores potenciales del niño, sean educadores o no, y su labor es propiciar las mejores condiciones para el desarrollo del niño. Más que un sancionador o conductor es un propiciador o facilitador de los aprendizajes y formación del niño.

Interacción : mediante la interacción los niños conforman su esquema afectivo y construyen las herramientas para su pensamiento lógico y la relación con las demás personas. Esta interacción se propone en tres niveles elementales:

Niño-niño; esta es indagatoria por excelencia. En ella se descubre, se crea, se experimenta, se buscan nuevas y variadas formas de relación, de participación de creación.

Niño-adulto; sintetiza la orientación del agente educativo y la búsqueda del pequeño de acuerdo a sus intereses y necesidades.

Adulto-adulto; esta interacción es propositiva por completo debido a que busca crear de forma sistemática condiciones favorables al desarrollo infantil.

Materiales de Apoyo: Los recursos de apoyo son concebidos como todos aquellos elementos que contribuyen a lograr los objetivos planteados.

“Los recursos de apoyo se eligen por su contribución al logro de los propósitos y no sólo por sus características particulares”.³⁵

³⁵ Ibídem p. 92.

3.3 Operación del Programa de Educación Inicial

La Educación Inicial se brinda a través de dos modalidades básicas: Escolarizada y No escolarizada. En la primera, son los Centros de Desarrollo Infantil los encargados de otorgar este servicio educativo; en la segunda, los padres de familia y los miembros de la comunidad son los encargados directos de educar a los niños desde el nacimiento hasta los cuatro años de edad.

Debido a que el sujeto educativo es el mismo, el programa se ha diseñado como modelo único las variantes se dan en función de cada modalidad.

3.3.1 Modalidad Escolarizada

Este servicio se ofrece a las madres trabajadoras pertenecientes a la Secretaría de Educación Pública, a través de los Centros de Desarrollo Infantil o CENDI'S pertenecientes a la misma Secretaría. Cuentan con instalaciones exprofeso para atender a niños desde los 45 días de nacidos hasta los 6 años de edad, los cuales se dividen en 3 categorías: lactantes (de 45 días de nacido a 1 año 11 meses), maternas (de 2 años a 3 años 11 meses) y preescolares (de 4 a 5 años 11 meses).

Las educadoras son las responsables directas de llevar a cabo las actividades planeadas, apoyadas por asistentes educativas. Las actividades psicopedagógicas también están reforzadas por personal especializado como psicólogo, pedagoga, puericultista, trabajadora social, profesor de educación física y profesor de música. Además el servicio incluye alimentación especial para los niños y servicio médico.

3.3.2 Modalidad No Escolarizada

La Modalidad No Escolarizada se concibe como un sistema alternativo de apoyo a los padres de familia y a miembros de la comunidad, para orientar y favorecer la formación integral de los niños desde su nacimiento hasta los cuatro años de edad.

No precisa de una escuela o instalación específica para llevarse a cabo, así como de horarios rígidos o personal especializado; por el contrario su operación se ajusta a las necesidades y características de la comunidad. Los materiales educativos que se utilizan son sencillos y adecuados a la población atendida.

El Programa opera esencialmente en comunidades rurales, urbano-marginadas e indígenas, por lo cual se instrumenta considerando las características regionales, locales o particulares de cada grupo.

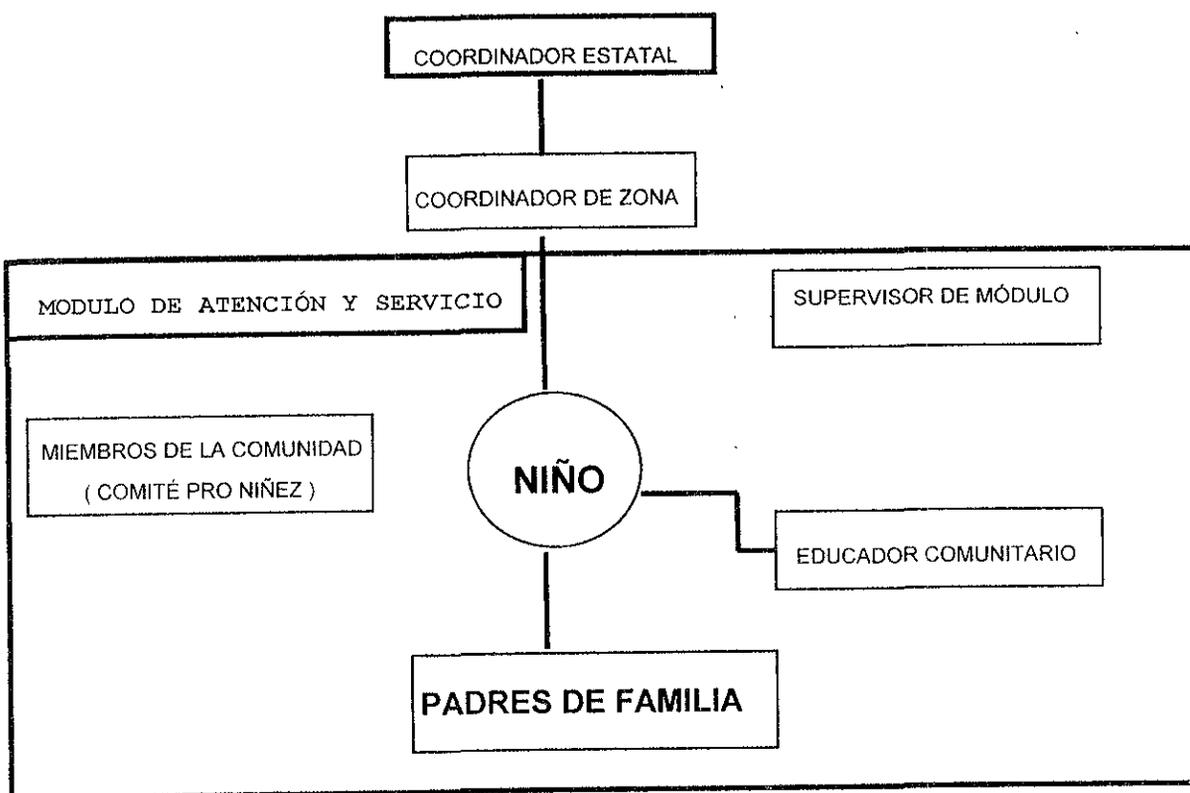
La característica esencial de esta modalidad es que reconoce a los padres y madres de familia como los primeros educadores de sus hijos, de ahí que sea a través de ellos como se instrumenta su operación proporcionando las orientaciones pertinentes para lograr un mejor desarrollo y formación de los niños.

Por otra parte se busca desencadenar el potencial socio-educativo de la comunidad creando las bases para una organización comunitaria estable con fines educativos e iniciativa propia.

Para su operación el Programa cuenta con una organización compuesta por personal operativo de Educación Inicial, por los padres de familia y miembros de la comunidad; todos trabajando en torno al niño bajo la categoría de agentes educativos.

Los agentes educativos, constituyen un circuito operativo para realizar las acciones educativas, junto con los padres, los agentes y su organización se establece de la siguiente forma :

CIRCUITO DE OPERACIÓN DEL PROGRAMA



Encuadrados en el esquema anterior el trabajo en la comunidad requiere necesariamente de una organización tal, pero además ésta se establece como una estrategia metodológica en sí misma.

Los agentes educativos cumplen tareas específicas pero no aisladas, ya que como hemos dicho, la modalidad no escolarizada establece circuitos de operación, que a su vez son formas de interacción en torno al niño.

La unidad bajo la cual opera el programa es el Módulo de Atención y Servicio, sobre este es como se conforman y accionan, enlazadas, todas las figuras de la cadena o circuito operativo.

En cada estado donde opera el programa es la Coordinación Estatal la que coordina y supervisa la organización y operación de los módulos, el número de módulos en cada estado depende de las necesidades y recursos que tenga cada uno.

El Coordinador de Zona (CZ) tiene a su cargo 6 módulos, su función es la de coordinar, asesorar y realizar acciones técnico pedagógicas con el Supervisor de Módulo (SM), también lleva a cabo tareas en la comunidad con padres de familia, niños y el Comité Pro Niñez.

El Supervisor de Módulo tiene a su cargo 10 comunidades, cada una atendida por un Educador Comunitario o Promotor Educativo (PM), El Supervisor se encarga de seleccionar y preparar (capacitar) a los promotores educativos. Realiza un diagnóstico de comunidad, apoya en el Comité Pro niñez y el Educador Comunitario, para detectar las necesidades educativas y de atención del niño y gestiona ante autoridades municipales e instituciones servicios complementarios para operar mejor el programa o que conlleven a beneficiar directamente al niño. También realiza la difusión del programa durante todo el ciclo operativo.

Con el diagnóstico comunitario el Supervisor diseña el Plan de acción, de él se derivan las acciones y actividades que habrán de realizar los distintos agentes educativos en torno a las necesidades e intereses de los niños.

El educador comunitario o Promotor Educativo es la pieza clave del programa pues orienta a los padres de familia en la realización de actividades con sus hijos. El Promotor Educativo, regularmente, es miembro de la comunidad, la idea es que ello permita un mayor acercamiento y confianza con los padres de familia. Su función primordial es la de orientar, capacitar o habilitar a los padres, de manera permanente para el mejor desarrollo y atención del niño, en el hogar y la comunidad.

El trabajo con los padres conlleva al rededor de 40 sesiones, de 2 horas cada una, el lugar y horario de la sesión es acordado por los padres según sus necesidades.

El Comité Pro Niñez es el órgano en el cual se organiza la comunidad junto con los padres de familia, autoridades y líderes locales o de organizaciones afines al programa, Instituto Mexicano del Seguro Social (IMSS), Sistema Nacional para el Desarrollo Integral de la Familia (DIF), Secretaría de Salud (SSA), entre otras. Su tarea es la realizar acciones que mejoren las condiciones del niño dentro de la comunidad, como realizar campañas de salud, gestionar desayunos o alimentación para el niño, buscar y lograr la apertura de espacios recreativos, gestionar apoyos inter institucionales.

3.3.2.1 Metodología de Trabajo en la Comunidad

El programa se lleva a cabo en nueve momentos:

1. Diagnóstico. El diagnóstico arroja información sobre el tipo de comunidad, población infantil, tipo de actividades laborales, eventos sociales y tradicionales, valores, costumbres, rutinas de la vida cotidiana en torno al niño, pautas comunes en las prácticas de crianza, servicios con los que se cuentan, medios de transporte, medios de comunicación, formas de comunicación informal, entre los datos más relevantes.

2. Plan de Acción. El Plan de Acción surge del diagnóstico de comunidad y se establece como la estrategia más idónea para la realización de las acciones y actividades planteadas. El Supervisor de Módulo elabora una programación mensual, indicando a cada uno de los responsables de llevar a cabo dichas acciones y actividades.

3. Difusión. Consiste en brindar información respecto a la naturaleza propósitos y beneficios que ofrece el Programa, ello incluye de inicio la promoción del programa para sensibilizar e interesar a los padres y la comunidad en general y para que las autoridades brinden su apoyo al mismo. La difusión se efectúa durante todo un ciclo operativo usando diversos medios desde los más comunes hasta los medios masivos locales.

4. Capacitación de los agentes educativos. Se realiza en dos momentos, inicial; en donde se capacita a los promotores educativos, y el permanente; que dura aproximadamente 40 sesiones de trabajo con los padres de familia, las cuales son coordinadas por el Promotor Educativo, asesorado y supervisado por el Supervisor de Módulo

5. Sesiones con Padres de Familia. En ellas se habilita a los padres de familia para que realicen actividades educativas con sus hijos en la comunidad y en el hogar. Las

sesiones incluyen información y actividades específicas para que los padres vayan formándose como educadores calificados de sus propios hijos.

En las sesiones se utiliza una *Guía de Padres* que les orienta de manera sencilla y sistemática de como deben realizar ciertas actividades en el hogar para favorecer el desarrollo integral del niño. Estas actividades son reforzadas con acciones que involucran a la comunidad en general.

El programa recupera las experiencias de los padres, revalorizando su papel como educador primigenio y fomenta la comunicación e intercambio de las experiencias para enriquecer las sesiones a través de un proceso de enseñanza aprendizaje basado en la interacción: Niño-Niño, Niño-Adulto, Padre-Padre. Promotor-Padres, Supervisor-Promotor-Miembros de la comunidad.

6.- Participación de la comunidad. La comunidad participa a través del Comité Pro-Niñez y con acciones de convivencia y cooperación, en donde se busca siempre la apertura y fomento de espacios educativos, de convivencia social y de esparcimiento para los niños.

7.- Sistematización de experiencias. Se refiere al hecho de recuperar los resultados de los procedimientos y estrategias que se llevan a cabo en los diferentes momentos de la operación, identificando aquello que ayuda o dificulta el funcionamiento del Programa. Esto permite reorientar los caminos trazados en el plan de acción y en las propias actividades.

8.- Asesoría y Seguimiento. En este momento participan sobre todo los agentes operativos de Educación Inicial al nivel estatal y nivel central, quienes se encargan de verificar el seguimiento de la normatividad técnico pedagógica, así como de ofrecer apoyo y asesoría para la mejor operación del programa.

9 Evaluación. Se refiere a una serie de actividades que se desarrollan a lo largo de toda la operación del Programa. La evaluación permite saber si las medidas y estrategias resultaron adecuadas; también posibilita la corrección a tiempo y permite dar continuidad a las acciones educativas. Por medio de los resultados de la evaluación se pueden determinar los efectos del programa en los niños, los padres y la comunidad.

3.4 El Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial / PRODEI

A pesar de ser una opción para muchos niños que no tienen posibilidad de acceso a la educación formal en las zonas marginadas y la amplia trayectoria y experiencia de la educación inicial en su modalidad no escolarizada, esta no lograba un mejor desarrollo y expansión, esto sucedía principalmente porque desde sus inicios (1983) trabajaba con muy escasos recursos económicos y sin apoyo inter institucional, las formas de capacitación hacia el personal que operaba el programa se realizaba de manera precaria, se contaba con materiales educativos limitados (una guía de padres y un manual del promotor), y se le daba una limitada difusión.

“A pesar de su buen funcionamiento y valiosa experiencia. El programa no formal de EI ha sido obstaculizado por varios problemas. El programa no formal sufre de un perfil bajo de prioridad, insuficiente capacidad institucional, mecanismos inadecuados para encontrar objetivos, contenido educativo pobre, roles de supervisión indefinidos, incentivos inadecuados para los educadores comunitarios, apoyo inconsistente de la comunidad y nexos inadecuados con los programas complementarios como el de salud y nutrición.”³⁶

Es a partir del Programa de Modernización Educativa /PME (1989 - 1994), emprendida por el gobierno de Salinas de Gortari, a través de la Secretaría de Educación Pública y comprendida dentro del Plan Nacional de Desarrollo, que se pone una atención especial a este nivel educativo.

El Programa de Modernización Educativa pretende el mejoramiento de la calidad del sistema educativo, especialmente la educación básica, busca elevar el nivel nacional de escolaridad; fortalecer la participación de la comunidad en los aspectos educativos y promover la descentralización del sistema educativo, es entonces que se enfatiza la importancia de la educación inicial en su Modalidad No Escolarizada y se convierte en un pilar para abatir el rezago educativo, por su carácter de atención a la población de mayor marginalidad.

“El programa de EI no-formal, es una parte crítica del PME, puesto que apuntala la calidad y eficiencia de la educación básica y promueve la participación de la comunidad en el sistema educativo, como parte de su descentralización. Aún más, puesto que el programa de EI no-formal se enfoca a los niños en las áreas urbanas y rurales marginales, enfoca a las familias pobres a responder a sus necesidades educativas”.³⁷

³⁶ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte Evaluatorio para la instrumentación del Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial. Banco Mundial-SEP, (Documento/Traducción), México, 1992, p. 17.

³⁷ *Ibidem* p 9

De esta forma el "Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial/PRODEI se propone como la estrategia para responder adecuadamente a la necesidad del desarrollo de recursos humanos y aliviar la pobreza, mejorando la calidad y eficiencia del Programa de Educación Inicial, en su Modalidad No-Escolarizada, atendiendo a la población de zonas rurales, indígenas y urbano-marginadas.

El Proyecto se implementa a partir de 1993 en los diez estados de la República con mayor rezago socio-educativo y en donde se concentra el 52% de la población infantil menor de cuatro años, los estados que reciben esta atención son Chiapas, Guanajuato, Guerrero, Hidalgo, México, Michoacán, Oaxaca, Puebla, San Luis Potosí y Veracruz.

El Proyecto tiene una duración de 5 años 1993/1997, y busca beneficiar, en ese periodo, a 900 000 padres de familia y a cerca de 1 200 000 niños, posee un apoyo económico sustancial por medio del financiamiento del Banco Mundial, Programa de las Naciones Unidas para el Desarrollo/PNUD, Fondo de las Naciones Unidas para la Infancia/UNICEF, Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura/UNESCO y el Gobierno Federal.

El Consejo Nacional de Fomento Educativo/CONAFE, ha sido designado para administrar y coordinar las acciones del Proyecto a través de la Unidad Coordinadora del Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial /UCP, su operación concreta es responsabilidad de las instancias de educación pública estatales.

El Proyecto tiene tres objetivos básicos:

- i) la preparación de los niños de familias de bajos ingresos, para su entrada oportuna a la escuela primaria, mejorar su desempeño y permanencia en la misma
- ii) la educación de los padres, especialmente de las madres, en las prácticas caseras de cuidado a los niños; y
- iii) el fortalecimiento de la capacidad técnica de las instituciones gubernamentales, para planear, expandir, controlar y evaluar los programas de EI.

Para el logro de los propósitos del PRODEI se plantean tres líneas de acción que son propiamente las estrategias fundamentales del mismo proyecto:

1. Desarrollo de Recursos Humanos, enfocado a mejorar la calidad del desempeño de todo el personal involucrado en la Educación Inicial No Escolarizada, pretende mejorar el conocimiento y habilidades de todo el personal técnico y operativo del Programa, estos son técnicos de capacitación, administración, planeación y comunicación, operativos coordinadores de zona, supervisores de módulo, promotores educativos, comités pro niñez y padres de familia.

El Proyecto, para atender satisfactoriamente a ésta población, en cuanto a la calidad del servicio, proporciona capacitación a 856 Coordinadores de Zona, 5144 Supervisores de Módulo : 51, 127 Promotores Educativos.

Los beneficios del Proyecto se reflejarán primordialmente en el mejoramiento de la calidad de vida de los niños atendidos, además los padres que participen revalorizan su papel como padres al desempeñar la función de educadores, con la participación de la comunidad se pretende crear un nuevo concepto sobre la cultura de la niñez.

Así mismo el Proyecto pretende crear y desarrollar un modelo de Educación Inicial No Escolarizado que será aplicado en el resto del país por lo que el impacto del proyecto repercutirá en el nivel nacional.

La Unidad Coordinadora del Proyecto/UCP adopta las líneas de acción a través de la conformación de tres componentes o áreas de trabajo para el desarrollo del Proyecto :

Componente de Desarrollo de Recursos Humanos, encargado de la coordinación, asesoría y seguimiento de la capacitación del personal técnico y operativo del programa en los estados participantes del Proyecto. Enfatizando las formas y contenidos de la capacitación dirigida a promotores y padres de familia la que pretende desarrollar las habilidades de crianza y cuidado del niño respecto al desarrollo cognoscitivo, psicomotor y social.

El tipo de capacitación se realiza en una cadena que está estructurada de la siguiente forma; capacitación de la UCP a Personal Técnico de los estados, de Técnicos estatales a Coordinadores de Zona y Supervisores de Módulo, de Supervisores de Módulo a Promotores Educativos y de Promotores a Padres de Familia y miembros del Comité Pro Niñez. Un aspecto importante es que ésta misma área es la responsable de buscar las formas de capacitar al personal técnico de la UPC el cual se compone de pedagogos, psicólogos, sociólogos y un comunicólogo.

Componente o Área de Materiales educativos, su función primordial es mejorar la calidad del material impreso y la creación de material adicional impreso y no impreso o audio visual. En particular una tarea fundamental es revisar la Guía de padres existente e incluir nuevos contenidos como salud, nutrición, planificación familiar y protección del medio ambiente, buscando la creación de una ilustración más adecuada. También se incluye la revisión de los manuales operativos (Manual del Promotor Educativo y del Supervisor de Módulo) para estructurar y organizar nuevas estrategias y métodos educativos.

Producir material educativo de mayor calidad, tanto en su presentación física como en su diseño y contenidos para **propósitos de capacitación y comunicación. Desarrollar series de juegos y videos educativos, producir serie de radio programas de promoción y educativos dirigidos a los padres y líderes de la**

comunidad, con el propósito de complementar el contenido educativo de las guías y para reforzar y promover la participación de la comunidad.

Componente o Área de Fortalecimiento Institucional, a través de esta área se busca fortalecer la capacidad institucional de las Coordinadoras estatales de la educación inicial, proponer estrategias de organización estatal para la operación del programa en su modalidad no escolarizada, diseñar un sistema de información para el control y seguimiento del programa, diseñar un sistema de evaluación y análisis del proceso e impacto así como del seguimiento contable y de rastreo de los recursos materiales, humanos y de los eventos de capacitación. También tiene la tarea de orientar y asesorar en la formación de los Comités Pro Niñez y asesorar en la gestión para la cooperación inter institucional para obtener apoyos y servicios complementarios para el programa en salud, nutrición, entre otros.

Las tres áreas o componentes están estrechamente ligados, el área de materiales educativos comprende todo lo referente a la comunicación y difusión del programa, por lo que en última instancia dicha área se denominó Área de Desarrollo de Materiales Educativos y Comunicación.

El Proyecto deposita en esta área, en buena medida, las posibilidades de su éxito, puesto que a ella le corresponde analizar y proponer una serie de estrategias comunicacionales tanto para los materiales educativos y operativos del Programa como para la difusión social del programa en todos los niveles; comunitario, regional, estatal y nacional.

De esta forma se pretende lograr la ampliación de la cobertura del programa y que el mismo adquiera la relevancia y reconocimiento institucional necesarios, con la difusión de sus acciones, ello implica también un trabajo de capacitación de las figuras que hacen la difusión en las comunidades y un trabajo de difusión amplio usando los medios masivos de comunicación nacionales y estatales.

Precisamente en el siguiente capítulo se expone como la comunicación contribuye al éxito de un programa educativo no formal, pero lo cual implica una serie de reflexiones y propuestas de trabajo concretas en donde se involucran un conjunto de elementos teórico prácticos, tanto educativos como comunicacionales, y un trabajo de participación activa de todas las personas involucradas en el mismo.

CAPÍTULO CUARTO

4. LA COMUNICACIÓN EN EL PROYECTO PARA EL DESARROLLO DE LA EDUCACIÓN INICIAL / PRODEI

4.1 El Papel de la Comunicación en el PRODEI

La comunicación dentro del Proyecto resulta fundamental ya que, como se apuntó en el capítulo anterior, se pretende; mejorar la calidad del servicio educativo que ofrece el Programa de Educación Inicial y ampliar la cobertura del mismo en cada uno de los 10 estados seleccionados; pasar de una atención de 7.4 % de la población de niños menores de cuatro años a un 33.5 %, en lo que dure el proyecto (5 años), con la idea de que año con año se vayan cubriendo a las poblaciones más aisladas y marginadas, ello implica la creación de una estrategia de difusión amplia y efectiva para llegar al público objetivo del programa.

Por otro lado, pretende el mejoramiento de la calidad del servicio a través de la renovación de los materiales educativos básicos; guía de padres y manual del educador comunitario, así como con la dotación de nuevos materiales de apoyo didáctico; impresos y audio visuales para los padres participantes y promotores educativos.

La comunicación queda implicada sobre estos dos aspectos y niveles: aplicándola en la producción de los materiales educativos, impresos y audiovisuales; así como en el diseño y realización de la campaña de promoción y difusión del programa para lograr su expansión.

"El Componente del Desarrollo del Material Educativo, mejoraría la calidad del material de instrucción impreso y crearía instrumentos adicionales de apoyo audiovisual. En particular: i) revisaría la Guía de padres existente para incluir áreas nuevas como salud y nutrición, planificación familiar y protección del medio ambiente, así como una ilustración más adecuada; ii) revisaría los manuales operativos, para acomodar el uso de nuevas estrategias y métodos educativos; iii) *produciría material impreso mejor ilustrado, con mayor contenido para propósitos de capacitación y comunicación*; desarrollaría series de videos y juegos educativos; y v) series de radio programas de promoción y educativos dirigidos a los padres y líderes de la comunidad para complementar el contenido educativo de las guías y para reforzar y *promover la participación de la comunidad...*"³⁸

³⁸ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte Evaluatorio para la... Op. Cit. p. 31. (*Cursivas nuestras*).

En esta perspectiva el sentido y carácter de la comunicación son eminentemente educativos, ya que sus objetivos y propósitos involucran procesos de enseñanza aprendizaje.

La conceptualización de la comunicación educativa dentro del Proyecto se expresa en términos de identificar claramente los elementos y sujetos del proceso de enseñanza-aprendizaje a quienes se dirige el Programa de educación inicial: padres de familia y promotores educativos (perceptores), sujetos con capacidad para interpretar y responder de manera activa a un conjunto de mensajes con propósitos de aprendizaje.

La intención comunicativa establecida para dicho proceso; es una comunicación dialógica, horizontal, correspondiente a contextos y referentes específicos de los públicos objetivo.

“Hay que adoptar y maximizar la estrategia de comunicación y la presentación visual de los variados tópicos relacionados a las características culturales y educativas de la población objetivo”³⁹

4.2 Elaboración de Estrategias Comunicacionales para el Desarrollo del Proyecto.

Para desarrollar estos aspectos el Proyecto contempló la creación de una instancia administradora y coordinadora: el Área de Desarrollo de Materiales Educativos y Comunicación, y en cada uno de los estados del Proyecto se estableció la necesidad de contar con un responsable de la comunicación para realizar acciones complementarias, pero cuyas funciones primordialmente se encaminarían a la difusión del proyecto ya que al nivel central la Unidad Coordinadora del Proyecto (UCP), produciría, reproduciría y distribuiría a los estados todos los materiales del Proyecto.

“El personal estatal técnico -un pequeño grupo de profesionales encargados de áreas especializadas, tales como la comunicación y la participación comunitaria-, formarían el segundo subgrupo. Ellos juegan un papel complementario e intermediario en la planeación, comunicación y aspectos de capacitación del proyecto.”⁴⁰

Es importante apuntar que el carácter “técnico” de los especialistas profesionales participantes en el proyecto se refiere a que el sentido de sus conocimientos conllevan un saber técnico-práctico más que teórico.

³⁹ *Ibidem* p. 38

⁴⁰ *Ibidem* p. 36

Es el Área de Desarrollo de Materiales Educativos la que crea las bases administrativas y técnicas para la dirección, coordinación y supervisión de la producción de los materiales educativos y de difusión.

La estructura técnica del Área de Desarrollo de Materiales educativos, como parte de esa estrategia se compone de: un Líder de Proyecto (Educatora); un Técnico de Materiales Educativos (Lic. en Pedagogía); un Técnico de Comunicación Educativa (Lic. en Ciencias de la Comunicación) y; una auxiliar de apoyo para ambas áreas (pedagoga recién egresada), en todos los casos el personal designado posee experiencia en la producción de material educativo, en trabajo comunitario y en el campo de la docencia o capacitación educativa.

Se fija como objetivo primordial de ésta área:

“El Área de Materiales Educativos, tiene como objetivo: mejorar la calidad de los materiales educativos del Programa de Educación Inicial, así como elaborar materiales que apoyen la capacitación y la difusión del Programa, con la finalidad de ofrecer un mejor servicio”⁴¹

Otra parte de la estrategia consistió, en la contratación de “expertos especialistas” para la realización de los trabajos:

“Esta categoría incluye la contratación de consultores para la revisión y el diseño de todo el material educativo y de todos los estudios bajo el Proyecto”⁴²

“La UCP contrataría y supervisaría el trabajo de todos los consultores y proveedores de bienes y servicios para el proyecto y tendría la responsabilidad del monitoreo para la supervisión del impacto y estudios especiales”⁴³

Se previó que en el nivel central se llevara a cabo un control y seguimiento de los trabajos, orientando y proporcionando a los consultores la información y apoyo técnico-operativo necesarios para la realización de dichos trabajos.

De la misma forma el consultor tendría una retroalimentación permanente por parte del equipo del Área de Desarrollo de Materiales Educativos.

La consultoría estaría encabezada o liderada por un consultor principal experto en comunicación y diseño editorial, quien dirigiría, orientaría y supervisaría a un conjunto

⁴¹ CONAFE. Carpeta Básica del Área de Materiales Educativos (Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial/Documento), México, 1995. p. 57.

⁴² SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte Evaluatorio para la Op. Cit. p. 52.

⁴³ Idem.

de especialistas expertos que formarían un equipo multidisciplinario para la elaboración de los materiales, dicho equipo estaría formado por psicólogos, pedagogos, especialistas en desarrollo del niño, sociólogos y lingüistas.

El consultor líder, Gian Calvi, fue contratado por su amplia experiencia en consultorías con Banco Mundial en proyectos educativos, su experiencia primordial se enfoca primordialmente en la producción editorial; proyectos de comunicación visual; promoción institucional y en el mercadeo cultural.

Otros especialistas del equipo conjuntaron sus experiencias tenidas en la elaboración de materiales educativos aplicando la tecnología educativa y el trabajo con adultos. De esta manera contó con un grupo de gran consistencia tanto en formación profesional como en experiencia.

La estrategia comunicacional fundamental es que se adoptaría un concepto multimedia, entendido este como la utilización de diversos medios, simultánea o sucesivamente aplicados a una misma tarea educativa, con la intención de multiplicar los mensajes para que de manera simultánea y variada lleguen al público objetivo del Programa.

“En forma adicional, el proyecto proporcionaría un paquete de material audiovisual para el uso del educador comunitario, incluyendo cartelones, folletos y cintas grabadas, programas de radio con contenido promocional y educativo, serian transmitidos en forma regular por estaciones locales para difundir el proyecto, motivar a las familias a participar, y cristalizar apoyo para el programa. En comunidades con un gran número de padres analfabetos, se haría más énfasis bajo el proyecto en el uso de material audiovisual y la radio; aun cuando material impreso bien ilustrado ha sido usado con éxito y seria mejorado en forma considerable en contexto visual y presentación del mensaje”.⁴⁴

Esta estrategia multimedia se adoptó considerando el alcance de los medios en la actualidad y por la diversidad del publico objetivo; población adulta, de baja escolaridad, (promedio: educación primaria), analfabetas, semi analfabetas o analfabetas funcionales, amen de otros públicos que no dominan el idioma español. Pero también porque una estrategia multimedia aseguraría un más alto impacto por la saturación continua de mensajes sobre el público objetivo.

Se contempló además, para contextualizar la comunicación desde los referentes del perceptor, prever visitas de los consultores y especialistas a las comunidades para la exploración y detección de las formas comunicacionales requeridas.

Un principio que estaría en todo momento dentro de la elaboración de cualquiera de los materiales, impresos o audiovisuales, es que la comunicación implica siempre un

⁴⁴ *Ibíd*em p. 33

proceso de intercambio de mensajes, cuyos elementos son un conocimiento de la información básica, un proceso de internalización crítico, un contexto sociocultural, la intención de procurar en el perceptor la concientización y la transformación del entorno en relación con los procesos de enseñanza- aprendizaje involucrados; en todos los casos la idea central es lograr aprendizajes significativos para nuestro perceptor.

Cuando se habla de intercambio de mensajes, estamos hablando de una búsqueda de comunicación dialógica, vislumbrada previa la elaboración de los materiales, y ello significa que todos los materiales tendrían que dar la pauta suficiente para esperar una respuesta adecuada del perceptor, lo cual también quiere decir que el proceso comunicativo que se deseó establecer fue un proceso abierto, no terminal, el cual se continuaría en las sesiones de los padres, al trabajar cada material, y su efecto se vería reflejado en los cambios obtenidos en los padres y en la transformación de las prácticas de crianza con sus hijos.

La otra parte de la comunicación dentro del proyecto es la referente a los materiales de difusión para promocionar y lograr la expansión del programa. En principio se considero que el tipo de comunicación involucrada en ellos también tendría que ser educativa, puesto que igualmente se parte de que dichos materiales lleven mensajes alusivos a lo que brinda el programa en beneficio del niño y de la comunidad, independientemente de que el padre ingrese o no al programa.

En este sentido, dichos materiales también se denotaron como educativos, porque involucraban de una u otra forma procesos de enseñanza-aprendizaje, y porque además dichos materiales podrían también ser recuperados en las sesiones con los padres de familia, para continuar con los procesos educativos del programa. De igual forma se aplica un concepto multimedia para su desarrollo.

“Para mejorar la estrategia de comunicación, nuevos tipos de material se desarrollarían bajo el proyecto: como el boletín bimestral, calendario de pared, volantes, posters, cartelones, así como juegos educativos, cassettes de audio y vídeo, y un conjunto de programas de radio para ser transmitidos a través de las estaciones de radio locales”.

⁴⁵

La estrategia de la difusión contempla el uso selectivo de los medios de comunicación masiva, al nivel nacional, estatal y local, buscando una amplia cobertura, para conseguir no sólo la promoción del programa entre su público objetivo sino entre todos aquellos que puedan ser susceptibles para apoyar al programa de educación inicial.

La estrategia de difusión en el momento de la elaboración de los materiales no se realiza ya que sólo se apunta el tipo de materiales necesarios esta tendrá otro momento para su diseño y realización ya que ella involucra concretamente a los estados del Proyecto, los cuales no tendrían participación activa hasta el momento de echarlo a andar oficialmente.

⁴⁵ *Ibidem*, p. 37

La estrategia comunicacional establece un criterio de unidad en la elaboración de todos los materiales y una integralidad, es decir, unos se integran dentro de otros, de tal forma que en la práctica mantuvieran una unidad y complementariedad didáctica: tanto el material impreso como el audio visual.

Dicha unidad también se buscó obtenerla a partir de la elaboración de un “Manual de Identidad Visual” el cual contendría todos los criterios de diseño gráfico y audio visual para la elaboración de los materiales presentes y futuros, ello incluye estilos gráficos, tipografías, colores, tintas, tipos de papeles, cintas de audio y vídeo, combinaciones, medidas y uso del logotipo institucional.

La participación de la comunidad sería otro factor coadyuvante e importante dentro de la difusión y promoción del programa en las localidades, así como para lograr apoyos institucionales, por lo que se estableció la necesidad de elaborar un manual y un vídeo para su organización y acción, en los denominados Comités Pro Niñez.

“El Proyecto promovería la formación de comités permanentes al nivel local y estatal, para canalizar el interés de la comunidad, las actividades y programas en beneficio de la niñez y de proporcionar apoyo y continuidad a las actividades educativas”.⁴⁶

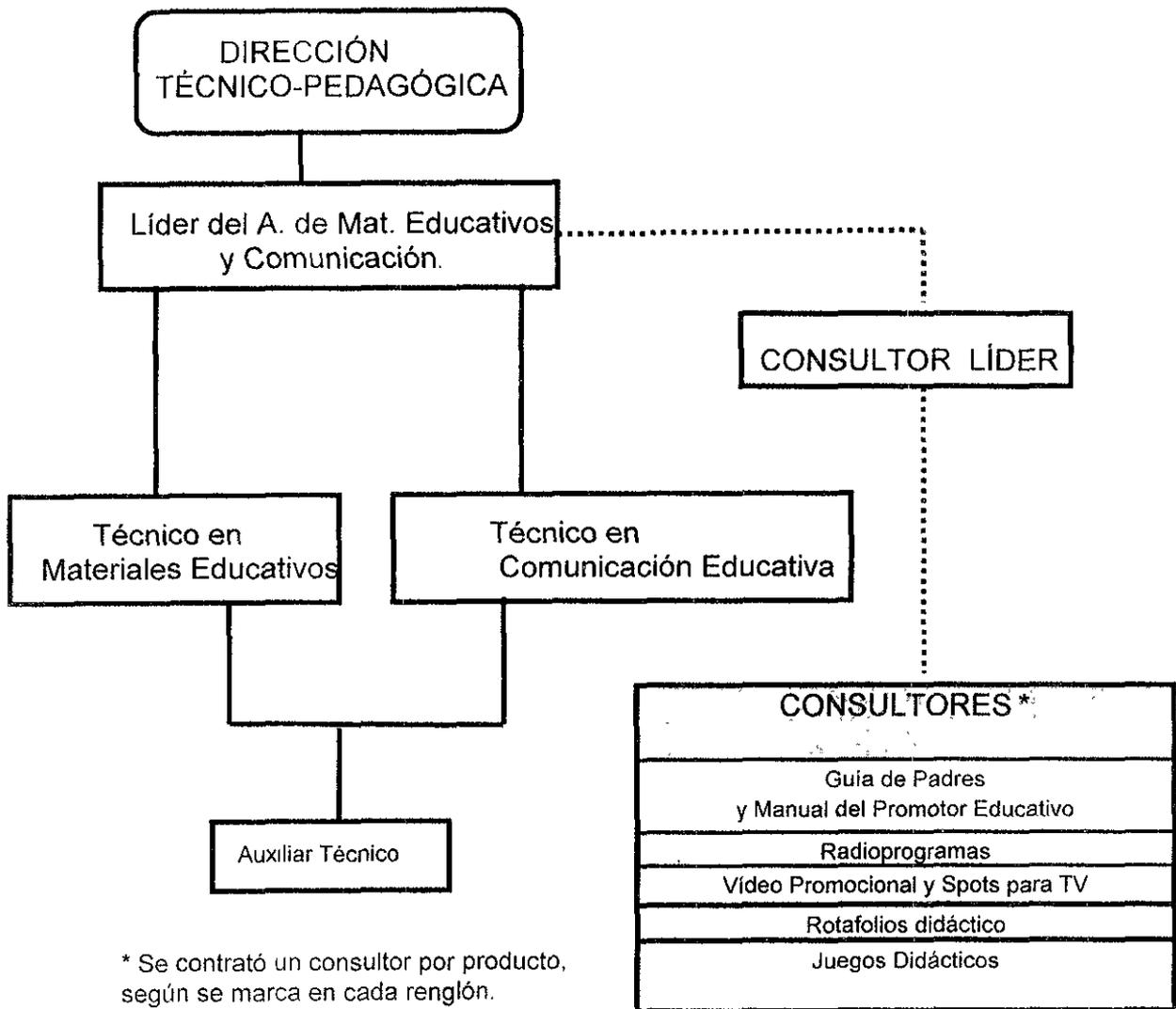
Dentro de la misma estrategia comunicacional también se incluye la participación del personal operativo del programa; coordinadores de zona y supervisores de módulo, quienes recibirían capacitación al respecto para que efectúen la difusión en las comunidades, la estrategia comunicacional del proyecto se completaría así de ésta forma. La ejecución de las acciones para su realización se describen en los siguientes puntos de este capítulo.

4.3 Diseño y Elaboración de Materiales Educativos y de Difusión

Como apuntamos en el apartado anterior, el Área de Desarrollo de Materiales Educativos y Comunicación se erigió dentro del Proyecto como la instancia que dirigiría y coordinaría los trabajos de diseño, producción, reproducción y distribución de todos los materiales educativos y de difusión del Proyecto.

El consultor líder, Gian Calvi, fungió como el responsable de dirigir todos los trabajos, coordinándose con dicha área, la estructura y organización del trabajo se efectuó bajo el siguiente esquema:

⁴⁶ *Ibidem*, p. 45



La anterior estructura se establece como la organización que permitiría un trabajo coordinado y eficiente, todo ello mientras se concluyeran los trabajos puesto que la consultoría se contrató por tiempo determinado (tres meses); luego el área de materiales educativos se encargaría de la distribución, capacitación y seguimiento en el uso de los productos.

Las cargas de trabajo se establecieron en relación con las funciones que cada técnico tiene dentro del área y de acuerdo a un plan de trabajo elaborado por el consultor líder.

La responsabilidad del Técnico en Comunicación Educativa, cargo que desempeñé dentro del proyecto, resulta entonces muy amplia ya que participaría desde el principio en la definición de las estrategias comunicacionales y en todo el proceso de la producción de los materiales, así como en la realización de las acciones de difusión y aún en la capacitación del personal operativo en las comunidades.

Dichas responsabilidades se acotan en las funciones asignadas y descritas en la carpeta básica del Área de desarrollo de materiales educativos:

TÉCNICO EN COMUNICACIÓN EDUCATIVA

OBJETIVO : Contribuir a que el Programa de Educación Inicial, en su modalidad no escolarizada, amplíe su cobertura y permanencia en las comunidades, a través de la realización de campañas de difusión y elaboración de nuevos y mejores medios comunicacionales impresos y audio visuales.

Funciones :

- 1.- Participar en la elaboración del programa anual de actividades del Área de materiales educativos.
- 2.- Elaborar y proponer orientaciones, procedimientos para el diseño, elaboración, seguimiento y control de las campañas de difusión que deben realizar las coordinaciones de educación inicial en los estados.
- 3.- Dar seguimiento y sistematizar la información de las campañas de difusión que realicen los estados del proyecto.
- 4.- Elaborar y proponer orientaciones, procedimientos, mecanismos y criterios para el diseño, producción, impresión, reproducción y distribución de materiales educativos para la difusión del servicio de educación inicial, no escolarizada, con base en los lineamientos establecidos y con el apoyo del técnico en materiales educativos en aspectos pedagógicos.
- 5.- Elaborar y proponer pautas y orientaciones para la elaboración de contenidos de los boletines informativos.
- 6.- Elaborar y proponer pautas y criterios para la utilización de los diversos materiales impresos y audiovisuales para la difusión del programa.
- 7.- Apoyar en la revisión, diseño, elaboración y producción de materiales educativos para la difusión del programa, con los equipos de consultoría y diseño gráfico.
- 8.- Detectar las necesidades de materiales educativos para la difusión del Programa y sistematizar la información para atender la demanda de los estados-proyecto.

9.- Verificar la oportuna y adecuada distribución de los materiales educativos para la difusión del Programa a las Coordinaciones de educación inicial.

10.- Proporcionar información sistematizada al líder de materiales educativos sobre el avance de las actividades realizadas.

11.- Realizar todas aquellas actividades que le sean encomendadas por el Líder de materiales educativos afines a las funciones del área.

TÉCNICO EN MATERIALES EDUCATIVOS

OBJETIVO :

- 1.- Participar en la elaboración del programa anual de actividades del área.
- 2.- Elaborar y proponer orientaciones, procedimientos, mecanismos y criterios para la revisión técnica, diseño, producción, impresión y distribución de materiales
- 3.- Formular y proponer orientaciones, procedimientos, mecanismos y criterios para la revisión, diseño, elaboración, producción y distribución de los materiales educativos de apoyo a la capacitación y operación del programa de educación inicial no escolarizada.
- 4.- Elaborar y proponer pautas y orientaciones para la elaboración de contenidos de los boletines informativos.
- 5.- Elaborar y proponer pautas y criterios para la utilización de los diversos materiales impresos y no impresos de apoyo a la capacitación de padres de familia.
- 6.- Elaborar y proponer los mecanismos para la instalación y funcionamiento de centros de documentación para el área central y en el nivel estatal.
- 7.- Apoyar en la revisión, diseño, elaboración y producción de materiales educativos de apoyo a la capacitación con los equipos técnicos de consultoría que se organicen con dicho fin.
- 8.- Detectar las necesidades de materiales educativos y sistematizar la información para atender la demanda.
- 9.- Verificar la oportuna y adecuada distribución de materiales educativos a las coordinaciones de educación inicial.

Desde el inicio de la planeación de la producción la coordinación entre el técnico de materiales educativos (pedagoga) y el de comunicación educativa (comunicólogo) tuvo que ser muy estrecha, llevando a cabo un trabajo interdisciplinario de revisión técnica pedagógica y técnico comunicacional, pero por otro lado, también fue interdisciplinario por el trabajo cercano que se realizó junto con los consultores: psicólogos, especialistas en desarrollo del niño, sociólogos, especialistas en educación para adultos, y diseñadores gráficos.

4.3.1 Procedimientos y Metodología de Trabajo en el Diseño y Producción de los Materiales del Proyecto

Gian Calvi sugiere el establecimiento de una línea unificada de trabajo y de intercambio de información permanente, estableciendo la necesidad de llevar a cabo un seguimiento continuo en la producción de cada material, efectuando revisiones permanentes para supervisar la calidad de cada material tanto en sus contenidos, diseño gráfico e imágenes, así como en la corrección de estilo.

Dicha acción sería llevada a cabo por todo el personal de la dirección técnico pedagógica e informando al consultor o al personal de diseño o capturistas de información, para que en cada caso se hiciesen las correcciones pertinentes.

El planteamiento básico era que se tendría que trabajar estratégicamente con una visión amplia, considerando todas las ideas, contenidos y acciones propuestas entre los distintos consultores y la dirección técnico pedagógica.

Un aspecto fundamental es que se crearía un “diseño base” en cuanto a formatos de textos y estilos de ilustración para todos los materiales impresos. Para ello se tendría que realizar un “taller” con los diseñadores e ilustradores, trabajando inicialmente con bocetos y pre seleccionando a los ilustradores.

Se crearía un “banco de imágenes” para trabajar sobre la homogeneidad requerida para todos los materiales, este “banco” se almacenaría en un sistema computacional de alta capacidad y calidad, y se capacitaría al personal del área para su operación y continua renovación de imágenes.

Habría una revisión por parte de los consultores sobre la Guía de padres y el Manual del educador comunitario, documentos básicos del programa y del proyecto, a partir del cual se establecería un panorama preciso y detallado, técnicamente avalado en lo pedagógico y en sus contenidos, sobre la composición estructura y situación que tienen los materiales en aspectos comunicacionales y educativos.

Otro de los aspectos importantes es que se partiría de un estudio previo, (1990), realizado por la Unidad de Educación Inicial, instancia normativa de SEP en el nivel nacional hasta 1993, y Banco Mundial, resultados que se incorporan al reporte evaluatorio que da pie a la definición del Proyecto. Lo que recomienda este reporte es mejorar básicamente el lenguaje y la presentación visual de dichos materiales.

“La Guía para padres, el Manual del educador comunitario, el Manual del supervisor de módulo y el Manual del coordinador de zona, el cual se ha encontrado generalmente satisfactorio en diseño y formato. Ediciones nuevas de estas guías serían usadas bajo el proyecto, después de una revisión necesaria, para añadirles nuevos tópicos y ponerlos al día en lenguaje y presentación visual”.⁴⁷

⁴⁷ Ibidem p. 37.

Lo que también se hacía necesario era tener un contexto sociocultural en el cual se desenvuelven los perceptores para adaptar las imágenes que acompañarían a los textos a los referentes más cercanos a su cotidianidad, para ello se solicitó información a los estados del proyecto los cuales enviaron fotografías y videos.

También se contempló la necesidad de que los consultores visitaran algunas comunidades y platicaran con padres y promotores educativos para que conocieran más de cerca los ámbitos reales donde se aplicarían los materiales educativos.

Pero el punto más relevante es el que, desde antes del diseño, se partiría de la consideración de a quiénes iba dirigido el material, quién iba a ser nuestro perceptor; padres de familia y promotores educativos, cuáles eran sus características, de ahí la necesidad de establecer un perfil mínimo de ellos.

PERFILES DE LOS PERCEPTORES OBJETIVO

PADRES DE FAMILIA	PROMOTORES EDUCATIVOS
- Adultos de entre 16 y 50 años.	- Adultos mayores de 18 años
- Mujeres 90 % Hombres 10 %	- Mujeres 70 %, Hombres 30 %
- Promedio escolar 60 % con primaria, el otro 40 % se reparten entre analfabetas funcionales y analfabetas completos. Sólo algunos poseen secundaria.	- Promedio escolar 75 % con primaria; el otro porcentaje se reparte entre quienes tienen estudios de secundaria, no necesariamente terminados.
- Existe una población bilingüe: español-lengua indígena y otra monolingüe, lengua indígena.	- No existe el hábito de lectura. Las lecturas más comunes son las historietas populares.
- En el 85 % no existe un hábito de lectura.	- Pertenecen comúnmente a las comunidades donde opera el programa.
- Las lecturas más comunes son las historietas populares.	- El 100 % domina el español. Algunos conocen alguna lengua indígena local.
- Existe una diversidad cultural entre los diez estados-proyecto.	- No necesariamente tienen experiencia de trabajo con padres o programas educativos.
- Habitan en zonas rurales y urbano marginadas.	
- Existe cierta renuencia a cambiar hábitos culturales	

Convenido este perfil el siguiente paso fue la organización y puesta en práctica de los trabajos correspondientes.

4.3.2 Diagnóstico y Propuestas: Guía de Padres y Manual del Educador Comunitario

Los estudios preliminares, de los materiales educativos existentes, realizados por los consultores contratados y los apuntes efectuados por el equipo técnico del área de materiales educativos, sobre la Guía de padres y el Manual del Educador Comunitario, apoyos casi únicos, hasta 1993 del educador comunitario, para trabajar el Programa de Educación Inicial, en la modalidad no escolarizada, arrojaron los siguientes resultados :

4.3.2.1 Guía de Padres

Diagnóstico :

Es un documento instructivo para padres de familia que sirve de apoyo fundamental para realizar las actividades del Programa con sus hijos. tiene un carácter auto-instructivo, auto-didáctico, que permite poner en práctica los aspectos básicos: sobre la crianza del niño con una serie de fundamentos psicopedagógicos y del desarrollo del niño. Es complementado con la capacitación, asesoría y orientación del educador comunitario, en las sesiones de padres y las vistas domiciliarias.

Sus contenidos se organizan en cuatro partes fundamentales :

- 1.- Breve instructivo de uso de la Guía de padres
- 2.- Temas de planificación familiar y cuidados sobre la salud del niño y la familia.
- 3.- Aspectos del desarrollo y pautas de crianza del niño; del nacimiento a los cuatro años, que son las edades que abarca el programa.
- 4.- Cuadros guía para el seguimiento del desarrollo del niño.

Metodología pedagógica

El documento se estructura según los principios de la tecnología educativa, son textos que conducen acciones a través de la proposición de actividades y de pautas instruccionales que los padres han de seguir para el desarrollo del programa y puesta en práctica de las pautas de crianza en el hogar. Cada texto se acompaña con ilustraciones alusivas a la pauta correspondiente o son ejemplificadoras de lo que tendría que hacerse en casa.

Elementos de comunicación:

El discurso se estructura en textos breves, los mensajes son esencialmente conductuales o directivos, predomina una comunicación vertical. Las ilustraciones sólo vienen a reforzar el mensaje principal. A cada texto instruccional le corresponde un dibujo ilustrativo.

Carácter de los mensajes :

- Los mensajes no permiten la reflexión ni tampoco crean las pautas para ello. Son directos y en tono inflexivo. Ejem. Cuídelo. - El niño no conoce el peligro y necesita de su cuidado para no lastimarse. ¡Aléjelo de las cosas peligrosas!
- Las pautas o el mensaje principal están resaltados en tipografía más grande y resaltado en negritas.
- Las ilustraciones muestran el predominio de la presencia de la madre en la crianza de los hijos y comúnmente con el hijo varón, por lo que vienen a reforzar la cultura machista existente.
- Los referentes para el perceptor son escasos. No existe un fondo contextual, cultural, geográfico o social específico, ni en los textos ni en las ilustraciones, en todo caso remiten más a un contexto semi urbano de clase media baja.
- La portada presenta ilustraciones de una familia celular (padre, madre e hijo) con figuras estilizadas y en colores pastel, la cual es una ilustración muy lejana a la población a la cual se dirige el programa.
- Las ilustraciones son en blanco y negro, con dibujos en la técnica al carbón, lo cual refleja un ambiente gris, pobremente motivante para el lector.

Aspectos técnicos :

- Dimensiones: 21 X 25 cm.
- Número de hojas: 193
- Total de páginas: 384, ilustradas en B/N.
- Papel de impresión: Revolución de 2da.
- Forro papel couché, ilustrado a 4 tintas
- Edición rústica

Portada anterior de la Guía de Padres (1991)



Muestra conjunta de diversas páginas de la Guía de Padres anterior



4.3.2.2 Manual del Educador Comunitario

Diagnóstico:

Este documento es el instrumento básico del educador comunitario para desarrollar el Programa. Es un manual de procesos educativos, que se centra en la presentación de actividades para el trabajo de capacitación y orientación con los padres.

Sus contenidos se organizan en tres partes fundamentales:

- 1) Información básica acerca del Programa de educación inicial
- 2) Acciones y actividades que debe de realizar el educador comunitario para el desarrollo del Programa.
- 3) Descripción de las actividades de capacitación, asesoría y orientación con padres para cada una de las sesiones de trabajo, a partir de temas de referencia: Nutrición, Salud comunitaria, Elaboración de material didáctico y Educación ambiental.

Metodología pedagógica:

El documento se estructura para su funcionamiento operativo a partir de los principios de la tecnología educativa, sus temáticas y actividades están predeterminadas para ser seguidas paso a paso, es netamente un manual de instrucción programada. Contiene 40 sesiones programadas estructuradas a partir de los temas de referencia.

Elementos de comunicación

- En general es un documento predominantemente conteniendo textos (98 %). La estructura de los textos se establece en un orden progresivo y lineal. Cada sesión está enumerada en orden progresivo. Ejem. : SESIÓN 21

TEMA DE REFERENCIA:

PROPÓSITO :

TIEMPO APROXIMADO

MATERIALES :

PROCEDIMIENTO :

DESARROLLO SENSORIAL

Identificar la importancia de las sensopercepciones en el desarrollo del niño.

1 hora

Dulces y frutas del medio

Desarrollo paso a paso de la sesión

La tipografía es simple, todos los textos son elaborados en máquina de escribir electrónica, sólo se resaltan los encabezados en negritas, por lo que los textos resultan poco atractivos y por el volumen de páginas del documento (418), es percibido pesado para leer.

Los contenidos son para cierto nivel educativo, arriba de la secundaria, por lo que para un educador con perfil de académico de primaria no es adecuado.

Las escasas ilustraciones están elaboradas por dibujos a línea y en la mayoría de los casos son decorativas. Hay poca presencia de figuras humanas.

La portada es la única que viene ilustrada y en color, sólo que su ilustración es la caricaturización de un promotor en reunión con los padres, hace pensar que el contenido es similar resultando lo contrario, desilusionando al posible lector.

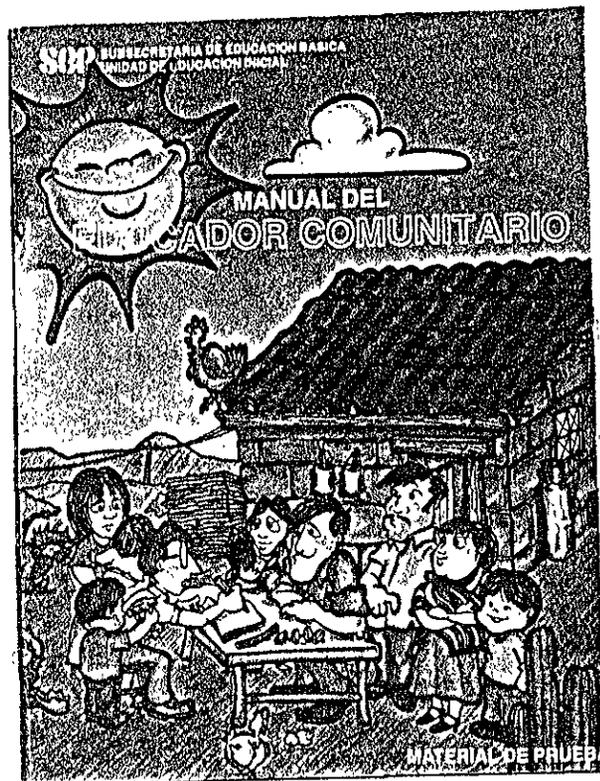
Carácter de los mensajes

- El discurso está armado de manera lineal, unidireccional, vertical, directivo, conductual, todo está completamente programado, no hay posibilidad para la reflexión, indagación, interpretación.
- El contenido resulta más informativo que formativo, se concibe al perceptor eminentemente como un receptor y reproductor de información.
- Las ilustraciones resultan ser casi aisladas y no conforman un discurso unificado texto-imagen.
- La caricaturización de la figura humana no permite una identificación con los perceptores, más parece como una forma de ridiculización.

Aspectos Técnicos

- Dimensiones : 21 X 27.3 cm.
- Número de hojas : 277
- Total de páginas : 418
- Ilustraciones : 33 a una tinta, dibujo a línea.
- Papel de impresión : Tipo bond
- Forro en papel couché, ilustrado a 4 tintas.
- Edición rústica.

Portada del Manual anterior del Educador Comunitario (1991)



TEMA DE REFERENCIA DESARROLLO SENSORIAL

PROPÓSITO: Identificar la importancia de las sensopercepciones en el Desarrollo del Niño

TIEMPO APROXIMADO: 1 hora

MATERIALES: Dulces o fruta del medio.

PROCEDIMIENTO:

- Retome los aspectos más importantes de la sesión anterior.
- Indique a los padres que el tema a tratar en la reunión es el de sensopercepciones.
- Proporcióneles un dulce o una fruta y pida que cierren los ojos y huelan, pesen, palpen, pasen de una mano a otra el objeto que se proporcionó.
- Ahora pida que se levanten, abran los ojos y realicen la misma actividad, pero ahora probando la fruta o dulce.
- Al finalizar lleve a cabo las siguientes preguntas.
 - . ¿Qué sensación tuvo al estar manipulando el objeto?
 - . ¿Qué fué lo que más le agrado de la actividad?
 - . ¿Qué sentidos utilizó para darse cuenta de las características del objeto?
- Propicie que ellos contesten esta preguntas y ahora explique el tema.

Las sensopercepciones son los medios por los cuales el individuo se dá cuenta

4.3.3 Nuevas Propuestas y Criterios:

De lo observado en el paquete básico se desprenden los siguientes criterios de trabajo:

- En las guías nuevas, a imprimirse por el Proyecto, se deberá considerar que la integración de texto-imagen tenga mayor correspondencia y coherencia con el mensaje principal, unificar en un solo mensaje y discurso texto e imagen.

- El diseño deberá ser más impactante y establecer ciertos criterios técnicos respecto a la adecuación del formato gráfico, de tipo y estructura de los textos, tipo y tamaño de letras, tipo de ilustraciones y su manejo de la representación social y simbólica de los valores sociales y familiares, así como en la presentación de los planos y personajes representados.

- Las ilustraciones deberán ser dibujadas con técnicas adecuadas para que al ser impresas en tipos de papel específico no pierdan su trama, color ni estética y menos el objetivo del mensaje.

- En todas las páginas con ilustraciones se deben identificar a la figura integral de la familia y no sólo algunos elementos de ella. El padre debe de jugar un papel más preponderante.

- Deben incluirse otros miembros de la familia en tanto que el contexto de la familia mexicana es más amplio, deberán incluirse abuelos, tíos, hermanos mayores o menores, y la comunidad, en tanto que ésta permite establecer un contexto social preciso.

- Se deberán cuidar los rasgos étnicos distintos que cohabitan pluriculturalmente en los 10 estados del Proyecto.

- Por ello no deberán estar ausentes las imágenes que representan las variantes culturales, los ritos, las fiestas, las comidas, vestimentas, costumbres, los juegos y juguetes locales, así como los diversos grupos sociales.

- Tampoco deberán estar ausentes las imágenes inherentes a los aspectos de la historia, geografías, el medio ambiente, la flora y fauna.

- Los textos no sólo deberán ser instructivos sino lograr motivar el análisis y aprendizajes significativos. Creemos que el mensaje es más eficaz si los textos asumen un papel informativo y reflexivo.

- Los textos deberán ser concretos, breves, en un lenguaje lo menos técnico posible.

- Se debe de considerar a los padres analfabetos, por lo que la imagen tendrá que ser muy relevante, y clara en su mensaje.
- Igualmente se atenderá la recomendación de Banco Mundial en cuanto a incluir nuevos tópicos: salud, nutrición, planificación familiar y derechos de los niños.
- El Manual del educador comunitario, se reorganizará pedagógica y metodológicamente para acomodar el uso de los nuevos contenidos y procedimientos educativos, de comunicación con los padres, así como para la supervisión y dirección del Programa.
- Los contenidos temáticos deberán ser vistos y ordenados con una visión actualizada con tópicos sobre la familia, salud, nutrición, educación ambiental desarrollo del niño, planificación familiar y trabajo comunitario.
- Ambos documentos deberán ser mejorados en la calidad de sus impresiones, procurando un mejor papel y protección de sus forros.
- Igualmente deberá cuidarse el empaque y embalaje para su distribución así como su entrega a tiempo.

Si bien este fue el resultado del diagnóstico sobre el paquete básico del programa, se concluyó que estos mismos criterios serían válidos para la producción de todos los materiales; tanto impresos como audiovisuales; para los educativos como para los de difusión.

4.3.4 Plan de Acción y Organización.

4.3.4.1. Plan de Acción

La consultoría contratada elaboró un plan de trabajo en el cual se fijaba que en un periodo de tres meses se concluirían los trabajos encargados, ello porque el acuerdo con Banco Mundial, establecía que para el año de 1993, ya se tuvieran realizados dichos trabajos, por lo que en los tres últimos meses de ese año se trabajó a marchas forzadas.

La envergadura de los mismos era de tal magnitud que se planteó la necesidad de trabajar de 10 a 15 horas diarias de trabajo efectivo por cada uno de los participantes. De esta manera todo el equipo del área de materiales educativos se abocó a dichas tareas.

El plan de trabajo del consultor líder estableció que para lograr el objetivo de tener todos los materiales terminados en tres meses, se tenía que trabajar de manera paralela y simultánea todo lo que fuese material impreso por un lado y por otro, todo el material audiovisual.

En primera instancia lo que se efectuó fue un listado de todo el material a producir:

- GUÍA DE PADRES
- MANUAL DEL PROMOTOR EDUCATIVO
- MANUAL OPERATIVO DEL COMITÉ PRO NIÑEZ
- MANUAL DEL SUPERVISOR DE MÓDULO
- LOGOTIPO Y MANUAL DE IDENTIDAD VISUAL
- ROTAFOLIOS EDUCATIVO
- PAQUETE DE JUEGOS DIDÁCTICOS (4 JUEGOS)
- 20 PROGRAMAS PARA RADIO DE 20 MINUTOS CADA UNO
- 3 PROMOCIONALES PARA RADIO DE 30 SEGUNDOS CADA UNO.
- 4 AUDIOCASSETTES CON JUEGOS CANTOS, RIMAS ADIVINANZAS Y CUENTOS.
- PAQUETE DE 4 CARTELES PROMOCIONALES
- PAQUETE DE 4 VOLANTES PROMOCIONALES
- PAQUETE DE 4 TRÍPTICOS INFORMATIVOS
- UN VÍDEO PROMOCIONAL DEL PROGRAMA DE 8 MINUTOS
- 3 PROMOCIONALES PARA TELEVISIÓN DE 30 SEGUNDOS CADA UNO
- BOLETÍN INFORMATIVO (BIMESTRAL)
- MALETÍN PARA EL PROMOTOR EDUCATIVO
- BOTÓN PROMOCIONAL
- GORRA PROMOCIONAL PARA EL PROMOTOR E.
- BOLÍGRAFO
- CREDENCIAL DE IDENTIFICACIÓN DEL PROMOTOR.
- DIPLOMA DE PARTICIPACIÓN PARA LOS PADRES
- BANDERÍN

Adicionalmente en el transcurso de la realización del proyecto, se incluyeron otros materiales.

- 6 FASCÍCULOS DE APOYO PARA LA CAPACITACIÓN A PADRES
- CALENDARIO ANUAL
- UN VÍDEO DEL COMITÉ PRO NIÑEZ

Se elaboró un plan de trabajo para tres meses en donde, de manera simultánea se estarían revisando cada uno de los productos por el equipo técnico del área de materiales educativos, aunque lo prioritario fuese la guía de padres y el manual del promotor educativo, elementos indispensables del programa.

4.3.4.2 Organización

Se planteó la necesidad de la división de tareas: el consultor líder coordinaba, diseñaba, aportaba ideas, revisaba las artes gráficas, seleccionaba materiales y técnicas de impresión, reproducción y embalaje, capacitaba en los aspectos técnicos del diseño editorial, y certificaba la calidad técnica de las artes finales.

Los consultores de contenidos entregarían partes proporcionales de los avances de cada documento y periódicamente se les entregaría las partes revisadas para su corrección o adecuación, además se harían reuniones periódicas con los ilustradores para conjuntamente trabajar texto e imagen.

El personal técnico del área de materiales educativos: técnico de materiales educativos y técnico en comunicación educativa, estarían fungiendo como revisores técnicos en los aspectos de; contenidos, cumplimiento en el mejoramiento de la comunicación de los materiales, corrección de estilo, lenguaje, ilustración, de la producción técnica, negativos, tintas, medidas; aportando ideas, asesorando a los ilustradores, investigando y proporcionando información del programa a los consultores, acompañando a los consultores a las comunidades, contactando proveedores para la reproducción de los materiales, dando el seguimiento a la reproducción para verificar la calidad física de los materiales.

La responsable del área se encargaría de los aspectos administrativos y logísticos: contratación de consultores, ilustradores y proveedores para las impresiones y reproducción de todos los materiales, gestionaría apoyos institucionales para el desarrollo de los contenidos, tramitaría los viáticos para los casos necesarios, gestionaría las solicitudes de apoyo a las coordinaciones estatales, coordinaría las reuniones de trabajo con la consultoría, intermediaría entre el consultor líder y los demás consultores, también se encargaría de la revisión técnica de los materiales, daría el visto bueno a cada material terminado, y se encargaría finalmente de hacer llegar puntualmente los materiales a cada uno de los estados del Proyecto.

La directora técnico pedagógica se encargaría de oficializar todos los aspectos administrativos para la contratación de los consultores y proveedores, así como de la revisión última de cada uno de los materiales para autorizar su reproducción, de la misma forma haría los oficios necesarios para lograr los apoyos de las instituciones y coordinaciones estatales.

Un equipo de ilustradores sería el encargado de la elaboración de los bocetos y originales para cada uno de los materiales impresos.

Finalmente habría un equipo adicional para la "captura" de textos e imágenes y que también "formatearían" los materiales hasta sus artes finales en un sistema computarizado.

4.3.5 Elaboración de Materiales Educativos

En una primera instancia se trabajarían los contenidos de la Guía de padres y el Manual del promotor educativo. Estos documentos serían desarrollados en relación con la curricula del Programa de Educación Inicial, en los aspectos del desarrollo del niño: psicomotricidad, razonamiento, lenguaje, socialización; familia; comunidad; desarrollo del medio ambiente y salud.

4.3.5.1 Guía de Padres

Metodología

Se seguirían los criterios y propuestas surgidas del diagnóstico del análisis del paquete básico.

Los consultores trabajarían los contenidos y propuesta de textos. El consultor líder analizaría los textos y propondría las imágenes y diseño correspondiente para cada texto y página, pero también existía la posibilidad de que el consultor de contenidos propusiera las ilustraciones para los textos.

Se realizaría un breve taller con los ilustradores para acordar la idea general del diseño del material a elaborar, considerando: su carácter didáctico; el receptor a quien va dirigido; los diferentes contextos a que debería de responder urbano marginal, rural e indígena con todas sus variantes culturales, sociales y étnicas.

La comunicación que se deseaba establecer con nuestro interlocutor; y la integridad que deberían de tener tanto el texto como la imagen para ser un sólo discurso y pudiese ser leído desde el texto y/o desde la imagen misma.

En este sentido partiríamos de un concepto de comunicación educativa semejante al enunciado por Delia Crovi Druetta :

“ ...consideramos a la comunicación educativa como un proceso de intercambio simbólico que emplea un código común entre los interlocutores y que se lleva a cabo en una situación de aprendizaje.”⁴⁸

⁴⁸ Delia Ma. CROVI DRUETTA. Metodología para la producción y evaluación de materiales didácticos. FELAFACS, México, 1990, p. 50.

La definición del concepto de material didáctico resultó ser fundamental para que todo mundo partiera de un concepto homogéneo no sólo para este sino para todo los materiales educativos producidos bajo el proyecto:

"...el material didáctico es un componente más del proceso de enseñanza- aprendizaje, acerca del cual se genera reflexión, conocimiento, discusión, diálogo y también habilidad crítica."⁴⁹

De esta forma se estableció que el proceso comunicativo no se encerraba o concluía en cada material, sino que se establecería como un proceso continuo cuyo espacio de concreción estuviese en las sesiones con padres; en la interlocución promotor educativo-padre; padre-padre, y su efecto último, pero principal, en el mejoramiento de las prácticas de cuidado, crianza y educación de los padres con sus hijos.

La metodología de trabajo resultó ser más práctica y ágil por entregas, el consultor de contenidos entregaba paquetes de textos, los cuales se revisaban psicopedagógicamente por los especialistas, de ello se pasaba a un análisis comunicacional, luego pasaban a corrección de estilo, finalmente pasaban a una revisión última para su aprobación definitiva.

Los textos se trabajarían a una y doble página, dependiendo de su extensión, el mensaje principal se destacaría a grandes letras. Se estructurarían de uno a tres párrafos por cada contenido, las partes introductoras a cada tema serían más extensas. Los mensajes serían concretos y directos, pero con una argumentación y dejando una pausa para la reflexión que tenía que ser completada en la sesión con el promotor y los demás padres.

⁴⁹ Ídem.

Su bebé ya sostiene la cabeza

Su bebé ahora mantiene el cuello firme y ustedes ya no tienen que detenerle la cabeza al cargarlo. De esta manera el bebé inicia el control sobre su propio cuerpo.

Si ustedes lo colocan “boca abajo” por momentos y le muestran objetos sonoros, el bebé levantará su cabeza para mirarlos; esto le ayudará a fortalecer su cuello.

El tamaño de la letra y tipografía de los encabezados o mensajes principales podría variar de tamaño, esto también proporcionaría cierta variabilidad y atracción en el perceptor, pero el tamaño y tipografía del contenido estaría estandarizado y en letra “arial regular” para todos los casos.

La ilustración sería el complemento para armar un discurso visual que diese la unidad y dinamismo al documento.

Un equipo básico de once ilustradores, incluyendo al consultor líder, se abocó a dicho trabajo. Un aspecto que se trabajó de manera permanente es el estilo del dibujo e ilustraciones, en el “taller” de diseño se estableció como principio el de que cada página del documento o en su caso doble página, sería un estilo distinto, para que el perceptor tuviese una sorpresa página tras página y no se cayera en la monotonía de un estilo único con un sólo dibujante, de ahí la participación de once estilos distintos.

Pero por otro parte, la idea primordial era que en términos comunicacionales el ofrecer tal variedad en las páginas permitía mantener la atención de un público no habituado a la lectura o en el caso de los analfabetas, la ilustración variada y de gran colorido, además de lo anterior, procuraba que éste perceptor pudiese hacer una “lectura” visual y creativa de la iconografía presentada, es decir que él mismo construyera el discurso para sí, de lo que le dicen las imágenes, apoyado, por supuesto, por el promotor educativo.

El estilo de los dibujos de la figura humana iría de la caricatura estilizada hasta el dibujo realístico, esto en función del reconocimiento de que nuestro perceptor está más familiarizado con la lectura de las historietas para adultos y de que el formato de éstas es de textos breves y con cierto dinamismo en sus personajes.

De ahí también la determinación de que los personajes de los materiales educativos tendrían que reflejar actitudes de movimiento, éste aspecto es lo que le daría el dinamismo a este documento y a todos los demás.

Con ello se pretendía establecer de dos a tres lecturas y mensajes en cada rubro tratado: lectura del contenido, lectura de la imagen, lectura interna-afectiva, de lo que representa la imagen para cada perceptor.

Entendemos entonces que el discurso se estructura a partir del conjunto de relaciones texto-contenido, texto-imagen y texto-percepción afectiva, lo que también conduce a establecer un contenido mayormente amplio, más allá del texto, como lo afirma Deleuze.

“Lo esencial, de todas formas, es que la acción, y también la percepción y la afección, estén encuadradas en un tejido de relaciones. Tal cadena de relaciones es lo que constituye la imagen mental...”⁵⁰

Otro aspecto fundamental dentro de la metodología es el color, las ilustraciones se caracterizarían por su color, esto en virtud de reconocer que culturalmente el pueblo mexicano es un pueblo lleno de colorido; vestimenta, tejidos, comidas, frutas, fiestas, etc., el tono pastel en los colores fungiría entonces como elemento de atracción visual en la mayoría de los materiales impresos.

La integridad del texto-imagen quedó suficientemente cubierta por el diseño gráfico que superó lo tradicional aprovechando y jugando con el espacio de cada página:

Desde el principio se había pensado que para lograr estos aspectos de mejoramiento se tenía que cambiar tipo de papel, medidas y presentación de la cubierta por lo que también hubo la necesidad de estos cambios: se imprimiera en papel bond a todo color (4 tintas), se redujo el número de páginas de 384 de la anterior a 176, el forro impreso a todo color en cartulina plastificada para su mejor protección.

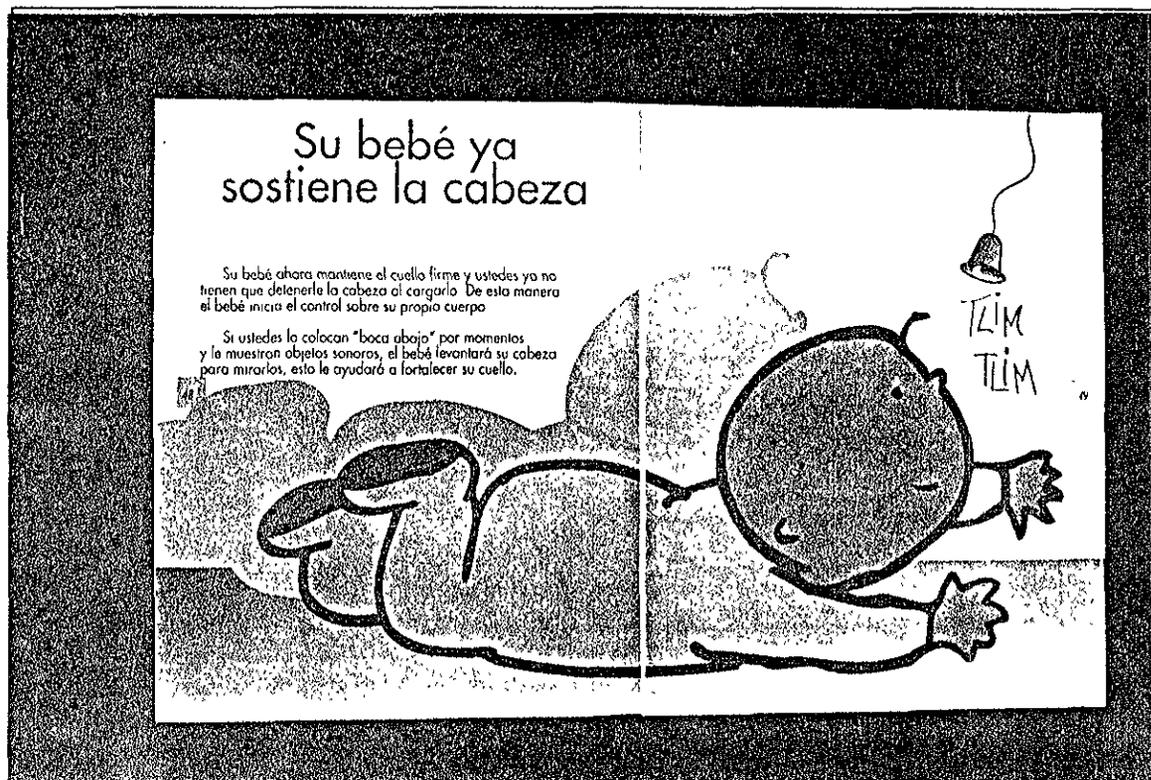
⁵⁰ Guilles DELEUZE. La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1. Edit. Paidós, Barcelona, 1984, p. 280.

Ilustraciones propuestas que van de la caricatura a lo realístico, jugando con el espacio de cada página, en la nueva Guía de Padres (Pág. 24 y 32)



ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Integridad texto-imagen en la nueva Guía de Padres



Diseño de Portada de la nueva guía de padres del Programa de educación inicial

El diseño de portada fue muy importante ya que de hecho es la presentación de todo el Programa, puesto que la Guía de padres es el mejor "gancho" para atraer la atención hacia dicho programa.

La portada tendría que comunicar en una sola imagen lo que era el programa y qué se podría esperar de él, de ahí que la imagen seleccionada fuese un padre y una madre de edad madura, con dos hijos, uno de brazos y otra como de entre 4 y 5 años, edades que atiende el programa, se consideró que sería válido la familia nuclear como ideal de identificación, la actitud de la familia sería de alegría, en el fondo aparecería el sol como símbolo de futuro promisorio, la imagen quedaría enmarcada por el logotipo del programa.

Portada de la nueva Guía de Padres



La contraportada de la Guía cerraría el mensaje de lo que es el programa: una sesión de padres de familia con un texto de reforzamiento de la misma idea y nuevamente el logotipo enmarcando la imagen, cabe mencionar aquí que se estableció que todas las publicaciones impresas estarían enmarcadas por el logo institucional de educación inicial



La conclusión de este primer documento permitió el desencadenamiento más pronto de los trabajos, ya que se obtuvo un modelo para el desarrollo de los demás materiales contemplados.

4.3.5.2 Manual del Promotor Educativo

Metodología

Este documento tendría que cubrir, en cuanto a su contenido, los lineamientos técnico-operativos que el promotor educativo requiere para realizar sus funciones en los aspectos de planeación, capacitación y evaluación para la capacitación a los padres de familia, así como brindarle una serie de temas que apoyen sus conocimientos para las sesiones con los padres de familia.

En este sentido sus organización y estructura tendría que ser más técnica e informativa, con los suficientes elementos didácticos que le proporcionaran las pautas para llevar a la realización del programa en la comunidad.

La comunicación en este documento fue más de orden informativa: del qué y cómo hacer el trabajo en la comunidad, no tanto dialógica ya que lo que interesaba era el proporcionar las herramientas y conocimientos fundamentales a quien fungiría como "capacitador" de los padres, además su formación se complementaría con orientaciones y un curso de capacitación antes de enfrentar a los padres.

De esta forma el consultor partió del perfil del receptor, y de la referencia de quienes serían los interlocutores de este; los padres de familia.

Se trabajó de la misma manera que con la Guía; el consultor entregaba partes de los contenidos en textos ya estructurados, los cuales se revisaban por especialistas en sus aspectos técnico-pedagógicos y en su metodología didáctica.

El documento se dividió en cuatro partes:

I. Introducción, ahí se plantea un contexto acerca de la filosofía y objetivos del programa y servicio.

II. Funciones del promotor: las cuales se mencionan de acuerdo a la operación y lineamientos del documento rector del programa.

III. Metodología de trabajo : incluye aspectos del trabajo grupal, técnicas grupales participativas y una sección de como usar la Guía de padres.

IV. Contenido temático: presenta el desarrollo de 9 temas, siguiendo el programa de educación inicial, en las áreas de desarrollo personal, social y ambiental y salud. Incluye un apartado de anexos del material didáctico complementario que se le proporciona para apoyar su trabajo.

Por ser un documento instructivo e informativo para la capacitación de los padres de familia, el Manual del promotor educativo fue concebido más en términos de sus contenidos los cuales fueron revisados por la dirección técnico pedagógica y la consultoría.

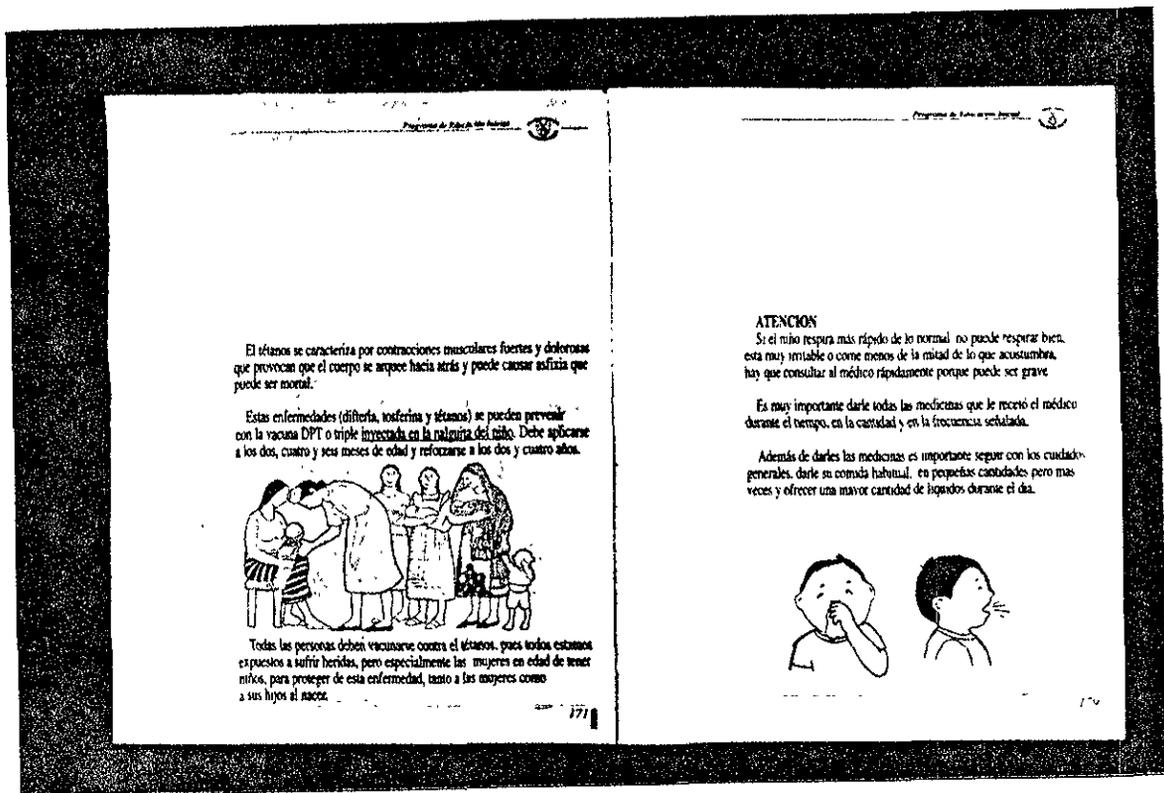
Aprobados los contenidos el paso siguiente fue el análisis del lenguaje, se determinó que algunos conceptos por ser especializados no podrían ser cambiados y así tendrían que mantenerse, en dado caso dado el nivel de escolaridad del promotor, este aspecto tendría que ser explicado y complementado en la capacitación de formación que ellos reciben para ser promotores, los ejemplos de los conceptos que no pudieron ser cambiados fueron: *psicomotricidad, socialización, sensopercepción, inteligencia preoperatoria, función simbólica, esquema corporal, percepción, interacción*, entre otros.

La reducción de páginas, fue una parte destacable; de 418 a 192 ps., puesto que lo importante era no sobresaturar, de información ni tampoco "darle todo", puesto que la misma metodología de trabajo que propone el programa implica la investigación-acción, por lo que el promotor tendría que investigar y complementar los contenidos y reflexionar y construir el conocimiento junto con los padres.

El siguiente paso fue el buscar la ilustración adecuada, en este caso se pensó que esta tendría que ser referente a la Guía de padres ya que es el documento de trabajo base de los padres, así que se recurrió al banco de imágenes y se elaboraron otros dibujos relativos al trabajo comunitario y a los temas establecidos.

Por razones de presupuesto el documento se imprimió a dos tintas, y en colores azul (textos) y verde (ilustraciones) el dibujo fue a línea, y los espacios en cada pagina fueron amplios, pensando en hacerlo ver ágil para su lectura, las ilustraciones también tenían ese sentido.

Ilustración de elaboración sencilla en el nuevo Manual del Promotor Educativo



Sólo la portada y contraportada se imprimió a 4 tintas, pero el dibujo se realizó a línea y sólo apareció una ilustración en portada, en contraportada se propuso un mensaje para el promotor educativo:

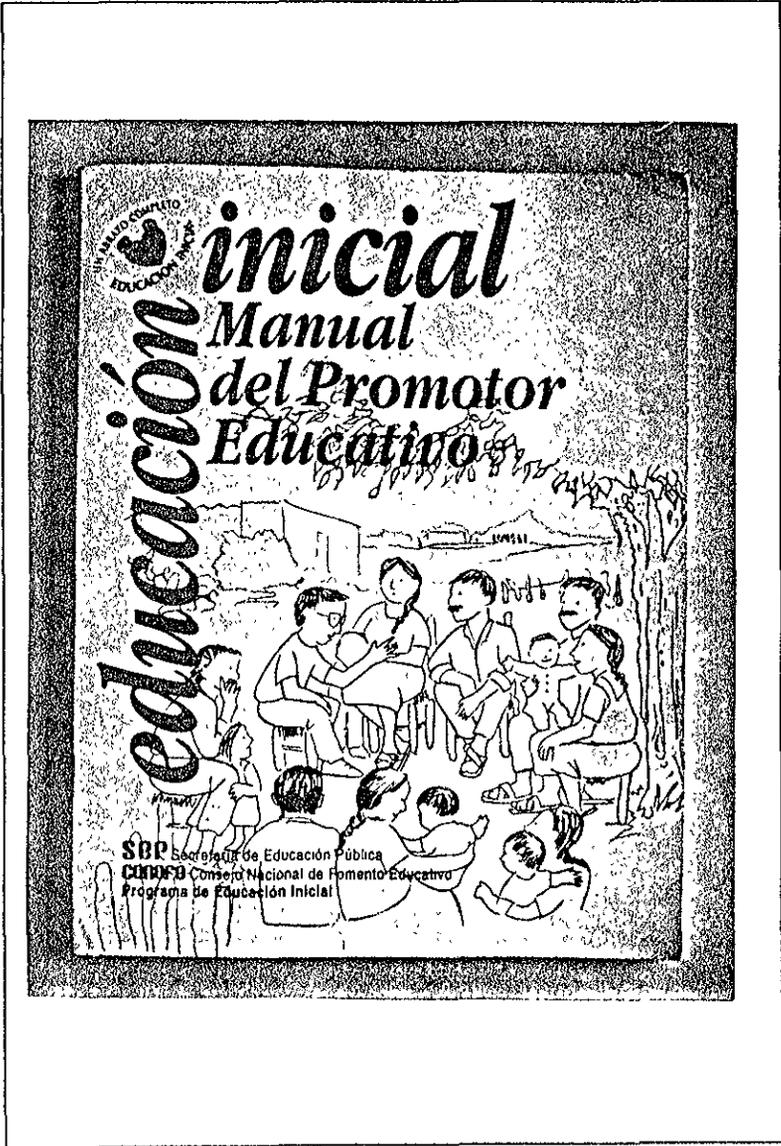
Promotor Educativo...

Tu compromiso y creatividad son indispensables para enriquecer las reuniones con los padres de familia.

En ambos casos, ilustración y mensaje, fueron enmarcados por el logo de educación inicial, la ilustración de portada muestra una reunión con padres a diferencia de la anterior este dibujo, muestra la idea horizontal y dialógica que se pretende establecer como proceso de enseñanza-aprendizaje, el promotor en dialogo con los padres los que se sientan formando un círculo, el contexto en una zona rural, se denota armonía y atención en la charla hay y niños presentes como sucede en una sesión.

El mensaje tenía la intención de que el promotor visualizara de entrada lo que sería su trabajo en la comunidad y el tipo de comunicación que se espera establezca con los padres, por otro lado, se pretendía que a su vez, la misma portada fuese promocional del programa.

Portada de Manual del Promotor Educativo



4.3.5.3 Fascículos de Apoyo para la Capacitación a Padres

Metodología

Los fascículos de apoyo surgieron de la idea de proporcionar más elementos de información para el promotor educativo y complementar los contenidos de su Manual. Para su realización no se contrató ninguna consultoría sino que fue un apoyo de una institución privada que ofrece un servicio similar en zonas marginadas del Distrito federal y que se denomina Proyecto DEI (Proyecto de Educación Inicial).

Con esta institución se estableció el acuerdo de que Ana Serrano, directora de la misma proporcionaría la información y textos, los cuales serían procesados por el equipo técnico del Área de Desarrollo de Materiales Educativos y Comunicación.

Ana Serrano había propuesto una primera aproximación de la intención de sus textos: proporcionar información básica a los padres de primera mano y en un lenguaje sumamente accesible sobre temas de interés acerca del desarrollo del niño. Ella no había contemplado ilustrarlos y mucho menos hacerlos en pequeños cuadernillos de esta manera se conjuntaron ambas ideas y el equipo técnico se dio a la tarea de darle forma y carácter didáctico a dichos textos los cuales se nos proporcionó en 6 paquetes con los siguientes temas: Formación del lazo afectivo; Lactancia y destete; El gateo y los primeros pasos; El lenguaje en el bebé y el niño pequeño; Berrinches y primeros límites y; Juegos y juguetes.

Serrano había desarrollado un estilo de textos a manera de narraciones acerca de los tópicos señalados, sin embargo sus textos eran largos y todavía muy técnicos, por lo que se revisaron los contenidos y considerando a los perceptores a quien nos dirigíamos; padres de familia, se vio la necesidad de "traducir" los conceptos a explicaciones más elementales y de que términos especializados quedaran en las ideas básicas aplicables a sus situaciones familiares, de ahí que se estableció seguir el estilo del "cuento" o publicaciones para niños. Se jugaba nuevamente con la idea de la historieta para adultos.

El técnico en materiales educativos y el técnico en comunicación educativa se dieron a la tarea de revisar y reelaborar los contenidos y textos propuestos para entonces proponer los nuevos textos: uno como especialista en pedagogía y el otro desde el punto de vista de la comunicación educativa, el consultor líder Gian Calvi se encargó del diseño gráfico y editorial de los mismos.

El documento sería propuesto en cuadernillos de 14 X 21.5 cm. cuatro folletos de 24 páginas y 2 de 32, impresos en interiores a dos tintas y cubiertas a 4 tintas. El diseño gráfico tendría como característica el dejar media plana para ilustración y media para texto, predominantemente la ilustración iría en la parte superior y el

texto abajo o viceversa y en algunos casos en los laterales, la idea era darle variedad a la lectura.

Se destacarían con letras mayores y en negritas, a manera de encabezados, los aspectos más relevantes. Las ilustraciones mostrarían las formas familiares de aplicar los conocimientos proporcionados y estas incluirían a todos los miembros tradicionales de la familia mexicana ; papá, mamá, hermanos, abuelo, tíos, etc. La búsqueda de la identificación familiar era la idea central.

Páginas interiores del fascículo sobre el lenguaje

<p> Programa de Educación Inicial</p>  <p>Esto es cierto. Poco a poco va relacionando lo que vive todos los días a su alrededor. Por ejemplo: Cuando grita mamá a su hermanito: "Panchoooooo". Cruz volteas y ve entrar a Pancho, que contesta. "Mande usted mamá". Eso que oye, y más o menos registra como: a-ooooo, lo relaciona con su hermano Con el tiempo va a tratar de imitar y gritar achoooo, porque captó lo "cantadito" de las vocales y poco a poco, va agregando consonantes bien pronunciadas.</p> <p>12</p>	<p> Programa de Educación Inicial</p>  <p>2) Antes del año: Una etapa muy importante para el lenguaje. Antes del año, es muy importante estar atentos para estimular el lenguaje. El chiquito empieza a pedir las cosas con mímica, que es muy gracioso por cierto, pero se corre el peligro de que si sólo lo hace así, entonces no intentará hablar. Un niño de entre los 11 meses al año 8 meses, está interesado en explorar, vaciar, tirar, comparar, jalar, meter, abrir, cerrar hoyos, botes, jugar con agua, con lodo, con masita, etc. Su cerebro está trabajando. Para aprender cuentas en la escuela, por ejemplo, necesita primero probar que un cacharro cabe en el grande y uno grande no cabe en el chiquito. Y ahí se entretiene sacando y metiendo, probando y comprobando. Es importante que se le expliquen y describan las acciones:</p> <p>13</p>
---	---

El lenguaje utilizado en estos fascículos pretende ser coloquial. Por ejemplo :

FASCÍCULO BERRINCHES Y PRIMEROS LÍMITES (p. 4)

" A veces oímos por ahí :

" Ya está grande y no oye razones, nada más azota puertas y da patadas".

"Ay, me salió berrinchudo, si no se hace su santa voluntad, hasta se pone morado".

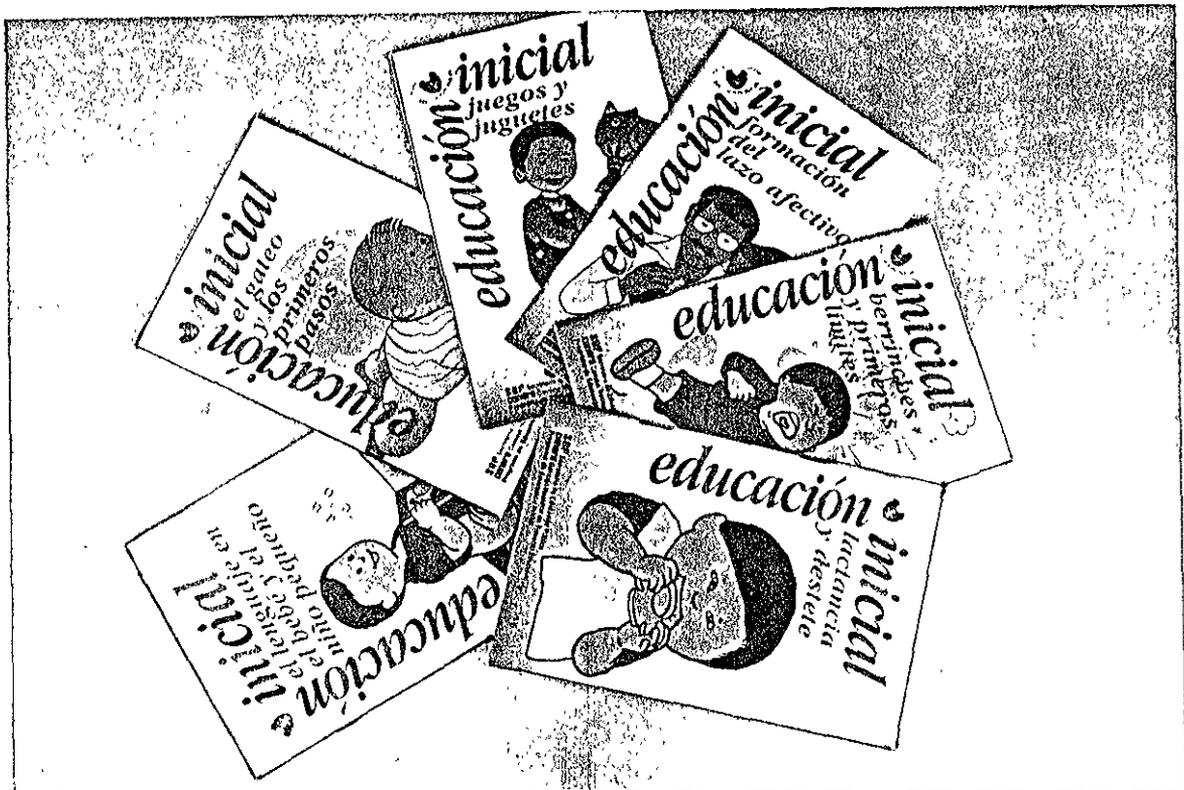
O bien :

"Bendito sea Dios, me salió bien entendido y bueno".

Este folleto trata acerca de los berrinches : cuándo aparecen, qué hacer y por qué algunos niños siguen haciendo berrinches.

En cuanto a la ilustración esta fue sencilla con una técnica de línea y relleno difuminado, tratando que de forma sencilla el dibujo, sin ser en colores brillantes, por razones de costo, tuviese cierto volumen y lograra agradar y atraer la atención del lector.

Muestra conjunta de los fascículos de apoyo del Programa de E.I.



Siguiendo el estilo de la Guía de padres, las portadas fueron hechas a todo color, cuatro tintas, y con una ilustración denotativa del tema, con el título del tema en letras minúsculas en la parte superior del dibujo y con el logotipo encuadrando la publicación, en su contraportada en todos los folletos se incorporó un mensaje sobre la participación comunitaria de apoyo al programa invitando a participar en el Comité Pro Niñez con la ilustración alusiva al mismo.

4.3.5.4 Manual del Comité Pro Niñez y Manual del Supervisor de Módulo

Metodología

El Manual del Comité Pro Niñez y el del Supervisor de Módulo fueron dos documentos en los cuales el Proyecto solo intervino en su diseño editorial y gráfico ya que su información fue proporcionada por la instancia oficial de SEP en Educación Inicial y esta no podía ser cambiada de ninguna forma ya que es la norma oficial. Estos documentos son netamente técnicos ya que están dirigidos a los supervisores de módulo y coordinadores de zona, de grado universitario.

Por su carácter instructivo y operativo ambos documentos poseen un estilo de escritura conductual, es decir, le van diciendo al lector formas y procedimientos, paso tras paso, para operar o trabajar de acuerdo a una serie de lineamientos establecidos de manera institucional.

La unidad Coordinadora del Proyecto trabajó exclusivamente en el diseño de la publicación, expresamente el consultor líder Gian Calvi se encargó de ello, al equipo técnico le correspondió la selección de las ilustraciones del banco de imágenes existente y en dado caso sugerir algunas otras para que fuesen elaboradas por los ilustradores, a su vez con ello se iría acrecentado el banco de imágenes.

Al igual que los fascículos estos dos documentos fueron hechos con las mismas medidas y características de diseño, solo que en estos casos los interiores fueron a una tinta y las portadas a 4 tintas.



4.3.5.5 Rotafolios Educativo

Metodología

El rotafolios es una herramienta didáctica de apoyo al trabajo del promotor educativo para las sesiones con los padres de familia.

La producción de las láminas fue encargada a un consultor especialista en trabajo comunitario. La Unidad Coordinadora del Proyecto proporcionó los temas a desarrollar : desarrollo cognitivo, psicomotricidad fina, importancia del juego en el desarrollo del niño, afectividad, nutrición, salud en el niño, planificación familiar, relaciones familiares, violencia en el hogar y alcoholismo, control de esfínteres, higiene, prevención de accidentes con el niño, el lenguaje en el niño,

representación simbólica en el niño, importancia de las costumbres y tradiciones para la socialización del niño, los derechos del niño, en total fueron 24 títulos para igual número de láminas:

- | | |
|---|---|
| 1. - Los sentidos | 13.- Educación y educación inicial |
| 2. - Las personas que rodean a los niños | 14.- Control de esfínteres |
| 3. - La alimentación nutritiva | 15.- Higiene del cuerpo y de la casa |
| 4. - El principio de la vida | 16.- Prevención y cuidado |
| 5. - El crecimiento con salud | 17.- Ubicación en el espacio y esquema corporal |
| 6. - Enfermedades | 18.- Las relaciones y formas, líneas y medidas |
| 7. - Educación para el cuidado de la naturaleza | 19.- Los lenguajes y procesos del lenguaje |
| 8. - La comunidad | 20.- Representación y juego simbólico |
| 9. - Movimientos finos | 21.- Comunicación y muestras de cariño |
| 10.- Matemáticas | 22.- Costumbres, tradiciones y celebraciones |
| 11.- El Juego | 23.- Conflictos en pareja y normas de convivencia |
| 12.- Situaciones difíciles (violencia familiar y alcoholismo) | 24.- Los derechos de los niños |

También se le proporcionó al consultor el perfil del promotor y de los padres de familia, así como los documentos del programa, y se visitaron algunas comunidades donde opera el programa.

En una primera fase, para elaborar las 12 primeras láminas, el consultor, a partir de sus observaciones y sumando los anteriores elementos, trabajó personalmente los temas y luego los presentó a la consideración de la dirección técnico pedagógica, quien los remitió al área de materiales educativos, quien realizó su revisión, los cuales en una primera instancia resultaron demasiado amplios y poco precisos, sobre todo en lo concerniente a la psicología y desarrollo del niño.

Se decidió que el equipo del área, sobre lo trabajado por el consultor reelaborara los contenidos teniendo como premisas la necesidad de recortar los textos y precisar los conceptos básicos de la temática en un lenguaje sencillo.

Hubo la necesidad de precisar el tipo de material que se esperaba y el tipo de comunicación que se quería establecer entre el promotor y los padres de familia. Se precisó que: el rotafolios sería un apoyo didáctico visual para el promotor, no requería de demasiada información, puesto que este a través de la imagen o de la lectura del texto diese pauta para el tratamiento de los temas, la comunicación buscada tendría que ser reflexiva, cuestionadora, la comunicación tendría que ser abierta y no concluyente en la sesión, propiciaría la participación y la interacción de los padres, buscaría la construcción del conocimiento entre todo el grupo.

Se decidió entonces que dado el nivel educativo de promotores y padres, tendría que predominar la imagen sobre el texto, las imágenes tendrían que comunicar los conceptos e ideas principales del tema, por lo que las laminas tendrían que estar ampliamente ilustradas, los textos serían ahora los referentes y el promotor educativo tendría que investigar y preparar la temática para completar dicho tema.

Al igual que con la Guía de padres el equipo de ilustradores, bajo la batuta del consultor Gian Calvi, se dedicó a trabajar el tipo de imágenes requeridas, el equipo técnico también sugirió y seleccionó algunas del banco de imágenes.

Como se fueron aprobando los textos, se trabajó en la computadora todo el diseño. Desde este momento se decidieron medidas y tipo de material en que debiera ser impreso.

Las medidas de las láminas (70 X 42 cm) se establecieron en función de la distancia física que el promotor necesitaba para colocarlo frente a los padres de familia en las sesiones, de 3 a 4 metros, el tamaño de las letras tendría que ser proporcional, pero de hecho era el promotor quien haría su lectura o un participante del grupo lo haría desde cerca, lo importante era la imagen.

Las láminas tuvieron dos caras de impresión, las principales, frentes, fueron con imágenes a todo color, las "vueltas" a una sola tinta, cada una de distinto color. Se imprimieron en papel "bond" plastificado.

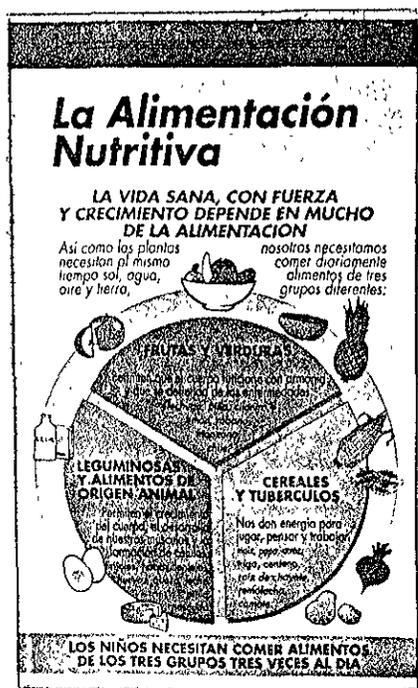
Cada lámina abarca un tema: frente y vuelta, y se complementa con una "pestaña" que se coloca al frente de cada lámina, y por cada tema, ésta es una guía instructiva de uso para el promotor educativo.

El equipo técnico reelaboró en buena parte los contenidos y los textos propuestos por el consultor, dado que existían dificultades con la información, el consultor no era especialista en psicología o desarrollo del niño, sino en educación comunitaria, por ello se tomó esa decisión, además de que era importante trabajar los aspectos de la comunicación educativa.

El diseño de las láminas pretende ubicarse en un contexto de situaciones cercanas a la vida cotidiana de los padres de familia, pero las temáticas como se ha explicado no se agotan con la información proporcionada en cada lámina o en todo

el rotafolios, sino que esta se complementa con la investigación y buen manejo por parte del promotor en este sentido, habría un trabajo posterior de capacitación para el promotor.

Láminas del Rotafolios Didáctico (Frente y Vuelta)



Pestaña que va al frente de la lámina del rotafolios

Planificación Familiar

Promotor Educativo. invita al grupo a reflexionar alrededor de las siguientes preguntas.

- ¿Sembraríamos cuatro o cinco milpas diferentes, sabiendo que no podemos ni regarlas, ni escucharlas, ni cosecharlas?
- ¿Cómo crece una milpa cuando estamos atentos a sus necesidades? ¿Cuando rinde cuando la cuidamos?
- ¿Y los hijos? ¿Cómo crecen cuando los atendemos? ¿Cómo los disfrutamos?
- ¿Qué tan felices son cuando tenemos tiempo para ellos?

Invita al grupo a que presenten sus dudas y comentarios relacionados con la planificación familiar. Recuérdales que planear la familia no quiere decir dejar de tener relaciones matrimoniales. Quiere decir evitar el embarazo y tener sólo los hijos que desean.

Recuérdales que en el centro de salud recibirán asesoría y apoyos gratuitos.

Las siguientes 12 láminas se trabajaron 12 meses después, así está establecido en el proyecto, para entonces completar las 24, con los 24 títulos enunciados en párrafos arriba.

El diseño se concluyó con la carpeta que envolvería a las láminas y sería su base para colocarse en los espacios de las sesiones, el diseño fue una aportación del impresor que haría la reproducción de los mismos. Esta consiste en una carpeta de cartón plastificada, con el emblema de educación inicial al frente, en color azul, con asa y broche de cierre, la cual sostiene las láminas con unas argollas interiores, al desplegarse se conforma la base y se puede colocar en cualquier superficie plana.

Rotafolios desplegado como se usa en las sesiones con padres



4.3.5.6 Juegos Didácticos

Metodología

Los juegos didácticos fueron una propuesta que quería ser innovadora dentro del Programa, además se agregaría como una herramienta más de apoyo al promotor educativo.

La idea era que mediante la acción lúdica se crearan en las sesiones pautas de aprendizaje con los padres, se repasaran algunos conocimientos y se evaluaran los aprendizajes logrados.

La consultora que realiza la idea del rotafolios es la responsable de la elaboración de los juegos didácticos. Pero es el área de materiales educativos la que determina el tipo y características de los juegos que se desean.

Es el equipo técnico de dicha área quien propone que los juegos a elaborar sean: un juego de oca, un dominó, un memorama, y un maratón, juegos muy populares y con los cuales se pretendía mantener una tradición de los juegos populares y fomentar la comunicación entre padres e hijos en ese reconocimiento del juego como un espacio de recreación, aprendizaje y desarrollo para el niño a partir de la misma acción lúdica del adulto.

Los temas de los juegos, como en todos los materiales, estarían sujetos al programa de educación inicial, su peculiaridad estarían en el cómo se desarrollaría el concepto.

Lo que quedó bien establecido, desde un principio, por razones de presupuesto, fue el tipo de material en que debían ser elaborados y sus medidas: en cartón plastificado, a 4 tintas, impreso por ambos lados y en medidas de 30 X 45.

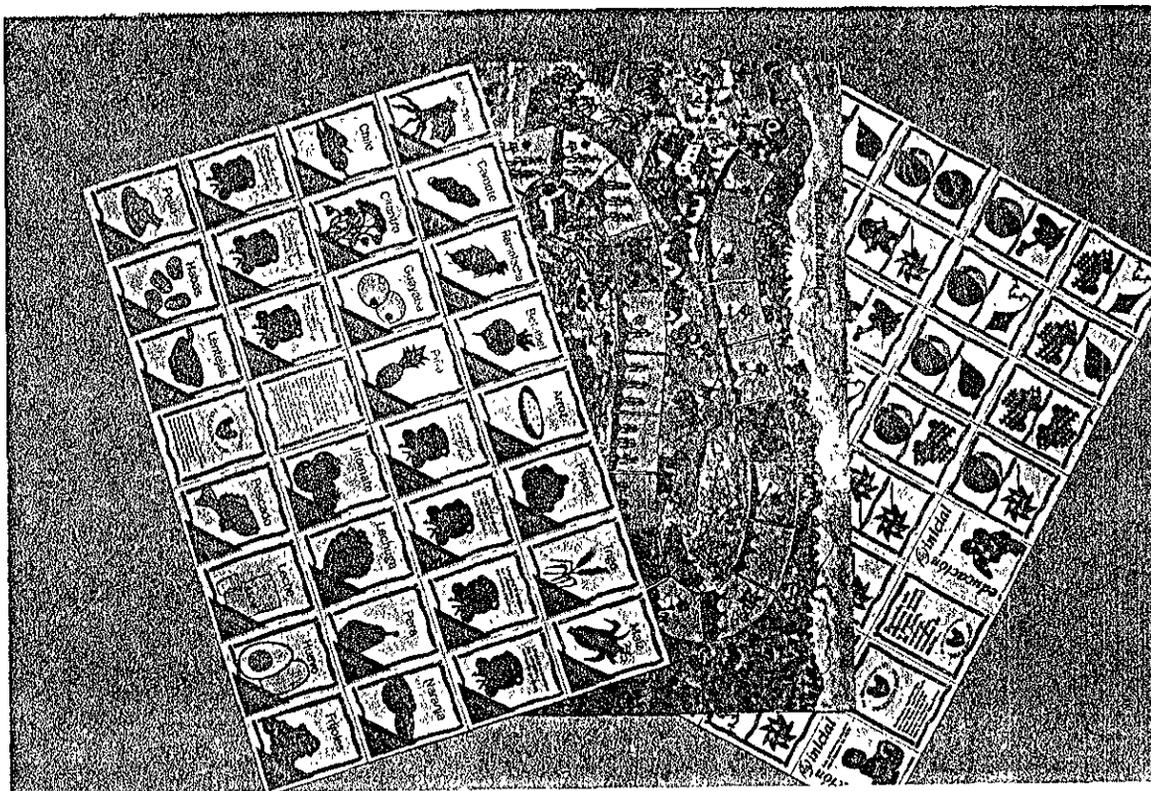
La consultora se dedicó a desarrollar la idea, se bocetaron los juegos y se le añadieron las temáticas, salud, desarrollo del niño, nutrición, desarrollo familiar, entre otros.

Como se fueron presentado y aprobando las propuestas de cada juego, también se fue elaborando su ilustración, Gian Calvi y el equipo de ilustradores se encargaron de estos aspectos. La consultora propuso variantes y opciones de otros juegos en el mismo paquete. De tal manera que también se desarrollaron un una lotería, una baraja, un dominó y un rompecabezas. todo el paquete en 4 cartones de las medias señaladas cada uno.

Las ilustraciones se elaboraron siguiendo el mismo tenor que en los otros materiales, y el banco de imágenes siguió acrecentándose.

Se elaboró un instructivo que se adjuntó al paquete. El instructivo es para el promotor educativo y contiene las reglas de los juegos, pero las formas de su uso didáctico estarían al través de la capacitación.

Paquete de Juegos Didácticos



4.3.6 Material de Difusión y Promoción del Programa

A) Material Impreso

4.3.6.1 Símbolo, Logotipo y Manual de Identidad Visual del Programa de E. I.

Metodología

Uno de los elementos más relevantes dentro del Proyecto fue la propuesta de una nueva imagen/símbolo representativa del Programa de educación inicial, necesidad detectada y sugerida por la primera investigación de los especialistas de la misión de Banco Mundial.

“Crear una imagen corporativa consistente, de todo el proyecto con un grupo de símbolos de identificación (formas, palabras clave, logos y colores) para transmitir los objetivos institucionales y las actividades del Proyecto de”⁵¹

El objetivo del Manual es parte de la estrategia comunicacional para promover y difundir el programa y constituye una referencia institucional para orientar la producción de los distintos productos que posean el mismo fin en cuanto a logotipo, símbolo, lema, colores institucionales y uso de medios.

A través del Manual se definen los elementos que constituyen la imagen y se establecen las normas y los elementos básicos para crear y mantener la imagen homogénea que propicie la adecuada identificación de Educación Inicial.

El elemento fundamental del Manual y de casi todo el programa comunicacional lo es el logotipo institucional, precisamente por ello antes de elaborar el Manual fue su diseño y leyenda que lo acompañaría.

Símbolo y logo de Educación Inicial antes del Proyecto :



⁵¹ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte evaluatorio para la... Op. Cit. Anexo 14.

Las observaciones que se hicieron al anterior logo y que propiciaron su cambio fueron las siguientes: la estilización geométrica no permitía la adecuada discriminación de las figuras ; una madre abrazando a su hijo; de la misma forma no se podía captar adecuadamente el mensaje; la afectividad como elemento fundamental en la relación madre hijo, por otra parte, este concepto de exclusividad materna en el cuidado de los hijos debía ser superado, se requería que el mensaje iconográfico dijera que tanto la madre como el padre son responsables del cuidado del niño y de brindarle el mismo cariño. El símbolo existente se remataba con la frase y logotipo : “ **un abrazo completo** “.

Para diseñar el nuevo símbolo y logotipo se sugirió que hubiesen varias propuestas, fuesen de especialistas o no, de ahí que como técnico de comunicación presenté una, la cual se puso a concurso con otras.

**Propuesta personal
de símbolo y logotipo para la identificación del Programa de E.I.**

Programa de educación inicial



Las otras propuestas fueron puestas a concurso, cinco quedaron como finalistas pero ninguna ganó, el consultor se fue al Brasil, en donde tiene su residencia, y retrabajó las propuestas con el diseñador de su agencia, trayendo como resultado el nuevo símbolo y logotipo.

Nuevo símbolo y logotipo del Programa de Educación Inicial.



**El nuevo logotipo visualmente
es más atractivo e inmediatamente decodificable**

El símbolo se constituye por una pareja, ambos presentados de la cintura para arriba, que en actitud protectora y amorosa, sostienen a un niño que sonríe, estos elementos forman el contorno de un corazón, símbolo que en la generalidad se reconoce como representación del cariño y amor.

El niño es casi un bebé que se muestra alegre con los brazos abiertos. Esto da la idea del concepto de niño que tiene el programa: un niño alegre con una actitud activa, despierta.

Los padres no poseen facciones en el rostro, pensando en que cualquier padre pudiese ponerse en ese lugar e identificarse así con este símbolo. Como el Programa no escolarizado va esencialmente a zonas rurales marginadas e indígenas se pensó en una madre con trenzas que también es un símbolo reconocible de mexicanidad.

En concreto se eligió esta imagen porque a través del programa, los beneficios impactan de manera directa e indirecta a los padres e hijos.

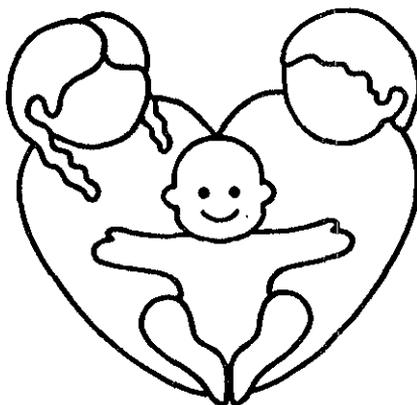
La imagen/símbolo de Educación Inicial se redondea con la misma frase del logo anterior "un abrazo completo", esto sucedió porque de cualquier manera el Programa ya era reconocido en casi todo el país por esta frase, y además se mantenía el concepto de protección y cariño en el nuevo símbolo, el único cambio que sufrió fue en la tipografía la cual se realizó en mayúsculas en la fuente "Optima black", y se le agregó su referente: "Educación Inicial", ambos enunciados rodean al símbolo a manera de un ojo que tiene como centro la familia.

Colores.

El símbolo o emblema del programa se completa con los colores del mismo, los cuales quedaron en una combinación de amarillo para la madre y marrón para el padre, el niño sería la combinación de ambos para dar un color rosado con el contorno morado, el logo y leyenda de educación inicial quedaría en morado.

Una opción económica es la representación del dibujo a línea, la cual puede ser usada con relleno en grises o mantenerse en línea con cualquier color.

Símbolo de educación inicial en línea como opción económica para su reproducción



Un logotipo adicional que se diseñó es el que enuncia a *“educación inicial”*, el cual se usaría en todo el material impreso: publicaciones, carteles, trípticos, entre otros.

Su diseño se creó para que enmarcara la portada de cualquier publicación impresa, colocándose al lado derecho *educación* en forma vertical e *inicial* en forma horizontal, formando un ángulo en la punta de este quedaría el símbolo/imagen nuevo del Programa.



Este logo sería a todo color (4 tintas), cada una de las letras sería de un color distinto en tonos pastel. De esta manera se estaría respondiendo al concepto cultural del amplio e intenso colorido que existe en nuestras culturas.

La opción económica sería en tonos grises, o monocromo, siempre y cuando se respetara la intensidad de las tonalidades.

Determinados el símbolo, logotipo y leyenda del Programa se procedió a la elaboración del Manual de Identidad Visual cuyos objetivos son:

- ◆ Definir los elementos que constituyen la Imagen.
- ◆ Establecer los principios que rigen la aplicación uniforme y coherente de la Imagen.
- ◆ Especificar los procedimientos técnicos (sistemas de trazo) para la instrumentación e implementación de la Imagen.
- ◆ Constituir la referencia obligada para todos los casos de soluciones y aplicaciones de diseño vinculadas con Educación Inicial.⁵²

Estos objetivos exponen claramente lo que pretende el Manual, y como se había mencionado en páginas anteriores, este es parte relevante de la estrategia comunicacional del Programa ya que, a partir de la definición de la nueva imagen institucional del programa, es como se derivan toda la serie de propuestas de diseño gráfico y audiovisual tanto para los materiales de educativos como para los audio visuales.

Cabe mencionar que este documento se fue elaborando paralelamente a los anteriormente mencionados y de que los productos terminados, en cuanto a su contenido y formato, no fueron reproducidos hasta que se definió dicha imagen y se incorporó a ellos, luego de su aprobación oficial, todo esto implicó un trabajo arduo.

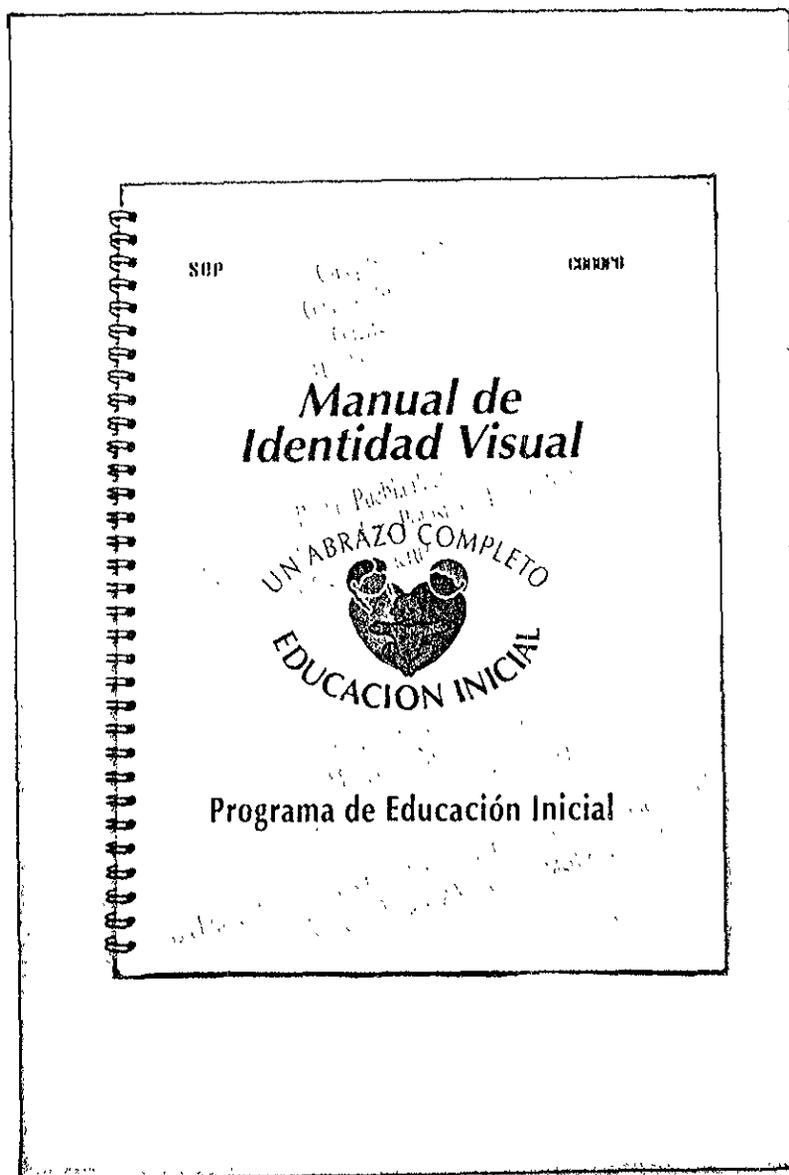
El contenido del Manual fue elaborado por el consultor líder, como ya dijimos experto en diseño gráfico y editorial. El Manual está dirigido a los técnicos de comunicación, encargados de la difusión del Programa en los estados, a los supervisores de módulo y coordinadores de zona que se encarga de hacer la difusión en el nivel municipal y comunitario, de cualquier forma el tono de abordaje de sus contenidos intenta ser didáctico, lo más explícito posible y sobradamente ilustrado, ejemplificando todos los aspectos posibles del uso de la nueva imagen.

⁵² SEP-CONAFE **Manual de Identidad Visual**. Programa de Educación Inicial. (Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial) SEP/CONAFE, México, 1994

Por sus características de uso y ejemplificación el documento se elaboró en papel couché, pues sobre ésta superficie resaltan mucho mejor los colores y líneas de las ilustraciones que se desea ejemplificar para que así sean tomados los modelos, las medidas fueron de 21.5 X 28 cm., con cubierta plastificada, encuadernado con un espiral metálico, contiene 64 ps.

Su portada está ilustrada con el emblema de educación inicial, a 4 tintas, en un fondo blanco, con el nombre de los 10 estados donde se lleva acabo el proyecto. La contraportada aparece en blanco sin ninguna ilustración.

Portada del Manual de Identidad Visual del Programa de E.I.



El Manual explica qué son cada uno de los elementos de la nueva imagen: símbolo, logotipo, leyenda, colores, trazos, variantes de aplicación, medidas, contrastes, tramas, tipografía o fuentes, posiciones en distintos objetos; papelería, publicaciones, carteles, calendario, animación en medios audiovisuales, posición en distintos objetos promocionales, anuncios de prensa, automóviles, entre otros objetos.

El documento incluye un apartado en donde se puntualizan los aspectos a contemplar en una estrategia de difusión y un glosario que permite entender los conceptos técnicos del manual.

4.3.6.2 Carteles, Trípticos y Volante Promocional

4.3.6.2.1 Carteles

Metodología

El diseño del material promocional tenía el propósito de difundir y promover el Programa entre los padres con hijos menores de 4 años, así como entre la comunidad para interesarse y apoyar al mismo.

Si bien la estrategia de difusión no estaba definida si se tenía contemplado la elaboración de este tipo de material, por lo que su elaboración fue antes que el diseño de dicha estrategia.

Tres de los carteles los diseñó y realizó Gian Calvi, bajo el principio de que uno de las necesidades de la estrategia comunicacional sería dar a conocer la nueva imagen institucional del Programa, los materiales de difusión y promoción deberían tener como elemento principal o destacable el símbolo y leyenda nuevos.

El concepto de los carteles también debía seguir la misma línea de diseño de todos los demás materiales en cuanto a líneas, colores, formas y estilos de los dibujos e ilustraciones, esto estaba claro. De esta manera los carteles simplemente cumplieron las medidas estándares para este tipo de material: dimensiones, de 46 X 70 cm., en papel couché de 90 gms., a 4 tintas.

Los carteles corresponden a las características comunicacionales de un medio que transmite un mensaje visual y que pretende captar el interés del perceptor de manera instantánea.

“El cartel es un medio masivo de comunicación para transmitir mensajes visuales. Consiste en una hoja de papel en que se presenta una idea por medio de la combinación de imagen y texto. El cartel se pega sobre un muro o sobre una superficie lisa para que permanezca expuesto a las miradas de los transeúntes y a la altura de los ojos de estos”.⁵³

“Las características de un buen cartel son :

- Proporcionar suficiente información visual sobre el tema y el objetivo.
- Tener un texto breve y preciso.
- Llevar un colorido atractivo, sin poner demasiados colores para no dispersar la atención.
- Lograr una composición sencilla de imagen y texto.
- Poner imagen y texto de acuerdo con el medio ambiente.
- Identificar al público a quien está dirigido.
- Tener dimensiones apropiadas”⁵⁴

Los carteles elaborados responden a tres distintos momentos de la difusión, los cuales se explican en la estrategia de difusión en un apartado más adelante.

El primero de los carteles, denominado internamente como “un abrazo completo”, correspondió al nuevo símbolo/imagen del Programa, el cual apareció en un fondo blanco, rodeado de seis variantes que intentan ser representaciones de las distintas regiones donde se opera, rematado por el logo de educación inicial al pie del cartel.

Su principal objetivo es familiarizar a los posibles participantes del programa con la imagen del Programa.

En el segundo, denominado, “el mejor apoyo para nuestros hijos”, aparece una ilustración de una sesión de padres, en dibujo a línea punteada en varios colores, sobre un fondo en blanco, en la parte superior esta una leyenda que dice: “el mejor apoyo para nuestros hijos”. Todo ello enmarcado, como en la Guía de padres, por el emblema y logo de educación inicial.

Su objetivo es invitar a los padres de familia a participar en el programa con el mensaje al decir que la educación inicial, es el mejor apoyo para sus hijos.

⁵³ Esteban CHÁVEZ CHÁVEZ. Manual de planeación de medios de comunicación a bajo costo. Edit. Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), México, 1992. p.35

⁵⁴ Guillermina BAENA. Comunicación en el trabajo comunitario. Edit. Pax, México, 1989. p.86.

El tercer cartel ofrece una ilustración con varias ventanas que rodean a una porción del mundo, representando una viñeta pueblerina, en la parte superior aparece el enunciado: "participando en el programa de educación inicial juntos crecemos", igualmente enmarcado por el emblema y logo de educación inicial.

El objetivo de este cartel es invitar a la a los padres potenciales participantes y a la comunidad en general con el mensaje de superación personal y conjunta.

El cuarto cartel es netamente didáctico, aunque su función también es el de la promoción, consiste en una serie de viñetas que hablan acerca del desarrollo del niño a través de 6 cuadros, suficientemente ilustrados, que delimitan, por periodos de edad, los aspectos más relevantes de cada uno de ellos.

La idea es brindar información básica al perceptor, con textos breves, y puestos en boca de los niños, sobre su crecimiento, habilidades, maduración y desarrollo físico, intelectual, afectivo y social.

En la parte superior se enuncia la frase "LOS CUATRO PRIMEROS AÑOS HACEN LA VIDA" en letras suficientemente grandes, y que son la lectura inmediata del cartel, frase que hace referencia a la edad de los niños que importan al programa y también a la relevancia que tienen esta edad para el desarrollo posterior del individuo y de ahí la necesidad de ponerle la atención suficiente por parte del los padres con la ayuda del Programa de educación inicial.

Se remata el cartel con el emblema y logo del Programa. de tal manera que la lectura y mensaje sean leídos así : los cuatro primeros años son importantes para el niño, las razones se dan en los recuadros de manera ilustrada y con los textos alusivos, para terminar diciendo que este es el apoyo y orientación que ofrece el Programa de educación inicial.

Como se nota los carteles llevan una secuencia, enlace y lógica para estructurar un mensaje integral, que se lee en varios momentos, este es un aspecto fundamental que se cuidó en el desarrollo de todos los materiales tanto en los educativos como en los de la difusión.

Carteles de difusión del Programa de E.I.



4.3.6.2.2 Trípticos y Volantes

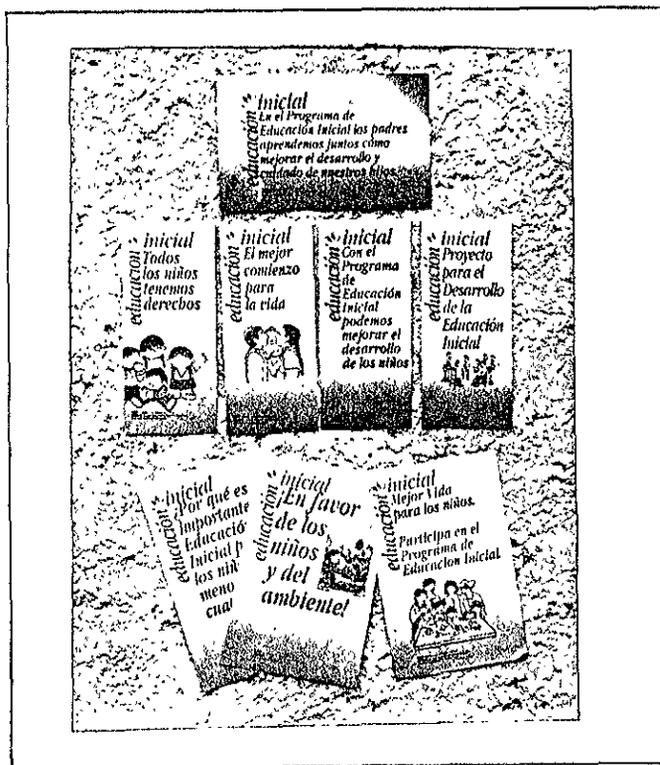
Metodología

Los trípticos y volantes conforman un paquete de material de difusión para repartirse de mano en mano en las comunidades donde operará el Programa de educación inicial.

Los trípticos son 4, en medidas de 21.5 X 9.3 cm., impresos a dos tintas, frente y vuelta, contienen información mínima sobre diferentes aspectos: Programa de educación inicial, desarrollo del niño, los derechos de los niños y el Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial.

Los volantes: tres en formato de díptico y uno a un sólo plano. tienen información mínima sobre la importancia de la educación inicial, invitan a participar en el Programa y tocan el tema del cuidado del medio ambiente en favor de los niños.

Material de mano para la difusión y promoción del Programa de E.I. (Tripticos y volantes)



Este material fue diseñado en su formato y contenidos por el equipo técnico del área de materiales educativos (técnicos de comunicación educativa y de materiales, educativos). Se entregaron los bocetos a la dirección técnica pedagógica, y luego de su aprobación se pasaron al consultor líder para el diseño en computación y la incorporación de la ilustración de los mismos.

Los mensajes de este material tienen carácter informativo por lo que el texto predomina sobre la imagen, se dirigen a un público esencialmente letrado, y son parte de la estrategia multimedia, para la difusión y promoción del programa en las comunidades.

4.3.6.3 Calendario Anual de Pared

Metodología

El calendario es un material que tiene dos objetivos, ser un objeto de promoción del programa para todos los padres que ingresan al mismo y es un material didáctico que puede utilizarse en las sesiones de trabajo o en la casa de los mismos padres.

La concepción del calendario dentro del Proyecto ya estaba prevista :

“El calendario de pared, para ser distribuido entre los padres participantes, tendría ilustraciones de temas sobre el desarrollo del niño e información útil para los padres y la comunidad”.⁵⁵

El primer calendario (1995) al igual que los trípticos y volantes fue conceptualizado y diseñado por el equipo técnico del Área de materiales educativos; tanto en su forma como en sus contenidos.

Los técnicos; de materiales educativos y comunicación educativa, trabajaron en su formato: cuadernillo de 12 hojas tamaño carta, sujeto por un “espiral”, que al desplegarse, queda listo para colgarse, quedando en la parte superior una ilustración y en la inferior los recuadros con los meses y días correspondientes.

Se conceptualizó el calendario pensando que este fuese un referente mes con mes para seguir los aspectos más relevantes del desarrollo del niño, así como para seguir una serie de orientaciones y sugerencia sobre el cuidado del niño, sin olvidar las fechas destacables sobre acontecimientos históricos o de conmemoración nacional :

“Es conveniente esperar dos años para volver a embarazarse”

6 de enero: “Día de los Santos Reyes. Tradición de juguetes para los niños y rosca de reyes”.

“Acuda al servicio médico si tiene sangrado, fiebre, dolor de cabeza o hinchazón”.

Cada mensaje fue pensado para colocarse en los espacios de los días, pero sin sobresaturar para una mejor efectividad, para ello se combinaron ilustraciones con dibujos varios, referidos a los temas de los textos y dejando algunos cuadros en blanco.

⁵⁵ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte evaluatorio para la... Op. Cit. p. 39.

En la parte superior, en un recuadro de color, se resalta el nombre del mes, y se remata abajo con los meses anterior y posterior al vigente, de tal manera que el calendario sea útil en todo momento.

Los mensajes se estructuran, uno con otro, siguiendo el crecimiento y desarrollo del niño, el mismo orden siguen las orientaciones y recomendaciones que se ofrecen, de tal forma que el padre pueda ir siguiendo el desarrollo de su propio hijo o el promotor educativo en las sesiones pueda tomar algunos textos para trabajarlos con los padres en las sesiones, de ahí su carácter didáctico.

El calendario, siguiendo la tradición de los calendarios de pared, se ilustra en la parte superior con fotografías, (la selección de fotografía también la hizo el equipo técnico con apoyo de la Dirección de Educación Indígena de la SEP), alternadas con dibujos elaborados por niños indígenas.

Cada ilustración superior, en sus esquinas inferiores, conlleva temas adicionales ilustrados con algún dibujo referente. De esta manera se intentaba aprovechar todo el espacio posible para emitir mensajes.

Calendario de pared 1995



Parte superior

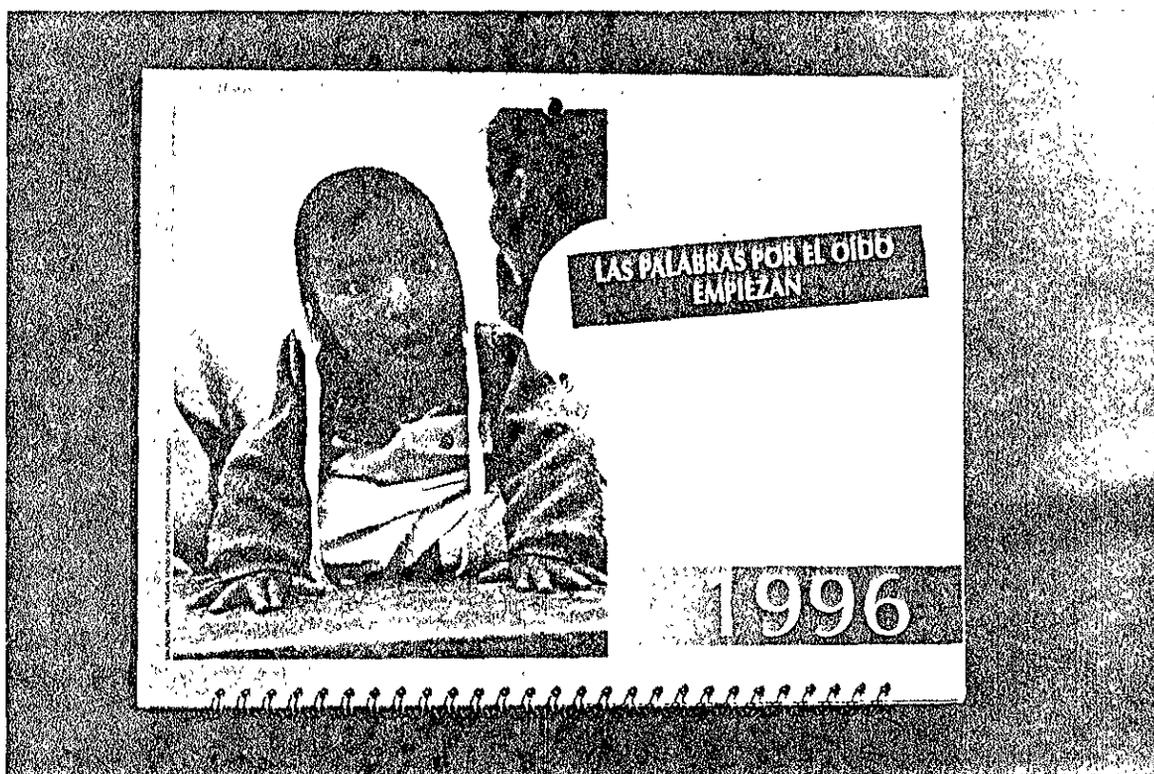
Parte inferior

Un aspecto importante en el nivel comunicacional, fue tanto en el primero como en el segundo calendario, la selección de fotografía, a través de ellas se trató no sólo de "retratar" a la gente, sino de mostrar facetas de la vida cotidiana de las comunidades en donde opera el Programa.

La imagen fotográfica permite ofrecer un mensaje más tangible a la realidad de las comunidades, por su carácter testimonial, de ahí que se consideró que ésta permitiría una mayor credibilidad de lo que se ofrece en el Programa, sobre todo en las tomas espontáneas.

Para reiterar los mensajes se considero la necesidad de reforzar el mensaje visual con los pies de foto, por ejemplo: HOGARES LIMPIOS, NIÑOS RISUEÑOS; EN COMUNIDAD LOS NIÑOS APRENDEN A DAR Y RECIBIR ; DONDE HAY NIÑOS SANOS VIVE LA ALEGRÍA; TODOS LOS NIÑOS TIENEN DERECHO A SER FELICES; CARIÑO, ALIMENTO INDISPENSABLE PARA LOS NIÑOS.

Parte superior del Calendario 1996



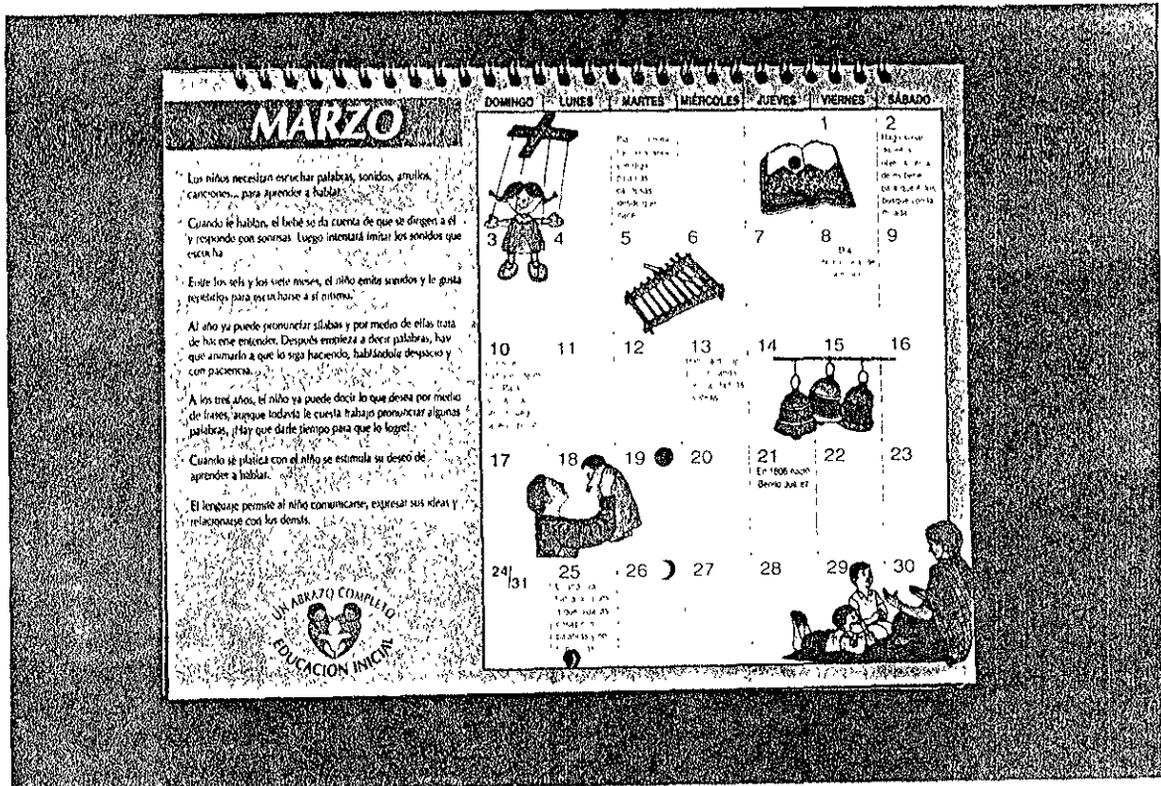
La idea principal de los mensajes era que el perceptor, desde sus propios contextos, vislumbrará las posibilidades del mejoramiento en las condiciones de vida de sus hijos participando en el Programa.

El calendario 1996 fue elaborado por una consultora, se siguió la misma concepción del anterior, en cuanto a propuesta de temas y formato, la única variante es que se añadió una ampliación en el desarrollo temático, el cual se colocó en la parte lateral del recuadro del mes correspondiente.

En la parte superior se colocó una fotografía por cada mes. En este caso se contrató un fotógrafo profesional el cual viajó a varios estados y comunidades para hacer las tomas. La selección fotográfica quedó a cargo de la consultora pero su aprobación fue hecha por la dirección técnico pedagógica.

En este caso el trabajo del equipo técnico consistió en la revisión de contenidos y en algunos casos en su reelaboración, corrección de estilo y en orientar a la consultora respecto a lo que se esperaba del calendario, quien tomó como referencia el calendario anterior.

Parte inferior del calendario 1996



Al calendario 1996 también se le proporcionaron las mismas características del anterior: ser promocional y didáctico, en este sentido se caracterizó también por ser uno de los materiales más completos.

4.3.6.4 Boletín Bimestral del Programa de E. I.

Metodología

El Boletín del Programa de Educación Inicial surge también como uno de los instrumentos relevantes de la estrategia comunicacional prevista dentro de la definición del Proyecto.

“Un boletín bimestral y un calendario de pared serían añadidos a la lista de material básico bajo el proyecto. El boletín para ser publicado por la Unidad Central de E.I. de la SEP, llevaría noticias sobre el programa e información sobre tópicos de interés para los padres y la comunidad.”⁵⁶

El diseño editorial del boletín lo elaboró el equipo técnico del área de materiales educativos, el diseño gráfico fue obra del consultor líder Gian Calvi, quien recomendó seguir el diseño gráfico de las anteriores publicaciones, de esta forma el boletín muestra una serie de contenidos informativos acerca del programa junto con otros referentes a temas de la currícula de educación inicial.

Por su carácter informativo posee un formato de publicación noticiosa y la ilustración no resulta tan abundante, se incluyen fotografías testimoniales de acciones del Programa junto con dibujos semejantes a los de la Guía de padres y que pertenecen al banco de imágenes del Proyecto.

El boletín está dirigido esencialmente a los promotores educativos, aunque se distribuye a todo el personal que participa en el Programa, e intenta fomentar en los promotores un hábito de lectura en este tipo de publicaciones a la vez que les proporciona información que pudiese ser utilizada para su trabajo con los padres.

Su formato es a tamaño carta, a 2 y 3 columnas, alternadamente, en 8 planas, impreso en papel bond a 2 tintas, en un color distinto cada número de publicación, con esto último se pretende otorgarle su carácter distintivo y novedoso en cada número.

⁵⁶ Idem.

Las secciones fueron diseñadas por la Técnico en materiales educativos, pedagoga, quien pensó en un carácter educativo antes que meramente informativo, las secciones son : Editorial; Nuestros niños...Una invitación al conocimiento y la reflexión; El mundo de los niños...Hoy; Una mirada el programa; Miscelánea: una ventana abierta. y la sección de correspondencia ; Buzón.

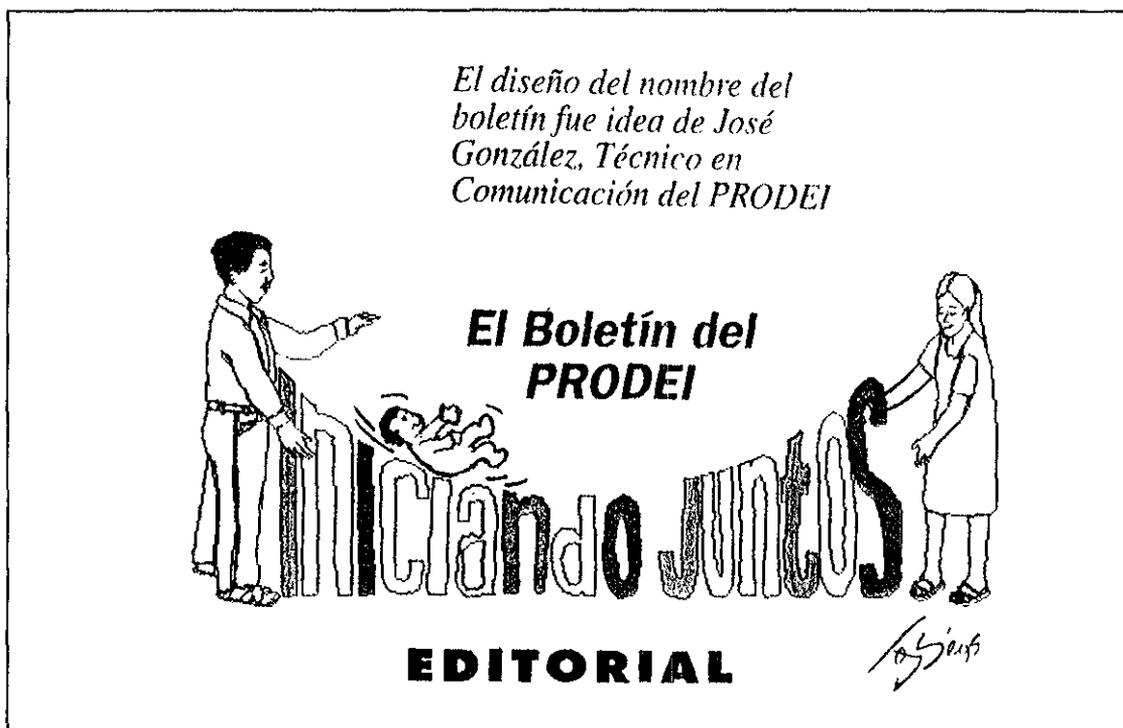
Inicialmente el boletín no poseía un nombre, así se publicaron tres números: 0,1 y 2, para el número tres se efectuó una convocatoria abierta para propuestas de nombre. La idea era por un lado promover la publicación, generando un interés en ella así como el que se viera un apertura y la forma de participar en el Programa, además de que con ello los perceptores vislumbraran un espacio de expresión abierto y propio.

Por cada estado se recibió la selección de 5 propuestas seleccionadas, en total fueron 55, junto con las de la Unidad central, de ellas quedaron 10 las cuales se remitieron a los estados para su elección por votación ganado el nombre de **“INICIANDO JUNTOS”**.

“INICIANDO JUNTOS”, según la opinión de la mayoría, expresaba lo más cercano al programa: un trabajo conjunto en favor de la educación inicial, y por otro lado, significaba lo que se esperaba de los padres: iniciar juntos la educación de los hijos desde los primeros años. El siguiente paso fue el diseño del logo del nombre, para aparecer en la portada.

Como Técnico en comunicación educativa realicé la propuesta. Pensando en la idea del significado que deseábamos que reconocieran los padres en la educación de sus hijos, elaboré una propuesta iconográfica simbólica, así que propuse dos padres frente a frente y entre ellos el nombre del boletín formando un arco por donde un bebé se deslizaba a manera de resbaladilla, con ello se intentaba decirle a los padres que la crianza y educación de los hijos habría que tomarla de manera conjunta pero más que fuese una tarea difícil y ardua la vieran como una situación agradable, de ahí el sentido lúdico de la resbaladilla. Este mismo concepto era el que se deseaba también que fuera transmitido por los promotores a los padres en sus sesiones de trabajo.

Nombre seleccionado y diseño de logo para el Boletín del Programa de E. I.



El diseño editorial se completó de la siguiente forma: en portada a dos columnas, en la primera, en un fondo de color se destacan los contenidos del número correspondiente, en la segunda, en la parte superior aparece el logo del boletín: Iniciando juntos, encabezado al editorial correspondiente.

Para realizar las secciones del boletín, se ha invitado a participar a todo el personal de los estados participantes del Proyecto, quienes por conducto del técnico en comunicación estatal, el enlace del área de materiales educativos para estos aspectos, hace llegar las colaboraciones a la Unidad Coordinadora del Proyecto-UCP.

Estas colaboraciones implican el envío de información noticiosa, reportajes, crónicas, entrevistas, artículos, fotografías, el buzón es una sección abierta para los padres y promotores. Sin embargo lo común que se recibe son cartas de padres y promotores, los técnicos en comunicación regularmente envían fotografías. Por lo que la producción del boletín se hace en el área central en un 90 %.

Las secciones

El editorial lo elaboraba yo como Técnico de comunicación del proyecto, siendo la voz institucional su estilo era el de un discurso de permanente aliento a los que están en el campo de la acción, las comunidades, resaltando y alentando a todos los que trabajan directamente con los padres, reiterando en cada número la filosofía del programa; todo en favor de los niños menores de cuatro años.

La sección "Nuestros niños...una invitación al conocimiento y la reflexión pretendía ofrecer información de acciones en favor de la niñez, fuesen en el nivel nacional o internacional, desde notas periodísticas hasta reportajes.

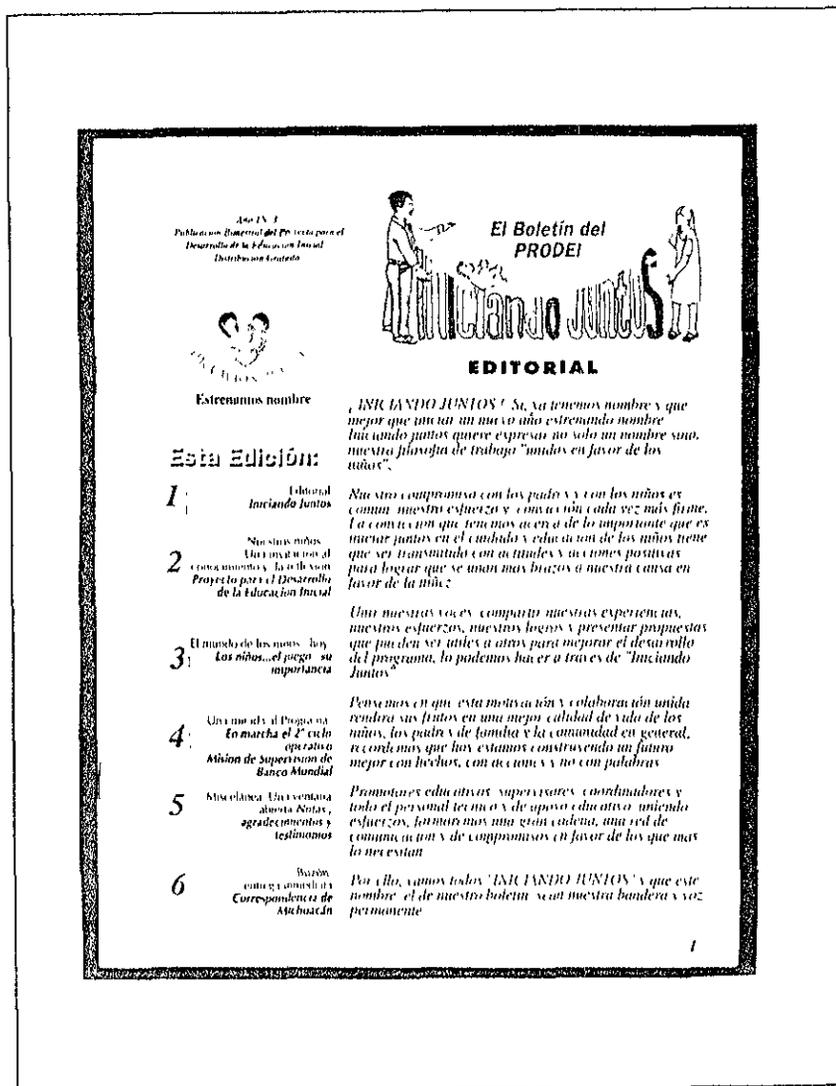
"El mundo de los niños...Hoy", intentaba presentar información actualizada sobre temas relacionados con el niño menor de cuatro años, en este caso sus tópicos eran especializados.

"Una mirada al programa" pretendía ofrecer noticias de eventos en los estados, inicio de ciclos, capacitaciones, apoyos sociales e institucionales logrados, avances, etc. era este el espacio adecuado para los estados, sin embargo el material que se enviaba a la UCP era muy escaso, lo que mas se recibía era material fotográfico testimonial.

En "Miscelánea" se recibían desde canciones, recetas, adivinanzas y notas varias, este material provenía de los promotores educativos, del cual se hacía una selección y se publicaba, de cualquier forma el material seguía siendo escaso.

La sección de "Buzón" era un espacio propio de los padres de familia puesto que en el boletín no aparecía la voz de los padres, quien son la pieza indispensable y fundamental dentro del Programa, de ahí que se sugirió a los estados el que motivaran a los padres a escribir sobre el programa y que hicieran llegar sus opiniones y comentarios a la UCP.

Este material era el más prolífico, ya que los promotores educativos motivaron mucho a los padres para escribir, sin embargo en el nivel estatal se hacía una selección, ya que no llegaban por correo directo, lo cual suponía un sesgo. De cualquier forma lo interesante de ésta sección era que el boletín se podría convertir en vocero de los padres y promotores educativos e igualmente, convertirse en una red de comunicación, entre las distintas zonas geográficas, culturales y étnicas. Lo cual lo hacía más atractivo siempre que se respetaban los textos en cuanto a contenido y forma, lo único que se hacía era transcribir los textos a la computadora.



Año IX
Publica un Boletín del Prodeci para el
Desarrollo de la Educación Especial
Distribución gratuita



El Boletín del
PRODEI

EDITORIAL

Estrenamos nombre

"INICIANDO JUNTOS". Si ya tenemos nombre y que mejor que iniciar un nuevo año estrenando nombre. Iniciando juntos quiere expresar no solo un nombre sino, nuestra filosofía de trabajo "unidos en favor de los niños".

Esta Edición:

1. Editorial *Iniciando Juntos*
Nuestro compromiso con los padres y con los niños es común, nuestros esfuerzos y consensos cada vez más firme. La certeza que tenemos acerca de lo importante que es iniciar puntos en el currículo y educación de los niños tiene que ser transmitida con actitudes y acciones positivas para lograr que se unan más brazos a nuestra causa en favor de la niñez.
2. Nuestros niños. Una invitación al crecimiento y la alfabetización. Proyecto para el Desarrollo de la Educación Especial
Una nuestras voces, compartamos nuestras experiencias, nuestros esfuerzos, nuestros logros y presentamos propuestas que pueden ser útiles a otros para mejorar el desarrollo del programa, lo podemos hacer a través de "Iniciando Juntos".
3. El mundo de los niños. Hoy Los niños... el juego su importancia
Podemos en que esta motivación y colaboración unida dentro sus familias en una amplia calidad de vida de los niños, los padres y de familia y la comunidad en general, recordamos que hoy estamos construyendo un futuro mejor con hechos, con acciones y no con palabras.
4. Un mundo al Programa. En marcha el 2º ciclo operativo. Misión de Supervisión de Banco Mundial
Promovemos educativos, supervisores, coordinadores y todo el personal técnico y de apoyo educativo uniendo esfuerzos, formamos más una red de calidad, una red de comunicación y de compromisos en favor de los que más lo necesitan.
5. Nuestra línea. Una ventana abierta. Noticias, agradecimientos y testimonios
Por ello, vamos todos "INICIANDO JUNTOS" a que este nombre, el de nuestro boletín, sea nuestra bandera y voz permanente.
6. Nuestra línea. Una ventana abierta. Correspondencia de Atención

Varias de las dificultades que se han tenido con el boletín son referentes a su publicación normal, ya que por su amplio tiraje, más de 15 000 por número, se pone a licitación pública la cual tarda de 30 a 50 días en dos años apenas se han publicado 4 números, otra pérdida de tiempo es la distribución a los estados y a su interior, por lo que la información pierde frescura, otro aspecto es la escasa información de los estados, por un lado por la mediación en el nivel estatal y por otro porque no se ha logrado interesar a la gente en este material ya que la información les parece poco cercana a sus realidades y necesidades, la información les es poco atractiva, por sentirse ajenos al lugar de su producción y por ser demasiado técnica en la mayoría de los casos, lo siguiente es un ejemplo de ello:

"Especialmente durante la infancia, en las edades primeras del hombre, la interacción amorosa es tan fundamental para sobrevivir como lo es el alimento. Esto ha sido demostrado científicamente en muy diversas situaciones. El estudio que ha llegado a ser un clásico en este campo, es el que realizó el médico-psicoanalista René Spitz, en 1946, y dio nombre al Síndrome de Depresión Analítica." **

** Extracto de la sección "*El mundo de los niños*" Boletín No. 2, p. 6. Artículo "La "amorcilina" salva a millones de niños". Autor : Andrea Bárcena

Por otra parte, la producción sigue siendo centralista. En este medio, podemos decir que no se cumple uno de los principios comunicacionales sobre los cuales presuponíamos trabajar: la comunicación dialógica.

"Una función esencial del periódico popular es restaurar, en la práctica, la COMUNICACIÓN DIALÓGICA - es decir, compartida, horizontal, de ida y vuelta - que la prensa del sistema niega con su imposición y verticalidad".⁵⁷

⁵⁷ Camilo TAUFIC. Op. Cit. p. 9.

B) Material Audio Visual

4.3.6.5 Vídeo Promocional del Programa de Educación Inicial “Los cuatro primeros años, hacen la vida”

Metodología

Inicialmente los videogramas tenían el objetivo de mejorar la estrategia comunicacional del Programa en términos de difundir los contenidos de educación inicial, principalmente entre la población analfabeta.

“En comunidades con un gran número de padres analfabetas, se haría más énfasis bajo el proyecto en el uso de material audiovisual y de radio”.⁵⁸

La definición del concepto y tipo de videograma correspondió a la dirección técnico pedagógica, el equipo técnico del área de materiales educativos se encargó de los aspectos del contenido y el consultor líder, Gian Calvi, orientó los aspectos técnicos de la producción.

La producción y postproducción técnica corrió a cargo de un consultor: “María Eugenia Llamas y Asociados”

Producción

El vídeo se conceptualizó como un material para sensibilizar e impulsar la participación de los grupos sociales e institucionales con capacidad para apoyar las acciones del Programa : autoridades comunales, municipales, instituciones afines al programa y empresas particulares, así como para motivar a los padres a participar, estos videos también eran parte del concepto multimedia para la difusión del programa.

Se hicieron dos propuestas para su realización, una dramatizaron actuada y otra que fuese a manera de recopilación testimonial, cuasi a manera de documental. Se apuntó que sería más fácil lograr un impacto en el público a través del testimonio porque es lo que permitiría mayor credibilidad a lo que se ofrecía y podían esperar los padres participando en el Programa y a quienes se les solicitase el apoyo obtendrían una visión de la necesidad de recursos que se requiriesen, al ver las condiciones de pobreza de las comunidades donde opera el mismo.

⁵⁸ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte evaluatorio para la... Op. Cit. p. 33.

Aquí se aplicó el principio comunicacional de la verosimilitud; proponer algo cercano a lo cierto pero que no necesariamente sea lo real, sino creíble o posible en función de los referentes del perceptor.

“La verosimilitud rige la elaboración de los mensajes y rige las relaciones que se establecen con el referente”.⁵⁹

Por ello, para hacerlo verosímil se grabó en las comunidades con personajes auténticos, participantes del Programa, esta situación permitía también contextualizar los escenarios socioculturales reales, teniendo así los referentes significativos para los perceptores.

“La única manera de conseguir una motivación es trabajar desde la identidad cultural del perceptor, no de la impuesta por los discursos dominantes, sino de lo que corresponde realmente a las relaciones sociales en que está inserto.”⁶⁰

Como era el primer ciclo de trabajo del Programa bajo el Proyecto se consideró, que sería importante realizar un vídeo de orden promocional, y posteriormente, al siguiente ciclo, realizar uno didáctico de apoyo a la capacitación de los promotores.

Para el primer vídeo, el concepto se le explicó al consultor líder, Gian Calvi quien, proporcionada la información, trabajó conjuntamente el guión literario con el consultor así mismo de igual forma trabajarían el guión técnico y el story board.

Sin embargo, estos dos últimos, por las características documentales del vídeo, no se elaboraron y las tomas se fueron efectuando de acuerdo a lo que se presentaba en las comunidades, previo aviso de que se iba a grabar en ellas. la grabación se realizó en comunidades del estado de México e Hidalgo, en zonas rurales semi urbanas con porciones de población indígena.

El mensaje principal era : “participa para mejorar el desarrollo de tus hijos y de los niños de tu comunidad”, y éste sería acompañado por las imágenes de padres orgullosos, interesados y niños contentos, este mensaje se fundamentaba en el principio elemental del “antes y después”.

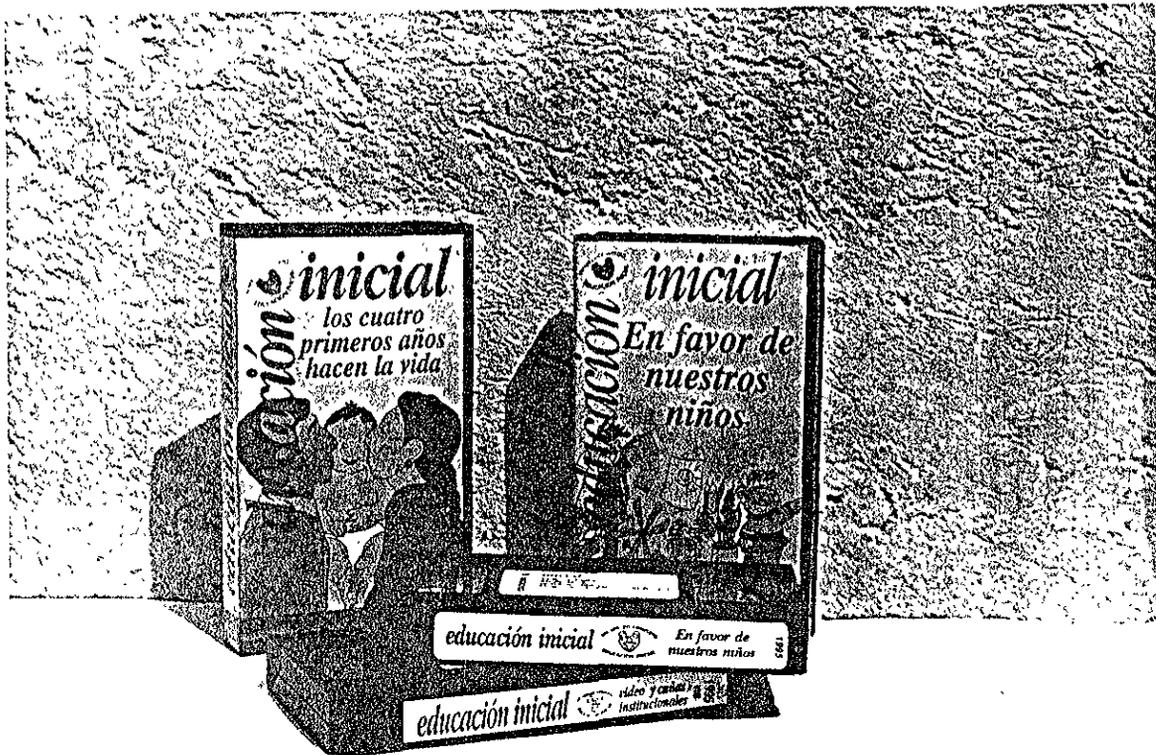
“La percepción de un ANTES y un AHORA, mediados por una práctica educativa tiende a marcarse alrededor de sus aspectos y efectos directamente comunicacionales”.⁶¹

⁵⁹ Daniel PRIETO CASTILLO Discurso autoritario y... Op. Cit. p. 44

⁶⁰ Ibídem p. 69

⁶¹ Javier AMPUERO. et . al. Op Cit. p. 71

Videos Promocional del Programa de E. I. y para la Capacitación del Comité Pro Niñez



En cuanto a los aspectos de la producción técnica, el primer vídeo, denominado "Los cuatro primeros años hacen la vida", fue asesorado por Calvi, el tipo de tomas las decidió el director y camarógrafo de la consultoría, Henry Stone, el cual se enfocó sobre planos medios y acercamientos, buscando encontrar los ángulos más propicios que transmitieran, de los personajes, la sensibilización necesaria para convencer a los perceptores a participar dentro del programa, estas tomas fueron combinadas con otras sobre niños de las edades que se atienden, del nacimiento a los 4 años.

El vídeo tuvo un poco de improvisación, ya que estando en las comunidades se preparó una dramatización con personajes reales, la ficción se trata de un padre esperando el alumbramiento de su esposa en un centro de salud, esto es lo que da pie a la narración de todo el vídeo, para decir lo que ofrece el programa, sus objetivos, beneficios y alcances, enfatizando reiteradamente su impacto sobre el mejoramiento en el desarrollo de niño.

**Muestra del guión del vídeo promocional
donde aparece la parte testimonial de abuelas protagonistas**

VÍDEO	AUDIO
CLOSE UP	TESTIMONIO ABUELA INDÍGENA - Pero yo voy a venir siempre, pa' que voy a aprender aunque ya no tengo niños chiquitos, pero tengo mis nietos, pa' que los voy a enseñar bien como va a ser y todo. Más eso, pus qué más.
FADE OUT	<u>ENTRA MÚSICA GUITARRA FONDEA</u>
MEDIUM SHOT de madre HASTA PANORÁMICA Madres caminando por pueblo.	VOZ OFF. NARRADOR - El Programa de Educación Inicial ofrece apoyo a padres con niños desde el nacimiento hasta los cuatro años.
GROUP SHOT promotoras y padres en salón de reunión.	-A través de los promotores los padres reciben orientaciones y actividades adecuados para el desarrollo integral de sus hijos.
LONG SHOT HASTA MEDIUM SHOT Promotora dirigiendo sesión en salón.	-Organizamos una serie de reuniones con grupos de padres en donde se analizan las diferentes aspectos que intervienen en el desarrollo de sus hijos. -Nuestros promotores estimulan el intercambio de experiencias que cada madre y padre han vivido.
OVER SHOULDER promotora frente a grupo de padres.	<u>SALE MÚSICA</u> TESTIMONIO ABUELA EN NÁHUATL (SUBTITULADO EN ESPAÑOL) - Tengo cuatro hijas y cuidan muy bien a mis nietos. A-jaa.
CLOSE UP	<u>ENTRA MÚSICA GUITARRA FONDEA</u> VOZ OFF. NARRADOR - También se presentan y profundizan las informaciones necesarias para los cuidados pre y post parto, la importancia del amamantamiento, de la relación afectiva entre los padres y de ellos con sus hijos, la alimentación sana, los cuidados del cuerpo y la higiene para una buena salud.
GROUP SHOT (PANEANDO CÁMARA)	

Se decidió que la información propia del programa fuese contada por un narrador masculino con "voz en off" durante toda la duración del vídeo. Aquí se apeló a que una voz de hombre es más reconocida y respetada para seguir lo que propone. Sin embargo la voz no fue lo suficientemente convincente y su tono bajo, sin variaciones, la hace monótona y fatigante.

Por otro parte se quiso que los padres fuesen los protagonistas, buscando que otros padres se identificaran y se convencieran por ese mismo testimonio, de ahí que se prepararon una serie de frases para ser leídas por algunos padres, las cuales se combinaron con entrevistas breves referentes a los beneficios que se reciben participando en el programa, en este caso de las entrevistas se seleccionaron dos de abuelas indígenas; una en náhuatl, que aparece subtitulada y la otra en español pero que mantiene el acento indígena.

Lo que se vislumbró es que la naturalidad de estas abuelas y la convicción de sus actitudes y palabras es lo que permitiría impactar y obtener respuestas favorables hacia el programa, aquí es donde podemos asegurar que cuando se logra que el receptor sea el mismo emisor de los mensajes se convierte en un vocero más auténtico e impactante para su propia comunidad.

"Se trata de comprometer, implicar, integrar y motivar al sujeto popular en la elaboración de sus propios mensajes y a partir de sus propios conflictos y maneras de expresarlo. La organización debe convertirse en gestora de su propia versión sobre su realidad".⁶²

El vídeo se completa con la "rúbrica" de entrada y salida del programa, consistente en la animación del símbolo y logotipo de educación inicial : un corazón rojo se va transformando en la pareja de padres abrazando al bebé, se remata rodeando al corazón los logos "un abrazo completo " y "educación inicial", se acompaña todo esto con música animada de trompetas fondeando.

El videograma es una novedad para la difusión del Programa de educación inicial sin embargo no logra romper con las formas tradicionales de las producciones institucionales, resulta demasiado largo, sobre todo si consideramos que no hay una trama o historia a seguir, puesto que es sumamente informativo, resulta reiterativo en su contenidos, sobre todo en lo referente mencionar los aspectos del desarrollo del niño que intenta mejorar.

⁶² Ibídem p 14

Resulta monótona la voz del narrador, se abusa de las imágenes de niños, cuando los padres y los promotores son los personajes centrales, la música que fondea casi todo el tiempo, lenta y parsimoniosa, aumenta su monotonía, en este caso podríamos afirmar que se olvidó que los perceptores están "hechos" culturalmente en lo masivo y las características de un material de este tipo debió de contemplar esta situación.

"Considerar los modos de consumo que el sujeto popular hace de los mensajes masivos es fundamental, porque estos de alguna manera van a ser manifestaciones de los modos de vivir, pensar y sentir de la gente, configurándose en respuestas que son producto de su propia cultura de vida".⁶³

La ventaja de este vídeo es que puede ser novedoso para las comunidades no acostumbradas a este tipo de material, de ahí puede surgir el interés y por su formato de VHS puede difundirse de manera casera.

4.3.6.6 Videograma Didáctico para la Capacitación del Comité Pro Niñez "En favor de nuestros niños"

Metodología

Este segundo vídeo se produjo un año después del anterior su objetivo es el de ser un instrumento para apoyar la capacitación de los Comité Pro Niñez donde opera el Programa.

Como ya se apuntó en capítulos anteriores, el Comité Pro Niñez es una instancia que intenta crearse con la participación social de la comunidad para apoyar las acciones del Programa y después para que este se mantenga en la comunidad con recursos autogenerados, la búsqueda de la autogestión es en última instancia el objetivo final de dicho Comité.

Las personas que los integran son desde los mismos padres de familia hasta líderes locales, comerciantes, personal de salud, maestros o cualquier persona, con hijos o sin hijos dentro del programa, que deseen apoyar, con recursos o acciones, al Programa en favor de los niños y de la comunidad. Este es nuestro público objetivo.

⁶³ Ídem

El vídeo es una herramienta didáctica para el uso de los supervisores y promotores educativos, quienes son los que capacitan a los comités en las comunidades a las pocas semanas de iniciar el ciclo operativo. El vídeo es un complemento del Manual del comité Pro Niñez.

En este sentido el videograma tendría que ilustrar o explicar paso a paso los procedimientos, normas e instrumentos para la constitución y operación de dicho Comité.

Para el año de 1995, la consultoría de Gian Calvi había concluido, por lo que el área de materiales educativos y comunicación se encargó de ésta producción, nuevamente la producción técnica quedó a cargo de la consultoría de María Eugenia Llamas y Asociados.

Como técnico de comunicación se me encomendó hacer los términos de referencia para la producción: presupuesto, objetivo, aspectos técnicos de producción y concepto básico de realización.

Se remarcó el carácter didáctico y complementario del manual del comité. Las ideas básicas e información fundamental se extrajeron de dicho documento y se le proporcionaron al realizador quien sería el encargado del guión y story board, además de elaborar el plan de producción.

El área de materiales educativos enfatizó la necesidad de que este vídeo debería reflejar el trabajo real de dicho comité en la comunidad, mostrando distintos contextos geográficos, étnicos y socioculturales, por lo que se seleccionaron 6 estados para las locaciones; Guanajuato, Chiapas, México, Michoacán, San Luis Potosí y Veracruz.

Al igual que el anterior vídeo se apeló al testimonial como el recurso comunicacional idóneo, sin historia argumental de por medio. De esta manera la estructura que propuso la consultoría fue la presentación de una serie de entrevistas a coordinadores, supervisores y miembros del comité, para que ellos mismos expresaran y explicaran su constitución y operación, todo ello reforzado por información complementaria narrada por un locutor. Se les sugirió en este caso, que fuesen dos locutores, un hombre y una mujer, con dos voces se evitaría la monotonía y le daría voz a la mujer ausente en el vídeo anterior.

La estructura del vídeo adquirió forma real en la edición, ya que hasta ese momento se insertaron las entrevistas y se armaron las imágenes correspondientes. Nuevamente como en el trabajo anterior de la consultoría no se siguió el guión propuesto, el tiempo se alargó hasta 16 minutos de los 10 que se habían propuesto.

**Guión del Vídeo para la Capacitación del Comité Pro Niñez
"En favor de los niños", editado con entrevistas del personal
de la cadena operativa / Producción 1995**

**CORTINILLA DE LOGO DE EDUCACIÓN INICIAL
SERIE DE IMÁGENES DE LOS PERSONAJES MENCIONADOS EN ALGUNA
ACTIVIDAD CORRESPONDIENTE.**

VOZ EN OFF - Para seguir apoyando ésta acción educativa. Nosotros,
LOC. 1 (HOMBRE) padres y madres de familia, autoridades municipales, líderes
 comunitarios, maestros, médicos, enfermeras, trabajadores
 sociales, campesinos, artesanos y comerciantes, debemos
 organizarnos y emprender las acciones en favor de la
 Educación Inicial a través de la integración de un Comité
 Pro Niñez en cada comunidad.

**SERIE DE IMÁGENES SOBRE ACTIVIDADES DE LA COMUNIDAD
RESALTANDO ROSTROS DE NIÑOS Y MADRES**

VOZ EN OFF -Sólo el Comité Pro Niñez podrá garantizar el éxito del
LOC. 2 (MUJER) Programa de Educación Inicial no escolarizado y asegurar
 su permanencia, si todos ponemos "manos a la obra",
 nuestros niños tendrán la oportunidad de estar mejor
 preparados para ir a la escuela.

**SERIE DE ENTREVISTAS CON PERSONAL OPERATIVO DEL PROGRAMA
:SUPERVISORES DE MÓDULO**

Supervisora: Rosa Ma. El Comité Pro Niñez es un organismo integrado por padres
Bautista/Edo. de de familia, miembros de la comunidad, autoridades
Michoacán locales, comunales, que, nos aportan cierto apoyo a las
 actividades y acciones que realizan , que realizan, lo
 padres dentro del Programa de Educación Inicial.
Supervisora: Eusebia Montoya / Edo. de Chiapas- El
 Comité Pro Niñez está integrado por un, por un presidente,
 un secretario, vocales y miembros de la comunidad que
 quieren participar.

Supervisora Griselda - Se hace una reunión en donde se convoca a todos los
Cruz/Edo. de México miembros de la localidad, para que ahí se determine
quien, este, pueda participar, como, sí, que, quien, quiera
participar, como integrante del Comité.

Supervisora: Sonia - Este se selecciona de acuerdo a la gente que tenga
Ceballos/Edo. de interés, por, la, mejorar la calidad, de la educación de los
México niños, es gente que tiene disponibilidad para, pa' trabajar
dentro del Programa, sobre todo que es voluntario. Y que
tiene que tener interés sobre todo.

Supervisora : María del - Después los citamos a una asamblea, en esa asamblea,
Rosario Pérez/ Edo. de se elige y se integra al Comité Pro Niñez, a través de
Chiapas votaciones.

. Ya que está conformado se levanta un acta constitutiva,
en donde ellos firman, sí. Y además, antes de eso, se les
da a conocer cuales son sus funciones. Cómo van a
participar, para el mejor desarrollo de los niños dentro del
Programa.

CORTINILLA LOGO
SERIE DE IMÁGENES SOBRE LA FORMACIÓN DEL COMITE EN LA
COMUNIDAD.

VOZ EN OFF - La presencia del Comité Pro Niñez es fundamental. Ya
LOC. 1 que se forma por aquellas personas que están
dispuestas a mejorar la situación de los niños de la
comunidad. De manera organizada y voluntaria,
dedicaran su tiempo y esfuerzo, para realizar una serie
de importantes acciones

4.3.6.7 Promocionales del Programa de E. I. para emitirse por T.V.

Metodología

Los promocionales del Programa de educación inicial son parte de su estrategia de difusión, la cual se detallará en páginas más adelante. Los promocionales se elaboraron a la par que los videos, uno en cada año. Su producción técnica corrió a cargo de la misma consultoría del vídeo.

Los promocionales tienen el objetivo de invitar y promover la participación de la población objetivo en el programa; madres y padres con hijos menores de cuatro años o adultos con niños de la misma edad bajo su custodia.

Cabe mencionar que ambos promocionales fueron realizados con ediciones de la misma producción de los videos, lo cual abarata costos, pero sin embargo es difícil de estructurarlos de manera eficaz, ya que los guiones resultan discordantes con las imágenes, puesto que no son imágenes producidas exprofeso para responder al guión forzando la correspondencia entre el mensaje de la imagen y el mensaje del texto, aunque cada promocional responda a los estándares de los anuncios para TV : de 30 segundos con mensajes breves y directos.

“Ahora bien, aquí viene el consejo supremo para una buena redacción: *Elimine los párrafos largos. Use frases directas, concisas, a punto y seguido*”.⁶⁴

“Un buen cuerpo de texto debe contar con las siguientes cualidades : 1. Ser breve; 2. Sustancioso; 3. Ágil; 4. Conciso; 5. Congruente.”⁶⁵

En lo general ambos promocionales cumplen parcialmente estos requisitos, sin embargo los 30 segundos no son suficientes, ya que el texto se lee demasiado rápido para dar los 30 segundos, en el primero la voz es del locutor mismo del vídeo, voz baja y monótona, la cual no logra captar la atención del público, sobre todo si consideramos con que se tiene que competir con los anuncios comerciales de gran producción y de mayor duración.

⁶⁴ Jesús CAMACHO MORELOS. Así se escribe una campaña de publicidad efectiva. Edit. Diana, México, 1993. p.18

⁶⁵ *Ibidem* p. 33

En cuanto a las imágenes, estas son demasiado abundantes para 30 segundos, con muchos cortes, lo que no permite fijar la atención sobre la idea principal del mensaje y a veces no corresponde el texto con la imagen o resulta contradictoria, se promociona un programa no escolarizado y lo que se ve en imágenes corresponde a la educación tradicional.

Se habla de padres y madres de familia, y el 95 por ciento son de madres con sus hijos, la ausencia masculina es evidente, se habla de que el programa es para poblaciones rurales, indígenas y urbano marginadas y lo que más aparece son ambientes rurales semi urbanizados

Al mensaje le falta claridad de lo que ofrece, sólo menciona la participación, pero no dice exactamente en qué y cómo, las imágenes muestran más la idea de que es un programa para mujeres, la paternidad compartida, y la preparación que ofrece el programa a ambos padres para lograrla, se queda en la ambigüedad.

**Guión del promocional para T.V. de educación inicial
emitido a nivel nacional en 1995
Duración: 30 segundos**

VÍDEO	AUDIO
MS Educadora en sesión de grupo CORTE A .	ENTRA MÚSICA, BAJA Y FONDEA
TOMA A Guía de padres FONDEA madre en sesión de trabajo. CORTE A:	LOC. - El programa de educación inicial comenzó en México, hace más de una década.
FS Educadora frente a grupo CORTE A	LOC. - Atendiendo a niños menores de 4 años que viven en comunidades rurales, indígenas y urbano marginadas.
GS Madres caminando con hijos sobre el campo. CORTE A .MS Madre con niños, CORTE A :	
GFS Madres entrando a salón CORTE A: OS Educadora en sesión con padres CORTE A : GS Madres en actividades CORTE A :	LOC.- La Secretaría de Educación Pública, con apoyo del Banco Mundial y UNICEF, ofrece la orientación necesaria para el desarrollo integral de sus hijos.
BCU Madre con bebé. CORTE A GS Padres entrando a salón CORTE A :	LOC. - ¡Participe !
MS Madre columpiando a su hijo CORTE A :	
FS Carreta de caballos con familia. CORTE A :	
Animación de símbolo y logotipo CORTE FINAL	LOC. - Recuerde que los cuatro primeros años de un niño hacen la vida.
	SUBE MÚSICA Y SALE.

El segundo promocional posee características semejantes pero se mejoró en su producción, ahora son dos locutores, hombre y mujer, actuando alternadamente, con voces más potentes y atractivas, una mejor dicción y con menos cortes, lo que hace que las imágenes se fijen mejor en la mente del público.

El mensaje es más claro y directo pero sigue quedando escasa la figura paterna en las imágenes, y aún sigue apareciendo la ambigüedad de lo que ofrece el programa y cómo se participa en él, la única referencia es una guía de padres que aparece en un sólo cuadro en brazos de una madre.

Cabe aclarar que hasta septiembre de 1997, este segundo promocional no ha salido al aire, aunque en las comunidades fue transmitido en videocasetera casera, en función de que aparece en el mismo cassette de capacitación al Comité Pro-Niñez, pero aún no se sabe que efectos ha tenido.

Guión del promocional de la educación inicial para difundirse por T.V. en 1996
Duración : 30 segundos

VÍDEO	AUDIO
CU Madre con hijo en brazos, ZB A MS CORTE A:	ENTRA MÚSICA FONDEA
CU Niña 4 años, coqueteando CORTE A: FS Niño 2 años caminando de frente. CORTE A:	LOC. 1 (MASC) - Los padres de familia son los primeros educadores de sus hijos.
FS Niña 2 años caminando en círculo.	LOC. 2 (FEM) - El Programa de educación inicial, enriquece ésta experiencia.
MS Madre cargando hijo en rebozo con guía de padres en mano. CORTE A:	LOC. 1 - Y los apoya para una mejor formación de los pequeños.
CORTE A · MS Bebé en brazos CORTE A: CU. Niña 4 años CORTE A .	LOC. 2 - Además, los ayuda a mejorar las condiciones de vida de los niños en la comunidad.
MS Madre e hija en columpio. CORTE A: ANIMACIÓN SÍMBOLO Y LOGO.	LOC.1 - <u>Tenemos un lugar para ti.</u> Pregunta por el Programa de educación inicial en los servicios educativos más cercanos a tu localidad. LOC.2 -Los cuatro primeros años hacen la vida. LOC. 1 - Educación inicial. LOC. 2 - Un abrazo completo.
	SUBE MÚSICA Y SALE

C) Material de Audio

4.3.6.8 Radio programas de apoyo a la capacitación y difusión del Programa de Educación Inicial.

Serie "Despierta mi bien despierta"

Número de programas 40 Duración 15 min. c/u

Metodología

La serie de radioprogramas del Programa de educación inicial surgió como un complemento y una alternativa para trabajar con personas analfabetas:

"En comunidades con un gran número de padres analfabetas, se haría más énfasis bajo el proyecto en el uso de material audiovisual y de la radio..."⁶⁶

De acuerdo al mismo proyecto la producción de los radioprogramas tiene propósitos concretos : i) incidir con ellos en la expansión del proyecto; ii) preparar a las comunidades para participar en el proyecto y iii) complementar los contenidos del Programa de educación inicial.

Lo anterior implica también la posibilidad de que el educador pueda utilizar los radioprogramas, en audiocassettes, en las sesiones de trabajo con los padres.

"Produciría series de radioprogramas de promoción y educativos dirigidos a los padres y líderes de la comunidad, para complementar el contenido educativo de las guías y para reforzar y promover la participación de la comunidad con el programa."⁶⁷

Al igual que los demás productos del proyecto los radio programas se hicieron bajo la contratación de consultorías. En el primer año del proyecto se producirían 20 radioprogramas, y al siguiente año otra serie de 20, según lo establecido por el mismo proyecto.

⁶⁶ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte evaluatorio para la... Op. Cit. p. 40. (Negritas nuestras)

⁶⁷ *Ibidem*, p. 31.

A la Unidad coordinadora del proyecto le correspondió definir los temas y revisar los contenidos y tratamiento de los mismos, aquí se estableció un equipo de revisión técnica por la UCP, el cual estuvo integrado por 2 pedagogas, 2 educadoras, 1 psicólogo educativo y el técnico en comunicación educativa.

Cada uno de los miembros del equipo técnico ofrecieron sus puntos de vista, desde sus respectivas áreas de conocimiento, para que la productora orientara de la mejor manera los temas y contenidos puntualizados

Se contrató un consultor para la primera serie: Martha Romo, reconocida productora de Radio Educación a quien se le proporcionó el objetivo de la serie, el público objetivo y los temas a desarrollar, se le enfatizó el objetivo : proporcionar información al oyente sobre el cuidado y educación de los niños menores de cuatro años, para mejorar sus prácticas de crianza y educación de sus hijos.

Los temas fueron: Embarazo, Nacimiento, Celebraciones, Amamantamiento, Higiene, Sentimientos que rodean al niño, Arrullos y cantos, Juegos y rondas, Maltrato y violencia doméstica, Los sentidos, Accidentes, Tocar y hablar al bebé, Sentimientos, berrinches y llantos, Planificación familiar, El placer, Nutrición, El cuerpo, Medio ambiente, Valores y futuro, Educación, Alimentación (lactancia y ablactación), Dentición y Socialización.

La productora definió y propuso el nombre de la serie: "Despierta mi bien despierta", frase de la conocida canción popular "Las Mañanitas", dicha frase inmediatamente permite hacer referencia al deseo de hacer "despertar" y procurar un desarrollo libre y sano en el niño.

Estructura de la Serie

Cada uno de los programas tendría una duración de 15 minutos. La historia principal giraría en torno a un padre y su "aventura" de participar en la crianza y desarrollo de su hija. Cada programa partiría de una anécdota que daría pie al tema central.

Se consideró que la estructura convendría basarla en un monólogo del padre, el cual platicaría con el oyente sus reflexiones y anécdotas respecto a la "aventura" de ser padre.

Con ello se pretendía que una voz firme masculina, tuviese más impacto sobre un público eminentemente femenino, pero que a su vez al escucha masculino, le permitiera identificarse con una persona de su sexo y con ello motivarse a participar en el cuidado y crianza de los niños, padre comúnmente ausente en estos menesteres.

La idea gusto y se aceptó, las narraciones serían acompañadas con cortes de música y canciones ad hoc al tema y momento de reflexión sobre ciertos aspectos de cada temática. Cada programa tiene de 13 a 15 cortes. La narración entre corte y corte dura de 45 a 70 segundos. Lo cual asegura cierta continuidad, permitiendo el corte musical abrir un espacio de reflexión en el oyente.

El lenguaje tendría que ser lo bastante sencillo y ameno para que cualquier radio escucha pudiese entender los conceptos centrales de la temática y disfrutara cada radioprograma, de ahí también que el tratamiento fuese de lo serio a lo jocoso, pretendiendo asemejarla a las tradicionales radionovelas pero sin dramas tan fuera de la realidad de los oyentes y utilizando códigos suficientemente familiares para el receptor.

"La comunicación en radio tiene que ser real y posible. De nada sirve emitir un mensaje si lo hacemos con códigos desconocidos para el oyente".⁶⁸

Como se mencionó, los radioprogramas conforman una serie, pero sin embargo didácticamente se pensaron de tal manera que cada uno de ellos pudiese trabajarse de manera independiente para el caso de las sesiones con los padres, puesto que si bien la serie tiene una anécdota de inicio, el embarazo, de la esposa del narrador, cada tema puede tratarse de manera independiente ya que puede partirse de la misma experiencia de los padres, y además porque una parte de la temática del momento en el desarrollo del programa de educación inicial no de la serie radiofónica.

La serie posee una unidad, pero también cada programa conserva su independencia. La versatilidad de su uso la otorga la capacidad y creatividad de cada promotor educativo, previa capacitación.

En este sentido se intentó que cada radioprograma fuese revisado técnicamente por el equipo interdisciplinario para asegurar su veracidad informativa, su calidad en el tratamiento temático y su posibilidad didáctica, puede decirse que toda la serie cumple estos aspectos.

Sin embargo al ser escuchada la serie en su conjunto, el formato se parece en mucho a los radioprogramas de radio educación, un formato ajeno a las comunidades y resulta monótono el hecho de escuchar una sola voz, la del narrador, y los cortes musicales no son siempre afortunados, pues contribuyen a la misma monotonía, y en muchos casos resultan poco familiares para las comunidades donde opera el programa, en particular la música clásica o instrumental.

⁶⁸ Miguel A. ORTÍZ y MARCHAMALO J. Técnicas de comunicación en radio. La realización radiofónica. Edit. Paidós, Barcelona, España, 1994, p. 30.

Parece entonces que este modelo no resulta el idóneo, ante un público bombardeado la radiodifusión comercial de los gritos de locutores y de la música efímera extremadamente cambiante y con un ritmo sumamente acelerado en los formatos actuales.

Existe también un desequilibrio en el ritmo de las narraciones, en unos programas se siente mayor entusiasmo del locutor que en otros, es decir, la actuación resulta desequilibrada, lo cual hace que el oyente pierda el interés en ciertos pasajes o en ciertos temas, la música resulta con altibajos: lenta, suave y popular antigua, contrastada con música clásica.

“El ritmo se define ya desde el guión, previendo la adecuada proporción de pausas, cortes momentos de interés entre los bloques. Esta continuidad puede ser progresiva e ir ganando en intensidad a lo largo del espacio, o bien de ruptura, en la que el ritmo se crea alternando fases de intensidad y de transición”⁶⁹

Este aspecto técnico anotado no se cumple satisfactoriamente.

**GUIÓN DEL RADIO PROGRAMA No. 1 “EMBARAZO”
SERIE: “DESPIERTA MI BIEN DESPIERTA”
PROGRAMA DE EDUCACIÓN INICIAL
SEP-CONAFE**

OP ENTRA MÚSICA PIANO “LAS MAÑANITAS” SE MANTIENE, FONDEA, BAJA SE MANTIENE

LOC RETOMA Despierta mi bien, despierta, laira, laira-ri-ra, humm, humm, humm, la luna ya se ,me-tió

OP. EFECTO RISAS BEBÉ, BAJA, SALE MÚSICA.

LOC Durante casi nueve meses acompañé a mi mujer en una aventura: la aventura de su embarazo. Desde entonces comencé a aprender a ser padre.

OP ENTRAN CANTOS 10 “ , BAJA, SALE.

LOC ¿Deveras estará embarazada?, me preguntaba yo. Increíble al principio, ante la ausencia de signos que se me hicieran evidentes. ¿Deveras estaré esperando bebé, se preguntaba ella, que deseaba casi con desesperación que su embarazo comenzará a notársele. Algunas mañanas despertaba sin hambre, tal vez tenía algo de náuseas, y por las noches parecía más cansada que de costumbre, así que dormía como angelito. también noté que había desarrollado el gusto por acurrucarse entre mis brazos, como si necesitara mucho cariño y más apapachos. Hum, hum, se dejaba consentir, como una niña, pero..., tener un bebé, me parecía tan lejano, tan increíble.

⁶⁹ Ibídem, p 87

OP. ENTRA MÚSICA PIANO SE MANTIENE 15 " , BAJA, SALE.

LOC. Un día Los dos frente al espejo, nos miramos, y le dije. Oye, no tenemos cara de papás, je, je, je, ella sonrió. ¿Cómo es una cara de papá? Yo me pinté un bigote de rimel, aplasté lo que pude mi cabellera y le pregunté ¿Así? Y luego hicimos el amor.

OP. ENTRA MÚSICA ACORDEÓN, TANGO, 15 " BAJA, SALE.

LOC Las semanas pasaron rápido. Su cintura desapareció. Su panza comenzó a crecer. La acompañaba al doctor. Y oímos el corazón del bebé. Sí, ahí crecía un nuevo ser. Yo me lo imaginé flotando en el agua, dentro del nido cálido y tranquilo que la naturaleza con cuerpo de mujer había construido para el o ella.

OP. ENTRA MÚSICA MEDIEVAL 10 " , BAJA, SALE.

LOC. Una noche mi mujer me platicó, que ella hablaba con el fruto que crecía en su vientre. Je, je, je. Yo me reí divertido. Ella se ofendió un poco, pero, pues, para contentarla, más que nada, coloqué mi oreja sobre su panza y traté de escuchar algún blur, blur, blur, blur o de sentir alguna patadita, pero pues, nada, yo creo que estaba aun muy pequeño

OP. ENTRA MÚSICA PIANO, "CACHITO MÍO" 15 " , BAJA, SALE.

LOC. La gente nos preguntaba . ¿y qué quieren que sea, he? ¿Niño o niña? hacían apuestas, intentaban adivinar por la forma que iba tomando el vientre de mi mujer, y nosotros, mi mujer y yo, en realidad, pues..., queríamos un bebé, un hijo no importaba si niño o niña, así que hicimos un pacto; lo vamos a tratar igual, quererlo de la misma manera. Darle las mismas oportunidades , fuera del sexo que fuera. Le enseñaría a jugar fútbol Me acompañaría algún día de trabajo, hubiera nacido hombre o mujer. Porque todas las personas , tenemos el derecho a ser tratados igual, independientemente de nuestro sexo o condición social.

Podemos asegurar que su uso didáctico puede ser interesante y efectivo si se sabe usar complementándolo con los demás materiales didácticos del Programa de educación inicial en las sesiones de los promotores con los padres. Pero radiofónicamente a la serie le es difícil de sostener la atención del oyente y puede decirse que no cumple su objetivo, puesto que posee las características "clásicas" de un material educativo de elaboración tradicional: monótono y aburrido.

SEGUNDA PARTE DE SERIE RADIOFÓNICA

En la producción de la segunda parte de la serie radiofónica, 20 radioprogramas más, se trataron de cambiar algunos aspectos tratando de hacerla más dinámica y fresca.

Nuevamente se contrató una consultoría, ahora el productor fue el grupo de música infantil "Cántaro". La metodología ahora incluyó la participación de un grupo de gente operativa del Programa de los estados del proyecto: técnicos de comunicación, coordinadores de zona y supervisores de módulo, la idea era el que ellos aportaran sus experiencias y comentarios en torno a la anterior producción y propusieran en qué podría mejorarse la siguiente producción.

Los señalamientos versaron en relación al formato, destacaron la monotonía, al usar un sólo locutor-narrador, algunas palabras no correspondían al contexto de las comunidades indígenas y rurales marginadas, la música y canciones elegidas no siempre correspondían al contexto; música de rock, clásica, y popular añeja, en algunos temas se dijo que la gente no estaba acostumbrada a escuchar temas tan difíciles como, amamantamiento, el placer, planificación familiar, valores y futuro, sugiriendo que se tocaran con mayor tacto. Se mencionó la necesidad de meter una mejor ambientación, ya que la primera serie se escuchaba un tanto plana.

Considerados estos puntos la consultoría procedió a hacerla su propuesta bajo la revisión y aprobación técnica de la UCP. Los temas de la misma forma que en la serie anterior fueron definidos por la unidad coordinadora, los cuales son: Alimentación (lactancia y ablactación); Dentición; Socialización; Prevención de accidentes; Formación del lazo afectivo; Gateo y primeros pasos; Derechos de los niños; Formación de hábitos higiénicos; Control de esfínteres; Primeros límites; Cooperación en la familia y en la comunidad; Cuidado y preservación del medio ambiente; Lenguaje; Nociones matemáticas; Nociones de espacio; La cotidianidad como inicio de la noción temporal; Los cuentos y las rimas como iniciación a la literatura; Las cuestiones musicales, un elemento fundamental para el desarrollo integral; Motricidad fina desde los primeros años; y Enfermedades más comunes en los niños.

La segunda parte de la serie conserva los mismos propósitos y objetivos que la primera. El nombre de la misma proseguiría igual. Los cambios se basarían fundamentalmente : en el cambio del monólogo, hacia una dramatización de tres personajes centrales: Padre, Madre e hija. quienes ahora sí se identificarían, Padre : Antonio, Mamá: Rocío y Hija (4 años) Margarita. Eventualmente aparecerían los abuelos, amigos y gente de la comunidad.

La estructura narrativa se conservaría, es decir, habría cortes musicales que diesen pauta para la reflexión del oyente, y para trabajar ciertos puntos en las sesiones con los padres, sólo que los cortes musicales serían más dinámicos y con música contemporánea.

Se incluirían mayor número de efectos y el lenguaje trataría de ser más sencillo, además la historia se desarrollaría en un ambiente rural.

Con todos estos elementos el Grupo Cántaro presentó sus propuestas de guión. La UCP estuvo más cercana en el desarrollo de los trabajos.

Cántaro evidenció su falta de experiencia en el desarrollo de programas radiofónicos y en lo particular de educación para adultos, los guiones estaban estructurados como cuentos para niños, con música predominantemente infantil (Cri-Cri y Cántaro), las tramas y sus anécdotas eran demasiado simples, las temáticas centrales les faltaba información especializada y profundidad, se les convino a buscarse un asesor pedagógico y un especialista en temáticas sobre el desarrollo del niño.

En la parte técnica la producción era muy pobre, los locutores eran los mismos miembros del grupo, sus voces resultaban fingidas, faltas de naturalidad, de dicción, la voz de la hija, era evidente que era la imitación de una voz de niña por un adulto, las voces de los padres resultaban demasiado urbanizadas, clase media urbana, y no concordaban con el ambiente campirano que se había establecido. En resumen resultaba un producto demasiado estereotipado.

"...es necesario partir del público o de los sujetos, nos referimos no sólo a sus carencias y posibilidades materiales e históricas, sino también a sus gustos, placeres, a sus simbologías, a su mundo subjetivo e íntimo, a sus experiencias, a sus opiniones y lógicas de actuación y comportamiento".⁷⁰

"La propuesta educativa desde lo masivo tiene que aprender a dialogar con los sentimientos, sueños, deseos, frustraciones, con la alegría, el humor, lo festivo y la tristeza. Dimensiones de la que está hecha la vida misma del sujeto popular".⁷¹

Estos principios señalados por Ampuero están completamente ausentes en la propuesta desarrollada por Cántaro.

⁷⁰ Javier AMPUERO et. al. Op. Cit. p. 70.

⁷¹ Ibidem, p. 62.

Parte de un guión desarrollado por el grupo "Cántaro"

DESPIERTA MI BIEN DESPIERTA
PROGRAMA 34 :
"NOCIONES MATEMÁTICAS"

ANTONIO - Ayer fue un día de mercado y toda la familia nos fuimos a merca; Rocío, mi mujer, mis dos hijos, Pablo y Margarita y Yo. Cuando salimos todos, la pasamos muy bien, casi siempre vamos platicando y platicando y los niños nos escuchan muy atentos. margarita que ya tiene cuatro años, nos pregunta de todo lo va viendo en el camino o de lo que vamos platicando.

MARGARITA - ¡Papá, ese camión por qué lleva tantas cajas de fruta?

ANTONIO - Porque las van a vender al mercado.

MARGARITA - ¿Qué fruta lleva?

ANTONIO - Mmm. me parece que lleva plátanos, melones, sandías, tunas y creo que también mangos.

MARGARITA - ¿Vamos a comprar fruta?

ANTONIO -Sí, vamos a comprar un poco de fruta. Pero..., que te parece si esperamos que lleguemos al mercado. ¡caray! Los niños a veces no paran de hacer preguntas, pero hay que tenerles paciencia y contestarles de manera sencilla de acuerdo a su edad.

ANTONIO -Llegando al mercado Rocío decía, vamos primero a las verduras, luego a donde venden las semillas, a las carnes y luego a donde venden trastes para la casa. Margarita estaba sorprendida pues sin querer se daba cuenta que todo en el mercado estaba clasificado, es decir ordenado por grupos. alimentos o cosas.

Luego se quedaba asombrada, como que no entendía muy bien de lo que se hablaba cuando rocío o yo, preguntábamos: ¿Cuánto el kilo de esto? ¿Cuánto el kilo de aquello? Deme cinco pesos de frijol, 6 pesos de arroz, medio kilo de tomates, 3 papás, 2 cebollas, y que ¿cuánto suma todo? ¡Uf! tantos números y cuentas. y pues, es que eso de los números y las cuentas, si para uno a veces es difícil, pues para los niños pequeños más.

Para que los niños vayan entendiendo eso de los números, de las cuentas o medidas, tienen que aprenderlo poco a poco, de acuerdo a su edad y manera de razonar o pensar. En casa o en cualquier actividad de la vida diaria podemos ayudarles a que vayan comprendiendo estas cosas. Ya sé, ya sé, me van a decir ; "eso de los números o las matemáticas, es bien difícil, eso que se lo enseñen en la escuela primaria".

¡Pero no! No es tan difícil. Los niños desde los 2 años y medio, ya van teniendo claridad para empezar a razonar. Lo primero que pueden ir diferenciando son, formas, tamaños, grande pequeño o grueso-delgado. Así podrán juntar a los tres años todas las cosas grandes, separadas de las chiquitas o pequeñas, esto se llama agrupar, también se les puede enseñar a ordenar de grande a pequeño o al revés, de pequeño a grande y lo podemos hacer con palitos, varas de árbol o los utensilios de la casa.

Como se puede notar, nuevamente se cae en el monólogo, el discurso es muy largo para por fin entrar al tema central, las matemáticas en los niños, el tratamiento está muy simplificado y casi toda la información se concentra hasta el quinto párrafo de la intervención de Antonio.

El guión carece de ciertos señalamientos técnicos, por ejemplo, no se señalan los cortes musicales, lo cual fue un problema para su revisión técnico didáctica, ya que hasta que hacían la grabación en "demo", se conocían cuáles eran dichos cortes, y entonces se le hacían los señalamientos para cambiar música, pero también contenidos del guión lo cual implicaba un doble o triple trabajo, para ambas partes.

La dificultad fue tal que dicha consultoría estaba contratada para entregar los productos en 3 meses y ocupó 10 meses. Y todavía se tenía que esperar los procesos institucionales de autorización para su reproducción lo que hasta mayo del 97 no sucedía lo de su autorización, por lo que su uso hasta septiembre del mismo año aun no tenía lugar.

Si bien los radioprogramas pueden ser una alternativa pedagógica no es posible lograr una adecuada efectividad si los que los producen no tienen un conocimiento suficiente tanto del medio y de lo que son los procesos comunicacionales; así como tampoco de los aspectos pedagógicos; pero no se lograrán, sobre todo, cuando se desconoce la realidad de quiénes son los auténticos perceptores (padres de familia y miembros de la comunidad del programa) y cuáles son sus marcos de referencia y sus códigos.

"No se puede elaborar un mensaje a partir de una auto evaluación arbitraria, hecha desde los libros de pedagogía o desde algún cubículo en la universidad. Hay que evaluar desde el mismo perceptor, y no sólo por lo que es sino, fundamentalmente, por lo que potencialmente puede ser".⁷²

En el caso del diseño y producción de los materiales del Programa de educación inicial enfatizaríamos la necesidad de ampliar el estudio de los procesos comunicacionales, para obtener mejores productos, con este apunte de Ampuero:

"...nos será difícil llegar al oyente, si nuestra palabra no se liga con el mundo subjetivo de la gente, con el lado más humano del oyente. Es necesario, por lo tanto, seguir afirmando la necesidad de acercarnos mucho más a la vida real de los oyentes, para percibir y reconocer sus deseos comunicativos, sus conflictos afectivos, sus tensiones familiares, sus formas de sociabilidad y sus modos cotidianos de enfrentar la realidad."⁷³

⁷² Daniel PRIETO CASTILLO. Discurso Autoritario y... Op. Cit. p. 69.

⁷³ Javier AMPUERO, et. al. Op. Cit. p. 47

Los radioprogramas didácticos de la serie :
“Despierta mi bien despierta” del Programa de educación inicial, quedaron
contenidos en 10 audiocassettes para facilitar su emisión en las sesiones con
padres



4.3.6.9 Promocionales de Radio (2 Cuñas de 30" clu)

Metodología

Los promocionales de radio es un material exprofeso de la extrategia de difusión como se ha mencionado anteriormente, básicamente se trabajaron las ideas en función de la campaña inicial de promoción bajo el proyecto en tanto que el uso de la radio se usaba por primera vez para la educación inicial.

Sin embargo sólo se produjeron 2 promocionales, uno por cada ciclo operativo. La consultoría de María Eugenia Llamas fue la encargada de la producción técnica, el guión para el primer ciclo operativo se elaboró en el área de materiales educativos,

y como técnico en comunicación se me encomendó dicha tarea, se analizó la información mínima del mensaje y se ajustó el contenido a los 30 segundos preestablecidos.

El mensaje que se trabajó fue la necesidad de conocer más sobre los hijos, y se decía que ello puede lograrse a través del programa de educación inicial, esto se hizo mediante una interrogante, buscando crear expectativas y llamar la atención de los padres para acercarse al programa.

El guión de este primer promocional quedó de la siguiente forma :

LOCUTOR 1 (VOZ MUJER)	- ¿Por qué es importante que los padres con niños menores de 4 años participemos en el programa de Educación Inicial?
LOCUTOR 2 (VOZ HOMBRE)	- Porque los padres al intercambiar nuestras experiencias aprendemos más sobre el crecimiento , salud, educación y cuidado de nuestros hijos.
LOCUTOR 1	- Para promover el desarrollo integral de nuestros hijos desde el principio.
LOCUTOR 2	- ¡Participa en el Programa de Educación Inicial!
LOCUTOR 1	- Secretaría de Educación Pública
LOCUTOR 2	- CONAFE

El guión para el promocional del segundo ciclo operativo fue el mismo que se utilizó en la televisión (ver pág. 123), la Idea principal era que tanto en televisión como en radio se escuchara el mismo mensaje y de esta manera se reiterara por uno o por otro medio dicho mensaje, sólo que en este caso no se realizó la producción para radio por la consultoría de Ma. V. Llamas sino por la del grupo Cántaro quien era el responsable de la producción radiofónica.

4.3.7 Material Promocional de uso personal

4.3.7.1 Maletín, Gorra, Banderín, Botón, Bolígrafo Metodología

Otro material promocional que se diseñó para difundir la imagen institucional del Programa, fue una serie de objetos de uso personal, conformado por un paquete de ; Maletín, gorra, banderín, botón y bolígrafo, cada pieza con la impresión del símbolo y logotipo del programa.

La metodología de diseño no fue tan exhaustiva ya que la mayoría son productos comunes en la publicidad actual aquí, como técnico en comunicación , me tocó hacer los bocetos de los objetos, señalar los lugares más convenientes para colocar el logotipo y símbolo de educación inicial, seleccionar los colores, materiales y medidas.

Se eligió primordialmente el color blanco, porque simbólicamente representa una intención clara y desinteresada de ayudar a las familias participantes del programa, y porque ese color se asocia con la inocencia de los pequeños, por otro lado el blanco resulto un color que soporta muy bien al logotipo y símbolo de educación inicial haciendo destacar y hacer la asociación antes mencionada.

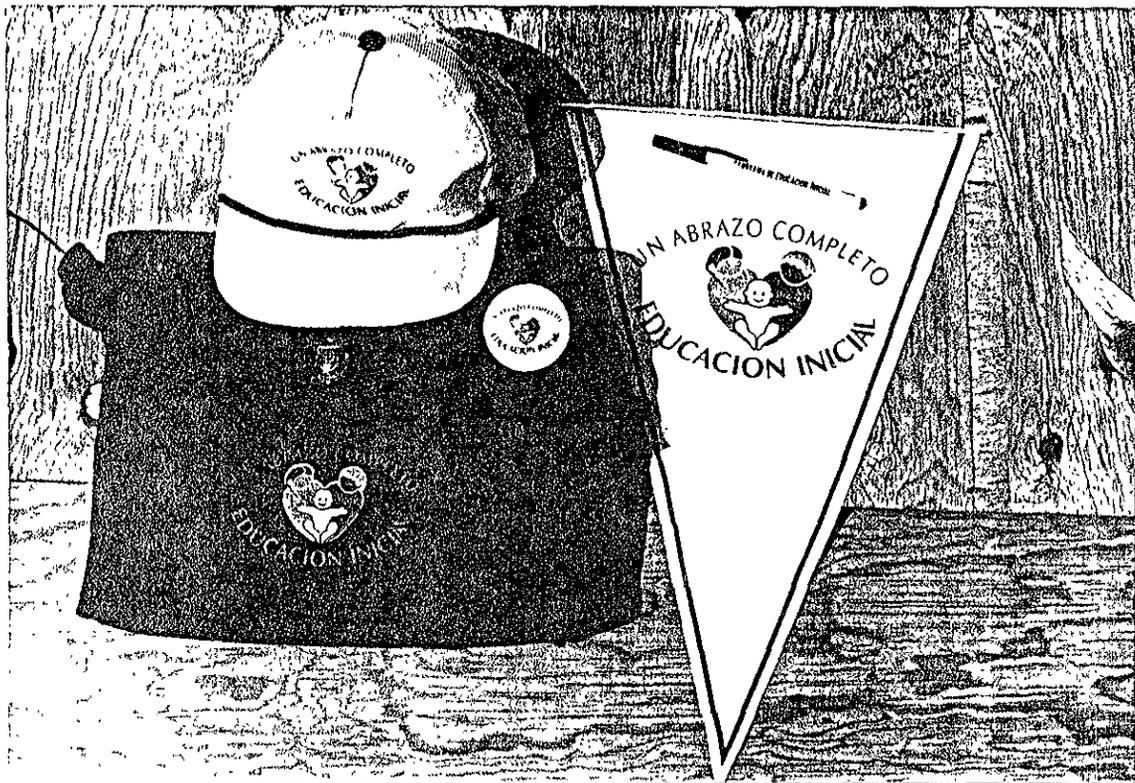
De esta manera los productos finales quedaron de la siguiente forma :

- El maletín esta diseñado con una capacidad mínima para contener los documentos básicos del programa y un cuaderno, el material es de polivinyl, en color negro con una cinta para colgarse al hombro, al frente luce el símbolo y logotipo de educación inicial.
- La gorra es de un material sencillo, poliéster, en color blanco,, en la parte frontal lleva el logo.
- El banderín es de vinyl, diseñado en forma triangular, en medidas de 30 cm de base por 50 cm de lado, en color blanco, sirve para señalar los lugares donde se llevan a cabo actividades de educación inicial: sesiones de trabajo con padres, exposiciones, lugares de información etc.
- Botón metálico, en color blanco, plastificado, en forma circular de 5 cm de radio, posee un alfiler para insertarse en la prenda de vestir.
- Bolígrafo, en color blanco sin resorte con la leyenda "Educación inicial".

Este material se distribuye a cada una de las figuras operativas; coordinadores, supervisores y promotores educativos, ocasionalmente botones y bolígrafos sirven como presentes para promocionar el programa entre autoridades.

La idea es que los agentes al portar estos objetos y en su andar por las comunidades publiciten la imagen institucional del programa y así la gente de la comunidad los vaya identificando y asociando al programa con dicha imagen.

Objetos promocionales de uso personal del Programa E.I.



4.4 Capacitación y Asesoría Comunicacional de los Agentes Educativos.

La capacitación del personal operativo del Programa de Educación inicial es base fundamental para el desarrollo efectivo del programa corresponde y se establece en todos los niveles; desde los padres de familia hasta el personal técnico y directivo del proyecto.

“El proyecto prepararía , a todos los niveles, los recursos humanos necesarios para dirigir, intervenir y llevar a cabo los servicios del proyecto”.⁷⁴

El objetivo de la capacitación es mejorar el nivel de desempeño de todo el personal involucrado en el proyecto, dicha capacitación se hará de manera continua durante el tiempo que dure el proyecto.

La forma en que se establecen los procesos de capacitación se estructuran sobre un sistema sucesivo: el personal profesional del área central, junto con el personal estatal, capacita a los coordinadores de zona y supervisores de módulo, los que a su vez capacitan a los miembros del Comité Pro Niñez y promotores educativos, y estos últimos, los promotores, capacitan a los padres.

Para el personal de alta dirección y los profesionales técnicos del área central y estatal, corresponden programas de capacitación externos, formales y no formales, que permitan la formación de cuadros de alto nivel profesional. Tales programas correrían a cargo de instituciones de nivel profesional de amplio reconocimiento en las distintas áreas de: dirección, planeación, administración, pedagógica, psicología educativa, desarrollo del niño y comunicación.

De acuerdo al Proyecto, todo el personal estaría suficientemente preparado al través de ésta capacitación continua que se daría al través del tiempo de duración del mismo.

El Componente o Área de Desarrollo de Recursos Humanos es quien se hace cargo de llevar a cabo toda esta estrategia de capacitación, pero de acuerdo con lo establecido en el proyecto, lo hace mediante la contratación de consultores especialistas en capacitación.

Lo interesante de este sistema de capacitación es que el personal de las áreas central y estatales al recibir los cursos especializados, los reproducirían hacia “abajo”, es decir, a manera de cadena, hacia las otras figuras, las que operan propiamente el programa en las comunidades.

⁷⁴ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA . Reporte Evaluatorio para la... Op. Cit. p. 31.

Así, la preparación de los recursos se multiplicaría de manera económica.

Para el Área de Desarrollo de Materiales Educativos y Comunicación también resulta sumamente importante la capacitación, ya que de ella depende en buena medida el que las acciones de operación técnica, pedagógica y de comunicación, con los materiales educativos y la realización de la estrategia de difusión, se lleven a cabo de forma adecuada y efectiva.

El proyecto es claro en sus propósitos al establecer esta necesidad :

“Proveer de ayuda a los especialistas en comunicación para el manejo y perfeccionamiento del programa”.⁷⁵

“Capacitar a especialistas en comunicación en las unidades central y estatales de educación inicial.”⁷⁶

Las formas de la capacitación se establecían en tres niveles: talleres, cursos de especialización y posgrados.

La capacitación sin embargo ha tenido diversos avatares, ha habido una serie de dificultades para encontrar a los capacitadores adecuados, en cuanto a su especialización, experiencia y su afinidad con las acciones y contextos del Programa, amen de las dificultades burocráticas para su contratación.

4.4.1 Primeras Acciones de Capacitación en el Área de Comunicación

Para el primer ciclo operativo, los técnicos en comunicación de los estados tuvieron que enfrentar la capacitación tan sólo con una serie de orientaciones dadas por el área central pero desde el área de formación de recursos humanos, ello por ser el área correspondiente para supervisar las propuestas de capacitación.

La situación fue que los contenidos, no cumplían con las expectativas del personal operativo, coordinadores de zona y supervisores de módulo, quienes recibían una capacitación de 40 horas, divididas en dos semanas, en donde se ven aspectos del Programa de educación inicial y su operación, el desarrollo del niño, el trabajo comunitario, técnicas pedagógicas, taller de elaboración de juguetes, uso del

⁷⁵ Ibidem, Anexo 15

⁷⁶ Idem

material educativo elaborado por el proyecto y muy brevemente, la estrategia y acciones para la difusión del programa, así del cómo elaborar materiales de difusión: carteles uso de medios locales; perifoneo con altavoces móviles, pinta de paredes, periódicos murales, elaboración de mantas, entre otros.

El área de materiales educativos y comunicación tenía la función del monitoreo de las actividades de capacitación en lo correspondiente a la comunicación, pero el escaso número de personal del área no permitía cubrir todos los estados del proyecto, así que la supervisión y orientaciones en las capacitaciones se dio solo en algunos estados.

De lo que se observaba es que a la comunicación ,y a la misma estrategia de difusión, se le daba poco tiempo y escasa relevancia, los conceptos de comunicación no eran los que sustentaban la estrategia de difusión y mucho menos la había sustentado la elaboración de los materiales, los esquemas y conceptos de la comunicación dominantes eran los que manejaban y difundían los técnicos de comunicación estatales, reduciéndose su paradigma explicativo a: Emisor-mensaje-receptor e interferencias en la comunicación "ruido".

Los conceptos de contexto, marco referencial, códigos, comunicación horizontal, dialógica, perceptor, etc. estaban completamente ausentes de sus contenidos.

Ello también sucedía porque el área central no tenía por escrito un marco teórico completamente definido y por escrito, que sustentara el trabajo del área de comunicación y por otro lado porque se había dado por supuesto que los técnicos en comunicación de los estados por su misma formación podrían sustentar su propio trabajo y acciones de difusión lo cual resultó poco exacto.

Por otro lado, a los técnicos en comunicación les faltaba manejo para instruir al personal operativo sobre los temas de comunicación puesto que se notaban sus carencias de formación profesional académica.

En el segundo momento de la capacitación, los coordinadores de zona y supervisores de módulo debían capacitar a los promotores educativos en términos de la tercera etapa de difusión, la correspondiente al mantenimiento y referida a la extensión de los contenidos del programa hacia la comunidad en general. la situación es que esta capacitación repetía los esquemas de la anterior y aun con mayores deficiencias ya que coordinadores y supervisores no tienen la formación en comunicación ya que no es necesaria en su perfil para ocupar dicho puesto.

Los supervisores al no entender la estrategia de difusión no la podían explicar a los promotores educativos de manera adecuada, los materiales para la difusión que se elaboraron en el área central no se explicaban suficientemente, en relación a cuál era su sentido y cómo establecer estrategias para logra su impacto entre la comunidad, sólo entregaban el paquete al final del curso del promotor, el cual duraba también 40 horas pero tan sólo se daban 4 horas para el tema de la difusión.

En lo correspondiente a la elaboración de materiales para la difusión, carteles, se repetían los mismos esquemas y no se daban ninguna técnica fuera de lo tradicional del cómo elaborar un cartel. El trabajo consistía entonces, en la simple elaboración de un cartel, resultado, carteles descontextualizados semiótica y socioculturalmente, textos largos, con letras muy pequeñas, imágenes descontextualizadas las que correspondían a la ciudad, a la clase media, y a familias primordialmente blancas, la ausencia del padre en los mensajes casi siempre ocurría.

Todos estos detalles resaltarían en la ejecución de acciones de la estrategia de difusión, y la difusión se haría sobre la intuición y necesidades que la propia realidad imponía, de ahí que muchos supervisores y coordinadores por iniciativa y creatividad, con el apoyo de los promotores, hacían una difusión de una u otra forma y de acuerdo a su entender.

Ante tal situación en el siguiente ciclo operativo se procuró dar una capacitación particular para los técnicos de comunicación estatales y del área central. Para ello se contrató los servicios de la Universidad de las Américas, quien se encargaría además de la capacitación de todo el personal del proyecto.

La propuesta de la U. de las Américas para el área de comunicación de principio no correspondía con lo que necesitaba el proyecto, su propuesta fue más cercana a la comunicación organizacional y al trabajo publicitario, cuando lo que se requería era hablar de la comunicación comunitaria, una sustentación teórica y elementos técnicos para diseñar estrategias de difusión de manera efectiva considerando el programa de educación inicial, sus perceptores y contextos.

Por razones de premura de tiempos el taller tuvo lugar, el resultado es que la institución mencionada no cumplió con las expectativas, se manejaron los mismos temas tradicionales de la comunicación, bajo los paradigmas dominantes y con una orientación ajena a las necesidades del proyecto.

En tal ocasión hubo oportunidad para intercambiar experiencias en el trabajo de la difusión de los estados, lo cual enriqueció a los participantes, pero en la mayoría de los casos se quedó en el anecdotario, las experiencias no se sistematizaron por escrito, no hubo discusión teórica ni cuestionadora sobre los paradigmas dominantes, en concreto, la capacitación no tuvo la suficiente consistencia para efectuar posteriormente un trabajo con mayor y mejor consistencia.

Una estrategia emergente fue el que la misma área de materiales educativos trazara y llevara a cabo una línea de capacitación, pero ello no se autorizaba por no ser función del área, en última instancia se elaboró una propuesta para que el técnico en comunicación del área central, apoyará a uno de los estados en su capacitación a supervisores y coordinadores, y a partir de allí se afinará la misma y se propusiera para realizarse en los otros estados.

Mi propuesta era que por principio se tenían que abordar los conceptos de la comunicación desde otra perspectiva a la que se había venido manejando, partiendo de una reflexión y concluyendo en acciones concretas, la propuesta consistió en lo siguiente:

Objetivo: Adquirir los elementos teórico prácticos que permitan a coordinadores de zona y supervisores de módulo reflexionar y diseñar una estrategia regional efectiva para el Programa de educación inicial.

CONTENIDOS:

I. La Comunicación desde la perspectiva dialógica.

1. El paradigma Emisor- Receptor, versus, Emisor-Perceptor- Emisor
2. La comunicación como diálogo

II. La comunicación educativa

1. El proceso de enseñanza aprendizaje
2. La relación educador -educando
3. La educación en los medios, los medios para la educación

III. Comunicación y desarrollo comunitario

1. ¿Cómo se comunica la comunidad?
2. Educación-comunicación y desarrollo comunitario

IV. La estrategia de difusión de la UPC y su correlación con las acciones de difusión a nivel estatal.

V. Diseño de estrategias de comunicación y difusión comunitaria

1. Elementos para el diseño de una estrategia de comunicación y difusión
 - 1.1 Diagnóstico comunicacional
 - 1.2 Objetivo(s)
 - 1.3 Definición de niveles y alcances
 - 1.4 Elaboración de mensajes (plataforma de redacción)
 - 1.5 Selección de medios (ventajas y desventajas)
 - 1.6 Programación de acciones y ejecución de la estrategia
 - 1.7 Seguimiento y evaluación

La capacitación se efectuó en la modalidad de taller, pensando en que era para no especialista y en donde no era posible ni necesario profundizar en las temáticas y sobre todo que eran sólo cuatro horas, por grupo, para todo el taller.

El trabajo resultó un tanto difícil puesto que los participantes traen los esquemas de comunicación tradicionales muy fijos, y tampoco les interesa profundizar en estos asuntos pues ellos mismos siguen pensando la difusión como algo colateral del Programa, y todo se reduce en elaborar productos manuales en donde figure el símbolo y logotipo de educación inicial, pero el sentido y carácter de comunicación extensiva de los beneficios del programa a la comunidad, queda rezagado por el interés de cumplir con las cuarenta sesiones de trabajo con los padres y las entregas de formularios burocráticos.

La propuesta inicial de multiplicar este curso se quedó sólo en promesa, puesto que fue la única participación directa del área en acciones de capacitación y no se ha vuelto a retomar, ello entre falta de personal y en otros casos por razones burocráticas de delegación de funciones.

Luego entonces el trabajo como técnico en comunicación de proyecto, en cuanto a la capacitación, se quedó en un "orientador a distancia" para los técnicos en comunicación estatales, los cuales envían sus propuestas y productos al área de materiales educativos y comunicación, y se les responde vía telefónica o se les envía por escrito a través de "notas técnicas" vía fax, la posibilidad de intercambio personal se da de manera remota o periódicamente en reuniones semestrales, por lo que el trabajo de comunicación desde el área central hacia abajo se queda sesgado.

La situación es que la capacitación no ha resuelto los problemas básicos para homogeneizar bases y marcos teóricos sobre la comunicación, no ha podido enriquecer con herramientas técnicas suficientes a los técnicos y personal operativo para el quehacer que demanda el trabajo de comunicación en el proyecto, la difusión entonces se sigue haciendo más por la voluntad, inquietud, necesidad, y oportunidad de acceso a los medios para algunos, pero en lo real es que tales carencias repercuten en el Programa.

Cabe mencionar que el proyecto contempla actualización profesional y cursos de posgrado para el personal técnico sólo que estos no se han podido realizar por falta de una estrategia adecuada para la planeación de la capacitación, por razones de tiempo, ya que ninguna institución ofrece en ese nivel cursos de "medio tiempo", ya que en este sentido el personal no puede dejar sus labores cotidianas para su superación profesional, por otra parte son pocas las instituciones de nivel superior en el país las que pueden ofrecer estudios de posgrado de acuerdo a las necesidades del proyecto, la educación y comunicación, son áreas que en muchas instituciones superiores siguen siendo ajenas.

De cualquier forma la capacitación dentro del proyecto, para los temas de comunicación educativa y para la realización propia de actividades en ese sentido, sigue faltando, y lo que se ofrece desde los técnicos de comunicación hacia "abajo", la cadena operativa, sigue careciendo de calidad, repitiéndose, ciclo tras ciclo, las mismas concepciones, paradigmas y formas tradicionales de hacer la comunicación.

Por otra parte, se han establecido desde la misma área de materiales educativos, como complemento a la capacitación, reuniones periódicas con los técnicos de comunicación estatales, pero en las cuales predomina más el intercambio anecdótico más que una discusión teórica y de propuestas con sustento sobre el como entender y hacer la comunicación educativa y comunitaria, esto debido a que desde la dirección del área de materiales educativos no se la ha dado tampoco la relevancia, porque no se tiene una comprensión suficiente de la comunicación, y por que prevalecen más las decisiones jerárquicas, que no provienen de un especialista en comunicación, y el técnico en comunicación tiene que sujetarse a las disposiciones superiores, y esto último pasa también en el nivel estatal.

4.5 Diseño y Aplicación de una Estrategia de Comunicación para la difusión del Programa de Educación Inicial.

Uno de los aspectos fundamentales para el éxito de la expansión y promoción del Programa de Educación Inicial, lo es su estrategia de difusión, de la cual se habla en de los documentos normativos del mismo programa.

“Difusión. Consiste en brindar información respecto a la naturaleza, propósitos y beneficios que ofrece el programa de Educación Inicial. Se elabora con la ayuda de algunos puntos de diagnóstico. Se pueden utilizar carteles, volantes o reuniones informativas, esto dependerá del tipo de comunidad, de las redes locales de comunicación informal y de las actividades de la gente. La utilización de tal o cual medio pretende no solo dar a conocer el Programa a la comunidad, sino además sensibilizar a la gente para que participe en el proceso educativo de los niños”.⁷⁷

Así de manera general se establece la necesidad de efectuar la difusión del Programa, se señalan algunos materiales que “pueden utilizarse”, se menciona la idea de utilizar un diagnóstico y se considera importante considerar el tipo de comunidad, utilizar la comunicación informal y las mismas actividades de la comunidad. El objetivo básico: informar sobre el programa, sus beneficios y sensibilizar a la gente para que participe en los procesos educativos del niño.

Ahora bien, ¿quién, cómo y en qué momento se instrumentará la difusión?, esto se encuentra sucintamente descrito en Manual técnico operativo del Supervisor de Módulo (ps. 40-43), en donde se indica que es el Supervisor de módulo quien tiene la tarea de planear la estrategia de difusión en el nivel comunitario, apoyado únicamente por el coordinador de zona y el promotor educativo.

Es decir no existe un planteamiento de la necesidad de establecer un diseño de estrategia más amplia y en donde se vislumbre la necesidad de que intervenga personal técnico especializado.

Así, los aspectos que se señalan como básicos para realizar la difusión se refieren a tres puntos: i) diseño de mensajes, ii) selección de medios y iii) elaboración del producto de difusión.

La idea sobre el diseño de mensajes se refiere más al tipo de información que debe incluir y no del cómo, técnicamente, debe de elaborarse un mensaje y mucho menos sobre que principios comunicacionales se finca dicha propuesta.

⁷⁷ SEP-Educación Inicial. Manual de la modalidad no escolarizada. Op. Cit. p. 28.

Sobre la selección de medios, se dice :

"Una vez teniendo los contenidos de los mensajes, se debe pensar en el medio a través del cual se dará a conocer el mensaje. Los medios posibles son : medios masivos, Impresos: - Periódicos, - Revistas; Audiovisuales: -Televisión estatal, - Radios locales, - Videos; Medios Informales : - Lugares de reunión (mercados, iglesias, plazas), - Festividades de la comunidad, - Mantas, pintas de bardas, - Difusión directa: Trípticos, Volantes, Carteles, -Voceo. "⁷⁸

La indicación que se da para seleccionar el medio corresponde a tres consideraciones : 1. ¿A quién va dirigido? 2. Tomar en cuenta las costumbres y formas locales de comunicación y 3. Recursos con que se cuentan; materiales, económicos y humanos.

La ausencia propiamente de una estrategia es evidente, de ahí que el Proyecto contemplara la necesidad de diseñar una estrategia por un profesional de la comunicación a partir del diseño mismo de los materiales educativos.

"Para mejorar la estrategia de comunicación, nuevos tipos de material educativos se desarrollaría bajo el proyecto; como el boletín bimestral, el calendario de pared, volantes, posters, cartelones, así como juegos educativos, cassettes de audio y vídeo y un conjunto de programas de radio para ser transmitidos a través de las estaciones de radio locales".⁷⁹

El responsable de diseñar dicha estrategia fue el consultor líder Gian Calvi, ya antes mencionado en apartados anteriores, quien la dejó plasmada en el Manual de Identidad Visual. Se establece en dicho documento porque éste es el que contiene los elementos y principios fundamentales de la nueva imagen del programa; logo símbolo y leyenda así como las formas para ser utilizados en todo el material, gráfico, impreso y audiovisual que se considere para el Programa.

"Los conceptos y normas comprendidos en este *Manual* constituyen el repertorio de elementos que la Unidad Coordinadora del proyecto dispone para la difusión y promoción de Educación Inicial, acciones que se orientan a fortalecer el desarrollo del propio Programa...."⁸⁰

⁷⁸ SEP-CONAFE. Manual técnico operativo del... Op. Cit. ps. 41 y 42

⁷⁹ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte Evaluatorio para la... Op Cit. p. 37.

⁸⁰ SEP CONAFE. Manual de Identidad Visual. Op Cit p. 63

Con el Manual de identidad visual se pretende indicar las normas y conceptos para la difusión y promoción del Programa de educación inicial. pero lo que realmente comprende es lo relativo al uso de los elementos de la nueva imagen institucional del Programa y sólo esboza una serie de puntos y elementos que deben considerarse en dicha difusión.

“De acuerdo con los objetivos y componentes de Educación Inicial y los conceptos y normas incluidos en este manual, es necesario que cada estado desarrolle su propia campaña de difusión y promoción, considerando las circunstancias regionales específicas y adecuando a ellas los medios, lenguajes y tonos, la saturación y frecuencia de los mensajes que informen, sensibilicen, motiven e induzcan a los públicos involucrados en el Programa”.⁸¹

Se agrega que en cada estado, donde se lleve a cabo el Proyecto, se elabore una campaña propia, siguiendo el manual y los objetivos planteados para el Programa de educación inicial.

Con esto se establece la necesidad y propuesta de que sea cada estado-proyecto quien elabore sus propias campañas apegándose a sus circunstancias y condiciones regionales o locales específicas. pero aún así se establece como criterio seguir el modelo registrado en el Manual de identidad visual.

“Para tal efecto los carteles, folletos, trípticos, spots de radio y las otras piezas y productos de comunicación, deberán de producirse y distribuirse suscritos a planes y estrategias que, bajo el concepto de campaña y coincidentalmente con las acciones de Educación Inicial, *satisfagan conceptos semejantes a los del siguiente guión modelo*”.⁸²

1.- CAMPAÑA

1.1. - Etapa: Inicial

1.2.- Objetivos

1.2.1.- Cautivar la atención de los públicos

1.2.2.- Informar acerca de qué es el Programa: cuándo, dónde, por qué y para que opera.

1.2.3.- Motivar a los públicos para que participen y se involucren con el Programa.

⁸¹ Ídem (*Cursivas nuestras*)

⁸² Ídem

- 1.3. - Medios
 - 1.3.1.- Boletines de Prensa
 - 1.3.2.- Trípticos
 - 1.3.3.- Carteles
 - 1.3.4.- Spots de radio y TV
 - 1.3.5.- Videos
- 1.4.- Tipo de Mensaje
 - Introductorio de carácter general

2.- CAMPAÑA

- 2.1.- Etapa: Reforzamiento
- 2.2.- Objetivos:
 - 2.2.1.- Informar sobre la incorporación de los padres y las comunidades al Programa y sus acciones específicas
 - 2.2.2.- Mantener a los públicos interesados e involucrados en el Programa, insistiendo sobre la importancia de su participación.
- 2.3.- Medios
 - 2.3.1.- Boletines de Prensa
 - 2.3.2.- Trípticos
 - 2.3.3.- Carteles
 - 2.3.4.- Spots de radio y TV
 - 2.3.5.- Entrevistas y programas radiofónicos o de televisión
- 2.4.- Tipo de Mensaje:
 - Informativo, específico señalando el inicio del ciclo y participación de los padres y la comunidad.
- 2.5.- Duración: El periodo correspondiente a los avances específicos del Programa.

3.- CAMPAÑA

- 3.1.- Etapa: mantenimiento
- 3.2.- Objetivo:
 - 3.2.1.- Mantener informados a los públicos sobre el estado de avance de las acciones del programa y los beneficios específicos que tales acciones suponen para el niño, padres y la comunidad.
- 3.3.- Los mismos que en la anterior.
- 3.4.- Tipo de mensaje:
 - Informativo, específico, señalando los avances y beneficios.
- 3.5.- Duración: la correspondiente a la ejecución completa del Programa, una vez terminada la etapa de reforzamiento.

Este "modelo" dejado por Calvi se tuvo que desarrollar para instrumentar un trabajo más amplio desde la Unidad Coordinadora del Proyecto. El diseño de una estrategia de difusión de la envergadura del Proyecto implica una serie de consideraciones técnicas, de recursos humanos, materiales y logísticos.

El área de desarrollo de materiales educativos y comunicación tuvo que partir del modelo dejado por el consultor y de los objetivos mismos del Programa de educación inicial, y en buena medida en función de los materiales desarrollados para el proyecto, y así elaborar una estrategia más explícita y un documento que la contuviera y sirviera de orientación y guía a los técnicos en comunicación de los estados, tal documento quedó contenido en la Carpeta Básica del Área de Materiales Educativos

Con ello se intentaba superar el simple esquema dejado por el consultor Gian Calvi y se procuraba sistematizar las ideas registradas en el proyecto, que partían únicamente de la elaboración de los materiales.

"Material Educativo, no impreso. Incluiría una serie de juegos educativos, diseñados para promover entre los padres y la comunidad, información respecto a nutrición, salud, educación, calidad de vida y valores sociales. Series de vídeo y audio cassettes en una variedad de tópicos relacionados, *sería producida para el uso promocional en campañas con las autoridades estatales y regionales la prensa y la comunidad; y como medio adicional para apoyar y reforzar la capacitación de los padres y los educadores comunitarios.*"⁸³

La estrategia entonces tendría, desde nuestra perspectiva, que diseñarse sobre los siguientes puntos:

- i) Considerar el desarrollo del Programa de Educación Inicial como principio para la definición de objetivos, públicos y tiempos.
- ii) Considerar tres niveles o ámbitos para la difusión : Nacional, Estatal y Comunitario.
- iii) Manejar un concepto multimedia, es decir considerar un conjunto amplio de medios idóneos para nuestros distintos públicos y mensajes.
- iv) Establecer niveles de responsabilidades de acuerdo a los distintos ámbitos: la responsable en el ámbito nacional sería para la UCP; en lo estatal sería la unidad de E.I., a través del técnico de comunicación estatal; en el nivel comunitario serían el coordinador de zona y el supervisor de módulo.

⁸³ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA Reporte Evaluatorio para la... Op. Cit. p. 39. (*Cursivas nuestras*)

v) Los materiales de la difusión serían proporcionados por la UCP, según lo establecido en el proyecto, los cuales se harían llegar en cantidades suficientes y en los tiempos correspondientes: carteles, trípticos, volantes, promocionales de radio y TV, videos promocionales, boletín informativo, etc.

vi) Los medios a considerar son todos los disponibles y accesibles, desde medios masivos hasta los medios alternativos propios de la comunidad, por ejemplo: pintas, voceo, mantas, visitas domiciliarias, reuniones, entre otros.

vii) Los estados producirían materiales con sus propios recursos, los cuales estarían sujetos a la supervisión y orientación de la UCP:

viii) Se establecería un monitoreo y seguimiento de la difusión según las etapas marcadas por la estrategia.

ix) El personal técnico de comunicación estatal recibiría capacitación y asesoría para instrumentar sus estrategias locales, y a su vez estos capacitarían al personal de la cadena operativa para las tareas de difusión en la comunidad.

La Unidad Coordinadora del Proyecto elaboró un documento normativo para la realización de la estrategia de difusión, el cual se incluye en la Carpeta Básica del Área de Materiales Educativos, documento citado en apartados anteriores, y este se distribuye a cada uno de los estados del proyecto.

En dicho documento se desglosan los aspectos enunciados en líneas anteriores y se precisa que lo relevante de este documento es que permitirá sistematizar las acciones de difusión y promoción del programa entre sus públicos objetivos y sus posibles apoyadores señalando claramente cuales son sus objetivos primordiales.

"En este sentido, la Unidad Coordinadora ha establecido una estrategia general de difusión del Programa de Educación Inicial, la cual pretende lograr la sensibilización y participación de la población, así como hacer extensivos los beneficios del programa a toda la comunidad y finalmente arraigar el programa en la misma."⁸⁴

La UCP es la instancia fundamental para realizar la difusión nacional a través de los medios masivos: radio y televisión.

Las coordinaciones estatales, bajo la responsabilidad del técnico en comunicación estatal, se encargarían de la difusión en los medios masivos locales.

⁸⁴ CONAFE. Carpeta Básica del Área de Materiales Educativos Op. Cit. p. 19.

En el nivel municipal y comunitario los responsables serían los supervisores y coordinadores, apoyándose en los promotores educativos, quienes harían uso de los materiales producidos por la UCP y establecerían, apoyados en la estrategia de difusión diseñada por el técnico de comunicación estatal y usando los materiales elaborados exprofeso por la UCP.

La estrategia guía sus acciones partiendo del desarrollo del mismo programa de educación inicial.

“El punto de referencia para iniciar y terminar las etapas mencionadas, se circunscribe a la operación de los ciclos operativos del programa, por tal motivo, las etapas inicial y de reforzamiento tendrán lugar antes de empezar con la capacitación permanente de los padres de familia y la tercera etapa estará determinada por el ritmo de avance de la aplicación del Programa, misma que terminará hasta que finalicen las 40 sesiones con padres de familia”.⁸⁵

Es así se como se establecen las 3 etapas:

1.- Etapa Inicial, corresponde a la etapa previa al inicio de los trabajos con los padres, su objetivo es captar a los padres, con hijos menores de cuatro años, para que se interesen y participen en las sesiones de padres del Programa.

Se realiza en el nivel nacional , con medios masivos, con promocionales en radio y TV, así también en los ámbitos estatales, municipales y comunitarios considerando los mismos medios y sobre todo en lo comunitario con las formas tradicionales y formas alternativas a los grandes medios, es decir a través de pintas, voceo, fijando carteles, repartiendo volantes de mano en mano, haciendo reuniones comunitarias, haciendo visitas domiciliarias etc.

La idea de todo esto es asegurar por todos los medios posibles la presencia de nuestros mensajes. El uso de la radio y televisión con cobertura nacional, y a través de los canales de mayor audiencia permite que la mayoría del público pueda captarlos, y para captar nuestro público específico se refuerza, y realmente se hace efectiva la promoción, a través de las formas locales de difusión.

2.- Etapa de Reforzamiento. Pretende mantener la participación de los padres en el Programa y conseguir la colaboración de instituciones, sociedades privadas y autoridades para desarrollar actividades de apoyo con los padres y los niños, se enlaza de manera inmediata con la primera etapa. Se usa el mismo tipo de materiales que en la etapa anterior. Entre la primera y la segunda se cubre un tiempo aproximado de tres meses.

⁸⁵ Ibidem ps. 26-27

3.- Etapa de Mantenimiento. Tiene el propósito de mantener informados a los diferentes tipos de públicos sobre los logros, avances y beneficios del Programa. Es una forma de extender los beneficios del programa a la comunidad promoviendo acciones e información sobre los temas tratados en las sesiones con padres, por ejemplo salud, planificación familiar, derechos de los niños, campañas de limpieza de parque, añadiendo mensajes sobre higiene y salud comunitaria en favor de los niños, etc.

Esta tercera etapa es la más larga ya que es un trabajo permanente desde las primeras sesiones con los padres hasta que termina el ciclo operativo, aproximadamente 6 meses.

En esta etapa es dónde los materiales educativos y de difusión cumplen plenamente su función ya que sus contenidos propiamente son aplicables más eficientemente en este momento.

4.5.1 Realización de Actividades de la Estrategia

Las acciones directas que efectúa la UCP sólo tienen lugar en la primera etapa, las cuales corresponden a la difusión nacional por radio y televisión, en las estaciones de mayor audiencia, en radio se hace sólo en la zona metropolitana procurando abarcar aquellas estaciones que llegan al estado de México e Hidalgo.

Para el caso de las estaciones de televisión se abarcaron todas las televisoras de los estados del proyecto, además de las del Distrito Federal.

La estrategia inicial contemplaba horarios de emisión en dos turnos, matutino y vespertino, en determinado periodo, sin embargo por razones de ocupar los tiempos a los que tiene derecho el estado, según los acuerdos de la Subsecretaría de Radio Televisión y Cinematografía, los tiempos otorgados no correspondieron con los horarios solicitados ni en los tiempos previstos (6 emisiones diarias, de lunes a domingo, durante 2 meses) por lo que en el primer ciclo operativo del proyecto, 1994, se inició casi al mes de comenzadas las actividades del programa y los horarios de emisión eran después de las 10 de la noche o en los horarios de poca audiencia ya que el comercialismo impera en los medios dominantes, y el proyecto no puede pagar los costos estratosféricos de las televisoras privadas entre 250 a 500 mil pesos por anuncios de 30 segundos.

Las dificultades por pago comercial y la burocratización de los trámites para lograr las emisiones por tiempos oficiales, tan sólo han permitido, que de tres ciclos de operado el proyecto, sólo en el primero se haya hecho una difusión promocional de cobertura nacional.

En el nivel estatal se padeció, en algunos casos, los mismos problemas con los medios masivos, pero se tuvo mejor oportunidad para acceder a ellos y mantenerse por mayor tiempo, principalmente en la radio, en donde según la capacidad de movilización y de negociación de los técnicos de comunicación estatales o de los mismos coordinadores de zona se pudieron inclusive pasar los primeros 20 programas de la serie "Despierta mi bien despierta" de manera gratuita, recordemos que cada programa tiene una duración de 15 minutos, en otros casos se han logrado participaciones regulares en programas de las propias de las estaciones.

Con la televisión sucedió algo similar, consiguiéndose espacios fijos en horarios, más o menos, de cierta audiencia cautiva. Los programas fueron diseñados por el personal operativo con asesoría de los técnicos de comunicación estatales, sin embargo son espacios que no fueron suficientemente aprovechados por falta de creatividad y de producción técnica, las muestras que se presentaron por varios estados en la UCP, presentan el clásico programa educativo, aburrido, por su monotonía, exceso de información, falta en la dinámica de la conducción y escasa producción, además de que los mensajes no funcionaban en relación al público objetivo, nuevamente se partía de lo que el emisor "piensa" lo que necesita el "receptor".

En este caso los principios dialógicos, de comunicación horizontal, cuestionadora y de concebir al sujeto como un sujeto perceptivo, activo, quedaban ausentes. Dichos conceptos, nos dábamos cuenta, no funcionaban en la práctica real, como nos cuenta Paloma Valdeavellano, investigadora de la comunicación popular :

"...el producto final ofrecido como material "educativo" aparecía a los ojos de los sectores populares destinatarios y con razón , como sinónimo de bostezo o de arenga que a partir de una percepción excesivamente instrumentalista y parcelada de la comunicación, no solo justificaban y toleraban una producción tediosa, lineal, esquemática, poco motivadora, sino que inclusive la legitimaban..."⁸⁶

La difusión a nivel municipal ha tenido distintas facetas.

El material producido por la UCP para tales fines ha sido relativamente funcional, puesto que por principio las cantidades de materiales distribuidas han sido insuficiente por comunidad (20 carteles, 100 volantes, trípticos y dípticos 100 de cada uno, un paquete de radioprogramas en 5 audiocassettes por coordinación, la que atiende entre 7 y 10 comunidades, no siempre cercana una de otra, un vídeo promocional también por coordinación, un paquete de juegos didácticos por promotor educativo, el cual tiene un promedio de 20 padres. La economía del proyecto no permite producir y distribuir mayores cantidades.

⁸⁶ Paloma VALDEAVELLANO, P. Op Cit. p.41

Uno de los objetivos del boletín era crear una “red de comunicación”, pero como tal no ha funcionado, los materiales enviados para tal fin son contados, y de poco interés general, se reducen a fotografías y a cartas testimoniales de los padres, no existen propuestas temáticas, en cierta medida ha falta de la orientación de los técnicos de comunicación en este aspecto.

La idea de los radioprogramas y los promocionales de radio, según el proyecto, era que estos tuviesen una programación regular, aprovechando los bajos costos en provincia :

“Spots promocionales correrían cuatro veces al día, diariamente, por cuatro semanas; y los programas, serían transmitidos durante dieciocho semanas cada año”.⁸⁸

“Las transmisiones por radio utilizarían principalmente estaciones de radio locales y regionales, que tendrían amplia recepción en sus comunidades inmediatas y bajo costo de difusión”.⁸⁹

Estas propuesta no funcionaron, ya que por razones institucionales y burocráticas, la compra de tiempo quedó excluida, de ahí la necesidad de solicitar los tiempos oficiales con sus múltiples riesgos.

Pero a pesar de ellos, se ha hecho difusión de manera local y comunitaria a través de altavoces o sonidos locales, los coordinadores y supervisores se las han ingeniado para usar estos medios alternativos, si bien su cobertura es restringida, por lo pronto han logrado llegar a los públicos de sus comunidades.

En algunos casos han tomado la iniciativa de hacer traducciones a lenguas locales indígenas, sobre todo en el caso de los promocionales de radio, y en algunos casos con alguna selección de radioprogramas, reportando algunos éxitos.

Las pintas de bardas y los mensajes en mantas le han funcionado mejor, además de que su durabilidad ha sido mayor que otros materiales, tal ha sido su éxito que en el segundo ciclo operativo, se les proporcionó a los estados pintura y mantas ya elaboradas para efectuar dicha acción , la ventaja de las mantas es que son reciclables para los siguientes años de operación del programa, son recuperables en un 70 %.

⁸⁸ SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte Evaluatorio para la... Op. Cit p. 39

⁸⁹ Ibidem p. 40

Sin embargo lo que mayormente ha tenido éxito, en la promoción para invitar a participar en el Programa, ha sido la visita domiciliaria, en donde personalmente se le explica a los padres lo que es el programa y se les invita a entrar al mismo mostrándoles los materiales de trabajo, estos han sido el mejor gancho para atraerlos.

El vídeo se ha utilizado en reuniones comunitarias y con autoridades en vídeo caseteras, en algunos casos ha sido posible transmitirlos por televisión estatal o vía cable local sin costo, ello gracias a relaciones públicas de los técnicos en comunicación o de los coordinadores y supervisores.

Aquí cabe decir que al vídeo le falta dinamismo y le sobra información, por lo que en algunos casos no ha resultado atractivo para proponerlo a las televisoras, y por otra parte también ha generado poco entusiasmo entre la comunidad, por su monotonía y su larga duración.

Por otra parte los supervisores a falta de material suficiente han elaborado su propio material, pero este, en la mayoría de los casos se aleja de los principios comunicacionales para la elaboración de mensajes, diseño de materiales y uso de los medios, el Modelo Emisor-mensaje-Receptor, sigue aplicándose sin ningún cuestionamiento, los elementos de contextos, códigos, marcos de referencia, no son considerados, los mensajes siguen planteándose desde el emisor, la comunicación vertical y autoritaria, aun si proponérselo sigue dominando, la asesoría de los técnicos en comunicación estatal es notorio que ha estado ausente o en dado caso difunden los modelos comunicacionales dominantes.

Uno de los aspectos importantes que cabe anotar es que la estrategia como tal pocos la ha seguido, la mayoría del trabajo de difusión se concentra en difundir la imagen institucional del Programa: símbolo y logo de la educación inicial, esto ha sucedido porque no se ha comprendido que el trabajo de difusión es más profundo, y que en ello se involucra necesariamente una toma de decisión suficientemente comprendida de lo que se entiende por comunicación y proceso educativo, puesto que los productos y formas de comunicación, y del intento por usar los medios de comunicación de manera educativo, no han funcionado, principalmente porque se recurre a las tradicionales concepciones y fórmulas de comunicación y educación.

En el caso de los técnicos de comunicación estatales no han logrado realizar un trabajo con suficiente consistencia, sus labores se han enfocado a lo burocrático, a hacer la recepción y distribución de materiales, y su trabajo en los medios ha sido más informativo y promocional de la imagen institucional local que de la difusión de los contenidos del programa, en muchos casos las entrevistas en radio, televisión o prensa no han servido más que para el lucimiento personal de autoridades educativas o de los propios técnicos, que siguen concibiendo a los medios masivos como simples aparadores de lucimiento masivo.

Cuando han elaborado productos de comunicación, boletines, programas de radio o televisión, vídeo, carteles, o materiales impresos de apoyo didáctico para los educadores, les ha faltado conocimiento técnico del medio o el conocimiento pedagógico, la asesoría y orientación y seguimiento por parte de la Unidad Coordinadora ha sido insuficiente; por falta de personal y por las mismas cargas centrales de trabajo. En este caso, cabe apuntar, cómo técnico en comunicación educativa del proyecto, que sería necesario disponer de tiempo completo para dedicarse más adecuadamente a tales tareas.

Prosiguiendo con el trabajo de los técnicos estatales de comunicación, el trabajo en las comunidades se ha dejado de lado, cuando este, desde la misma perspectiva del Programa tendría que ser lo prioritario, en algunos casos parece que el status de "profesional de la comunicación" no les ha permitido bajar a las formas alternativas de la comunicación popular, la veneración por los medios masivos sigue predominando, de ahí que en muchos casos ni siquiera han podido establecer un vínculo y , contradictoriamente, una adecuada comunicación con el personal operativo, aspecto fundamental de la comunicación.

En este sentido, las orientaciones y asesorías sobre el cómo hacer la difusión se han quedado muy limitadas, sobre todo en la tercera etapa, mantenimiento, en donde los contenidos y temas del programa o los temas tratados en las sesiones de padres de familia, no han logrado ser extendidos, comunicados, a la comunidad. Y por ello, la difusión se ha quedado en mera promoción del símbolo del Programa, y en campañas de salud o en meros eventos recreativos como carreras de gateo de niños, colecta de recursos, desfiles, presentaciones de muestras de trabajos de los padres, exposición de juguetes y "manualidades" con el símbolo del programa, que por otro lado, ha tenido mucho éxito, ya ahora el Programa es identificado inmediata y plenamente a través de estos.

El problema del asunto antes mencionado, es que las mismas coordinaciones estatales, y los técnicos de comunicación, han avalado estas situaciones, limitándose entonces las múltiples posibilidades de la comunicación, y uso de los medios, en las tareas educativas no formales, de ahí la necesidad de mantener un trabajo de orientación asesoría y capacitación permanente, con todo el personal involucrado en los proceso comunicacionales con fines educativos, esto también es válido para el personal de la Unidad Coordinadora del Proyecto

Tampoco, a tres años del proyecto, se han sistematizado las experiencias obtenidas, ni en el nivel estatal, ni central, esto podría enriquecer los trabajos, y si bien se hacen reuniones más o menos cuatrimestrales con el personal de comunicación del los estados del proyecto, éstas no han sido suficientes para dicha sistematización, puesto que en la mayoría de los casos las reuniones han servido para exponer las situaciones difíciles del trabajo y en charlas anecdotarias.

Un trabajo técnico de sistematización, de recopilación técnica-teórica no ha sucedido hasta el momento, en parte por una falta de visión de quienes dirigen y ocupan los puestos de decisión dentro del proyecto y por otro lado porque los técnicos de comunicación no promueven esta necesidad.

Por otro lado, es importante señalar que los técnicos estatales han tenido diferente formación profesional, algunos formados en el periodismo, otros para la televisión o radio, otros no tienen formación en comunicación sino en otras áreas, turismo, antropología, pero curiosamente los modelos comunicacionales en que se manejan la mayoría de ellos, corresponden a las concepciones dominantes, de ahí podríamos entender el porqué suceden tales situaciones, y por otra parte la capacitación que debe ofrecer el mismo proyecto al personal técnico para mejorar su desempeño no ha funcionado, de tal forma que se siguen manifestando las mismas carencias y reproduciéndose los mismos modelos dominantes, no permitiendo entonces tener en la práctica una comunicación alternativa o darle un uso alternativo a los medios.

Por lo que también es necesario apuntar que es indispensable hacer mayor trabajo de formación técnica profesional e incluir aspectos de orden pedagógico, de manera permanente a través de capacitación más consistente, que no solo repita las fórmulas técnicas y los discursos dominantes como ha sucedido hasta ahora. Se requiere profundizar sobre las otras maneras de entender la comunicación, con personal que las domine y este de acuerdo con ellas en la praxis y no sólo manejarlas en un discurso oral. Sólo de esta forma podrían darse procesos comunicacionales y educativos alternativos, dialógicos, horizontales e interactivos.

Considerando estos diferentes aspectos podríamos asegurar que lo que se haga, redundará en un mejor éxito del programa, sobre todo en lo cualitativo, la muestra la darían los padres del programa en la mejora de sus prácticas de crianza con sus hijos y la comunidad mejorando las condiciones de vida de los niños de las múltiples comunidades marginadas de nuestro país en donde opera el Programa de Educación Inicial en su modalidad no escolarizada.

Sin embargo, para tomar medidas en el asunto, faltaría ver los resultados de la evaluación del proyecto, evaluación contemplada para finales del tercer ciclo operativo, evaluación que tendría lugar para cada uno de los componentes. En el caso del área de materiales educativos la evaluación involucra múltiples procesos y productos.

“Establecer un grupo de indicadores y normas para la evaluación del Programa, cuando menos en términos de audiencia (comunidades cubiertas, índices de audiencia, etc. y adecuación (tópicos, acercamiento, tiempo, códigos culturales aplicabilidad de los mensajes, etc.)”.⁹⁰

⁹⁰ Ibidem, Anexo 15

Ciertamente, hasta que se realicen tales estudios y se tengan los resultados correspondientes, podríamos replantearnos qué hacer en este caso particular del proyecto, y ojalá pudiese ser extensible en el nivel teórico práctico general cómo aportes al campo de la comunicación y educación, y así lograr estrechar estos dos campos distantes, pero no ajenos uno del otro.

CAPÍTULO QUINTO

5. REFLEXIONES DE UNA EXPERIENCIA

La experiencia profesional obtenida en los tres años que participé en el Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial como Técnico en Comunicación Educativa fue, de muchas maneras, una experiencia muy productiva. Esta fue la primera ocasión en que como comunicólogo me enfrenté a un campo muy distinto del que la facultad me preparó: la educación.

Las escuelas de comunicación forman a los estudiantes en áreas donde, supuestamente, los comunicólogos se desempeñarán sin muchas dificultades; prensa, radio, televisión, publicidad, investigación de los efectos de los medios en la sociedad, entre otras, pero el campo de la educación, en cualquiera de sus facetas, educación formal, no formal, nivel preescolar, alfabetización o superior, han quedado excluidos como áreas específicas de aplicación o de estudio, los comunicólogos que se han desarrollado en éstas han llegado a ellas por azar o para desempeñar actividades lejanamente afines a su profesión, lo que no les ha permitido realizarse profesionalmente, afortunadamente éste no fue mi caso.

El Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial, como hemos visto posee características bastante particulares; corresponde a la educación de niños menores de cuatro años y propuesto para la modalidad no formal, pero su característica fundamental es que la educación la reciben los padres y la aplican en sus hijos. Cualquiera pensaría que un comunicólogo no tendría nada que hacer aquí, que todo esto pertenece e involucra solamente a educadoras, pedagogos o psicólogos infantiles, sin embargo esto no es así.

El papel y funciones que desempeñé como Técnico en Comunicación Educativa, en la Unidad Coordinadora del Proyecto, me permitió conocer el amplio campo de la educación y concebirlo como una veta rica a explotar desde la praxis comunicacional, además se amplió mi propia visión de la comunicación.

El participar en la elaboración de los materiales del proyecto, así como en la realización de la difusión del Programa de Educación Inicial, me permitió acceder y estar presente en procesos integrales y multimodales de la comunicación, desde la comunicación oral pasando por la escrita, auditiva y visual, impresa y no impresa, además pude confrontar el uso de los medios masivos con las formas alternativas y más comunes de quienes no tiene acceso a las formas y medios de comunicación dominantes.

Los aprendizajes de esta experiencia son varios; tanto en el nivel personal como profesional, la idea no sería enumerarlos sino exponer algunos de ellos para que otros puedan retomarlos y considerarlos dentro de sus propios procesos personales.

El trabajar con un equipo multidisciplinario significó confrontar saberes y quehaceres y a su vez significó reconocer nuestros alcances y limitaciones. En este aspecto aún se muestran limitaciones del cómo trabajar en equipos de este tipo, los conocimientos y acciones se parcializan y se separan finalmente, cada quien hace lo propio y lo que conoce, luego se suman las partes y se integra el trabajo, es decir, realmente falta mayor formación para realizar trabajos auténticamente multi e interdisciplinarios y esto creo que debe procurarse desde la universidad.

También es menester mencionar el hecho de que existe un desconocimiento de otras disciplinas acerca de lo que el comunicólogo sabe y puede hacer, de ahí que sólo se le considere como un técnico de apoyo, sea para la corrección de redacción, supervisión de los procesos de producción de materiales impresos o audiovisuales, como periodista, fotógrafo u operador de alguna cámara de vídeo, los trabajos de análisis, de elaborar propuestas de contenidos sobre mensajes educativos o la investigación, remotamente son pensadas y asignadas al comunicólogo, esto se le deja siempre a los "especialistas".

Por ejemplo, en el caso del proyecto, los trabajos primeros, prioritarios, eran sobre la elaboración de materiales educativos: guías y manuales, para padres y promotores, el trabajo se parcializó, los contenidos y su elaboración eran hechos por las pedagogas y psicólogas, a quienes sólo les interesaba que la información estuviese técnicamente íntegra y las ilustraciones llenaran los espacios para completar las páginas, al diseñador gráfico y equipo les interesaban los aspectos técnicos y detalles de la producción.

Así que, como comunicólogo el entendimiento más cercano que tuve, se dio con los diseñadores gráficos, tal vez por tener puntos comunes de referencia, pero también porque mi interés se centraba sobre los aspectos de la comunicación y dejaba de lado los aspectos pedagógicos, pero posteriormente me di cuenta de la necesidad de ver los procesos de manera integral y también la necesidad de prepararme y hacerme de iniciativas para intervenir en dichos procesos de mejor manera.

De cualquier forma mi trabajo como comunicólogo siguió siendo considerado de manera parcial, ya que los consultores contratados se suponía, serían los encargados de realizar todos los procesos para la producción de los materiales y yo como comunicólogo sólo seguía siendo un apoyo técnico.

En este sentido el carácter de técnico en comunicación educativa del proyecto, designaba y amparaba más esa consideración, la técnica, que toda una formación profesional.

De todas formas el aprendizaje de esos mismos aspectos técnicos siguió siendo muy importante para mí ya que al participar en los procesos donde se involucraba la comunicación pude darme cuenta de muchos aspectos que quedan ocultos o que teóricamente solo se conocen desde el salón de clases, con ello quiero referirme, a que, por ejemplo, cuando se habla de elaborar determinados productos comunicacionales, hay que considerar todos los aspectos posibles, técnicos y materiales, para conseguir su mejor realización y efectividad, esto es desde conocer papeles, tintas, cintas de audio, vídeo, procesadores mecánicos, computarizados, aplicación de nuevas tecnologías (paqueterías de hard y software), tecnologías para la reproducción de materiales, conocimiento de procesos finales de producción, formas de seguimiento de los procesos, etc.

Lo anterior en cuanto a soportes técnicos y materiales, pero también aprendí la necesidad de que dichos procesos comunicacionales deben estar suficientemente sustentados en un marco teórico, independientemente del cariz que tenga la comunicación que se quiera establecer.

En este aspecto lo sucedido con el trabajo comunicacional en la elaboración de los materiales del proyecto, fue muy evidente dicha necesidad, ya que si bien se pretendían crear procesos interactivos, dialógicos, horizontales, todo se establecía desde el área central y desde el mero quehacer y deseo de quienes los proponían y elaboraban, pero un sustento teórico, investigado, analizado y propuesto en un documento y como una política institucional, no se dio.

Precisamente, esto fue una de las causas que dificultó el entendimiento para los demás técnicos del proyecto, el manejo de los materiales y del tipo de comunicación que se deseaba establecer a través de todo el proyecto y en todas sus instancias, es decir, faltaba una comprensión del por qué estaban estructurados de tal manera la información y mensajes de los materiales, cómo se entendía la comunicación propuesta, cómo generar la interacción dialógica que se pretendía con los perceptores, cómo debía darse ésta entre los mismos agentes del programa, ya que no había ningún documento instructivo adicional que así lo explicitara, documento que finalmente se hizo, pero sólo para describir el uso de los materiales.

Este sustento teórico de igual forma, considero que debió trabajarse y establecerse junto con los consultores de tal manera que todos estuviésemos de acuerdo del tipo de comunicación estábamos hablando y de la cual queríamos que todos la tuviesen como referente.

Tal vez también esa falta creó la incompreensión y el desatino de los consultores para la consecución de los productos que se deseaban obtener con los consultores, quienes se manejan en los términos de las producciones comerciales o en los estilos tradicionales de la producción de material educativo, monótonos y didácticamente ineficaces.

Este es el caso de las presiones burocráticas, propias de la institución, y sus contradicciones, las que no permitieron poner mayor atención a los aspectos comunicacionales, el trabajo, en principio, se enfocaba más a que se ilustraran suficientemente los materiales y tuviesen una adecuada corrección de estilo, los criterios del tipo, forma y sentido de los mensajes eran poco analizados, el receptor, público objetivo, se había estandarizado, se pensaba que era igual el de la costa, que el de la selva, el indígena y el mestizo, el de la zona rural que el de la urbano-marginada, la pobreza como signo característico de la mayoría de nuestros receptores se ignoraba, los mensajes dados en los textos y las ilustraciones en este sentido hacen referencia más a una población mestiza, culturizada por los mensajes enviados a los medios masivos, y de cierta condición arriba del nivel socio económico de lo que apuntaba el proyecto.

El punto crítico es que no existían formalmente reuniones para el análisis de mensajes, contextos, marcos de referencia, hábitos de lectura, aspectos lingüísticos, variantes del lenguaje, dialogar sobre qué se esperaba de la comunicación que presentábamos, a qué tipo de comunicación nos referíamos, es decir desde qué paradigma se partía, insisto se sabía que tipo de comunicación se deseaba en la práctica, pero se carecía de una fundamentación teórica y tampoco se permitía un diálogo sobre ello.

En este sentido los procesos comunicacionales, en sus análisis y prácticas, dentro del proyecto, se vieron sesgados por varias condicionantes: tiempos de realización y entrega de productos, las tomas de decisiones fundamentales sobre los aspectos comunicacionales se daban en las cúpulas de poder del proyecto y las opiniones de los especialistas eran tomadas en último término, la burocratización y las contradicciones institucionales limitaban las posibilidades del alcance de las actividades de comunicación a nivel central y a nivel estatal.

En cuanto al material audiovisual; vídeo promocional, de capacitación, spots para TV, radio programas y spots para radio, la situación no fue muy distinta, nuevamente mi trabajo como comunicólogo se limitaba a supervisar aspectos técnicos de producción, revisar contenidos informativos y realizar actividades de trámites burocráticos para asegurar la salida de los recursos a tiempo, todo esto porque se habían contratado consultores “expertos” para realizar estos trabajos.

En esta situación lo que se obtuvo como experiencia es que quienes se dedican comercialmente a prestar o rentar sus servicios, pueden ser muy buenos en las producciones comerciales, pero en lo que respecta a la educación sus capacidades creativas son muy limitadas, además de que se manejan, prácticamente, bajo las formas más tradicionales de los modelos de comunicación, creando productos muy poco atractivos, monótonos y con escaso sentido pedagógico.

Ahora bien si por un lado, se tenían estas dificultades y limitantes, es importante mencionar que cuando se presentó la oportunidad de participar más enteramente en los tareas propias, y se permitió cierta libertad de creación, se trabajó con mayor entusiasmo y se trataban de ofrecer aportaciones, como fueron los casos de hacer notar la necesidad de establecer un perfil de nuestros públicos objetivo, mi propuesta para el diseño de la nueva imagen institucional, realizar la edición de los fascículos de apoyo, la edición del boletín informativo y la participación como editorialista, la selección fotográfica para el calendario 1994, la propuesta de temas y tratamiento de contenidos para los radio programas, y en algunos caso la elaboración de guiones para los mismos o para los spots promocionales de radio y TV, en todos estos casos la idea era poner en práctica lo aprendido en las aulas de la facultad, era revisar el propio conocimiento, era indagar, actualizar mis conocimientos y ampliarlos hacia otras áreas.

Es decir cuando existe una apertura y oportunidad para demostrar de lo que es capaz el comunicólogo, es cuando puede desarrollar su creatividad y destacar sus habilidades y entonces hacer también que se le tome más en cuenta.

Aunque también habría que reconocer las condicionantes institucionales para el desempeño profesional, ya que en muchos casos el comunicólogo y su accionar esta determinado por las disposiciones institucionales, y aún personales, de quienes establecen las políticas a seguir en la institución y ello ocurre sobre todo, cuando quien toma ciertas decisiones, más allá de un conocimiento de especialista, recurre a su jerarquía o capacidad de poder, por lo que el voluntarismo y las iniciativas personales pueden ser coartadas por estos designios institucionales.

Esto estuvo presente en muchas ocasiones: dentro del tiempo que estuve en el proyecto, ante lo cual uno debe reconocer la necesidad de cierto mesuramiento en su accionar y buscar superarlo a través del mismo trabajo.

Una de las satisfacciones del haber trabajado en este Proyecto, más allá del prestigio por las instituciones internacionales participantes: Banco Mundial, UNESCO, UNICEF, es el hecho de ver la huella de nuestro trabajo en cada material, pero lo más satisfactorio, antes que ver el crédito en el producto, fue el observar que esos materiales estaban en las comunidades, estaban siendo útiles para tratar de mejorar las condiciones de vida de padres y niños, la satisfacción que ese trabajo estaba rindiendo frutos, de una u otra manera, con la gente de carne y hueso.

Es en la realidad donde uno verdaderamente ve que tan efectivo fue en su trabajo, y uno tiene que ser autocrítico y aceptar las opiniones de los demás, porque sólo de esa manera es como alguien puede superarse profesional y personalmente, esto fue lo que me sucedió al visitar las comunidades y es aquí, tal vez, en donde se dan los aprendizajes más significativos.

Otra aspecto y momento donde también hubo una gran experiencia fue en el trabajo de asesoría y orientación a los técnicos de comunicación estatales, ya que terminados los trabajos de producción de los materiales educativos y de difusión, el siguiente paso fue el ponerlos en práctica y llevar a cabo las acciones de difusión, ya sin la participación de especialistas externos.

En el desarrollo de este momento, nuevamente se mostró la carencia del marco teórico que sustentara el trabajo de los técnicos estatales de comunicación, ya que nos dimos cuenta de que cada técnico en los estados tenía diferente formación universitaria, aunque la profesión fuese la misma, y entendían los procesos de comunicación, y los aplicaban como lo hacen los medios dominantes, además de que desconocían el trabajo comunitario, y no llegaban a las comunidades, puesto que ese trabajo de difusión lo hacían los supervisores y coordinadores.

Nos dimos cuenta de la necesidad de homogeneizar conocimientos y acciones, de orientar a la gente, de establecer reuniones regulares de intercambio de experiencias, y de llevar a cabo un monitoreo de acciones, de establecer en las capacitaciones temas sobre la comunicación alternativa, comunitaria, diseño de estrategias de difusión, etc. y elaborar un documento orientador de acciones.

Sin embargo la capacitación no ha funcionado, en principio porque se hace por medio de consultorías, ellos desconocen el trabajo comunitario, desconocen la comunicación educativa, y en la mayoría de los casos siguen exponiendo los mismos marcos de las teorías dominantes las cuales se oponen al propio trabajo pedagógico interactivo que pretende el programa.

Considero que precisamente ello se debe a la falta de cuadros académicos preparados en este campo de la comunicación educativa y comunitaria por las universidades, de ahí que los que trabajamos como comunicólogos en la educación somos quienes tendríamos que propugnar por establecer una área específica al respecto en cada universidad, ello permitiría ampliar nuestro campo de trabajo y se enriquecerían ambas áreas.

Por último, uno de los aspectos en donde también hay una experiencia, es en lo relativo al reconocimiento de las limitaciones profesionales y personales, la inexperiencia es una de las primeras limitantes, ya que al egresar de la facultad uno se supone con gran conocimiento teórico o técnico, pero la realidad nos pone a prueba y nos muestra nuestras limitaciones, nos muestra la parcialidad de nuestros conocimientos, nos muestra la necesidad de investigar, de informarnos mejor, de ampliar nuestra visión, de mantener una actualización de nuestros conocimientos, de reconocer nuestras auténticas capacidades, de dejar de rendirle culto a los medios masivos y de ser más modestos en nuestras aspiraciones profesionales y dejar de lado la vanalidad del protagonismo del reportero gráfico, del locutor o conductor radial o televisivo estrella, de que hay otras necesidades sociales que exigen la participación y compromiso del comunicólogo, y una de ellas es la educación.

CONCLUSIONES

El Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial, de la modalidad no escolarizada, caracterizada por ofrecer educación a padres de familia, de comunidades marginadas, de zonas indígenas, rurales y urbanas, con el propósito de mejorar las prácticas de crianza y cuidado de los niños menores de cuatro años, en diez estados de la República Mexicana, instrumentó una estrategia de desarrollo y operación para el logro de dicho propósito, esta estrategia se estructuró sobre tres componentes: desarrollo de recursos humanos, desarrollo de materiales educativos y comunicación, y fortalecimiento institucional, pretendiendo obtener su éxito en un plazo de cinco años (1993-97).

En dicha estrategia se incluyó a la comunicación como una parte fundamental para la realización y éxito de este programa educativo, esto primordialmente a partir de la elaboración de los materiales educativos y de difusión, y en la inclusión de la necesidad de instrumentar y realizar una estrategia para difundir el Programa de Educación Inicial, sustento para iniciar la captación y capacitación de padres con niños menores de cuatro años, así como para lograr el apoyo y la participación social e institucional.

En este sentido esta práctica y experiencia profesional nos permitió confirmar que la ciencia de la comunicación no es un campo distante y ajeno a la educación, sino que puede ser un apoyo y complemento para el desarrollo de las tareas educativas, por lo que puede afirmarse que la aplicación de la ciencia de la comunicación y sus medios (masivos y no masivos), sí pueden educar.

Por lo que, desde ésta conceptualización, la comunicación dentro del campo educativo, aplicada de manera integral y de forma multimedia; usando tanto los medios impresos como no impresos e incluyendo a los medios masivos, contribuye de forma significativa a hacer más efectivos los procesos de enseñanza aprendizaje; el Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial, para la modalidad no escolarizada, es una muestra de ello.

A cada tipo de educación le corresponde una determinada concepción de comunicación, por ello es necesario analizar las concepciones educativas que están detrás de las prácticas comunicacionales para darle coherencia a dichas prácticas.

En este aspecto cabe puntualizar que las teorías de la alternatividad ofrecen un punto de vista distinto a las teorías dominantes, funcionalismo y estructuralismo, las que resulta más acordes con las posiciones educativas que pretenden romper con los discursos autoritarios y que intentan promover una educación liberadora y transformadora de los individuos y de sus circunstancias sociales, apelando a la

capacidad pensante y actuante de los individuos, contra aquella posición que los considera simples receptores pasivos o adaptativos.

Las teorías de la alternatividad, en la comunicación, proponen una relación dialógica, entre emisor y receptor, usando los medios de comunicación, como eso; como instrumentos de mediación facilitadora del diálogo entre los seres humanos, en este sentido la ciencia de la comunicación y los *medios*, usados para fines educativos, cumplirían cabalmente esa tarea dialógica, actuante y transformadora en los individuos, y sobre sus circunstancias histórico-concretas.

Ahora bien en este aspecto las teorías de la alternatividad pueden haber hecho muchas aportaciones, pero no son teorías acabadas, ni simples modelos recurrentes, es necesario seguir trabajando sobre estas teorías, y sobre todo, reflexionar permanentemente sobre las propias prácticas, independientemente del campo donde se aplique la ciencia de la comunicación.

Este mismo punto puede aplicarse a las teorías y posiciones pedagógicas, liberadoras o transformadoras, no sólo es presumir de un discurso vanguardista o revolucionario, necesariamente tenemos que reflexionar y construir sobre nuestras propias prácticas (práctica sociales), desde nuestros contextos, desde nuestros propios signos y significantes, pero sobre todo desde el otro, los otros, nuestros receptores, esta es una conclusión proporcionada por la experiencia vivida en este Proyecto.

Por otra parte, si bien las posiciones de la pedagogía liberadora-transformadora, son las que posibilitan un cambio en el accionar del educador, es necesario que este sujeto realice un trabajo de reflexión propio, se problematice así mismo, se transforme así mismo, sólo de esta manera podrá ser un agente de cambio como lo pretende ser dentro del conjunto de las relaciones sociales de una comunidad o de la sociedad en su conjunto.

Conjuntando ambos aspectos, educación y comunicación, podemos asentar que los modelos problematizadores-dialógicos-participativos de la educación y de la comunicación, permiten que educadores y educandos, emisores y receptores, dirijan sus propios procesos educativos y comunicativos para su propia transformación.

Asimismo, de lo anterior podemos afirmar que si bien los medios de comunicación sí pueden educar, es necesario construir desde la teoría y desde la práctica, una pedagogía de la comunicación, y hacer que ésta sea comprendida por todos aquellos que hacen la comunicación educativa, sean: comunicólogos, pedagogos, psicólogos, sociólogos o cualquier otro especialista.

Precisamente, el Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial (PRODEI), como experiencia, permitió destacar la necesidad de descubrir relaciones no planteadas entre educación y comunicación, y con ello realizar un análisis y una reflexión de la comunicación educativa más sistemática, referente a las relaciones entre los medios y sus posibilidades didácticas o educativas; del emisor educativo y de su receptor, del uso del multimedia y de los medios alternativos, de la teoría y la práctica comunicativa, a los mensajes educativos y sus soportes técnicos o materiales, de las relaciones entre la teoría y la práctica comunicativa y la pedagógica, reflexiones que no concluyen aquí sino que tendrían que continuarse desde los mismos campos de la comunicación y la educación.

En este sentido, si bien en el Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial (PRODEI), estableció y llevó a cabo una importante estrategia comunicacional bajo ciertos principios de la comunicación alternativa, dialógica, horizontal y participativa, aún no posee una fundamentación teórica que le de sustentación a su praxis, por lo que sería necesario establecerla y hacerla comprender a todos aquellos que participan en ella, sea en el nivel interno de la institución o de aquellos que son contratados de manera externa para realizar trabajos para la institución.

Por lo que también es importante mencionar que comunicación educativa no sólo quiere decir que los medios sí pueden educar por sí mismos, sino que también hay que educar a todos los involucrados a "leer los medios", a hacer uso del medio y no sólo usar el medio.

También es necesario efectuar una investigación sistemática y más profunda que nos permita conocer cercanamente a nuestros públicos, con ello se quiere decir, el conocer sus hábitos, costumbres, sus gozos, sus sufrimientos, sus problemas y cómo los enfrentan, el consumo de los medios, de la cultura de masas, de cómo enfrentan y resuelven sus problemas de comunicación; sólo de esta manera se podrá construir una auténtica comunicación alternativa y educativa, significativa y que procure la acción transformadora del individuo y su circunstancia.

Por lo que, para construir desde la teoría y desde la práctica una pedagogía de la comunicación alternativa, es necesario partir de la realidad de quienes son nuestros receptores, de otra manera se seguirán llevando a cabo las mismas prácticas dominantes aunque la intención sea la de una comunicación dialógica-transformadora.

Al estar en cada uno de los procesos que condujeron a la producción final de cada uno de los productos del Proyecto: manuales, guías, material impreso de apoyo, material promocional, videos, radioprogramas, etc., se reconoce el hecho de que no es suficiente medir la distancia entre los mensajes y sus efectos, otorgándoles todo el poder a los medios, sino que es necesario construir un análisis integral de producción y consumo de los mensajes, desmitificando el poder de los medios y

estudiando más, como se ha dicho en los apartados anteriores, al conjunto de los procesos sociales y educativos para los que se producen dichos mensajes.

En el Proyecto, los productos educacionales realizados, si bien parten de una adecuada caracterización del perfil del perceptor, y se tuvo información sobre el contexto sociocultural de los diferentes estados de la república, para la elaboración de los mensajes así como para la creación de las ilustraciones, el sustento teórico escrito no existió, porque no se dio un análisis integral previo ni un diagnóstico suficiente.

Se había detectado la necesidad de considerar contexto, elaborar mensajes sencillos, buscando la interactividad del perceptor, así como el recurrir a la viñeta tipo historieta para atraer y mantener la atención del lector, porque se sabía del analfabetismo funcional del perceptor y ciertamente de sus hábitos de lectura, así que se produjeron materiales con imágenes a todo color, atractivas y se cuidaron los mensajes visuales, en cuanto a lo que éstos podrían decir al perceptor imaginario.

Pero no en todos los casos se responde a las necesidades comunicacionales de esos perceptores, quienes ven imágenes que contrastan altamente con su realidad o que se les habla en un lenguaje que no es el de su cotidianidad, es decir un lenguaje escrito y visual que mayoritariamente no corresponde a sus contextos socioculturales y formas de percibir su vida cotidiana, esto sucede sobre todo en aquellas zonas rurales de alta marginalidad y en zonas indígenas monolingües.

Por ejemplo, la mayoría de las ilustraciones de los materiales impresos corresponden más a una población de clase media rural, la presencia del contexto socio urbano rural predomina sobre los contextos de montaña, selva, bosque o playa, las vestimentas de los personajes si bien son muy coloridas no expresan la variedad cultural existente e identificatoria de los distintos grupos étnicos regionales del país.

El lenguaje de los materiales resulta aún muy elevado para las personas que básicamente sólo poseen la educación primaria y esto también es válido para los promotores educativos quienes son los que tienen que leer e interpretar los contenidos de los materiales para hacerlos llegar a los padres, ya que dichos materiales son sus herramientas de capacitación con los padres, y ellos no pueden entender conceptos de psicología o de desarrollo del niño o de salud como: psicomotricidad, senso-percepciones, ablactación, cambios hormonales entre muchas otras.

Otro caso es el rotafolios donde las ilustraciones es sus primeras 12 láminas son personajes humanos trazados sin llegar a la caricatura y en las 12 siguientes son fácticamente caricaturas para niños, esta contradicción se ha notado que le resta veracidad a la información contenida desde la percepción de los padres que sólo

ven "monitos graciosos" como si fuesen cuentos para niños, siendo que este material es para adultos.

Los radioprogramas carecen de dinamismo, no responden a las formas del consumo de la radio en las comunidades, son demasiado largos, 15 minutos, para exponer de 3 a 5 ideas básicas del Programa de educación inicial, por lo que sólo se rellena espacio con canciones y diálogos aburridos y cansados, además de que adolecen también de contextos más cercanos a la población objetivo, y la producción técnicamente es distinta en los primeros 20 radioprogramas de los segundos 20 posteriores, y estos últimos dejan mucho que desear técnicamente; mala dicción de los locutores, voces fingidas, altos y bajos en el sonido, pobreza ambiental con los efectos, nuevamente se cae en infantilizar el material al meter predominantemente música infantil en las cortinillas de descanso y reflexión.

Otro caso significativo es el paquete de juegos didácticos que muy pocos lo utilizan como el recurso didáctico que es, ya que el "jugar" entre los adultos en el medio rural marginado no existe como una pauta cultural y el juego se entiende que es sólo para niños, además de que el material es de cartón, el cual se deteriora fácilmente con el uso por lo que dura muy poco.

Si bien se realizaron sí productos muy atractivos estéticamente, en algunos casos técnicamente bien realizados, en cuanto a los mensajes, aún no responden a las necesidades de la población objetivo, por ejemplo no se les puede decir a alguien que cuide de su salud cuando no hay servicios médicos en la comunidad, no se les puede hablar de higiene y limpieza cuando hay carencia de servicios básicos, no se les puede decir que cuiden de la dieta de los niños, cuando el principal problema de este país es la desnutrición por falta de recursos, no se puede hacer un material mayoritariamente de textos impresos cuando a la población a quien se dirige es analfabeta, semi analfabeta, o monolingüe, por lo que es necesario complementarse con el conocimiento y apoyo de los servicios de otros programas institucionales, como actualmente se hace con el INEA o la Secretaría de Salud.

En este aspecto creo que sería necesario que los mismos productores de los materiales educativos plantearan, desde sus propias propuestas o proyectos, los marcos teóricos en los cuales basan sus productos a ofrecer, y también es necesario que las instituciones que trabajen de esta forma busquen o les planteen a ellos el tipo de comunicación que se desea, ofreciéndose un marco teórico elaborado por la misma institución, esto requeriría a su vez de la definición de una política comunicacional clara de dicha institución, esto es evidente que hizo falta dentro del Proyecto.

Por otro lado, es necesario terminar con ciertas visiones estereotipadas que acompañan a los comunicólogos y educadores, quienes hacen ver a la comunicación como algo distinto y separado de lo educativo, los comunicólogos

pueden ver en lo educativo una área incomprensible, normativa, sosa, limitadora de la expresión creativa, y los educadores ven a la comunicación y sus medios como un ornato e innecesaria pedagógicamente, el problema y su solución no es simplemente técnica, sino de reflexión y diálogo entre ambos campos.

Esta conclusión surge también, precisamente de la dificultad observada para trabajar de manera interdisciplinaria en los trabajos del PRODEI con pedagogas, psicólogas educativas, educadoras y sociólogas, quienes ven los campos de su conocimiento como propios y excluyentes de los que, desde su perspectiva, no le sean afines, por lo que crean cotos y líneas de separación, parcializando las funciones y las tareas, esto fue lo que ocurrió en el Proyecto, pero cabe señalar que esta imposibilidad de trabajar multidisciplinariamente es resultado de la falta de formación profesional en ese sentido.

Es decir, unos y otros apuntan que lo pedagógico no tiene que ver con la ciencia de la comunicación y los medios, puesto que desde la visión de los no comunicólogos, se piensa que estos son un simple soporte técnico mediático de sus contenidos pedagógicos, y que el comunicólogo, por separado, debe solucionar como un problema de él, y en el caso del comunicólogo lo pedagógico o didáctico le resulta ajeno o inentendible, por lo que prefiere también sólo dedicarse a lo técnico.

Por todo esto sería necesario buscar un acercamiento entre comunicólogos y demás especialistas que se dedican a la educación, para conocerse mutuamente y analizar sus potencialidades y complementariedades o visualizar sus aportaciones desde uno y otro campo.

Cuando suceda este diálogo entonces se obtendrán mejores productos didácticos y comunicacionales, en este sentido, en el caso del PRODEI, habría que esperar la evaluación que se tiene programada al término del proyecto, evaluación en la que tendrían que participar no sólo los pedagogos, psicólogos y sociólogos, sino también los comunicólogos, en un trabajo interdisciplinario y complementario, sólo de esta manera se podría hablar de una evaluación integral.

Por otra parte, destacamos la necesidad de sistematizar, escribir y difundir las experiencias de la comunicación en la educación, puesto que de esta forma es como se puede avanzar en el análisis y las propuestas para hacer posible una comunicación educativa y una pedagogía de la comunicación que trascienda los límites de la práctica instintiva o azarosa en el quehacer pedagógico y de lo pedagógico en el comunicativo, de esta manera se daría un salto de calidad, tanto en lo técnico como en los contenidos de los productos obtenidos para el servicio de la educación, sea esta formal o no formal.

En el caso del PRODEI la sistematización de experiencias comunicacionales corresponde a todos los que participan de una manera u otra en dichos

quehaceres, sean técnicos de comunicación estatales, supervisores, coordinadores o promotores educativos, es una tarea que no sólo debe hacerse desde el área central del proyecto, ello enriquecería las mismas prácticas actuales y futuras de quienes realizan dichas labores, es de alguna forma practicar la horizontalidad y dialógica de la comunicación que defendemos, de ahí aprenderíamos todos.

Todo lo anterior en cuanto a los trabajos directamente de la comunicación educativa en la producción de los materiales educativos, pero también es necesario apuntar algunas conclusiones en relación a la difusión del Programa de Educación Inicial, en donde por principio debemos entender que no es lo mismo organizar y realizar una campaña publicitaria que una educativa, y ello porque no se espera la misma respuesta en tanto que son objetivos completamente distintos de una y otra, el entendimiento y conscientización de este aspecto es el que les ha faltado a los técnicos de comunicación estatales y a las jerarquías institucionales correspondientes.

Pero de igual forma es indispensable que los productores, consultores contratados por el proyecto, de los materiales de difusión y promoción, necesitan comprender esto, y el área central trabajar con ellos desde un principio, para hacerles ver cuál es la postura teórica y práctica de la comunicación que se sustenta en el proyecto y la idea de publicidad que se pretende, de otra manera se seguirán produciendo materiales monótonos, de escaso atractivo e ineficaces para difundir este y otros programas de contenido educativo, por lo que los consultores deberían ser invitados a hacer las mismas reflexiones que hemos apuntado en párrafos anteriores sobre la comunicación, de tal manera que no sólo se hagan productos bonitos o técnicamente bien realizados, desde la óptica del especialista, sino que se hagan realmente para responder a una necesidad de los grupos sociales concretos.

Precisamente a los materiales y a la acción de difusión del proyecto les ha faltado ese sustento y sentido, por ello se obtiene productos como el vídeo promocional y de capacitación del Comité pro Niñez, exageradamente largos, lentos en su ritmo, monótonos y repetitivos en su discurso, con información imprecisa o contradictoria con el Programa de educación inicial, con imágenes testimoniales pero en su mayoría faltos de impacto emotivo y con el uso de planos típicos de la televisión educativa carente de imaginación creativa.

Otro caso fundamental es el del material impreso promocional el cual no se ha sabido usar eficientemente, como ha pasado con el ínfimo entendimiento y uso del manual de identidad visual, pieza fundamental para realizar las tareas de la difusión y promoción del Programa de educación inicial, pero también porque también en el caso de algunos materiales, los mensajes son ininteligibles, como sucede con los carteles, en donde el mensaje es demasiado escueto o ambiguo.

De igual forma se presenta el problema de que se elaboró demasiado material impreso de difusión (4 carteles, 4 trípticos y 4 volantes, mantas y pintas de bardas en el nivel local), para una población analfabeta o semi analfabeta o en el extremo del caso de lengua indígena monolingüe, por lo que es evidente que en esta situación una campaña de difusión basada en material escrito impreso no puede funcionar, por muy atractivo que luzca el material.

El material promocional de difusión de uso personal; maletín, gorra, botón, banderín y pluma han funcionado de manera relativa, si bien a los agentes educativos ya se les identifica con el Programa de educación inicial por portar dichos objetos, la gorra no ha funcionado adecuadamente puesto que la mayoría del personal es femenino y no tienen el hábito de usarla, por lo que la gorra se ha visto como un recurso desperdiciado, los maletines se rompen por falta de calidad en el material. por lo que un utensilio "parchado" o desvencijado no permite dar una imagen de fortaleza y seguridad a los padres como se pretende.

A la par de todos estos aspectos señalados en los materiales cabe destacar, como algo fundamental que ha faltado. es realmente una mejor capacitación del personal responsable e involucrado en estas acciones, tanto de los técnicos del área central del proyecto como de los estatales, por lo que es necesaria una capacitación permanente, y efectuar reuniones regulares para el intercambio de experiencias que sirvan para sistematizar conocimientos y enriquezcan la práctica de cada uno de los involucrados en la difusión y promoción del Programa.

Un aspecto importante que podríamos apuntar, es que no basta con el voluntarismo y la iniciativa individual, para realizar un trabajo significativo, tanto en lo técnico como de contenido, en ciertos programas educativos donde el comunicólogo pueda tener una participación importante, ya que hay otras determinaciones, jerárquicas e institucionales, que orientan la dirección e intención de los procesos, por lo que es necesario hacer un doble trabajo; el de convencer a los demás de la importancia de la función del comunicólogo, así como de lograrlo a través de la evidencia de nuestro propio trabajo y por otro, es importante que el comunicólogo se acerque a otros especialistas o profesionales para intercambiar y enriquecer experiencias en trabajos comunes, procurando encontrar una complementariedad antes que una diferencia o la parcialización de quehaceres, como sucede en el caso de la educación todavía hoy.

Pero es igualmente necesario, atender a las políticas institucionales que son las que determinan, en última instancia, las formas y las direcciones de dichos procesos. En este sentido habría que estudiar y analizar estos aspectos institucionales para pensar de qué forma podrán ser salvados y establecer una auténtica práctica comunicacional alternativa.

Cabe decir, por otra parte, que también el comunicólogo se autolimita en proyectos educativos de estas características ya que se siente aislado y parcelado a su área o a las funciones que le designen, puesto que la formación profesional recibida en la universidad no le permite ubicarse en el campo educativo sintiéndose ajeno en él. Como conclusión última de este trabajo, apuntaría que la experiencia vivida en el Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial, me permitió reflexionar sobre la necesidad de que la universidad y en este caso la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, requiere de ampliar los campos de estudio de la disciplina de Comunicación que ofrece, en lo particular abrir un campo de estudio, formación o especialización para el rubro de la educación, con ello, igualmente, considero, se ampliarían la práctica y los campos de desarrollo profesional de los estudiantes de esta carrera.

Como colofón sustentaríamos lo que dice Javier Ampuero:

“Se trata en resumidas cuentas, de dejar de usar los medios a medias (como tecnologías, instrumentos o técnicas), conociendo mejor a los sujetos, a los propios medios y cómo es la relación entre ambos, confiando más en unos y otros, en las posibilidades educativas de los medios y en nuestras propias capacidades creativas y comunicativas”.⁹¹

⁹¹ Javier AMPUERO. et. al. Op. Cit. p. 77

BIBLIOGRAFÍA

- ADAME GODDARD, Lourdes. Guionismo. Edit. Diana, México, 1989.
- AMPUERO, Javier. et. al. Los medios sí pueden educar. Edit. Asociación de Comunicadores Sociales CALANDRIA, Lima, Perú, 1992.
- ANDER-EGG, Ezequiel. Los medios de comunicación al servicio de la educación. Edit. Magisterio del Río de la Plata, Buenos Aires, Argentina, 1994.
- BAENA, Guillermina. Comunicación en el trabajo comunitario. Edit. Pax, México, 1989.
- BENN, Alec. Los 27 errores más comunes en la publicidad. (Traduc. Margarita Cárdenas) Edit. Norma, Bogotá, Colombia, 1978.
- CALVI, Gian. Taller : Diseño e ilustración de textos escolares. (Ejercicios y textos/Documento de trabajo). México, 1994.
- CALVIMONTES, Jorge. El mito de la comunicación alternativa. Ponencia presentada en la Primera Reunión Nacional de Investigadores de la Comunicación. UAM-Xochimilco, 1980. (Documento/Fotocopia)
- CAMACHO MORELOS, Jesús. Así se escribe una campaña de publicidad efectiva. Edit. Diana, México, 1992.
- CASTAÑEDA YAÑEZ, Margarita. Los medios de comunicación y la tecnología educativa. Edit. Trillas, México, 1979.
- CERESO, Manuel. Guía del redactor publicitario. Método para el análisis y la creación. Edit. Mirador, Barcelona, 1992.
- CERVANTES, José Antonio. Glosario de términos publicitarios, mercadológicos y afines. Edit. Ediciones de Comunicación. México, 1980.
- CROVI DRUETA, Delia M. Metodología para la producción y evaluación de materiales didácticos. Edit. FELAFACS, México, 1990.
- CONAFE. Carpeta Básica del Área de Materiales Educativos (Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial/Documento), México, 1995.
- CONAFE. Carpeta Básica del Área de Capacitación (Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial/Documento), México, 1995

- CONAFE. Líneas Generales y Normas Mínimas de Comunicación Social para Delegaciones del Conafe. (Documento) México, 1993.
- CONAFE. Estrategia para la Campaña de Difusión 1995 en los Estados del Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial-PRODEI. Documento de Trabajo. México, 1995.
- COORDINACIÓN GENERAL DE COMUNICACIÓN SOCIAL DE LA PRESIDENCIA DE LA REPÚBLICA. Surgimiento histórico de los medios de comunicación de masas. (Documento sin fecha / Fotocopia).
- CHÁVEZ CHÁVEZ, Esteban. Manual de planeación de medios de comunicación a bajo costo. Edit. ILCE, México, 1992.
- D' EGREMY A. Francisco. Publicidad sin palabras. (El lenguaje no verbal en la publicidad). Edit. Mar, México, 1993.
- DE FONTOCUBERTA, Mar y GÓMEZ MOMPART, J. L. Alternativas en comunicación. Edit. Mitre, Barcelona, España, 1983.
- DELEUZE, Gilles. La imagen-movimiento. Estudios sobre cine 1, Edit. Paidós, Barcelona, 1984.
- DÍAZ BORDENAVE, Juan E. ¿Qué es comunicación rural? Necesidad y Reto en América Latina. (Traduc. Francisco J. Sánchez Velasco). Edit. Carrasquilla, México, 1987.
- ECO, Umberto. Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas. Edit. Lumen, Barcelona, España, 1975.
- ERIKSON, B. F. Cómo dominar la publicidad. (Introducción General a la Publicidad). Edit. Grupo Editorial Norma, Colombia, 1992.
- ESCUDERO YERMA, Ma. Teresa. La comunicación en la enseñanza. Edit. Trillas, México, 1990.
- FISKE, John. Introducción al estudio de la comunicación. Col. Edit. Norma, Bogotá, 1984.
- FREIRE, Paulo. ¿Extensión o comunicación? La concientización en el medio rural. Edit. Siglo XXI, México, 1983.
-
- FUENTES NAVARRO, R. La comunicación educativa audiovisual. Edit. Universidad Autónoma de Guadalajara, México, 1981.

- GARCÍA JIMÉNEZ, Jesús. Televisión educativa para América Latina. Edit. Porrúa, México, 1970.
- GONZÁLEZ ALONSO, Carlos. Principios básicos de comunicación. Edit. Trillas, México, 1992.
- HABERMAS, Jürgen. Historia y crítica de la opinión pública. Edit. Guili, México, 1986.
- HOZ ZAVALA, Blanca. Psicología de la publicidad. en :Revista Mexicana de Ciencias Políticas y Sociales No. 131 "Psicología de la comunicación un campo abierto". UNAM/FCPyS, México, 1988. ps. 95-102.
- LÓPEZ VENERONI, Felipe Neri. Elementos para una crítica de la ciencia de la comunicación. Edit. Trillas, México, 1989.
- MAC BRIDGE, Sean. et al. Un solo mundo, voces múltiples: comunicación e información de nuestro tiempo. FCE, México, 1980.
- MARIN, Guillermo. El manual básico del promotor cultural. Edit. Universidad Vasconcelos Tlatocan, Oaxaca, México, 1994.
- MARTÍN SERRANO, Manuel. La producción de comunicación social Edit. CONEICC, México, 1989.
- MARTÍNEZ CAZARES, Lucila. Marketing cultural y biblioteca pública. Estrategias de gerencia creativa. Edit. Instituto Colombiano de Cultura, Colombia, 1992.
- MICHEL, Guillermo. Para leer los medios: prensa, radio, cine y televisión. Edit. Trillas, México, 1990.
- MONTANER, Pedro y MOYANO, Rafael. ¿Cómo nos comunicamos? Del gesto a la telemática. Edit. Alhambra Mexicana. México, 1989.
- OROZCO GÓMEZ, Guillermo (Coord.) La comunicación desde las prácticas sociales. Edit. U. Iberoamericana, México, 1990.
- ORTÍZ, Miguel Ángel y MARCHAMALO, Jesús. Técnicas de comunicación en radio. (La realización radiofónica). Edit. Paidós, Barcelona, España, 1994.
- PAOLI BOLIO, José A. Comunicación e información. Edit. Trillas, México, 1983.
- PAOLI BOLIO, José A. y GONZÁLEZ, César. Comunicación publicitaria. Edit. Trillas, México, 1992.

- PEPPINO BARALE, Ana María. Radiodifusión educativa. Edit. UAM Azcapzalco-Guernika, México, 1991.
- PERELLO CABRERA, José L. "El texto y la imagen acústica en la historieta". Elementos para una semiótica de la historieta (Fanzin). Edit. Universidad de la Habana, Cuba.
- PÉREZ TORNERO, J. M. La semiótica de la publicidad. Análisis del lenguaje publicitario. Edit. Mitre, Barcelona, España, 1982.
- PICCINI, Mabel y NETHOL Ana Ma. Introducción a la pedagogía de la comunicación. Edit. Trillas-UAM, México, 1990.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. Diagnóstico de comunicación. Manuales didácticos CIESPAL, Edit. CIESPAL, México, 1985.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. Discurso autoritario y comunicación alternativa. Edit. Premia, México, 1987.
- PRIETO CASTILLO, Daniel. Diseño y comunicación. Edit. UAM-Xochimilco, México, 1982.
- RESÉNDIZ RODRÍGUEZ, Rafael C. Semiótica y comunicación. Edit. UNAM-FCP y S. México.
- ROJAS ZAMORANO, Alberto. "Televisión y educación", en: TELEVISA, el quinto poder. Edit. Claves Latinoamericanas. México, 1985.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Guía de padres. Edit. SEP. México, 1994.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Reporte Evaluatorio para la Instrumentación del Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial. Banco Mundial- SEP (Documento/Traducción). México, 1992.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Programa de educación inicial. Edit. SEP, México. 1992.
- SECRETARÍA DE EDUCACIÓN PÚBLICA. Manual del educador comunitario, Edit. SEP, México, 1992.
- SEP- Educación Inicial. Manual Operativo para la Modalidad No Escolarizada Edit. SEP, México, 1992.

- SEP-CONAFE. Manual del promotor educativo. (Proyecto para el desarrollo de la Educación Inicial) Edit. SEP/CONAFE, México, 1994.
- SEP-CONAFE. Guía de padres. Programa de educación inicial, no escolarizado. (Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial) SEP/CONAFE, México, 1994.
- SEP-CONAFE. Manual del supervisor de módulo. Programa de educación inicial, no escolarizado. SEP/CONAFE, México, 1994
- SEP-CONAFE. Manual de Identidad Visual / Programa de Educación Inicial. (Proyecto para el Desarrollo de la Educación Inicial) SEP/CONAFE, México, 1994.
- SFEZ, Lucien. La comunicación. Serie: ¿Qué sé? Edit. Publicaciones Cruz O., México, 1992.
- TAUFIC, Camilo. Periodismo y lucha de clases. La información como forma del poder político. Edit. Nueva Imagen, México, 1977.
- TOSI, Virgilio. Manual de cine científico. Edit. UNAM-UNESCO, México, 1987.
- VALDEAVELLANO, Paloma. El Video en la educación popular. Edit Instituto para América Latina/IPAL-Consejo de Educación de Adultos de América Latina / CEAAL, Lima, Perú 1989.
- VILCHES, Lorenzo. La lectura de la imagen: prensa, cine, televisión. Edit. Paidós, México, 1991.
- WATSON CHIMERA, Ma. Teresa. Enfoques conceptuales de la comunicación y la educación. Edit. Asociación Argentina de Educación a Distancia, Buenos Aires, 1991.

BIBLIOGRAFÍA AUXILIAR:

- ECO, Umberto. Cómo se hace una tesis. Gedisa, México, 1989.
- GARZA MERCADO, Ario. Manual de técnicas de investigación. Edit. El Colegio de México, México, 1979.
- PARDINAS, Felipe. Metodología y técnicas de investigación en ciencias sociales. Edit. Siglo XXI, México, 1985.
- ROJAS SORIANO, Raúl. Guía para realizar investigaciones sociales. Edit. Plaza y Valdés, México, 1987.
- TABORGA, Huascar. Cómo hacer una tesis. Edit. Grijalbo, México, 1982.