



UNIVERSIDAD NACIONAL AUTONOMA DE MEXICO

FACULTAD DE CIENCIAS POLITICAS Y SOCIALES

**ANALISIS DEL PROGRAMA DE EDUCACION
PARA LOS MEDIOS;
DESARROLLO DE LA VISION CRITICA**

TESINA
que para obtener el título de
Licenciada en Ciencias de la Comunicación
p r e s e n t a
LESLI SOSA LIMON



Directora de Tesina: Mtra. Adriana Berrueco García

281875

Ciudad Universitaria, D. F. 1999



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.

ÍNDICE

Introducción	1
Apartado 1 El binomio comunicación/educación y sus escenarios en la escuela	1
1.1 Comunicación y educación	2
1.2 La escuela: los modelos educativos y la comunicación	6
1.3 Los enfoques de los medios utilizados en la educación	10
1.4 Cómo se aprende de los medios	11
Fuentes consultadas en el Apartado 1	13
Apartado 2 Educación para los medios	15
2.1 Enfoques teóricos de la educación para los medios	16
2.2 La Educación para los Medios en el ámbito internacional	19
2.3 El caso de México	22
Fuentes consultadas en el Apartado 2	27
Apartado 3 Análisis del Programa de Educación para los Medios; desarrollo de la visión crítica	28
3.1 Aspectos relevantes del PEM; DVC	28
Qué es y en qué consiste el PEM; DVC	29
3.2 Propuesta de utilización de medios en los libros	31
Material de audio y video (utilizado en los cursos)	
3.2.1 Organización de los libros	32
3.2.2 Contenidos de los libros	34
3.2.3 Algo más sobre los libros	38
3.2.4 Apreciación personal de los libros	40
3.3 Estrategia de capacitación	45
3.3.1 Diseño y planeación del curso de capacitación	47
3.3.2 Evaluación y seguimiento del programa de capacitación	51
3.3.3 Análisis de encuesta	52
Fuentes consultadas en el Apartado 3	58
Conclusiones	59
Fuentes consultadas en la Tesina	63
Anexos	66

INTRODUCCIÓN

Es indudable que los medios de comunicación han penetrado en nuestras vidas de una manera tan acelerada como su crecimiento mismo. Hace algunos años nadie habría podido imaginar que viviríamos en un mundo tan dependiente de los medios de comunicación.

La revolución tecnológica bajo la que nos encontramos, ha beneficiado en mucho a los medios dando un nuevo significado a nuestras vidas se a cual sea nuestra edad, sexo, "status" o profesión. De aquí la afirmación de que los medios tienen un papel determinante en la socialización de las personas, sobre todo en la infancia, cuando se permanece largos periodos frente al televisor, el cual sirve como compañía, maestro y distractor.

Sobre los medios se escuchan comentarios de todo tipo; sin embargo, los que más abundan son aquellos que los condenan y enjuician como enemigos del aprendizaje y deformadores de la realidad. Más allá de juzgar si los medios aportan conocimiento o no a los receptores, y pasando de largo esta discusión que lleva varios años, lo cierto es que los medios han demostrado ser patos en diversas esferas de la vida social. Su presencia se ha extendido, querámoslo o no, a modalidades de la enseñanza forma y la no formal.

Partimos de que los medios de comunicación conforman productos culturales de enorme influencia en la formación de sus receptores. Todos sin excepción alguna, aprendemos de los medios y es justamente ahí donde radica el problema: los medios han sido considerados desde su nacimiento como formas de entretenimiento, distractores, reyes y amos del tiempo libre y del ocio. Pese a ello, los medios han rebasado estos puntos y por la importancia que como medios simbólicos tienen, es necesario que no perdamos de vista otras dimensiones en las que han penetrado como es el importante campo de la educación. Debido a esto, es necesario redimensionar cuáles son los campos de los que se están adueñando los medios.

Es necesario problematizar lo que no es visto como un problema por los propietarios de los medios comerciales: a pesar de que estos medios no tienen entre sus objetivos la tarea de enseñar, lo están haciendo.

En este marco, sabemos que las dos instancias históricas encargadas del rubro de la educación, son por un lado la familia y por el otro la escuela. En la familia los medios se

encuentran en la dimensión señalada arriba: entretenimiento y diversión. Para la escuela, los medios despiertan sobre todo apatía, y constituyen competencia para los maestros. En la mayoría de los casos –sobre todo en profesores del nivel básico–, la educación informal ofrecida en los medios comerciales, no despierta interés educativo; sin embargo, no se puede seguir en la creencia de que por el hecho de no hablar de ellos en el recinto educativo, éstos no están aportando enseñanzas significativas en los educandos.

Así pues, nuestra problemática gira en torno a dos puntos: por un lado nos encontramos ante el fenómeno de que los medios comerciales han sido absorbidos por los receptores no sólo como distractores, sino también como transmisores de aprendizajes; es decir, han rebasado el entretenimiento para "educar" de una manera informal; y por otro lado, debemos considerar que no cuentan con un diseño para ello; en otras palabras, si los medios de comunicación se están adueñando de tareas que corresponden al ámbito educativo, es hora de que la educación se sirva de ellos de una manera pedagógica y significativa: ya que los medios son llevados al aula escolar, se deben aprovechar sus lenguajes y recursos de forma tal que puedan convertirse en dispositivos pedagógicos, sin perder por ello su carácter lúdico.

Esta propuesta por supuesto no es nueva; al correr de los años se ha trabajado con diversas concepciones como la tecnicista y la concepción de los efectos. Sin embargo, estos esfuerzos no han arrojado los resultados esperados. Sería iluso pensar que por introducir los medios a las aulas, se va a revolucionar la educación por sí sola, o bien que por el hecho de utilizarlos sin una reflexión de porqué se utiliza ese medio y no otro, así como su mensaje, se vaya a modificar el aprendizaje de los educandos.

Una concepción que ha sido trabajada sobre todo durante la última década, en algunos países de Europa y América Latina tanto en instituciones públicas como privadas, es la denominada concepción crítica, la cual se basa en diseñar proyectos y/o programas con base en paradigmas constructivistas; los cuales proponen que la utilización y el uso de los medios se dé como una extensión de los libros de texto; y que se genere en las audiencias una comunicación participativa, en la que tomen parte activa dentro de la construcción y deconstrucción del entramado de los medios; esto es conocerlos y familiarizarse con ellos, para posteriormente construir con y para los medios de comunicación.

Esta concepción crítica es la columna vertebral de diversos programas que a nivel mundial se están desarrollando bajo la corriente de *Educación para los medios* o bien *educación para la comunicación*.

Una propuesta con esta concepción que se ha desarrollado en nuestro país, es la denominada "Programa de Educación para los Medios; desarrollo de la visión crítica" (PEM; DVC), por parte de la Secretaría de Educación Pública. La cual se está trabajando en el nivel Primaria, dentro del Distrito Federal, como parte de los programas complementarios que se manejan.

El PEM; DVC propone un modelo educativo comunicacional, en el que se haga uso de los medios de comunicación masivos comunes como la radio, la televisión y los videojuegos, de una manera pedagógica en la que se rescate el valor educativo que pueden tener, conformando con ello una educación para los medios de comunicación basado en el desarrollo de una visión crítica para el educador y los educandos.

El objetivo central de esta tesina es describir y analizar la propuesta de educación para los medios (educación comunicacional), utilizada en el Programa de Educación para los Medios; Desarrollo de la Visión Crítica, de la Secretaría de Educación Pública, dentro de la segunda etapa piloto del programa, implementada durante el ciclo escolar 1997-1998, ya que el programa tienen un seguimiento escolar anual.

Los objetivos específicos: 1) Analizar la relación escuela-medios de comunicación; y 2) Describir brevemente cuál ha sido el desarrollo de la Educación comunicacional en América Latina y más detalladamente en México.

Estudiar la estrategia y metodologías planteadas en el programa permitirá conocer no de los esfuerzos que en materia de educación comunicacional se están realizando, y a la vez proporcionará elementos para que en el futuro se puedan diseñar nuevas y mejores formas de educar para la comunicación, ofreciendo con ello una forma actual y vigente de desarrollar una visión crítica no sólo para los medios de comunicación o la escuela, sino para la vida misma.

Al tener la oportunidad de trabajar directamente en el diseño y aplicación de este programa dentro de la Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal, colaborando

directamente con los autores del proyecto, puede tener un acercamiento a la cuestión plantea la relación medios de comunicación escuela; tema que me interesó para estudiarlo en esa tesina ya que considero que el programa ofrece soluciones tangibles y no se queda en un trabajo de crítica o descripción.

Investigar, planear y diseñar un programa de este tipo, ha sido un trabajo enriquecedor, por lo que compartirlo a través de la tesina, ambiciona ser una aportación para todos aquellos que se preocupan y trabajan por y para la educomunicación.

Por otro lado, uno de los principales problemas a los que se enfrenta esta corriente, es la falta de divulgación sobre los trabajos que se están realizando en América Latina y algunos países de Europa, por lo que este trabajo, pretende compartir esta experiencia.

Para la elaboración de esta tesina, se consultaron fuentes documentales: bibliográficas, hemerográficas y archivológicas nacionales y extranjeras. Es importante mencionar que en virtud de que trabajé de manera directa en el Proyecto de Educación para los Medios, en la tesina también se ofrece información obtenida de la observación de campo.

También se hace la interpretación de la misma encuesta inicial aplicada al final con el fin de conocer los cambios operados en los profesores de primaria sobre los medios de comunicación, después de recibir el curso de Educación para los Medios.

ESTRUCTURA DE LA TESINA

En el primer apartado se describen los conceptos básicos del tema de investigación: comunicación y educación, su relación y los modelos educativos establecidos en la escuela.

En el segundo apartado se aborda brevemente el panorama que presenta la Educación para los Medios, señalando los programas que más aportes han logrado en Europa y América Latina; de manera más amplia se reseña cuál ha sido su desarrollo en México y se exponen los principales programas que se han desarrollado.

En el apartado tres, se hace una descripción y análisis de Programa de Educación para los Medios; Desarrollo de la Visión Crítica. Este describe la propuesta comunicativa así como de

los materiales con los que cuenta para su fin. Se analiza el proceso de capacitación que se da a los profesores de primaria y se hace una interpretación de encuestas realizadas durante el mismo. Por otro lado se analizan los tres libros que conforman el programa, ya que éstos son la columna vertebral y el sustento teórico y práctico del programa.

En la parte final de este trabajo se presentan las conclusiones de esta tesina, asimismo se incluye una sección de anexos, en la que se presentan los cuestionarios realizados, los gráficos de los resultados obtenidos en las encuestas así como las letras de dos canciones analizadas en los cursos, ya que pueden ser del interés de los lectores de este trabajo.

APARTADO 1

EL BINOMIO COMUNICACIÓN/EDUCACIÓN Y SUS ESCENARIOS EN LA ESCUELA

Los campos de la comunicación y la educación son importantes en el desarrollo de los seres humanos, pues permiten que a través de ellos se aprenda en la vida.

Pero, ¿a qué se refieren la comunicación y la educación? Etimológicamente la palabra comunicación proviene del verbo comunicar, definido como el acto de transmitir o transferir algo a alguien, como "poner en común", "comulgar", "compartir". Educar proviene de "ducar" que viene del verbo latino *ducere* que significa "conducir". Así, educar es "conducir hacia fuera", "sacar desde adentro", poner algo que está afuera dentro de la mente del hombre.

La comunicación y la educación son dos ejes claves atravesados por la vida cotidiana, son ejes centrales en la formación de cualquier persona en cualquier parte del mundo ya que provienen de la relación constitutiva que se planta entre dos campos disciplinares.

Jorge A. Huergo (1997:46) afirma que esta conjugación responde a una voluntad "crítico-transformadora", en la que no sólo se abarcan y superan las fronteras entre disciplinas, sino que mezclan las prácticas, los ámbitos de investigación y las perspectivas teóricas otorgando un sentido transdisciplinario al campo.

Partiendo de este punto, podemos decir que el binomio comunicación/educación es expresamente una voluntad de transformación; cada uno dentro de su campo de acción, busca mejorar el nivel tanto en comunicación como en educación y por ende, son procesos que tienen lugar en el campo histórico y social.

Así comunicación y educación están inmersos en un marco común: la cultura. Cada una reconoce al otro en la medida en que forman parte de un todo que tienen como agente principal al sujeto. Por lo tanto ambas esferas deberán ser comprendidas en la cultura entendida como acción y proceso de construcción.

1.1 COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN

La educación es el pilar de las formas de enseñanza que tiene el ser humano y la aprendemos de dos maneras: la formal y la informal.

La educación formal también llamada escolar, se imparte en instituciones de enseñanza (escuelas) a cargo de un docente y de acuerdo con programas de estudio determinados.

Este tipo de educación se caracteriza por cierta rigidez, cuenta con estructuras muy bien establecidas y condiciones de ingreso preestablecidas para todos; busca ser universal y secuencial, normalizada e institucionalizada además de presentar cierta continuidad.

La educación no formal, llamada también extraescolar, abarca todas las formas de instrucción que propician deliberadamente conocimiento; dan lugar a que la fuente (información) y el alumno tengan un encuentro de aprendizaje significativo.

La educación no formal es toda actividad educativa que se encuentra fuera del sistema de educación formal establecido, destinada a servir a un grupo determinado (Téllez, 1997:10).

Con esta definición se puede determinar que la educación que nos llega a través de los medios de comunicación es de carácter no formal y que en muchas ocasiones aborda temas y enseñanzas que la formal no maneja o en le mejor de los casos lo hace de forma muy ligera, esquemática y/o cuadrada, como los temas relacionados con sexo por ejemplo; sin embargo es importante señalar que dicha información está orientada a cumplir con ciertos intereses y características propios de las empresas que los transmiten.

En este sentido podemos afirmar que los medios de comunicación colocan al individuo en un contacto inmediato con una infinidad de información; en cuestión de segundos podemos conocer qué sucede del otro lado del mundo en el mismo momento en que está aconteciendo, por ello los medios de comunicación resultan una fuente inagotable de información.

A esto hay que añadir que cuando la información que nos llega es de nuestro interés, se genera un aprendizaje de los medios sin el esfuerzo que requiere la educación escolar, es

decir, aprendemos toda una cultura -desde roles sexuales, formas de conducta, representaciones de estereotipo, etc.- de una manera rápida, divertida, amena y muchas veces sin la conciencia de ello.

En comparación, tenemos el proceso de enseñanza-aprendizaje formal y tradicional que se maneja en la escuela; los contenidos de aprender a leer, a escribir, a conocer la historia, las ciencias naturales etc., se dan de una manera secuencial, cumpliendo al pie de la letra su propósito. Por otro lado, los medios de comunicación¹, sin proponérselo, han logrado que aprendamos de ellos sin ser una de sus funciones. La función de la escuela es clara, pero ¿cuál es la de este tipo de medios?.

Los fines de los medios siempre han sido: el entretenimiento, la diversión en los ratos de ocio, de información y podríamos añadir la orientación a cerca de los productos de consumo propios de nuestro tiempo. Sin lugar a dudas, forman parte del entramado cultural.

Además de esto, los medios -sin responsabilizarse por ello- han adquirido una función indirecta: la de educar. Es gracias a todo el cúmulo de información que manejan que nos llegan patrones de conducta, de valores, de ideologías, de costumbres de otros lugares y del nuestro. Por tanto, la información que los medios manejan llega a un sinnúmero de personas en cualquier parte del mundo; la forma de penetración de toda esta información no tienen límites ni barreras, por ejemplo las tradiciones del día de muertos para nosotros o del Halloween para los norteamericanos es conocida a nivel mundial. Con todo esto no sería exagerado decir que los medios no sólo transmiten mensajes o información, sino también ideologías y cultura.

Otro punto a favor de los medios y, desafortunadamente en contra de la escuela, es que cada día nos estamos convirtiendo en personas más audiovisuales gracias a los medios de la comunicación. Esto se hace más evidente en las nuevas generaciones, quienes prefieren ver una película, videojugar, navegar en internet o ver TV en lugar de leer un libro.

Esta información se sustenta en los resultados de investigaciones como las presentadas en la Revista del Consumidor (1997) y la Revista Mexicana de Comunicación (Alma de la Selva;

¹ Es importante aclarar que cuando la autora de este trabajo, menciona los medios de comunicación, está haciendo referencia a los medios con contenidos comerciales, no educativos.

1995). En la primera se afirma que los niños pasan frente al televisor 25 horas a la semana y algunos incluso 11 horas diarias; entre otras cifras que se manejan en el artículo se menciona que en nueve de cada diez hogares existe un televisor y que el promedio de cada ciudadano frente al aparato es de tres horas y media diarias.

Por otro lado Alma Rosa de la Selva afirma en su investigación sobre el consumo cultural, que los medios son considerados por las audiencias como espacios de entretenimiento, y que los libros son concebidos como "un elemento esencial y casi exclusivamente educativo".

Esta manifestación sociocultural actual, es la que nos lleva a pensar en la necesidad de relacionar la comunicación y la educación como dos campos que requieren complementarse y enriquecerse mutuamente, con el fin de construir una teoría pedagógica que los conciba como factores de un mismo procedimiento, ya que cualquier situación educativa implica necesariamente procesos de comunicación en interacción social.

Cada uno de estos dos campos nacieron de manera separada y aislada, como disciplinas sociales independientes. Sin embargo, en los últimos tiempos el mundo de la comunicación ha vivido una serie de cambios y avances gigantescos en comparación con los cambios que ha tenido el campo de la educación. Las instituciones educativas se han contentado con ver "los toros desde la barrera" y se han mantenido a la zaga de todo este avance tecnológico.

Las nuevas tecnologías de información como las computadoras, el internet, la televisión por cable, los teléfonos celulares, los videojuegos, etc., han incorporando día con día tecnología de punta con el fin de mantenerse a la vanguardia, mientras para la escuela siguen vigentes los modelos de la letra escrita y la comunicación verbal en la mayoría de los casos.

El modelo formal de la escuela es evidentemente tradicionalista y conservador, los pocos cambios que se han visto en necesidad de instrumentar, han sido adecuaciones internas en los contenidos (la reforma de los libros de texto por ejemplo), o bien con los métodos de lectoescritura, los cuales no implican mayor problema. Sin embargo, es momento de combatir el fuego con el fuego. No se puede permitir que los medios de comunicación sigan con una labor de la cual no están tomando la responsabilidad.

Existe un tercer elemento básico en todo este proceso de la comunicación/educación, tal como lo señala Jesús Martín Barbero (1996:19), "antes que una cuestión de medios el nuevo escenario comunicativo debería ser para la educación una cuestión de fines: ¿qué transformaciones necesita la escuela para encontrarse con la sociedad? Porque de lo contrario la mera introducción de medios y tecnologías de comunicación en la escuela puede ser la más tramposa manera de ocultar sus problemas de fondo tras la mitología efímera de su modernización tecnológica".

De ninguna manera se pretende que introduciendo los medios a la escuela, se dará solución a un problema tan complejo. Como comunicadores el problema que se nos plantea es comprender cómo influyen los medios de comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje, y de generar una propuesta pedagógica y metodológica que dé cuenta de este proceso. Es decir, como comunicadores debemos proponer una pedagogía de la comunicación con un carácter educativo propio.

Sobre el mismo tema Orozco (1994:63), afirma que "el reto de una formación de comunicadores más relevante socialmente no radica (sólo) en la intención de hacerlo, sino en la metodología para traducir adecuadamente las prácticas profesionales de comunicación —y en general las prácticas sociales— en campos educativos".

Nada de lo anterior tendría sentido si nuestras búsquedas en ambos campos, el educativo y el de la comunicación, dejaran de lado la utopía como una perspectiva real y no tan sólo como una lejana referencia. La educación y la comunicación tienen que ver con la construcción de lo social y el reconocimiento de todo lo que se crea, por ello es imprescindible pensar en ambos campos desde la cultura misma.

En este momento nos encontramos con la necesidad de contextualizar a la escuela incorporando las condiciones de la cultura contemporánea en las que el educando se desenvuelve cotidianamente.

No se trata tampoco de quedarse en el punto de criticar lo mal o bien que hacen los medios. La única verdad es que los medios están enseñando y se aprende de ellos. Ni criticar, ni satanizar es la solución; lo que se requiere es vincular los aspectos de la comunicación en general y en particular de la comunicación audiovisual a la práctica educativa.

Para lograr este objetivo la escuela debe reconocer que se ha aislado creyéndose ese "castillo de pureza" dentro del cual nada es afectado. La escuela ya no es la única institución por la que los seres aprendemos, actualmente contamos con más espacios educativos y de socialización que forman parte de nuestra cultura, considerando para ello a todos los educandos desde el nivel educativo básico hasta el superior.

Actualizarse para la escuela no será una tarea sencilla, toda vez que a sí misma la escuela se reconoce como el único centro de saber, sin embargo, está siendo rebasada por otras formas de influencia más acordes a nuestro días.

Es necesario desarrollar una forma que logre vincular a ambos campos en un contexto en el que los medios de comunicación adquieren una importancia cada vez mayor en el desarrollo de la sociedad y cuenta con métodos de enseñanza más atractivos y participativos. Debemos por principio de cuentas, replantear el papel educativo de los medios de comunicación como medios de los cuales se aprende, desmenuzar cual es este proceso de enseñanza-aprendizaje que maneja y es tan efectivo, con el fin de poder rebasar el enfoque de factores externos o apoyos didácticos en los que se les ha querido limitar.

Es desde la historia y desde la práctica, entendidas como lugares de reconocimiento de acciones sociales, de la construcción y recreación de la teoría y no exclusivamente desde lo académico, desde donde la relación entre comunicación y educación debe ser recreada y debatida una y mil veces. Este es el lugar donde comunicadores y educadores pueden hacer un aporte que haga válidos los conocimientos en función de las demandas que hoy plantean las personas.

1.2 LA ESCUELA: LOS MODELOS EDUCATIVOS Y LA COMUNICACIÓN

Guadalupe Luviano y Aurora Alonso (1996:15), distinguen y analizan tres modelos en los que afirman, que en el proceso de educación/comunicación se reconocen siempre tres factores:

- ✓ La comunicación que se da en las aulas.
- ✓ El papel del docente como comunicador.
- ✓ Y el mensaje en el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El *Modelo Tradicional* que se maneja en la escuela, parte de la teoría de que el educando aprende a través de los sentidos. Aquí el educador es el sabelotodo y los alumnos son seres "ignorantes" a los que hay que enseñar todo. Los educandos son como recipientes, en los que se pretende vaciar una serie de conocimientos y mientras mayor sea el cúmulo de ellos, el beneficio que obtiene el alumno será mayor.

El tipo de comunicación que se da es vertical y unidireccional. Esto es, ya que el profesor es el único que sabe, no se permite una retroalimentación, el alumno por no "saber", no puede opinar o decir algo. Aquí el profesor funge como el emisor, el alumno como el receptor y los contenidos de enseñanza vienen a ocupar el papel de mensajes. Este modelo de "Educación Bancaria", que maneja Paulo Freire (Escobar, 1985), pone énfasis en la cantidad de conocimientos que el sujeto puede asimilar como un sinónimo de consumir y de nutrirse intelectualmente.

El profesor aquí es el que organiza, decide, piensa y ejecuta como una autoridad, mientras el alumno asume un rol de oyente dócil y obediente que da a la palabra de la autoridad la de un Dios. Se le niega la capacidad de ser crítico y cuestionar, al menos de forma pública.

Dentro de la educación se ha comprobado que para poder aprender, son determinantes: lo que se aprende, la forma de aprenderlo y la interacción entre los sujetos que ejercen estas acciones.

Como podemos ver, el profesor en este modelo es quien determina el tipo de comunicación que se va a dar, así como los papeles de cada uno de los actores. Este tipo de comunicación genera una dependencia disciplinaria y del estilo personal del profesor.

Dentro del *Modelo de Tecnología Educativa* se buscó sistematizar y especializar los procesos a través de una visión tecnocrática de planificación, evaluación y retroalimentación.

No sólo se trató de incorporar los medios a la escuela, de ninguna manera. Dentro de este modelo, con supuestos teóricos basados en la psicología conductista, se concibe al aprendizaje como un "cambio de conducta observable, medible y relativamente duradero", en el cual el proceso de enseñanza aprendizaje es longitudinal (entrada-proceso-salida) donde

se incluye una supuesta objetividad en los resultados esperados, los cuales son confirmados con un carácter cuantitativo.

Este modelo a diferencia del analizado anteriormente, propone que el educando (receptor) sea activo y el maestro desaparece del esquema. Esto resulta una falacia, ya que el profesor es el que sigue conduciendo el modelo. Lo que es manejado de la misma forma es el esquema de comunicación, el cual se mantiene vertical: el emisor es el medio o maestro (en algunas ocasiones el maestro es sustituido por el medio, en otras sólo es apoyado), el receptor es el alumno y el mensaje es el conocimiento.

A pesar de que se introduce un nuevo elemento, la educación no cambia. Sería risible esperar que con la simple introducción de los medios, los alumnos aprendieran más o mejor. Esta es una falacia, ciertamente los medios pueden ayudar o apoyar a la educación, pero no por sí mismos van a substituir el proceso de enseñanza-aprendizaje.

El alumno continúa siendo un agente pasivo al cual le llega la información de manera vertical. La retroalimentación que existe es sólo la de verificar que el mensaje llegue al receptor.

Posteriormente hacia la década de los 80, llegó la corriente de la *Didáctica Crítica*, la cual enfatiza el carácter humano que debe tener el proceso social de intercambio de conocimiento y experiencia a nivel particular y general, y cambian el papel que venían jugando los educandos convirtiéndolos en sujetos del aprendizaje.

Esta corriente analiza el fenómeno educativo desde diferentes corrientes y orientaciones filosóficas, psicológicas y sociales, dando origen a la tendencia educativa actual que se conforma con aportaciones del constructivismo.

Por último, el *Modelo Problematizador o Congestionario* que analizan Luviano y Alonso, propone que el estudiante sea la parte activa del aprendizaje, marcando énfasis en la forma en que se relaciona el proceso y la Interacción dialéctica entre las personas y su realidad.

El ser humano no aprende de una forma lineal, sino en todo un proceso de avances y retrocesos que tienen que ver con su entorno social, psicológico y biológico.

Porfirio Morán (1986:269), afirma en este sentido que "es toda la situación del aprendizaje la que realmente educa, con todos los que intervienen en ella, en la cual nadie tiene la última palabra, ni el patrimonio del saber. Todos aprenden de todos y, fundamentalmente, de aquello que realizan en conjunto".

Este modelo concibe al aprendizaje como un proceso en el que el educando elabora el conocimiento a partir de su propia experiencia y al tiempo evolutivo que le corresponde. El esquema comunicacional que aquí se propone es horizontal y dialógico (Charles, 1992), aquí los papeles del emisor y el receptor se dan de manera alternada, maestro y alumno pueden pasar de un rol a otro sin mayor problema y el mensaje se da en una forma de análisis, resignificación y reconstrucción.

El diálogo funge como base de la relación pedagógica, en él se dan una serie de intercambios de opinión, información, reflexión, crítica y construcción del conocimiento, fortaleciendo con ello un proceso de comunicación participativa que rompe con los estereotipos de la educación y comunicación tradicional.

El papel que aquí asume el profesor es el de un organizador del proceso de enseñanza-aprendizaje, en una forma participativa y acorde a las condiciones y características de la institución y del grupo. El profesor crea el proceso conforme a las condiciones del usuario y a los recursos que mantienen a su alcance.

Como podemos ver después de este análisis, los esquemas educativos y comunicacionales dependen de una serie de factores sociales y culturales en los que se desarrollan. También es fácil inferir que el esquema que mayormente se repite es el tradicional.

Modificar este esquema no es sencillo, sin embargo, si los medios de comunicación han podido cambiar el papel de los educandos-receptores en este esquema tan cuadrado, los profesores también pueden replantearse su práctica docente para que ésta se encuentre más acorde a las condiciones de fin de siglo. Es necesario desarrollar una capacidad crítica y creativa que permita a los profesores actualizarse para comprender la complejidad del fenómeno educativo y fundamentar los cambios que se requieren para apoyar el aprendizaje de los alumnos, rescatando así, el valor educativo que tienen los *mass media*.

1.3 LOS ENFOQUES DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN UTILIZADOS EN LA EDUCACIÓN

Según Roberto Aparici (1996:18), podemos considerar tres enfoques utilizados en la educación para los medios de comunicación:

- *Concepción tecnicista*, en la cual los profesores son tecnólogos, utilizan estrategias y recursos tecnológicos, pero no hay una reflexión sobre los medios. En ella se considera que la tecnología es neutral, se la utiliza de determinada manera, recorta la realidad también de determinada manera y se les oculta a los ciudadanos que muestran la realidad desde determinada perspectiva.

En esta concepción están no sólo los técnicos de los medios de comunicación, sino también los periodistas que, por lo general, suponen que la información que transmiten es veraz y objetiva, sin considerar que, en la mayor parte de los casos, responde a los criterios de la empresa en la que se desenvuelven. En el campo pedagógico, el educador tecnológico es un profesor que produce medios sin reflexionar el tipo de contenidos que articula, o aquellos docentes que utilizan los medios sin analizar el mensaje y las formas de representación.

En el campo de la enseñanza de las nuevas tecnologías, este modelo consistiría en ofrecer diferentes programas informáticos, que no son otra cosa, que una sucesión de datos articulados, organizados o jerarquizados que permiten a los alumnos estar en continua actividad sin saber muchas veces para qué. Se enseñan destrezas y habilidades para usarlos y en muy pocas ocasiones se enseña un uso reflexivo de este medio.

- *La concepción de los efectos*, esta corriente supone que los medios producen cambio y modificaciones, es decir, que los alumnos se van a beneficiar y transformar por el sólo hecho de usar medios tecnológicos.

Los medios en el aula pueden servir para aburrir audiovisualmente a los alumnos; si creemos que por el sólo hecho de poner un video se produce mágicamente el aprendizaje. Podemos decir que en este modelo se introducen aparatos en el aula para obtener por resultado el que todo siga igual.

Cuando se habla del uso de las nuevas tecnologías en la educación suele omitirse cuáles son las posibilidades reales que ofrecen éstos dentro la enseñanza y se supone que pueden corregir, subsanar o actuar de una mejor manera que la de un docente. Habría que preguntarse en primer lugar de qué docente se habla y qué uso se hace de la informática. Una máquina no enseña a pensar, aunque los estrategas de los mercados quieran demostrar lo contrario.

- *Concepción crítica*; los medios son parte de los textos que se utilizan en el aula; se utilizan modelos de comunicación participativa e intentan basarse en paradigmas constructivistas.

Este modelo pretende que los alumnos puedan construir y reconstruir mensajes y entender el proceso de producción desde una perspectiva social, estética, política y económica. Para que esto sea posible, primero se le enseña al alumno a conocer los lenguajes y los usos de cada medio, de tal forma que contando con esta información, se dé lugar a una forma diferente de relacionarse con los medios y con sus mensajes.

1.4 CÓMO SE APRENDE DE LOS MEDIOS

Aprender significa adquirir conocimiento de algo, por medio del estudio, la experiencia o el ejercicio y es una capacidad del ser humano. Como vemos podemos aprender prácticamente de todo ya que como seres humanos interactuamos con todo lo que nos rodea, lo único que se necesita es tener interés.

Gracias al aprendizaje el sujeto participa desarrollando destrezas, habilidades, actitudes y hábitos; Bruner y Olson (1973:28) afirman que "la imagen que nos hacemos de la realidad está deformada o dosificada por la acción que ejercimos sobre ella; el conocimiento está mediatizado o particularizado por tal o cual forma de actividad humana... Todo conocimiento adquirido a través de una actividad semejante presenta dos aspectos: aporta datos sobre el mundo y sobre la actividad ejercida para adquirir este conocimiento".

De estas formas de aprender Bruner enfatiza dos: la directa y la mediatizada. El aprendizaje directo tiene que ver con el educando y la relación que tiene con el objeto de conocimiento. En la mediatizada interviene en el sujeto de conocimiento el lenguaje icónico (modelo o

figuras) y el simbólico (códigos y símbolos del lenguaje), este lenguaje es el que nos interesa analizar, ya que es el que se da en los medios de comunicación.

La escuela ha manejado los libros, el lenguaje oral y el escrito como herramienta principal de su aprendizaje. En algunas ocasiones además de los libros, el profesor también se apoya con medios audiovisuales en los que recrea una realidad como parte de la realidad misma.

Este tipo de aprendizaje es mediatizado por el profesor, es decir, entre el objeto y el sujeto de conocimiento existe una elección por parte del profesor quien ha seleccionado una parte de la realidad que es presentada al educando a través de cualquier medio de comunicación.

Cuando el profesor es quien ha seleccionado una película o algún material (como historietas, periódico, etc.) tiene un esquema o un objetivo específico y se cumple en la medida en que sea mediado este conocimiento. Pero, ¿qué pasa con toda aquella información que les llega y que no está siendo mediada por nadie? A todos como receptores nos llega una gran cantidad de información a través de los mensajes de los medios que en muchas ocasiones y en especial a los niños no les es fácil de procesar.

Tal como afirma Guillermo Orozco (1994:13) los medios no educan, pero los niños sí aprenden de ellos. Esta educación informal, no la podemos ni debemos evitar, si bien lo que podemos hacer es mediarla vinculándolos como instrumentos didácticos, medios de expresión y fuente de contenidos que pueden ser aprovechados sin perder su carácter lúdico y convertirlos en aliados del aprendizaje.

Los medios fascinan, encantan, atraen; esa es la magia con la que cuentan a diferencia de la que carece la escuela, ahí es donde hay que investigar cómo es que lo logran y cuál es la mejor forma de apropiarse de su magia y traspolarla a la enseñanza de la educación formal. Para alcanzar esto es necesario primero conocer la historia de los diferentes estudios e investigaciones del binomio educación/medios de comunicación, que se presentan en el siguiente apartado, en el que también se hará mención a programas específicos en los que se han utilizado los medios para aprender.

FUENTES CONSULTADAS EN EL APARTADO 1

Bibliografía:

Aparici, Roberto. Educación y Nuevas Tecnologías. Madrid: Ediciones de la Torre, 1996.

Escobar, Miguel. Paulo Freire y la Educación Liberadora. Antología. México: SEP-El Caballito, 1985.

Huergo, A. Comunicación/educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. Argentina: Editorial Ediciones de Periodismo y comunicación, 1997.

Luviana H., Guadalupe y Aurora Alonso. Comunicación y Educación. México: Universidad Pedagógica Nacional, 1996.

Morán Oviedo, Porfirio. Reflexiones en torno a la instrumentación didáctica. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Centro de Investigaciones y Servicios Escolares, 1986.

Orozco Gómez, Guillermo. Al rescate de los medios. México: Universidad Iberoamericana, 1994.

Télez Reyes, Eduardo. Estructuración de programas de Educación Abierta y a Distancia en la formación y capacitación continua de profesionales ante la demanda de un mundo globalizado. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1997.

Hemerografía:

Revista del Consumidor

Directora María Concepción Garrido B.

Publicación mensual, México.

"Cómo influye la televisión en los niños". Vanessa Prieto, no. 248, octubre de 1997.

Revista Mexicana de Comunicación.

Director Omar Raúl Martínez.

Publicación bimestral, México.

"Itinerarios del consumo cultural y uso de los medios de difusión". Alma Rosa de la Selva, no. 43, febrero-abril de 1996.

Revista Nómadas.

Directora María Cristina Laverde Toscano.

Publicación (5 meses), Colombia.

"Heredando el futuro: pensar la educación desde la comunicación". Jesús Martín Barbero, no. 5, septiembre de 1996/ febrero de 1997.

Revista Perspectives.

Director Henri Dieuzeide.

Publicación trimestral, Francia.

"Aprendizaje por experiencia directa y aprendizaje por experiencia mediatizada". Jerome Bruner, y David Olson, Vol.III, no. 1, 1973.

Revista Tecnología y Comunicación Educativas.

Director Juan de Dios Rodríguez Cantón

Publicación (5 meses), México.

"Comunicación y procesos educativos". Mercedes Charles, octubre de 1992.

Apartado 2

EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

La sociedad moderna ha visto un sin número de adelantos tanto científicos como tecnológicos. En el campo de la comunicación, las nuevas tecnologías de información son la mejor muestra de cómo se ha revolucionado el mundo de los medios.

Desde cualquier parte del mundo, los individuos podemos ver lo que sucede del otro lado, desde información hasta programas de entretenimiento como las películas, los videojuegos y hasta dar un paseo por la supercarretera de la información, mejor conocida como internet; hay que señalar en el caso de esta tecnología de información, que cuenta con ambas características: por un lado la información, gracias al cúmulo que de ésta contiene y a la accesibilidad archivológica y bibliográfica de casi cualquier lugar del mundo tanto de empresas públicas como privadas, y por otro lado la infinidad de sitios que ofrecen diversión, entretenimiento y hasta la oferta y/o venta de diversos productos y servicios.

Estos avances representan para algunos la forma en que se transforma el mundo en la aldea global. Otros lo miran desde el lado negativo, sobre todo por el influjo que tienen en la sociedad. Desde los apocalípticos a los integrados bajo la corriente que manejaba Umberto Eco, las cosas no han cambiado mucho.

Esta preocupación por la incidencia que pueden tener los medios masivos de comunicación en las conductas de las personas no es nueva. Entre esta antagonía, una verdad es la que sobresale: los medios han llegado a ser una institución socializadora, junto a la familia y la escuela. La estrategia, la forma, lo dinámico y atractivo que resultan los medios, despiertan sin duda un mayor interés y atracción que la escuela, añadiendo a esto que los programas que transmiten a las audiencias no los obliga a realizar los mismos procesos mentales que requiere la enseñanza formal, la cual por su parte sigue con su tradicional modelo de enseñanza.

La educación para los medios (EPM), es un esfuerzo de índole comunicativo, pedagógico y político, que pretende construir procesos cada vez más democráticos. Para lograr esto, se basa en analizar y transformar los procesos de recepción frente a los medios y tecnologías de

información y de estimular la participación efectiva de los diversos sectores de la audiencia en los escenarios socioculturales en los que cotidianamente interactúa.

Los orígenes de la educación para los medios (EPM), se tienen registrados en Alemania en el siglo XVIII, cuando un grupo de profesores decidieron incluir la prensa en el aula para reflexionar sobre sus contenidos y de esta manera analizar la realidad. Así fue que se incluyó por primera vez en la escuela, un medio masivo de comunicación: el periódico. Como se aprecia la EPM, no es un tema innovador o reciente. Trabajado ya como tal, se tiene registros de hace por lo menos tres décadas.

En la EPM, se combinan tres campos comunicacionales tales como la investigación de la recepción, el análisis de los mensajes (resignificación) y la producción de información. La EPM, representa el vínculo integrador de estas tres dimensiones.

Para nutrirse, la EPM se vale de la investigación de la recepción así como de los análisis críticos de audiencias. Otros dos puntos son los análisis de textos y mensajes. Conjugados, representan herramientas para instrumentar los Programas de Educación para los Medios (PEM).

Conforme se ha avanzado en la implementación de cursos en la corriente de la educación crítica de los receptores, se considera fundamental la producción misma de la comunicación. Llegar a este punto es completar el proceso. Por ello, es básico el trabajar en las técnicas y códigos para que los educandos logren desarrollar un lenguaje y de esta forma puedan producir sus mensajes, esto es como recomendaba Paulo Freire, decir su palabra; entendiendo esto, como un proceso en el que se organiza el pensamiento y se expresa a través de múltiples lenguajes, cada vez más tecnificados y ampliados.

2.1 ENFOQUES TEÓRICOS DE LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS

La EPM, se ha trabajado con diferentes enfoques, intereses y metodologías, tales como:

- Salud física
- Cantidad de exposición

- Exposición a un mismo tipo de mensajes
- Lenguajes específicos
- Textos y mensajes
- Recepción crítica de los medios
- Lectura crítica: "acto de leer"
- Recepción activa
- El proceso de recepción y sus mediaciones institucionales

Una de las primeras preocupaciones en las que fijó la sociedad su mirada, fue en la exposición de las audiencias en los medios audiovisuales, esto es la influencia en la salud física.

El primer esfuerzo por tratar de orientar a los padres de familia a este respecto, lo constituyó un libro escrito en Francia hacia los 70, en el que se ofrecían múltiples recomendaciones a los padres de familia sobre cómo exponerse a los medios y la forma en que los niños debieran ver televisión (Orozco, 1996).

El tiempo de exposición a cierto tipo de mensajes vino a representar una preocupación cuantitativa. Se pensaba que el contenido del mensaje iba a impactar en la medida en que el receptor estuviera expuesto a ellos, lo que ocasionaría una transferencia del mensaje en la mente del público. La intranquilidad creció entonces hacia la defensa del receptor vía una especie de régimen de ciertos programas o medios.

Posteriormente vino un enfoque hacia el lenguaje específico de cada medio. El no conocer cada uno de los elementos de cada medio provoca en el espectador cierto desconcierto, por ejemplo, en el juego de tomas de las que se vale un director para dar cierto énfasis en algún producto publicitario (pasar de una toma abierta como un *full shot* a una toma cerrada como un *close up*).

En la medida en que el receptor conozca este lenguaje narrativo, los efectos que los medios ejercen sobre él, se pueden ver reducidos. Esto nos conduce a lo que se ha denominado "alfabetización" de cada medio; la forma más común de promover la educación crítica en las audiencias.

Los medios han sido considerados "propuestas de contenidos", es decir, los medios contienen cierta ideología que llega a las audiencias. Por ello otro enfoque es el que se refiere a los *textos y mensajes*. En América Latina, se ha desarrollado lo que conocemos como *recepción crítica de los medios*, la cual consiste en prevenir (inocular) a las audiencias para que puedan desentrañar la ideología que conforma a los distintos mensajes.

Otra de las variantes en Latinoamérica es la *lectura crítica*, donde lo importante no sólo es el contenido, sino el "acto de leer", combinando aspectos de alfabetización con elementos de análisis crítico de mensajes y de análisis de las instituciones de medios como industrias culturales al servicio del capitalismo.

Un enfoque más, es la llamada *recepción activa*; en la que se estudia la actividad física de los receptores frente a los medios (Corona, 1990), una actividad "creativa" (Domínguez 1990), hasta una actividad más compleja o "actividad cultural" (Fuenzalida, 1990). Ésta es una de las conceptualizaciones más consolidadas en América Latina e incluye una gama de esfuerzos para favorecer en las audiencias; su creatividad, imaginación y autonomía, así como la resemantización de los mensajes.

Esta recepción activa también busca proponer y motivar en los receptores diferentes usos sociales de los medios y sus mensajes. Es esta aplicación de los mensajes en la actividad social del individuo donde se puede dar la negociación y resistencia de ciertas significaciones, a la vez que produce nuevas.

Otro de los enfoques trabajados ha sido el de la educación para la recepción (Charles y Orozco, 1990), que contiene los elementos anteriores, pero hace un énfasis en el proceso de la recepción y sus mediaciones institucionales. Esta orientación se basa en que la recepción es siempre una apropiación o reapropiación del mensaje referente, y que el campo de trabajo de los educadores críticos es el conjunto de mediaciones a través de las cuales se conforma la recepción del referente y la producción de un nuevo mensaje (Orozco, 1996). Éste tipo de enfoque es con el que más se ha trabajado en México.

2.2 LA EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS EN EL ÁMBITO INTERNACIONAL

La enseñanza de los medios de comunicación cada día adquiere una mayor fuerza a nivel internacional. Las experiencias que a continuación revisaremos dejan claro que no se trata de una experiencia que desarrolla una comunidad o una escuela en forma experimental, sino que desde diferentes instituciones se aborda el estudio de los medios de comunicación.

Como ya vimos la EPM tiene orígenes en el continente Europeo; países como Inglaterra, Australia, Canadá, España y Francia son los que más han trabajado –y con mejores resultados- en este rubro.

En Inglaterra la enseñanza de los medios inició en los años 30 utilizando el cine en la enseñanza, y en los 60 se incorporaron los otros medios. La reforma educativa de 1988 incluyó ya, como asignatura obligatoria, la Educación Sobre Medios de Comunicación en el curriculum nacional de educación primaria, ya que se consideró necesario develar los elementos que están implícitos en los mensajes de los medios, pues determinan y orientan nuestra manera de percibir la realidad (Luviano y Alonso, 1996:34).

En España desde la década de los 80, se desarrollan programas de formación para maestros en EPM, auspiciados por el Ministerio de Educación y Universidades como la Universidad Nacional de Educación a Distancia. Sus propósitos han sido la formación en los diversos medios, para que los jóvenes puedan expresarse creando sus propios mensajes (Luviano y Alonso, 1996:34).

En Francia, se ha desarrollado la experiencia de *Joven Telespectador Activo*, la cual ubica a los medios como instituciones culturales y los incorpora como recursos expresivos dentro del proceso enseñanza-aprendizaje. Es decir, lleva a la escuela los objetos cotidianos con que juegan los niños, lo que ven, lo que escuchan, lo que les gusta, y de los cuales obtienen aprendizajes, como pretexto para vincular lo extraescolar con lo escolar (Luviano y Alonso, 1996:35).

Australia desde los años 60, desarrolla –a lo largo del curriculum de primaria y secundaria- el estudio de las formas y lenguajes de los diversos medios, el análisis de las audiencias y de

los mensajes, pero sobre todo, el de la comprensión de los medios de comunicación como mediadores entre el receptor y la realidad. Australia se manifiesta con la asociación *Australian Children's Television Action Committee* (Comité de Acción para la Televisión Infantil Australiana, ACTAC), la cual opera en asociación desde 1973 con ACTAC, de Estados Unidos (Luviano y Alonso, 1996:34).

Entre las actividades de ACTAC está el someter iniciativas de ley al senado australiano con el fin de modificar algunos aspectos de la televisión infantil, tales como mejorar la cantidad y calidad de los programas para niños, reducir y matizar la violencia que se presenta en dicha programación, tener un mayor control respecto a los contenidos publicitarios transmitidos durante la barra infantil.

En otros países como Estados Unidos a las asociaciones de televidentes se les ha denominado "action groups", los cuales surgen desde los años 60 como respuesta a las campañas lanzadas por las agencias de publicidad, las cuales desde la década anterior descubren en el auditorio infantil un potencial incalculable de consumo de los productos que ofrecen las empresas.

En 1966 se pone en operación la *National Citizens Committee for Broadcasting* (Comité Nacional de Ciudadanos para la Transmisión, NCCB) y en 1968 la *Action for children's Television* (Acción para la Televisión Infantil, ACT) la cual ha logrado a la fecha que se limite el tiempo de anuncios televisivos de juguetes, que se eliminen los anuncios para los niños en los cuales sea algún conductor conocido quien aparece promoviendo el producto, algunas empresas farmacéuticas han pactado con la asociación para no publicitar sus productos durante la transmisión de programas para niños, también han echado a andar talleres de producción de videos para niños y han iniciado la batalla con las nuevas formas que viene tomando el medio como es la televisión por cable.

La EPM en Canadá representa un gran esfuerzo social por mantener la conciencia e identidad nacional mediante la orientación a maestros y padres de familia sobre la programación televisiva y sus efectos. Uno de los grandes logros es la *Guía para la Enseñanza de los Medios*, en primaria y secundaria, realizada por el Ministerio de Educación y la *Association for Media Literacy* en el año 1988. Unos años atrás, en 1980, se puso en vigor una ley que

prohíbe todo tipo de anuncios dirigidos a niños menores de 13 años argumentando la vulnerabilidad de los jóvenes auditores (Luviano y Alfonso, 1996:35).

Algunas de las experiencias significativas en América Latina en el tema de la educación para los medios, se han clasificado partiendo de los supuestos teóricos, en donde el criterio de diferenciación es el por y para qué de la educación para los medios.

En América Latina se han realizado muchas experiencias destinadas a la recepción crítica de diversos medios de comunicación; algunas se han desarrollado por años y otras son muy recientes, algunas se preocupan por construir una fuerte base institucional para amplificar sus alcances mientras que otras son locales y relativamente sin trascendencia.

En varios países de América Latina se constatan movimientos de diversa índole dirigidos a:

- ❖ Formar individuos y agrupaciones con una mayor capacidad de poner en perspectiva los mensajes provenientes de los medios de comunicación.
- ❖ Promover la creación y producción de contenidos propios a través de medios alternativos.
- ❖ Organizarse para actuar políticamente con el fin de lograr cambios en los aparatos de comunicación colectiva.

Por otra parte en Brasil, se generaron diversas escuelas de conocimiento y de discusión en torno a la comunicación en las que surgieron ideas sobresalientes como la "comunicación popular", teniendo como fundamento la filosofía pedagógica de Paulo Freire, que es la base de los movimientos de la recepción crítica. La enseñanza de la recepción crítica en Brasil, no solamente se enfoca a la televisión, sino también abarca a los diarios y a las historietas; y va dirigida principalmente a los adultos.

En Chile las propuestas giran en varias direcciones:

- ❖ En la mediación entre el niño y la televisión a través de las figuras paterna y materna.
- ❖ La desmitificación de la televisión a través de cursos especializados para adultos.
- ❖ La producción de videos alternativos e independientes.
- ❖ La creación de receptores críticos que pongan en perspectiva a los medios de comunicación, obligándolos así a operar a favor de la sociedad, incidiendo en su transformación.

Dentro de los institutos que más se destacan en la aplicación de estas propuestas se encuentra el *Centro de Investigación y Expresión Cultural y Artística (CENECA)*, el cual inició en 1982; su propuesta se basa en la recepción activa de televisión y va dirigido al sistema escolar formal; grupos y movimientos sociales, productores de televisión y video.

Otro de los programas destacados en Chile es el propuesto por la escuela de periodismo de la Universidad de Diego Portales surgido en 1988; el cual maneja una propuesta de periodismo y educación destinado a alumnos y profesores del Segundo Ciclo de Enseñanza Básica. Este programa tiene como objetivo desarrollar en los receptores una mayor y mejor lectura de diarios y también una capacidad crítica para interpretar sus mensajes.

Un tercer programa chileno es el de Formación de Profesores en Pedagogía de los Medios de Comunicación Social, que lleva a cabo el Centro de Investigación de Medios para la Educación (CIME) de la Facultad de Ciencias de la Educación de la Universidad de Playa Ancha de Ciencias de la Educación, el cual surgió en 1982 y tienen como objetivos mejorar la educación a través de la pedagogía de medios de comunicación social (MCS), desarrollar estrategias y programas para aprovechar educativamente los MCS y desarrollar programas dentro y fuera de la Universidad.

Como se puede apreciar la incidencia de los medios de comunicación en la educación ha despertado diversos intereses en la mayor parte de países del mundo y en América Latina sobre todo en la última década. Cada país según sus necesidades ha creado diversos programas en los que vinculan uno o varios medios con los procesos de enseñanza-aprendizaje, con el propósito de desarrollar herramientas que favorezcan en el alumno/audiencia una cultura crítica hacia los medios.

2.3 EL CASO DE MÉXICO

La información que a continuación se presenta fue tomada de dos fuentes: Frank Viveros, *Políticas de Formación de profesores en la educación para los medios en la Ciudad de México* (1998), y de Guillermo Orozco y Mercedes Charles, *Medios de comunicación, familia y escuela* (1990).

La EPM en México se origina en 1976, cuando un grupo privado de mujeres profesionistas lanzaron la propuesta: MEJOR TV PARA NIÑOS. Este grupo realizó un encuentro internacional, al que vinieron ponentes de diferentes países y del cual se generaron algunos cuadernos de trabajo. La meta principal y que no lograron, fue impactar al consorcio TELEVISIA para que mejorara la barra infantil de su programación.

Desde esta iniciativa aislada, aunque pionera, fue hasta principios de los 80, cuando el Consejo Nacional de Población (CONAPO), patrocinó una guía para padres de familia titulada "La Tv y los niños", cuyas autoras fueron Alicia Molina y Martha Alcocer.

Por otro lado, el Departamento de Comunicación Social de la fundación Educativa Roberto Bellarmino elaboró en 1985 el texto "Programa de Educación para la Televisión"; con la finalidad de crear condiciones apropiadas para que el alumno de enseñanza básica y media, desarrollara progresivamente una actitud crítica frente a los mensajes de la televisión. Este programa fue importante ya que se apoyó en el método de la lectura crítica elaborado por Mario Kaplún.

Con la *Lectura Crítica* se trata de aprender a leer y analizar críticamente los mensajes de los medios y descubrir por qué esos mensajes son los que nos mandan, para poder liberarnos del dominio que ejercen los medios.

El objetivo de este método es capacitar a las personas para que puedan tener un análisis crítico de los mensajes de los medios; que formen un análisis autocrítico de los mensajes que ellos mismos producen, y que sean capaces de transferir esa capacidad a otras personas.

El Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa (ILCE), se ha preocupado durante años por dar a la enseñanza básica de México la capacitación en el análisis de mensajes masivos. En 1986 organizó una reunión internacional titulada: "El Desarrollo de la Metodología de Apoyo para la Formulación de Currícula Complementarios a la Educación Básica, destinados a la autoformación en el análisis y evaluación de mensajes difundidos a través de los medios masivos de comunicación" (DEMAFOCEB).

Este proyecto ambicioso pretendía diseñar un curriculum para la educación básica en el nivel primaria en las escuelas públicas; concluyó de una manera parcial y sin lograr sus objetivos con el libro: *Educación para los medios, una propuesta integral para maestros padres y niños*. Editado por UNESCO-ILCE (1992) y escrito por Mercedes Charles y Guillermo Orozco. Un poco antes estos mismos autores de manera independiente publicaron la antología: "*Educación para la recepción. Hacia una lectura crítica de los medios*".

En 1986 se formó la *Asociación de Televidentes Alerta, A.C.*, en la ciudad de Morelia, pionera en su tipo; se aglutinaron padres de familia interesados, la cual duró casi dos años.

En 1989, la Universidad Iberoamericana de la ciudad de México a través del *Programa Institucional de Investigación en Comunicación y Prácticas Sociales*, creado y coordinado por Guillermo Orozco, abrió una línea de investigación y reflexión sobre la EPM, desde la cual se han elaborado directrices, tesis de posgrado y una propuesta teórico-metodológica propia, mexicana de EPM.

En los 90 surge *PRENSA en la ESCUELA*, la cual como su nombre lo señala, era una propuesta que impulsaba los diferentes usos de la prensa así como la elaboración de periódicos escolares. Este proyecto tuvo gran auge a tal grado que organizó un encuentro nacional sobre el uso de este medio en la educación con instituciones públicas y privadas; sin embargo, se ha desvanecido con los años.

Posteriormente el ILCE, apoyo el diseño de dos guías para el trabajo de la TV en el hogar, realizadas por Mercedes Charles y Guillermo Orozco: *Familia y TV*, volúmenes. 1 y 2, en 1993. En esta ocasión no se diseñó un programa o proyectos prácticos como en otros casos realizados por el ILCE, así que los libros quedaron sólo como dos bibliografías, aunque años más tarde son retomados para un nuevo proyecto.

El Sindicato Nacional de Trabajadores de la Educación (SNTE), incorporó por primera vez el tema a su agenda de discusión en su congreso nacional de fines de 1993. Se produjo un fascículo escrito por Guillermo Orozco: *Educación y medios de comunicación*. También publicó dos guías para el trabajo de la televisión en el aula a nivel de educación básica, del mismo autor en 1997.

Hacia 1994 la Universidad Pedagógica Nacional (UPN), emprendió el proyecto *Educación Multimedia*, que concluyó con un paquete de fascículos, audio y videocassettes en 1995, con la meta de dotar a los profesores interesados en trabajar medios audiovisuales, con algunas guías y racionalidades mínimas para su actividad docente. Por razones políticas y financieras, no se implantó esta iniciativa a nivel masivo como se pretendía, y el paquete circuló de manera muy restringida entre algunos académicos.

Algunas instituciones educativas han ido introduciendo paulatinamente el tema a sus agendas de preocupaciones como la Unidad de Tecnología Educativa, TV UNAM, CONALEP, Colegio de Bachilleres, Colegio de Ciencias y Humanidades (CCH). Canal 22 y Canal 11 de televisión.

Dentro de la Secretaría de Educación Pública se han hecho algunas propuestas asiladas para la EPM que en todo caso se han traducido en algunas directrices en los libros de texto de educación básica y en información para los maestros.

Otro esfuerzo de EPM lo representó el Plan Deni (Plan de Formación Cinematográfica para niños), de 1991 hasta 1995. Se realizaron cinco cursos y se tuvo con ellos alcance a 150 niños. El resultado de esta experiencia tuvo como resultado el diseño de una nueva propuesta a la que se denominó Taller Infantil de Educación para los Medios (TIEM) y a su vez se concluye con la necesidad de políticas nacionales para impulsar la EPM, en donde las instituciones oficiales deben asumir una responsabilidad en la formación de profesores.

En 1996 una serie de organizaciones civiles se organizaron para promover una campaña denominada "En los Medios: a favor de lo mejor". La idea era recolectar firmas de ciudadanos a nivel nacional, para promover que se cambien los contenidos de los programas de los medios. De esta propuesta no se ha tenido buenos resultados, y de hecho ya no se ha sabido nada además de que no lograron ningún cambio en las barras programáticas.

Existen otros esfuerzos como el desarrollado en el Colegio de Bachilleres, en el cual desde los planes de educación oficial se han incorporado las dimensiones histórica e ideológica de los procesos de producción de los medios y el desarrollado por el Sistema Estatal de Telesecundaria en Durango; en el que se tiene registrado en Carrera Magisterial un curso de

Educación para los Medios. Estos dos esfuerzos, aunque de niveles menores, a otros ya mencionados, surgieron como proyectos base.

Por su parte la Secretaría de Educación Pública ha realizado una serie de acciones encaminadas a producir materiales en torno a la EPM, una de ellas es la producción del Paquete multimedia de corte autoinstruccional, trabajado en coordinación con la Universidad Pedagógica Nacional. Actualmente, el paquete multimedia reimpresso en coordinación con el ILCE y en un esfuerzo, importante, se instrumentó como diplomado a distancia para capacitar a profesores y se encuentra en etapa piloto.

Dentro de la SEP, dos Subsecretarías también están trabajando la temática; por un lado, la Subsecretaría de Educación Básica está produciendo materiales de apoyo para el uso de los medios en el ámbito escolar. Por otro, la Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal (SSEDF), desde 1996 ha instrumentado el Programa Piloto de Educación para los Medios; desarrollo de la visión crítica, que tiene como objetivo rescatar el valor educativo de los *mass media* proporcionando una dinámica pedagógica comunicacional en el interior del aula y de la escuela misma, así como desarrollar una visión crítica en profesores y educandos.

Como podemos leer, la diversidad de programas y esfuerzos provienen de diferentes enfoques y la preocupación es institucional y no institucional. Aunque han sido varios, los programas o proyectos de la EPM, apenas se comienza a encontrar una línea a seguir aunque algunas instituciones lo han tomado más seriamente y continúan diseñando estrategias más eficientes.

FUENTES CONSULTADAS EN EL APARTADO 2

Bibliografía:

Árevalo, Javier. (Coord.) Paquete multimedia del curso de educación para los medios. México: Universidad Pedagógica Nacional, 1994.

CENECA. Manual latinoamericano de educación para los medios. Santiago de Chile: OREARC – UNESCO, 1992.

Corona, Sarah. El genio en la botella. Un uso activo de la televisión. México: Terra Nova, 1984.

Charles, Mercedes y Guillermo Orozco. Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios. México: Trillas, 1990.

Domínguez, Josefa. Activos y creativos con los medios. Colombia: UNESCO, 1991.

Luviano H., Guadalupe y Aurora Alonso. Comunicación y Educación. México: Universidad Pedagógica Nacional, 1996.

Martínez de Toda, José. Metodología para evaluar la Educación para los Medios: La aplicación con un instrumento Multidimensional. Italia: Tesis Doctoral. Universidad Pontificia Gregoriana. 1997-1998.

Viveros Ballesteros, Frank y V. Alexandrov Peña Ramos. Educación para los medios. Desarrollo de la Visión Crítica. (Volúmenes 1, 2 y 3). México: SEP, 1996.

Hemerografía:

Tecnología y Comunicación Educativas. Un encuentro de los países de América Latina.

Director Juan de Dios Rodríguez Cantón

Publicación Semestral, México.

Medios de comunicación, familia y escuela, Guillermo Orozco y Mercedes Charles, No. 19, octubre de 1992.

Tecnología y Comunicación Educativas.

Publicación Semestral, México.

Elementos Metodológicos para estructurar programa de educación para los medios, Guillermo Orozco, No. 26, enero-junio de 1996.

Documentos de Archivo:

Viveros Ballesteros, Frank.

Ponencia presentada en el Segundo encuentro de Educación para los Medios en la ciudad de Brasil: Políticas de Formación de profesores en la Educación para los Medios en la Ciudad de México. 1998.

APARTADO 3

ANÁLISIS DEL PROGRAMA DE EDUCACIÓN PARA LOS MEDIOS; DESARROLLO DE LA VISIÓN CRÍTICA

Como se vio en el apartado anterior, los programas que contemplan la EPM han ido incrementándose y se trabajan desde diferentes perspectivas e intereses; uno de éstos es el denominado Programa de Educación para los Medios; Desarrollo de la Visión Crítica, mismo que a continuación se describe y analiza.

En la primera parte de este apartado se reseñan aspectos sobre el origen del proyecto tales como el sustento teórico y la forma en que está diseñado y estructurado. Posteriormente se hace un análisis de los materiales audiovisuales que lo componen y de la propuesta de utilización de medios.

Finalmente se describe la táctica utilizada en el curso a docentes incluido en el marco del programa, así como el análisis de la encuesta realizada en el mismo, permitiendo con ello evaluar la propuesta educomunicativa de forma global.

3.1 ASPECTOS ALEVANTES DEL PEM;DVC

El Programa de Educación para los Medios; Desarrollo de la Visión Crítica (PEM;DVC), surge en 1996 dentro de la Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal (SSEDF) de la SEP, como una respuesta pertinente para formar profesores como educomunicadores que utilicen pedagógicamente los medios y sus mensajes al interior del aula.

El antecedente inmediato del PEM;DVC fue una experiencia realizada en el año de 1987 a través de los "Talleres de Radio y Televisión en la Educación primaria" en la escuela "Simitrio Ramírez Hernández", llevada a cabo por el Profesor Alexandrov Vladimir Peña Ramos (Coordinador General del programa hasta la fecha). Esta experiencia, permitió demostrar que los medios podían ser utilizados como motivadores del aprendizaje, como medios de aprendizaje y como materia de aprendizaje.

A partir de esa experiencia aislada, se diseñó una propuesta más amplia de trabajo utilizando los medios de comunicación masiva en la escuela, pasando por todos los medios

de comunicación tradicionales y con las nuevas tecnologías de información, ya que se pretende utilizar no sólo los medios con los que cuenta el recinto educativo, sino también con los que los niños se relacionan a diario fuera de las aulas.

La propuesta de trabajo se denominó *Programa de Educación para los Medios; Desarrollo de la Visión Crítica* y se instrumentó de forma piloto por primera vez con 180 docentes de escuelas de educación primaria en el Distrito Federal, en el ciclo escolar 1996-1997.

Posteriormente se llevó a cabo la fase Piloto II en el ciclo escolar 1997-1998, en la cual se involucraron 2,840 profesores de educación primaria, 100 alumnos normalistas y 100 padres de familia.

En el actual ciclo escolar, el programa se ha capacitado a 4,555 profesores de educación inicial, primaria y secundaria, con lo que se está abarcando todos los niveles de los que comprende la educación inicial de nuestro país.

Como se observa en el cuadro, la experiencia trabajado con padres de familia en el ciclo 1997-1998 no fue repetida para el siguiente ciclo, ya que se consideró que el contexto cultural de los padres resultaba tan diverso que se hacía necesario trabajar de manera particular e independientemente con ellos, en el que habría que investigar de manera más profunda y sería la relación familia/medios de comunicación.

Ciclo escolar	Docentes	Padres de familia	Alumnos de la BENM	Alumnos
1996-1997	180			4,500
1997-1998	2,840	100	100	76,000
1998-1999	4,555			113,875

*Benemérito Escuela Nacional de Maestros

QUÉ ES Y EN QUÉ CONSISTE

El PEM;DVC es un programa complementario de la Subsecretaría de Servicios Educativos del Distrito Federal (SSEDF), que busca formar alumnos con la capacidad crítica para establecer diferentes relaciones con los medios de comunicación masiva y con sus mensajes, de tal

manera que puedan seleccionar las formas y los contenidos con los que se desean poner en contacto de entre una amplia oferta cultural (SSEDF; 1997:9).

La capacidad de establecer distancias con los medios y sus mensajes implica el desarrollo de una actitud reflexiva que permita, desde el papel de receptores y usuarios de medios, seleccionar los momentos y formas de consumo de los medios.

El PEM;DVC considera un receptor crítico de los medios de comunicación masiva cuando:

- ❖ Analiza lo que ve y escucha
- ❖ Juzga racionalmente sus formas y contenidos
- ❖ Expresa sus evaluaciones
- ❖ Distingue entre la ficción y la realidad de lo que le presentan
- ❖ Hace uso racional del tiempo que le destina
- ❖ Considera una gama amplia de ofertas culturales en la elección de sus fuentes de diversión, información y educación
- ❖ Ubica su papel de receptor y productor de mensajes.

En el PEM;DVC se contemplan políticas explícitas que incorporan la investigación, la difusión y la capacitación como tareas centrales.

Como tarea prioritaria contempla:

- La capacitación a profesores,
- La producción de materiales audiovisuales e impresos para el apoyo a la capacitación
- El seguimiento y evaluación del programa.

El programa consta de un curso introductorio de capacitación a profesores y un paquete de materiales impresos. La característica principal del programa es que a través de actividades lúdicas, maestros y alumnos construyen inductivamente una metodología orientada al análisis de los medios y sus mensajes.

A continuación se realizará una descripción y análisis de cada uno de los elementos que integran el programa, así mismo de la propuesta comunicativa que en ellos se hace.

3.2 PROPUESTA DE UTILIZACIÓN DE MEDIOS EN LOS LIBROS

La columna o bien, el eje central que sostiene la propuesta del PEM;DVC, la conforman tres libros. Es a través de éstos que se proporcionan elementos e información que buscan desarrollar la capacidad analítica y creativa de profesores y alumnos.

La primera versión de los libros fue realizada hacia 1996, cuando fue puesta en marcha la fase Piloto I del programa. Con base en esta experiencia se actualizaron los contenidos y se incluyeron nuevos temas, así como actividades para los alumnos.

En la primera versión de los libros, se buscaba formar con las portadas un "rompecabezas", el cual daba lugar a un paisaje en el que los medios de comunicación simulaban una telaraña que tenían "atrapadas" a las audiencias en un mundo solitario, triste, con una especie de escenario apocalíptico. En la parte baja del rompecabezas se simulaba un contacto de aprendizaje con los medios y la liberación de este "dominio" con dibujos de personas que daban la impresión de ser dinámicos, activos "despiertos"... esta propuesta fue rechazada por las autoridades, argumentando que carecían de la imagen institucional que debía proporcionar todo material producido por la SEP, que los colores (oscuros y neutros) denotaban tristeza y no eran visualmente atractivos para los profesores. En pocas palabras parecían más cómics modernos que libros institucionales.

Finalmente las portadas fueron proporcionadas por las autoridades, con una propuesta editorial de niños que jugaban y convivían con los medios tradicionales como la televisión, la radio o bien medios impresos.

Para la revisión y actualización de este material realizada durante mayo, junio y julio de 1997, el equipo de trabajo del PEM;DVC, realizó una nueva propuesta de los libros; se combinó la anterior "propuesta institucional", agregando formas más reales que reflejan la imitación de los niños hacia ciertos personajes de televisión, es decir, representaciones de escenas copiadas de los medios, dando lugar así a una identificación más acorde a la realidad que vivimos (Para ver las portadas, ir a la parte de anexos de esta tesina).

3.2.1 ORGANIZACIÓN DE LOS LIBROS

La versión final (actual) de los tres libros que conforman el programa, buscan desarrollar la capacidad analítica y creativa de profesores y alumnos; los títulos de los libros son:

- 📖 Educar con los medios
- 📖 La radio en la escuela
- 📖 TV y Escuela: ¿amigos y/o enemigos?

A su vez, la estructura pedagógica de los tres volúmenes se organizó a partir de siete ejes temáticos:

1. LA COMUNICACIÓN

En este tema se ofrece a los profesores la información necesaria para que sus alumnos comprendan el complejo proceso de comunicación, considerando los elementos básicos, así como las diferentes formas que emplea el hombre para comunicarse. De esta manera tanto alumnos como profesor empiezan a familiarizarse con el concepto de comunicación, se ubican bien sea como emisores y/o receptores, dejando en claro el importante lugar que ocupa la comunicación en nuestras vidas. Por otro lado, se comienza a "descubrir" el amplio mundo de los medios de comunicación masiva" así como su trascendencia dentro de la sociedad.

2. VAMOS A CONOCER A NUESTROS ALUMNOS

Pretende que el profesor identifique las actividades diarias de los alumnos, para conocer sus gustos, habilidades, nivel de socialización y el tiempo que dedican éstos a los medios de comunicación colectiva. En algunos ejercicios participan los padres de familia.

3. LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

Aquí se realiza un primer acercamiento a los medios de comunicación masiva, para conocer la utilidad que tienen en la vida del ser humano. Destaca la riqueza narrativa que proponen los ejercicios concernientes a la historieta, que involucran a los alumnos en una fiesta del lenguaje escrito y gráfico. El motor de este eje temático es la creatividad de los alumnos. La historieta, pedagógicamente hablando, sirve como

antecedente para comprender lo que es un guión, el manejo de planos, los encuadres, la profundidad de campo, etcétera.

4. LA RADIO

Se busca que el alumno entienda la especificidad del medio; su tecnología, técnicas y lenguaje (imágenes auditivas).

El modelo radiofónico (comercial) que opera en nuestro país.

Los elementos básicos par realizar producciones al interior de la escuela, que permitan poner en marcha la radiodifusora escolar local.

En este sentido, si a través de la historieta el alumno se ve inmerso en un "remolino" de creatividad e imaginación, en la radio plasma de manera más significativa sus ideas y pensamientos.

5. LA TELEVISIÓN

Al ser el medio de comunicación masiva más influyente en las sociedades de hoy, se pretende: Explicar claramente las características propias del medio, así como su tecnología, técnicas y lenguaje audiovisual. Describir el modelo televisivo (comercial) que opera en nuestro país. El alumno, al término de este tema, podrá ser capaz de producir, con los recursos básicos, programas televisivos de acuerdo a sus intereses personales, de grupo e incluso de la comunidad escolar y, llega a constituir su propio circuito escolar de transmisión.

6. LA PUBLICIDAD EN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVA

Una vez que los alumnos conozcan el modelo de operación de los medios de comunicación en nuestro país, podrán entender el papel decisivo que juega la publicidad en los mismo. Por ello, a través de este eje temático, se busca que el alumno analice el tipo de publicidad que actualmente se produce, estime si los anuncios comerciales van en concordancia con las características de los productos y, fundamentalmente, si corresponden a la realidad nacional, identificando el manejo de estereotipos.

7. ANÁLISIS DE LOS MEDIOS

Ya que nuestros alumnos se han apropiado de claves centrales de los medios de comunicación masiva, se puede sistematizar la aplicación de la visión crítica. Al igual que en el eje temático anterior, los alumnos analizarán y confrontarán permanentemente los mensajes discursivos de los medios con la realidad de la vida

misma. Tarea imprescindible es el análisis de la violencia que ofertan los medios de comunicación.

De esta manera, sin pretender que los lectores se conviertan en expertos en comunicación, se tiene la firme convicción de que los libros serán una herramienta de apoyo para los docentes, en su empeño por llevar a los alumnos hacia el desarrollo de la visión crítica.

Por último, los libros invitan al maestro a la aplicación innovadora de los contenidos y ejercicios y, por consiguiente, ofrece al alumno una variedad de alternativas de desarrollo personal.

3.2.2 Contenidos de los libros

EDUCAR CON LOS MEDIOS

➤ Tema 1 *Vamos a conocernos*

Pretende que profesores y alumnos fortalezcan sus vínculos comunicativos a través de pláticas donde puedan conocerse y expresar sus gustos, habilidades y ocupaciones. El tema tiene especial énfasis en generar espacios para la comunicación al interior del grupo, en donde los medios de comunicación masiva se vuelven el telón de fondo.

➤ Tema 2 *La comunicación*

Aquí se ofrece a los maestros el concepto de comunicación, se explica cuales son los elementos que conforman este proceso, para finalmente explicar las diferentes formas de comunicación que tiene el ser humano, desde el lenguaje no verbal hasta las nuevas tecnologías de información con los que contamos hoy día.

➤ Tema 3 *Los medios de comunicación masiva*

Aquí se realiza un primer acercamiento a los medios de comunicación masiva, para conocer la utilidad que tienen en la vida del ser humano. Por una parte se pretende que los alumnos realicen ejercicios de análisis de su papel de receptores ante los diversos medios de comunicación para acentuar su capacidad reflexiva, sin perder el sentido lúdico que implica estar en contacto con los medios de comunicación masiva.

➤ *Tema 4 Impresos: periódicos y revistas*

Se pretende un acercamiento a estos medios impresos, enfocándose a los periódicos y las revistas. Se explica cuales son los géneros periodísticos: nota informativa, entrevista, crónica, reportaje, artículo y editorial. Esto con la finalidad de que los alumnos sean capaces de conocer los elementos que componen a la prensa escrita.

Por otro lado, se abordan algunos aspectos básicos sobre la publicidad en la prensa, a través de un cuadro comparativo de siete periódicos publicados en el Distrito Federal sobre sus costos pro espacios en hojas pares, impares y posiciones especiales y la importancia que la circulación juega en los precios de éstos.

➤ *Tema 5 Impresos: La Historieta*

La intención de este tema es introducir al alumno en el lenguaje visual del medio. Destaca la riqueza narrativa que proponen los ejercicios concernientes a la historieta, que involucran a los alumnos en una fiesta del lenguaje escrito y gráfico. El motor de este eje temático es la creatividad de los alumnos. La historieta, pedagógicamente hablando, sirve como antecedente para comprender lo que es un guión, el manejo de planos, los encuadres, la profundidad de campo, etc. Es importante mencionar que además, es un antecedente para pasar al tema de la televisión.

• *Tema 6 Videojuegos y videojugadores*

Se busca que los alumnos identifiquen en las cosas y motivos por los cuales les gustan los videojuegos, distinguiendo en específico los contenidos violentos para reflexionar en torno a ello.

➤ *Tema 7 Publicidad en los Medios*

Ya que nuestros alumnos se han apropiado de claves centrales de los medios de comunicación masiva, se puede empezar a sistematizar la aplicación de la visión crítica. Los alumnos analizarán y confrontarán permanentemente los mensajes publicitarios en los medios, contrastando continuamente sus formas y contenidos con la realidad de la vida misma.

LA RADIO EN LA ESCUELA

> Tema La Radio

La radio es uno de los medios que por sus propias características es sencillo, accesible y sobre todo muy interesante en cuanto a producción radiofónica se refiere. Aunque este es el libro más pequeño del programa –en lo que se refiere a extensión de páginas y volumen –, es el libro que más actividades tiene.

Por principio de cuentas, se proporciona información que permita a los educandos entender la especificidad del medio; su lenguaje, su tecnología, técnicas y sobre todo que aprendan a decodificar las imágenes auditivas que es capaz de crear.

Al abordar este medio se pone especial énfasis en la importancia de la voz, ya que es la materia prima del mismo. También se subraya la importancia que tienen los efectos especiales, en el entendido que conforman una parte vital para cumplir con la emisión de sus mensajes. Pedagógicamente se enseña a los niños a la construcción "material" de la radio, es decir, se educa a los niños a construir el lenguaje radiofónico, pasando por la elaboración del guión, en el que se destaca la importancia que tiene la investigación así como el adecuado uso de la escritura (redacción, síntesis y metodología de investigación), el manejo de planos, así como los géneros radiofónicos y las fuentes de información no se pueden dejar de lado al abordar este medio.

Finalmente, una vez concluida la parte teórica del tema, se proponen actividades para la realización de programas radiofónicos.

Es importante mencionar que también se aborda la forma en que la publicidad se maneja en este medio. Por lo que se hace escuetamente un esquema del modelo radiofónico comercial que opera en nuestro país.

TV Y ESCUELA: ¿AMIGOS Y/O ENEMIGOS?

➤ Tema 1 *Hablemos de televisión*

La televisión es parte central de nuestro acontecer diario, ¿qué tanto nos preocupamos por tener más información al respecto? ¿qué tanto nuestra opinión puede ser contrastada con el desarrollo del modelo de televisión que tenemos en México? ¿cómo entender nuestra TV? Estas y otras preguntas motivan a hablar de televisión, reconociendo el modelo actual de TV. La intención en este tema es motivar la discusión en torno a la TV.

➤ Tema 2 *¿Quién trae la TV a clases?*

¿Alguna vez has hablado de TV en clase? Generalmente la televisión está en nuestras clases y no es el profesor quien la trae. En este tema se recuperan algunas experiencias cotidianas y de investigación en donde la TV está en el salón de clases y los profesores parecen no reconocerlo.

El propósito central de este tema es poder reconocer ¿quién trae la TV a clase?, y cuestionarnos nuestro papel como profesores en relación a la TV.

➤ Tema 3 *¿Cómo utilizar materiales audiovisuales en el aula?*

En este tema se busca reconocer algunos elementos indispensables en el proceso pedagógico para pensar la incorporación de materiales audiovisuales a la tarea educativa. No se trata de dar recetas para hacer más útil su uso, sino motivar al profesor para diseñar sus propias estrategias de uso del audiovisual en el aula. Este tema se complementa con el correspondiente a la producción de audiovisual.

➤ Tema 4 *Televisión y vida cotidiana*

Televisión y vida cotidiana nos plantea el reto de hacer la televisión menos cotidiana y sentarnos por lo menos a pensar nuestra propia relación con la TV. Al respecto que rescata la propuesta de que la "televidencia" es un proceso continuo y cambiante, que se construye antes, durante y después de ver la TV. El propósito de este tema es reconocer el papel del televidente dentro de su proceso de televidencia.

➤ Tema 5 *Producción Audiovisual*

La producción audiovisual se ha concebido como un elemento importante en el proceso de formación de la visión crítica, es a través de ella que se puede retomar la capacidad comunicativa que hemos perdido a partir de sólo cumplir el papel de receptores. En este tema se pretende proporcionar la información básica para que alumnos y profesores trabajen en producciones audiovisuales caseras, de ninguna manera la producción es el único propósito del tema, sino más bien, el conocimiento de los lenguajes y las lógicas de producción. La producción es por tanto, una opción que podemos tomar.

➤ Tema 6 *Publicidad y TV*

Al hablar de publicidad, en este tema se piensa como parte del proceso de producción de mensajes y específicamente de la TV. A lo largo de este tema se pretende incorporar por una parte la capacidad analítica de alumnos y profesores y por otra, su creatividad en la elaboración de mensajes publicitarios. El énfasis en el desarrollo del tema está puesto en los individuos que se relacionan con la publicidad.

➤ Tema 7 *Televisión y Educación*

Televisión y Educación es una relación múltiple y poco definida. ¿Dónde empieza y dónde termina dicha relación? A lo largo del tema se abordan diferentes enfoques y matices de la relación, destacando el papel del profesor en su rearticulación práctica. Este tema está dirigido exclusivamente a los profesores y recoge una serie de citas que tratan de definir teóricamente la relación. Se parte de considerar que la relación va a cambiar una vez que se haya trabajado el PEM-DVC en el aula, por tanto, la intención del ejercicio programado en este tema es abrir un espacio para que el profesor haga crecer al libro mismo y contribuya junto con los autores de la colección a definir la relación comunicación-educación.

3.2.3 Algo más sobre los libros...

La metodología empleada para abordar los temas en los libros, es dar una explicación sobre el tema que se aborda cumpliendo con los propósitos expresados para cada tema; de esta forma dentro del contenido se definen conceptos, o bien se describe el medio de comunicación recurriendo a los antecedentes históricos; una vez terminada la explicación se procede a una serie de ejercicios que varían según el tema. Estos ejercicios cuentan con una

explicación de organización, duración del mismo y del desarrollo. En algunas ocasiones se pide al profesor que se guarden los ejercicios ya que se propone continuidad para ellos en otros temas.

Se pretendió que el tratamiento dado a los ejercicios desarrollara un potencial como herramienta para el aprendizaje del lenguaje, con la ventaja de que las técnicas utilizadas son paralelas a aquellas que ya forman parte de la currícula escolar, tales como localizar detalles, secuencias o causa y efecto, entre otras, en razón de que un curso de educación para los medios, no sólo debe otorgar a los alumnos habilidades para analizar y ver críticamente un medio tan influyente y "seductor" como la televisión, sino para reforzar importantes conocimientos curriculares.

Al final de cada ejercicio se incluyen algunas preguntas que pretenden hacer reflexionar al profesor sobre algunos puntos en particular.

Simultáneamente a la aplicación del programa, a través del desarrollo de las actividades sugeridas se realiza una evaluación del programa y de los cambios observados en la actitud, opinión y comunicación de los niños.

El programa no pretende que los lectores se conviertan en expertos en comunicación, sino promotores de una actitud reflexiva consigo mismo y con los mensajes de los medios, para ello, se tiene la firme convicción de que los libros serán una herramienta de apoyo para los docentes, en su empeño por llevar a los alumnos hacia el desarrollo de la visión crítica.

En este contexto, el papel del profesor de educación primaria se transforma en central, en el sentido de ser, por una parte, el promotor de actividades que vinculen contenidos curriculares con las preocupaciones básicas de los alumnos y los medios de comunicación masiva, y por otra, el responsable directo en la generación de espacios de libertad, creatividad y comunicación al interior y exterior del aula, sin que eso implique una carga administrativa a su función docente, por el contrario, significa una posibilidad de crecimiento personal y grupal que produzca aprendizajes significativos.

Desarrollar un actitud participativa, creativa, analítica y reflexiva en los alumnos no es tarea fácil, requiere un cambio de actitud del propio profesor que en ocasiones se presenta de manera simultánea al proceso de cambio de actitud de sus alumnos, por ello, el desarrollo de la visión crítica debe entenderse como un espacio de creación en constante transformación protagonizado por profesores y alumnos.

El trabajo con el Programa de Educación para los Medios; desarrollo de la visión crítica, concibe que la relación con los medios de comunicación en la escuela, no es única ni lineal, actualmente la relación principalmente está en las formas en que los niños traen la televisión, la radio, los cómics, los videojuegos etc., a la escuela, pero, consideramos que en la práctica docente cotidiana hay múltiples opciones, en la cual, el profesor de grupo es la pieza fundamental para el éxito de cualquier iniciativa que implique el trabajo pedagógico.

El modelo de este programa permite el trabajo sistemático de cada uno de los temas programados en los diferentes libros. Sin embargo, también es posible trabajar temas de forma aislada, esto es, se puede iniciar el trabajo con el tema que más convenga a las necesidades e intereses del grupo, sin que represente una alteración a los objetivos del programa.

3.2.4 Apreciación Personal de los libros

Después de revisar los materiales impresos del PEM;DVC la autora de esta tesis considera importante resaltar algunas apreciaciones al respecto, con el único interés de coadyuvar a un perfeccionamiento de los libros para futuras versiones; lo cual se hará en este subapartado.

Ya que los libros conforman el sustento del programa, uno de los objetivos importantes del mismo fue el producir materiales atractivos, de fácil comprensión y con un carácter eminentemente propositivo, que despertara en los maestros la necesidad de cambio en sus prácticas educativas con los medios.

Para poder dar lugar a esto, se debía concretar actividades que le maestro pudiera realizar con los recursos que están a su alcance, esto es, desarrollar un programa con medios, sin medios y a pesar de los medios. Pasando de la etapa de meros consumidores de medios a diseñadores y constructores de éstos.

Los tres libros que integran el PEM;DVC fueron realizados bajo la teoría de las mediaciones; y en mi particular punto de vista, se logró crear lo que Roberto Aparici (Aparici,1997) propone como *documentos integrados*.

Esta teoría sostiene que un documento pedagógico puede convertirse en un acto didáctico que permita al alumno apropiarse del proceso de aprendizaje, utilizando dentro del discurso didáctico diferentes lenguajes, entendiendo con ello el uso de diferentes medios.

La utilización de estos medios, a quienes Aparici nombra soportes, tienen que generar un discurso específico acorde a sus posibilidades y limitaciones tanto técnicas como expresivas.

Las instituciones de enseñanza en la mayor parte de los casos conservan una cultura de medios impresos, considerando toda una cultura hacia los libros de texto; esta actitud de hostilidad hacia otros medios de enseñanza, en este caso los medios de comunicación, está íntimamente relacionada con el desconocimiento del papel de éstos, considerándolos ayudas o auxiliares didácticos y no como textos con una jerarquía similar a la del libro de texto escolar.

La propuesta es entonces utilizar los medios de comunicación como componentes del proceso pedagógico. Es decir, que los documentos en su conjunto estén integrados de forma consustancial al discurso didáctico.

Aparici afirma que comúnmente suele asociarse un texto con un libro, cuando en realidad el texto y su soporte son cosas diferentes. De esta forma la construcción de un texto puede contar con el uso de diferentes soportes (sonoros, visuales y audiovisuales), considerando, por supuesto lo que se quiere decir y eligiendo así el soporte adecuado.

En este sentido los libros son un ejemplo de lo que son los documentos integrados, ya que a través de la alfabetización audiovisual, en función del receptor, del emisor y el contexto, pretenden desencadenar un conocimiento del proceso de comunicación y de los medios de comunicación manejando con ello los lenguajes de cada medio, para dar paso a una recepción activa y propositiva de audiencias críticas.

Como ya se mencionó los textos son abiertos; es decir, no tienen un principio y un final. Están diseñados en función de ejes y/o temas que se pueden manejar sin una secuencia. El profesor puede elegir libremente por qué medio puede empezar. Se le otorga información

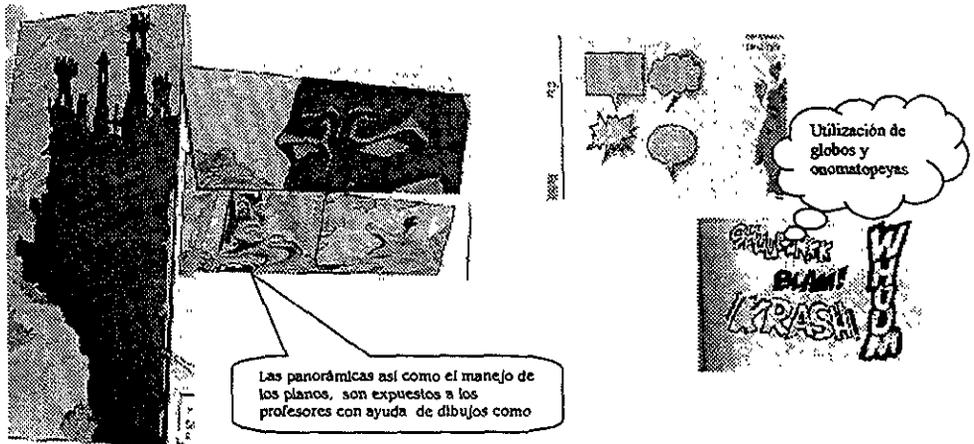
teórica sobre el mismo, para pasar a las actividades o ejercicios en los que se busca la codificación y decodificación del medio.

De esta forma cumple con funciones:

- ✓ **Comunicativas:** estableciendo una forma y un estilo de comunicación entre emisores y receptores.
- ✓ **Informativa:** al dar a conocer cómo funciona el medio, lo que supone selección y discriminación por parte de las audiencias.
- ✓ **Organiza y estructura el aprendizaje.**
- ✓ **Orienta la elaboración de conocimientos que puedan adquirirse dentro o fuera del marco institucional.**

Los textos permiten una relación de comunicación horizontal entre emisor y receptor, utilizando una serie de signos. Por otro lado, sabemos que la información que mejor se retiene es la que nos llega a través de lo visual, por ello resulta vital la conformación de documentos con signos icónicos, acústicos y lingüísticos.

A continuación se presentan algunos ejemplos de los dibujos que se utilizaron en la historieta y televisión.



En la búsqueda por desarrollar la creatividad de las "futuras audiencias críticas y creativas", los libros se caracterizan por ser unos textos no acabados. Esto debido a que la organización y el desarrollo conceptual requieren la actividad del estudiante, ya sea reforzando la

intencionalidad del emisor o bien, contraponiéndose a ella. Con esto se da lugar a que no sólo se debe hacer una lectura del uso de los libros, sino desencadenando la producción informativa y nuevos usos de los medios en cualquier sentido de aprendizaje que pueda desarrollar. En otras palabras se está promoviendo el constructivismo en las audiencias.

El primer paso para desarrollar este constructivismo se da a través de las explicaciones en los libros sobre cómo funcionan y en qué consiste cada uno de los medios de comunicación. Por supuesto que con dicha información, no se pretende que los receptores de los libros (profesores o bien alumnos) terminen convirtiéndose en expertos en el manejo y la historia de los medios, pero sí que tengan una alfabetización sobre cada uno de ellos.

En cuanto a los temas y después de realizar un análisis, se puede apreciar algunas imprecisiones en el manejo de algunos medios que a continuación se mencionan. Cuando se pretende abordar el medio cine, se deja de lado mucha información. De hecho hay momentos en que el texto da una igualdad al video y al cine. Esto resulta contrario a los objetivos de la alfabetización audiovisual.

Por otro lado, tampoco se hace una diferenciación bien explicitada, sobre lo que es considerado como *nuevas tecnologías de información*, pese a que se abordan los videojuegos o el internet. Considero que esto es básico, ya que se está aludiendo a los medios con los que tienen contacto los niños, y aunque todavía estos medios no han llegado al grueso de la población, lo cierto es que sobre todo los niños, tienen cada vez más la oportunidad de acercarse a ellos.

Por otro lado se emiten juicios de valor, en cuanto a la mascota electrónica denominada "Tamagochi", la cual se cita a continuación:

...¿una mascota virtual qué beneficio trae al ser humano?, ¿acaso el problema de la soledad no puede tener otra solución?...¿acaso la incomunicación que vivimos puede ser?, ¿no resulta paradójico que en plena era de las nuevas tecnologías de información, el ser humano padece una de las peores crisis a nivel comunicativo, a nivel de valores humanos?...(Peña y Viveros, 1997:127-128).

Aunque pudiéramos considerar estas preguntas como meras reflexiones, lo cierto es que ya están sugiriendo por sí mismas que el ser humano vive una incomunicación, una crisis a nivel comunicativo (y de las peores), de valores humanos y de soledad. Afirmaciones como éstas requieren sustento y explicación que en los libros no se maneja por lo que dejarlas así, podría resultar contraproducente para desarrollar una visión real de esta tecnología, ya que en un principio las mascotas virtuales fueron diseñadas para "entrenar" a los niños sobre las responsabilidades y cuidados que requiere una mascota real.

Dentro del tema "La publicidad en los medios", se trata de explicar en que consiste la publicidad, pero es necesario observar que no se maneja adecuadamente la información sobre lo que es la propaganda. La exposición se basa en diferenciar lo que es un anuncio publicitario de lo que es una *anuncio o propaganda*. Por principio de cuentas, la información debiera encaminarse a explicar lo que es un anuncio, para posteriormente pasar a lo que es un anuncio publicitario y un anuncio propagandístico. La información, tal y como se maneja en el libro, puede confundir al lector.

Otro punto importante mencionar dentro de este tema, es que sólo se explica la tradicional forma de publicidad, pero no se mencionan los nuevos métodos de los que se está apropiando como los espectaculares, la publicidad móvil, la existente en Internet o bien la que surge de las ventas por teléfono.

Ejercicios y/o actividades de los libros

Los libros en total hacen la propuesta de 64 ejercicios, que a su vez podemos agrupar de la siguiente manera:

Proceso de comunicación	TV	Radio	Medios impresos	Historieta	Video	Cine	Familia	Medios en Gral.	Com. no verbal	Videojuegos	Publicidad
6	16	12	5	3	4	1	2	4	1	4	6

Como se puede ver, la mayoría de los ejercicios se inclinan a medios tradicionales como los son la televisión y la radio. Esto se podría justificarse a que son los medios con los que se tienen contacto diariamente. Es importante observar que el medio

cine, sólo sugiere un ejercicio, lo que corroboraría que este medio no fue tratado con profundidad, como se menciona arriba.

Por otro lado es necesario señalar que hay ejercicios que incluyen actividades no sólo con el proceso de comunicación o sus medios, sino también se pretende que la familia sea parte de este conocimiento y acercamiento.

Finalmente es necesario apuntar, que se propone sólo una actividad para los profesores, en la cual se deben reunir para comentar los tres libros: la propuesta de trabajo en el vínculo medios/educación, así como los posibles resultados tanto en alumnos como en profesores.

3.3 ESTRATEGIA DE CAPACITACIÓN PARA LOS DOCENTES

El PEM; DVC, propone que los principales destinatarios deben ser los niños y los profesores, son el vehículo para llegar a ellos; por lo tanto el papel del profesor se torna central, pues de él depende el poder cambiar la relación de los niños con los medios. Por esto, el curso de capacitación que propone es una de las dos columnas que sostienen el programa.

El profesor es concebido dentro del programa como el que puede generar una serie de cambios en la relación niños-medios, utilizando los medios no como apoyos didácticos, sino como dispositivos pedagógicos.

Para generar esta concepción acerca de los medios, el PEM; DVC propone un curso introductorio de sensibilización, en el que se busca una ruptura respecto a la opinión y conocimiento previo que tienen los profesores sobre los medios; el cual está dividido a su vez en módulos temáticos que se pueden cursar de forma independiente para construir nuevos esquemas en torno a los medios, sus lenguajes y su tratamiento pedagógico en el aula (SSEDF, 1997a: 2).

Ahora bien, este aprendizaje (alfabetización audiovisual), parte de la experiencia con la que cuenta el profesor; no se pretende que con la información proporcionada se geste un cambio radical en la enseñanza educativa que aplica el profesor, pero si se busca un cambio de concepción en torno a los medios desde el ámbito escolar.

El nombre del curso es *"Introducción a las percepciones, apropiación y uso de los medios de comunicación en el aula; el profesor como educador"*. Se realiza en forma masiva, es decir, se trabaja con 10 grupos de 40 a 45 profesores, que toman el curso durante tres sábados en sesiones ya sea plenarios o bien grupales, las cuales acumulan un total de 20 horas. Las sesiones son apoyadas por medios tales como la televisión, el vídeo, audiocintas, computadoras y en algunos casos se llevan a cabo teleconferencias apoyadas por la Unidad de Televisión Educativa (UTE) de la SEP (ver cuadro).

Materiales de audio y vídeo utilizados en la estrategia de capacitación	
Videos:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ "El día del Tiacoache". ✓ "Los medios en la vida de los alumnos".
Teleconferencias:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ "Nuevas tecnologías de comunicación". ✓ "Uso de la cámara de vídeo". ✓ "Guionismo". ✓ "Educomunicación: retos y perspectivas ante el siglo XXI. El papel del profesor como educador".
Data shows:	<ul style="list-style-type: none"> ✓ El proceso de la comunicación ✓ Reflexiones Psicopedagógicas entorno al PEM; DVC. ✓ La historieta. ✓ ¿Qué es la educación para los medios?
Cintas de audio.	Singles de radio, proporcionados por el programa radiofónico "Lo que el viento se llevó", conducido por Jorge Zúñiga.

Temáticas abordadas

Las temáticas abordadas son diez y se trabajan en forma rotativa y modular; de esta manera se busca que los profesores tengan contacto con diferentes ponentes y capacitadores. Los temas son:

- ¿Qué es la educación para los medios?
- Reflexiones psicopedagógicas en torno al PEM; DVC
- La Comunicación
- Los medios de comunicación en la vida de los alumnos
- Videomanía e Internet
- La Historieta
- Radio Escolar Local
- Uso del vídeo en el aula escolar
- Análisis de programas de televisión y canciones
- ¿Cómo utilizar los libros del PEM; DVC?

Cada uno de los temas está dividido en dos partes, la primera de ellas consiste en una exposición por el capacitador quien es apoyado por un data show y en algunos casos por un audio, un vídeo o bien revistas o periódicos según el tema; en la segunda parte se realizan ejercicios o actividades con los profesores, para pasar finalmente a las conclusiones de cada tema.

3.3.1 El diseño y la planeación del curso de capacitación

Acercarse a los medios de comunicación es una tarea fácil que llevamos a cabo todo el tiempo pero, convertir ese contacto que tenemos con ellos en un aprendizaje lúdico, pero sistemático, era el reto a vencer.

Poder reconocer a los medios como cómplices en el aprendizaje de los alumnos y hasta del propio, resultaba una tarea interesante y muy pretenciosa en un principio.

Recurrir a viejas fórmulas sólo hubiera servido para obtener resultados ya conocidos, así que la idea era transformar un simple curso en algo nuevo, interactivo y sobre todo divertido, ya que una de las premisas del PEM;DVC, es que se debe y se puede aprender lúdicamente.

Así que haciendo uso de las nuevas tecnologías de comunicación y el equipo de trabajo se dispuso a aprovecharlos, convertir un simple curso en un taller interactivo.

Con la afirmación de que nadie se escapa de este mundo globalizado de nuevos y constantes avances tecnológicos, el botón de muestra se puso en el curso; se combinaron el uso de diferentes medios, desde los impresos hasta las nuevas tecnologías de información; tal es el caso de la computadora que fue uno de los elementos básicos de los que se echó mano en el diseño del programa.

Dentro de los medios impresos, un tema que despertó la imaginación de los profesores fue el de la historieta o bien el comic. Este medio ha sido utilizado con diferentes objetivos, sin embargo, en este curso se trató de darle un enfoque diferente al clásico uno de recortar palabras agudas, graves y esdrújulas: su uso pedagógico en el aula escolar. Al realizar el ejercicio de desarrollar una historieta, los profesores reconocieron usos como el de la socialización al trabajar en equipos, el uso de nuestro idioma con todas sus reglas, el desarrollo de la imaginación y la creatividad, pero sobre todo una nueva forma de tratar temas de todo tipo a través de una historieta explotando, por su puesto el lenguaje icónico que lo caracteriza.

Dentro de los medios electrónicos utilizados se encuentran los data shows (presentaciones a través de la computadora); para su diseño se eligieron conceptos del tema e ilustraciones que permitieran concretar y apoyar el tema en cuestión.

Otros temas, tales como análisis de programas de radio y televisión requirieron el apoyo de materiales audiovisuales como el uso de proyectores, videocaseteras, equipos semiprofesionales de sonido, etcétera.

La elección de los contenidos del video que apoyaba este tema, se hizo en base a los programas más comunes que se transmiten en la televisión, tal es el caso de los programas como *Beverly Hills*, *Los Simpson* y la telenovela *Mirada de Mujer*, entre otros.

Verdaderamente fue una sorpresa para todo el equipo de capacitadores y hasta para los mismos profesores, el ver como un programa como el último, podía desencadenar un proceso de análisis, codificación y decodificación de un medio masivo con el que tenemos estrecho contacto como lo es la televisión.

Pero definitivamente el taller estrella del proceso de capacitación y así lo demuestra el material audiovisual con el que se cuenta, fue la experiencia de participar en la elaboración y transmisión de un programa de radio.

En este taller, algunos profesores recordaron con el apoyo de comerciales famosos de la época de los 50's que proporcionó amablemente el cronista de la ciudad Jorge Zúñiga a través del programa radiofónico "Lo que el viento se llevó", el poder que tienen educativamente la radio.

Dentro de la dinámica de ejercicios en este tema, *el botón de la imaginación se despertó* y en equipos de trabajo los profesores terminaron una historia que estaba incompleta en lo que era un guión de radio. El desarrollo de estos guiones culminó en finales de todo tipo, desde los cómicos y divertidos, hasta los misteriosos e inconclusos. De esta manera, quedó claro para los maestros que en el momento de diseñar y producir un programa de radio se ponen en juego una serie de habilidades y conocimientos que en mucho van ligados a los objetivos de cada una de las áreas programáticas de la escuela, esto es, de una manera lúdica y amena estos maestros aplicaron el español, la historia y las ciencias naturales al mismo tiempo.

Desde luego que en este taller no estuvo ausente el análisis de las letras de canciones de moda, toda vez que éstas ocupan cada día más espacio dentro de la programación radiofónica. En este caso se trató de que los profesores cantaran la letra de las canciones de un grupo de rock de gran aceptación entre jóvenes y niños, MOLOTOV. Algunos profesores gustaron de esta actividad, sin embargo, otros la satanizaron. Es cierto que las letras de las

canciones seleccionadas utilizan un palabras altisonantes y letras ofensivas para algunos, pero también se demostró que resultan inofensivas al lado de otras canciones que aunque no emplean "malas palabras", los mensajes y valores que connotan son más agresivos y de mal gusto que las anteriores (ver anexo).

Teleconferencias

Una de las actividades especiales con las que cuenta el curso de capacitación, son las teleconferencias, implementadas en razón de que: por un lado en encuestas realizadas, el 98% de los profesores asistentes no habían tenido contacto alguno con sesiones de este tipo, lo que permite un acercamiento al uso de esta tecnología; además porque las teleconferencias son una modalidad que la Subsecretaría de Servicios Educativos para el D. F., inauguró en la sede del curso, la Benemérita Escuela Nacional de Maestros (BENM).

Las teleconferencias que se transmitieron fueron:

- Nuevas tecnologías de información en la educación
- Producción televisiva con medios caseros
- Guionismo
- Educomunicación: retos y perspectivas ante el siglo XXI

Los temas elegidos para éstas, fueron seleccionados con el objetivo de proporcionar a los profesores mayores elementos de comprensión sobre los temas abordados.

Es importante mencionar, que fueron impartidos por especialistas en la materia, tales son los casos de la Dra. Delia Croovi Drueta, investigadora y profesora de la UNAM; el Dr. Jesús Martínez de Toda, catedrático del Universidad Gregoriana de Italia; la Dra. Marcela Lambert, Directora de contenidos del programa "Plaza Sésamo"; la Dra. Mercedes Charless, investigadora y especialista en Educación para los medios y el Pedagogo Omar Chanona, director General de la UTE, entre los más destacados.

Las teleconferencias fueron retransmitidas a su vez dentro de la programación de la Red de Educación Satelital, mejor conocida como Edusat, de la SEP.

La dinámica que se estableció antes, durante y después de las teleconferencias, no sólo cambió la visión que los profesores tenía a cerca de lo que era una teleconferencia, sino que también vivieron una experiencia que les permitió dimensionar las capacidades y logros que se pueden obtener al utilizar y aprovechar este tipo de tecnología.

3.3.2 Evaluación y seguimiento del Programa de capacitación

Durante el programa de capacitación, se contempla un sistema de evaluación permanente organizado en dos evaluaciones a los asistentes y evaluaciones por módulos temáticos.

La primera de ellas tiene como objetivo hacer un diagnóstico a cerca de la preparación y conocimiento sobre los medios de comunicación con los que cuentan los maestros; a este instrumento se le denomina *Cuestionario de Entrada*, y es aplicado como su nombre lo indica durante la primera sesión de trabajo. La segunda parte de esta evaluación consiste en aplicar otro cuestionario que permite comparar el cambio generado en los profesores, a este cuestionario se le nombró *Cuestionario de Salida*, por lo que es aplicado en la última sesión (ambos cuestionarios aparecen en la sección de anexos de esta tesina).

Las evaluaciones por módulos temáticos consiste, como su nombre lo indica, en valorar cada una de las temáticas expuestas en el curso; al final de cada sesión, se entrega a los profesores una *Ficha de Evaluación*, en la que se cuestiona la calidad de los materiales empleados, las estrategias de trabajo en el aula, la preparación y el manejo del tema por parte del capacitador a cargo del grupo y finalmente observaciones o comentarios.

Durante la etapa Piloto I del programa, se entregaba a los profesores un diploma por su participación, así como el juego de libros de la colección del PEM; DVC. Para la segunda etapa del Programa, se consideró conveniente inscribir el curso dentro de la estrategia de Carrera Magisterial de la SEP.

La Carrera Magisterial es un instrumento escalafonario que permite a los profesores la posibilidad de concursar para aumentar sus ingresos. Consiste básicamente en dos partes: por un lado, se le aplican al profesor exámenes de conocimiento, según el área de enseñanza

que cubra, y por otro el profesor puede acumular puntos que le ayudan alcanzar categorías o niveles. Estos puntos son otorgados vía cursos complementarios impartidos por la misma SEP.

Para que a un curso le sea otorgado puntaje con valor escalafonario, es necesario enviar el proyecto al comité de Carrera Magisterial, el cual evalúa si la propuesta puede o no contar con el reconocimiento.

Dentro de este contexto, la propuesta del PEM; DVC, fue aceptada por dicho comité otorgando así, una opción a los profesores. Es importante mencionar que esta medida vino a reforzar la demanda del mismo, saturando los lugares vacantes en los periodos marcados en calendario. Fue, por qué no decirlo, una táctica para captar un mayor número de profesores.

3.3.3 Análisis de encuesta realizada en el curso de capacitación

A continuación se muestra el análisis de las encuestas realizadas durante los cursos de capacitación en su etapa piloto. Esta información es un acercamiento a la forma en que los profesores percibieron el curso, y por supuesto, es un punto de partida que sirve para conocer aciertos, corregir errores y asimismo conocer cuales son los aspectos que se deben reforzar para posteriores periodos de capacitación. El trabajo de recolección y análisis de datos fue realizado por el equipo de trabajo del PEM;DVC y los datos fueron dados a conocer en la Gaceta "Educación para los medios; visión crítica. No. 1 Volumen 2. Octubre-enero de 1997-1998 de la Secretaría de Educación Pública.

Es importante resaltar que el análisis corresponde a dos de los Instrumentos diseñados para evaluar el curso de capacitación a profesores ya mencionados anteriormente: el cuestionario inicial y el cuestionario de salida, y que el universo de cuestionarios comprende 2,500 en cada caso.

El cuestionario de entrada, se planteó como instrumento para conocer las expectativas de los profesores respecto al curso, sus referentes con relación a la Educación para los Medios, así como algunos elementos contextuales respecto a la información y opinión en torno a los medios de comunicación masiva.

El cuestionario incluye siete preguntas abiertas planteadas para construir a partir de las respuestas algunas categorías analíticas para futuros cuestionarios. Con este cuestionario se pretende explorar las representaciones, los usos y las percepciones en torno a los medios de comunicación masiva por parte de los profesores, así como algunas preguntas relacionadas con la presencia de los medios de comunicación en la educación desde la perspectiva de los profesores.

El análisis de la información obtenida a través del cuestionario se realizó considerando palabras tópicas que permiten agrupar las respuestas de los profesores.

Dentro de los resultados se identificaron dos posiciones o bien dos niveles en las respuestas de los profesores, toda vez que los profesores delimitaban de manera precisa su postura cuando opinaban y/o respondían como profesores en contra posición cuando lo hacían a título personal. Como responsables de la enseñanza de los educandos, manifiestan una posición más restrictiva y menos tolerante frente a los medios, en comparación cuando opinan a título personal, es decir en cualquier rol dentro de la familia.

Análíticamente la diferencia es muy importante porque separa los roles del profesor y permite observar que un mismo profesor cambia de opinión y enjuicia a los medios de manera diferente según asuma una posición u otra.

En lo consecutivo a la primera posición que adoptan los profesores se le denominó *dimensión docente*, a la segunda *dimensión Individuo*. Cabe señalar que por cuestiones de espacio los gráficos obtenidos, se encuentran en la sección de anexos de esta tesis.

Dentro de la dimensión docente, el 72.25 por ciento opina que los MCM son determinantes en la educación de los alumnos, mientras que un 87.28 por ciento afirma que la influencia de éstos es negativa para los niños.

La situación cambia cuando entramos en la dimensión individuo; aquí un 42.77 por ciento opina que los medios son positivos contra un 41.04 por ciento que piensa que son negativos, el resto corresponde a un 16.18 por ciento que muestra una respuesta ambivalente (por ejemplo "depende de que se hable...").

Estos datos confirman lo que se ha mencionado en anteriores apartados. La mayoría de profesores piensan que los medios distraen a los educandos y eso los convierte en sus oponentes, razón por la cual no despiertan simpatía hacia ellos por lo menos hablando educativamente, no así en el caso en el que les toca opinar como individuos consumidores de medios, ahí las cosas cambian y reconocen que los medios pueden tener aspectos positivos

Considerar la *dimensión individuo* es un punto clave en el programa, ya que no considerarla podría conducirnos a perder de vista estas dos esferas en las que el profesor se desenvuelve.

La encuesta de salida se aplicó una vez concluido el proceso de capacitación en cada una de las etapas, para ello, a los profesores se les proporcionó un cuestionario impreso que incluyó seis preguntas abiertas centradas en identificar los cambios "logrados" por los profesores en los siguientes aspectos:

- opinión respecto a los medios de comunicación en las dimensiones docente e individual,
- información sobre Educación para los Medios proporcionada en el curso,
- pertinencia del apoyo de la temática de bases psicopedagógicas que sirven de referente para sostener su tarea educativa y
- el cumplimiento de sus expectativas previas a la capacitación, una vez concluido el curso.

Considerando que el objetivo de la capacitación era sensibilizar a los profesores asistentes, con el cuestionario de salida se pretendió observar la efectividad y el grado de sensibilización alcanzado en el curso a partir del cambio de postura ante los medios de comunicación.

Las categorías analíticas construidas a partir del cuestionario de entrada se conservaron como referencia para observar cuantitativamente los cambios logrados a través de la capacitación.

Si bien, ambos cuestionarios fueron diseñados con preguntas abiertas y se recopilaban opiniones de los profesores, la sistematización y análisis de la información a partir de

agrupar dichas opiniones así como el primer tratamiento que se les dio, fue principalmente estadístico.

El cuestionario final mostró datos interesantes para el seguimiento de las dimensiones anteriores, también aportó información en cuanto a la efectividad y grado de sensibilización alcanzados con el curso en los profesores.

En la *dimensión docente*, la opinión respecto a la influencia de los medios en los niños se vuelve un poco más positiva y analítica, ya que pasa de la encuesta inicial de un 8.67 por ciento de opiniones positivas a un 41.04 por ciento en la final; representa que el 32.37 por ciento de los profesores cambiaron su opinión.

Esto es importante ya que se demuestra que después del curso, los profesores reconocen el valor educativo que pueden tener los medios de comunicación.

Al comparar ambas estadísticas podemos apreciar que el 4.05 por ciento de profesores que no habían contestado esta pregunta en el cuestionario inicial, ahora ya tienen una posición al respecto.

En lo que se refiere a la *dimensión Individuo*, su opinión cambia después del curso de la siguiente forma: del 42.77 por ciento que en la encuesta inicial manifestó una opinión positiva hacia los medios, sólo se mantiene un 34.68 por ciento (8.09 por ciento menos), aumentando por consiguiente la opinión negativa de éstos de un 39.31 por ciento inicial a un 41.04 por ciento (1.73 por ciento de aumento), así como el crecimiento de profesores que manifestaron respuestas ambivalentes, pasando del 16.18 por ciento al 26.01 por ciento (aumento de 9.83 puntos).

La explicación de este cambio de opinión gira en torno al conflicto que se provoca en los profesores tanto en su esfera profesional como personal. De esta manera, y a lo largo del curso, opiniones de diversos maestros reflejaron su preocupación al no haber reparado anteriormente en los contenidos y mensajes que discurren en los *mass-media* y de los cuales se apropian y relacionan en lo personal y en lo familiar.

Otros datos que considero importantes destacar para esta tesis, son algunos indicadores valorativos por parte de los profesores respecto al curso en general:

La participación en el PEM en un plano ideal, fue concebida por medio de invitación a aquellas escuelas y profesores que estuvieran interesados en un programa como este. Sin embargo, en la realidad no sucedió así; los profesores que tomaron el curso durante su primera etapa, "corrieron la voz" a sus compañeros. Lo que desató que la demanda del curso rebasara los lugares ofrecidos.

Esto tuvo punto a favor y en contra; el que los profesores llegarán sin una inscripción previa ocasionó por un lado, descontrol en la logística del evento ya que tanto el material impreso como el gráfico, por momentos resultó insuficiente y por otro lado no se contó con la oportunidad de hacerles llegar información complementaria sobre las temáticas, los objetivos y en general la consistencia del Curso, lo que generó molestia y descontento en algunos de los asistentes.

Esta falta de comunicación e información da lugar a pensar que la información de inscripción al curso no llegó a sus destinatarios en el momento y las formas adecuadas. Por lo que se decidió para posteriores cursos repartir trípticos informativos y manejar una campaña informativa. Por otro lado también es un indicador de que a los profesores les interesa incluir dentro de sus prácticas educativas a los medios de comunicación, ya que dentro de un amplio número de opciones para cursos complementarios que ofrece la SEP, los maestros decidieron elegir este pese a que los días del curso eran los sábados, días no laborables para ellos.

El curso logró la sensibilización de los profesores frente a los medios de comunicación, ya que la encuesta final arroja que un 80.92 por ciento de profesores manifestaron que el curso respondió a sus expectativas. Cabe precisar que el restante 19.08 por ciento opinó que "el curso fue muy bueno y motivante, pero que no respondió a sus expectativas porque carecían de ellas al ser notificados de última hora".

Existe relación entre el porcentaje de profesores sensibilizados y el logro del conocimiento y manejo del concepto de Educación para los Medios, ya que el 72.25 por ciento lo consiguió.

Queda claro, que el acceso de las escuelas y por tanto de los profesores, es un punto neurálgico de todo proyecto, que aún cuando los diseñadores del mismo cuenten con la mejor planeación, la especificidad laboral y organizacional del medio, puede provocar el fracaso del mismo.

Otro punto que me parece importante rescatar es el temor y la resistencia de algunos profesores frente a los medios, sobre todo frente a los nuevos medios como las computadoras, el internet y los videojuegos. El mostrarles a los profesores cómo funcionaban ciertos medios (radio local, videodebates, internet o videojuegos), se hizo con el fin de provocar que el profesor sintiera primeramente, que es capaz de involucrarse (interactuar) con el medio, para en segundo término, ubicarse como un actor fundamental en el cambio que promueve el PEM e inclusive llegar al auto cuestionamiento de la forma de ser docente.

Finalmente, al cuestionar a los profesores sobre el papel que juegan como mediadores (como educadores, el 78.03 por ciento considera que es esencial, no así el 21.97 por ciento que no encontró identificación entre su papel como docente y la utilización pedagógica planteada en la Educación para los medios, manifestando en todo momento una posición pesimista respecto a los medios.

Con el análisis y la interpretación de las encuestas, se da por terminado el tercer y último apartado de esta tesina, para dar paso a las conclusiones a las que llegó la autora generadas de la presente investigación.

 FUENTES CONSULTADAS EN EL APARTADO 3

Bibliografía:

Aparici, Roberto. El documento integrado. En Roberto Aparici, (Antología) La educación para los medios de comunicación. México: Universidad Pedagógica Nacional, 1997.

Peña Ramos, Vladimir A. y Viveros Ballesteros, Frank. Educación para los Medios. México: SEP, 1996.

Documentos de archivo:

Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal; Programa de Educación para los Medios: desarrollo de la visión crítica. Documento Sintético de Presentación. México, 1997.

Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal; Curso de Capacitación del PEM DVC. "Introducción a las percepciones, apropiación y uso de los medios de comunicación en el aula: el profesor como educador". México, 1997a.

Viveros Ballesteros, Frank.

Ponencia presentada en el Segundo encuentro de Educación para los Medios en la ciudad de Santos, Brasil: Políticas de formación de profesores en la Educación para los Medios en la Ciudad de México. 1998.

CONCLUSIONES

De acuerdo con la información que se ha analizado en esta tesina podemos afirmar que si la educación representa una acción a través de la cual las personas se apropian de su cultura para integrarse creativamente en la sociedad, la Educación para los Medios de Comunicación representa una línea de trabajo que asume un cuestionamiento crítico y activo de la propuesta cultural que están proporcionando estos medios.

La comunicación es el elemento clave del proceso educativo, que nos permite expresar ideas, compartir experiencias, exteriorizar sentimientos... Dentro de la educación los medios de comunicación como extensiones de ésta, facilitan los procesos comunicativos que se dan en el aula y fuera de ella, con el uso de sus mensajes atractivos y actuales, sus lenguajes y técnicas, se puede dinamizar y enriquecer la práctica educativa y la formación de los alumnos. La autora de esta tesina considera que las instituciones educativas no deben continua implementando su tradicional y obsoleto modelo educativo, porque los educandos han cambiado sus forma de recepción y aprendizaje.

La escuela tiene ante sí el reto de estimular nuevas formas de experimentación y creación en los educandos, haciendo uso de los instrumentos técnicos y de las posibilidades que los medios de comunicación masiva aportan. No es exagerado afirmar que estando inmersos en una cultura audiovisual, las instituciones educativas se ven obligados a reflexionar sobre la validez actual de sus concepciones didácticas y sobre la función de sus proyectos educativos.

En este sentido la Educación para los Medios, ofrece una alternativa tangible y real, que propone integrar en las aulas a los medios de comunicación como fuentes diferentes de información y formación, haciendo un uso provechoso de sus lenguajes y códigos expresivos.

Después de analizar un proyecto específico de EPM, se afirma que la Educomunicación es un campo fértil en el que se vincula la educación, la comunicación, sus medios y la tecnología, desde una perspectiva interdisciplinaria, implicando con ello una potenciación de la educación en cuanto a su carácter comunicativo y en cuanto a la utilización y aprovechamiento de los medios.

Esta tesina también permite concluir que la mera presencia de los medios, más la decisión de que se realicen planes formativos para la Educación en Medios, son necesarios pero no suficientes, ya que deben ir en consonancia con otros aspectos: desde la formación y el perfeccionamiento del profesorado, hasta la estructura organizativa donde los medios se insertan, sin olvidarnos de la modificación de actitudes hacia los mismos.

Un programa de EPM, por sí mismo no va transformar las prácticas educativas en las aulas, sabemos por experiencia vivida, que los resultados y la eficacia que se consiga con ellos dependerá de la interacción de un número de variables que van desde los materiales e instrumentales hasta las personales y organizativas.

En este sentido, uno de los puntos que fortalecen el curso del PEM;DVC, es el material impreso ya que, como columna vertebral, los libros conforman el sustento teórico y práctico del programa. Su constitución como documentos integrados, pone en práctica la teoría de la alfabetización audiovisual, colaborando al desarrollo de la visión crítica en las audiencias.

La accesibilidad del manejo de los libros, como textos abiertos, facilita al docente su trabajo como mediador entre los niños y los medios, ya que esto permite el incremento de funciones comunicativas, informativas, orientadoras y organizativas.

Otra cuestión importante por destacar, es el papel decisivo que juegan los profesores; a lo largo de la práctica del PEM;DVC, nos dimos cuenta que la clave del éxito o fracaso del mismo depende de ellos.

Durante el curso de capacitación, los profesores realizaron actividades básicas para fomentar una convivencia con los medios de comunicación: a)reconocerse como audiencias; b)distinguir los contenidos y los formatos útiles para el trabajo pedagógico y c) vincular los contenidos programados en los planes de estudio con las formas y contenidos de los medios.

Para lograr esto, los profesores deben dominar los lenguajes de los medios, alfabetizarse, pero también es necesario que desarrollen una actitud crítica que implica poseer la capacidad de manejar diferentes usos con respecto a los medios y sus mensajes, usos que se

construyen en la práctica a partir de conocer, cuestionar y proponer formas dinámicas de encontrarse y alejarse de los medios y sus mensajes.

Romper con los esquemas previos que tienen los profesores de los medios (mayoritariamente negativos como lo demostraron las encuestas), así como de la relación que establecen a nivel comunicativo en el aula, requiere que no solamente cambie la opinión de los profesores en torno a éstos, sino que también cambien los procesos de enseñanza y aprendizaje.

El proceso de construcción del profesor como educador no es fácil, ni está libre de retos y perspectivas, toda vez que supone un rompimiento epistemológico de su práctica educativa, pero también de construcción, éste último más complejo de lograr en la formación de especialistas.

Esto se puede lograr, tal como se demuestra en el presente trabajo. Obtener que los maestros vean en los medios de comunicación a unos aliados y no a sus enemigos, se puede conseguir; y la EPM nos provee de las herramientas necesarias para ello. Desarrollar en los niños la visión crítica hacia los medios de comunicación, implica primero el desarrollo de ésta en los profesores.

La visión crítica no termina con la recuperación del valor educativo de los medios en la escuela, sino que es necesario encontrar los caminos y articulaciones con la vida misma en diferentes ámbitos de socialización.

Ojalá que este trabajo, coadyude a entender que así como se produce una cultura escolar, se pueden y deben producir otras que permitan aperturas democráticas tanto en los medios de comunicación como en las tradiciones escolares. De tal suerte que cualquier contacto con los medios de comunicación, constituya una experiencia que sin dejar de ser placentera sea cada vez más constructiva, crítica y autónoma, convirtiéndose en un recurso para el fortalecimiento de su educación y cultura.

Si bien los retos todavía no son claros, las perspectivas están todavía por construirse. Las perspectivas se construyen a partir del trabajo cotidiano de profesores, comunicólogos y niños involucrados en los diferentes programas de educación para los medios, sin embargo,

la experiencia no basta para definir las perspectivas, es necesario empezar a definir teóricamente la educomunicación para establecer sus límites y posibilidades.

De esta forma, todas las ideas aquí expresadas, son un intento por desplegar una serie de reflexiones que conducen a mirar y cuestionar la discusión acerca del binomio comunicación/educación.

Como podemos ver, es un gran avance para la comunicación y la educación que existan prácticas relacionadas a la EPM en México, sobre todo una que cuenta con el apoyo institucional como la analizada en este trabajo, no sólo porque es necesario en esta sociedad inmersa en los medios de comunicación, en la que la escuela puede quedar rezagada, sino porque con estas prácticas, se está en proceso de generar cambios en la educación que tiendan a desarrollar una cultura crítica en torno a los medios y a la vida misma.

☐ FUENTES CONSULTADAS EN LA TESIS

ESTA TESIS NO DEBE
SALIR DE LA BIBLIOTECA

Bibliografía:

Aparici, Roberto. Educación y Nuevas Tecnologías. Madrid: Ediciones de la Torre, 1996.

-----, El documento integrado. En Roberto Aparici, (Antología) La educación para los medios de comunicación. México: Universidad Pedagógica Nacional, 1997.

----- La educación para los medios de Comunicación. Antología. México: Universidad Pedagógica Nacional, 1997.

----- Nuevas Tecnologías de la información y la comunicación en la enseñanza. Argentina: Ed. Aique, 1997.

Árevalo, Javier. (Coord.) Paquete multimedia del curso de educación para los medios. México: Universidad Pedagógica Nacional, 1994.

CENECA. Manual latinoamericano de educación para los medios. Santiago de Chile: OREARC - UNESCO, 1992.

Corona, Sarah. El genio en la botella. Un uso activo de la televisión. México: Terra Nova, 1984.

Charles, Mercedes y Guillermo Orozco. Educación para la recepción: Hacia una lectura crítica de los medios. México: Trillas, 1990.

De Fleur, Melvín. Teorías de la comunicación de masas. México: Paidós Comunicación, 1997.

Domínguez, Josefa. Activos y creativos con los medios. Colombia: UNESCO, 1991.

Escobar, Miguel. Paulo Freire y la Educación Liberadora. Antología. México: SEP-El Caballito, 1985.

Fainholc, Beatriz. La tecnología propia y apropiada. Buenos Aires: Argentina, Ed. Humanitas, 1996.

Fragoso Franco, David. Perspectiva de educación para la comunicación. Una opción para formar en los niños un juicio crítico hacia los medios de comunicación social. Tesis de Licenciatura. México: UNAM-Escuela Nacional de Estudios Profesionales de Acatlán, 1987.

Fragoso Sandoval. Rafael. Comunicación y Educación. Tesis de licenciatura. México: UNAM-Facultad de Ciencias Políticas y Sociales, 1990.

Huergo, A. Comunicación/educación. Ámbitos, prácticas y perspectivas. Argentina: Editorial Ediciones de Periodismo y comunicación, 1997.

Luviano H., Guadalupe y Aurora Alonso. Comunicación y Educación. México: Universidad Pedagógica Nacional, 1996.

Martínez de Toda, José. Metodología para Evaluar la Educación para los Medios: La aplicación con un instrumento Multidimensional. Italia: Tesis Doctoral. Universidad Pontificia Gregoriana. 1997-1998.

Morán Oviedo, Porfirio. Reflexiones en torno a la instrumentación didáctica. México: Universidad Nacional Autónoma de México-Centro de Investigaciones y Servicios Escolares, 1986.

Orozco Gómez, Guillermo. Al rescate de los medios. México: Universidad Iberoamericana, 1994.

Prieto Francisco. Comunicación y Educación. México: Ediciones Coyoacán, 1996.

Peña Ramos, Vladimir A. y Viveros Ballesteros, Frank. Educación para los Medios: Desarrollo de Visión Crítica. Volúmenes 1, 2 y 3. México: Secretaría de Educación Pública, 1996.

Téllez Reyes, Eduardo. Estructuración de programas de Educación Abierta y a Distancia en la formación y capacitación continua de profesionales ante la demanda de un mundo globalizado. México: Universidad Nacional Autónoma de México, 1997.

Hemerografía:

Revista Comunicar.

Revista de Educación en medios de comunicación.

Director José Ignacio Aguaded Gómez.

Revista semestral. Andalucía, España.

"Más allá de la planificación en medios de comunicación". Julio Cabrero.

"Propuestas para la Educación y la Comunicación". María Teresa Quiroz, no. 8, año V, época II, 1er. semestre, marzo de 1997.

Revista del Consumidor

Directora María Concepción Garrido B.

Publicación mensual, México.

"Cómo influye la televisión en los niños". Vanessa Prieto, no. 248, octubre de 1997.

Revista Educación

Revista del Consejo Nacional Técnico de la Educación.

Presidente: Raúl Bolaños Martínez.

"Programa de Educación para los Medios; en la búsqueda del desarrollo de la Visión Crítica".

Alexandrov Vladimir Peña Ramos, 7º. Época, Volumen XII, número 51, junio de 1997.

Revista Mexicana de Comunicación.

Director Omar Raúl Martínez.

Publicación bimestral, México.

"Itinerarios del consumo cultural y uso de los medios de difusión". Alma Rosa de la Selva, no. 43, febrero-abril de 1996.

Revista Nómadas.

Directora María Cristina Laverde Toscano.

Publicación quintimestral, Colombia.

"Heredando el futuro: pensar la educación desde la comunicación". Jesús Martín Barbero, no. 5, septiembre de 1996/ febrero de 1997.

Revista Perspectives.

Director Henri Dieuzeide.

Publicación trimestral, Francia.

"Aprendizaje por experiencia directa y aprendizaje por experiencia mediatizada". Jerome Bruner, y David Olson, Vol.III, no. 1, 1973.

Revista Tecnología y Comunicación Educativas.

Director Juan de Dios Rodríguez Cantón

Publicación Semestral, México.

"Comunicación y procesos educativos". Mercedes Charles, octubre de 1992.

"Medios de comunicación, familia y escuela", Guillermo Orozco y Mercedes Charles, No. 19, octubre de 1992.

Revista Tecnología y Comunicación Educativas.

Publicación Semestral, México.

"Elementos Metodológicos para estructurar programa de educación para los medios", Guillermo Orozco, No. 26, enero-junio de 1996.

Documentos de Archivo:

Viveros Ballesteros, Frank.

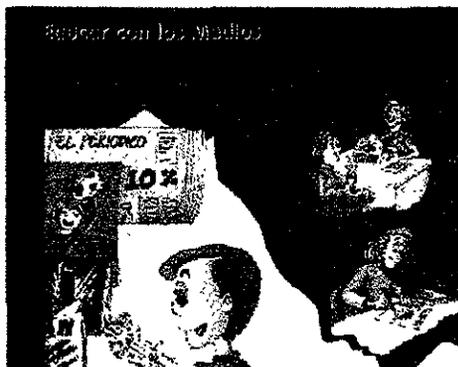
Ponencia presentada en el Segundo encuentro de Educación para los Medios en la ciudad de Brasil: Políticas de Formación de profesores en la Educación para los Medios en la Ciudad de México. 1998.

Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal; Programa de Educación para los Medios: desarrollo de la visión crítica. Documento Sintético de Presentación. México, 1997.

Subsecretaría de Servicios Educativos para el Distrito Federal; Curso de Capacitación del PEM DVC. "Introducción a las percepciones, apropiación y uso de los medios de comunicación en el aula: el profesor como educador". México, 1997a.

Anexo 1

Portadas de los Libros del Programa Educación para los medios Desarrollo de la Visión Crítica



ANEXO 2



INTRODUCCIÓN A LA PERCEPCIÓN, APROPIACIÓN Y USO DE LOS MEDIOS EN EL AULA: EL PROFESOR COMO EDUCOMUNICADOR
CUESTIONARIO INICIAL

Estimado Maestro:

Con el propósito de conocer cuáles son tus referentes en cuanto a Comunicación y Educación para los Medios, te pedimos que contestes el siguiente cuestionario.

1.-¿Cuál es el medio de información que utiliza cotidianamente?

- | | | | |
|--------------|-----|-------------|-----|
| a) TV | () | b) RADIO | () |
| c) PERIÓDICO | () | d) INTERNET | () |
| e) REVISTAS | () | f) OTROS | () |

Cuáles _____

2.-¿Qué medios utilizas cotidianamente para apoyar tus clases?

- | | | | |
|--------------|-----|-----------------|-----|
| a) TV | () | b) RADIO | () |
| c) PERIÓDICO | () | d) DIAPOSITIVAS | () |
| e) REVISTAS | () | f) PELÍCULAS | () |
| g) VIDEO | () | h) CARTELES | () |
| i) ROTAFOLIO | () | j) PIZARRÓN | () |

Cuáles _____

3.- Como profesor, consideras que los medios de comunicación masiva son determinantes en la educación de los niños

Sí () No ()

¿Por qué? _____

4.- Como profesor, consideras que los medios influyen en los niños de forma:

Positiva () Negativa () Ni positiva ni negativa ()

¿Por qué? _____

5.- Personalmente consideras que los medios de comunicación masiva son:

Muy dañinos () Poco dañinos () Ni dañan ni útiles () Poco útiles () Muy útiles ()

6.- Define lo que consideras es la Educación para los Medios

7.- Escribe de forma sintética la opinión que tienen sobre los medios de comunicación masiva en relación con el papel que juegas como profesor

8.- ¿Cuáles son tus expectativas para el presente curso ?

Anexo 3



INTRODUCCIÓN A LA PERCEPCIÓN, APROPIACIÓN Y USO DE LOS MEDIOS EN EL AULA: EL PROFESOR COMO EDUCOMUNICADOR
CUESTIONARIO DE SALIDA

Estimado Maestro:

Una vez concluido el curso, consideramos necesario conocer hasta dónde se cumplieron los propósitos del mismo, así como saber si se cumplió con las expectativas que planteaste al inicio. Te pedimos que nos ayudes con la siguiente información.

1.- ¿Cuál es tu opinión actual respecto a los medios de comunicación masiva?

2.- En qué cambió tu opinión personal respecto a los medios?

3.- ¿Qué entiendes actualmente por Educación para los Medios?

4.- ¿Cuál es tu papel como Educomunicador?

5.- ¿El curso logró motivarte para trabajar con los medios en tu práctica pedagógica cotidiana?

Sí () No ()

¿Por qué?

6.- ¿Cuál fue el tema(s) que más te llamó la atención?

7.- ¿El curso respondió a tus expectativas?

Sí () No ()

¿Por qué?

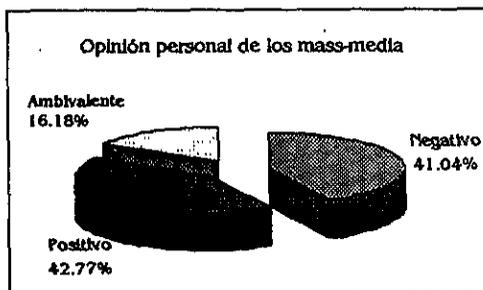
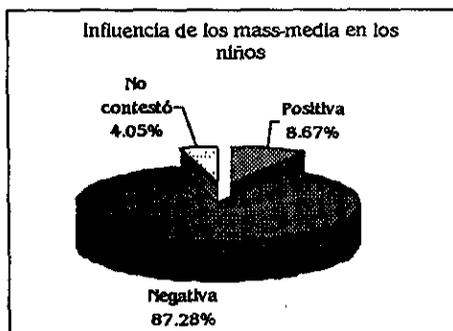
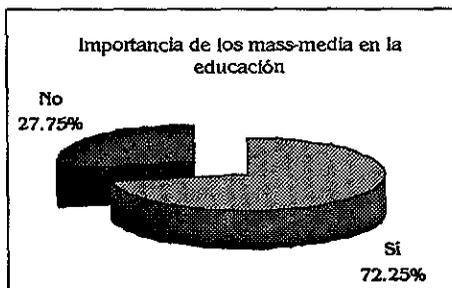
8.- ¿Qué temas sugiere se trabajen en futuros cursos?

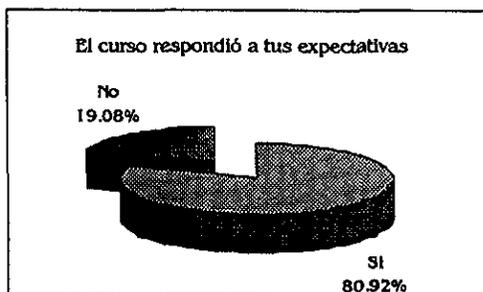
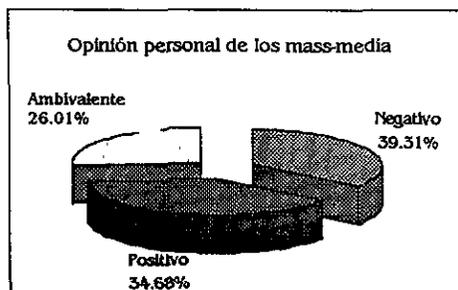
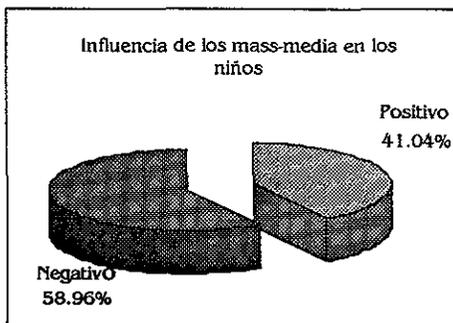
Nombre y grado del Maestro: _____

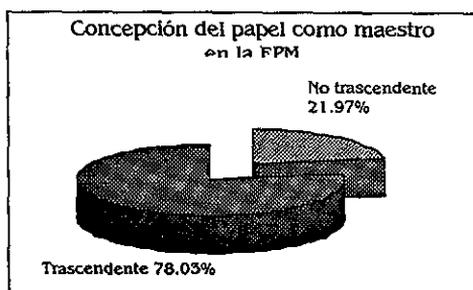
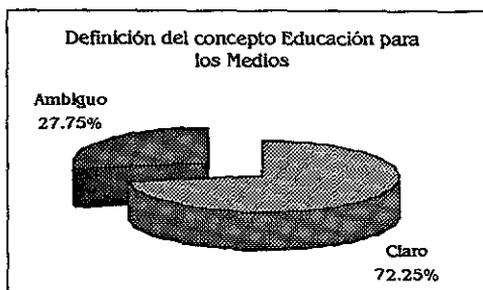
ANEXO 4

GRÁFICOS DE LA ENCUESTA REALIZADA

Encuesta Inicial







Anexo 5

<p>Puto</p> <p>Puto el que no brinque y que no salte Puto el que no grite y heche desmadre Puto el güey que quedó conforme Puto el que creyó lo del informe Puto el que nos quita la papa También el que lo tapa El que no hace lo que quiere Puto nace y puto se muere</p> <p>Amo matón, matarile al maricón Y que quiere ese hijo de puta? Quiere llorar, quiere llorar.</p> <p>Puto le faltan tanates al puto, Le faltan trompiates al puto, le faltan tanates...</p> <p>Puto, puto, puto.</p> <p>Malotov</p>	<p>El día del amor</p> <p>En un día tan grande como hoy Tráeme flores que me hará ilusión Dime amas tendrás que demostrar Ser muy serio y buena posición.</p> <p>Que me llames siempre O hagas poesía no es suficiente Pues me tienes que invitar A una cena-trampa, Quizá un buen regalo, un anillo de oro Que sé yo... ¡sorpréndeme!</p> <p>Yo te entrego, algo a cambio Algo espiritual Un beso algo más Todo depende de la relación.</p> <p>Tú me miras no puedes ocultar Como un niño, mira un gran pastel Y planeas que puede suceder Tú y yo a solas, en la habitación Siempre es lo primero un filis acuerdo Dar al ser querido una prueba del amor Ya esta establecido, dicen que es bien visto Entregar lo puro aunque sea por amor.</p> <p>De blanco y de tul, con rosas y azar Confias en mí Este es el día del amor.</p> <p>Thalía</p>
---	---