Universidad de Valladolid

ESCUELA UNIVERSITARIA DE MAGISTERIO DE SEGOVIA

TRABAJO FIN DE GRADO:

PROPUESTA DE EDUCACIÓN MEDIÁTICA: REFLEXIÓN CRÍTICA SOBRE LOS DIBUJOS ANIMADOS.

Presentado por Ana Belén Rodríguez Dorrego para optar a la adaptación al Grado de Educación Primaria por la Universidad de Valladolid

Dirigido por:

Dr. D. Alfonso Gutiérrez Martín

RESUMEN

La educación persigue el desarrollo íntegro de la persona, preparándole para integrarse en la sociedad en la que vive. Actualmente, esta educación continúa reproduciendo metodologías y modelos educativos basados en épocas pasadas. Sin embargo, la sociedad ha sido protagonista de numerosos y rápidos cambios. Las tecnologías y los medios de comunicación se han ganado un lugar en la vida de adultos y pequeños, ejerciendo gran influencia sobre los mismos.

Los medios de comunicación de masas se han convertido en agentes educadores pertenecientes fundamentalmente al ámbito de la educación informal; podemos observar por otra parte un distanciamiento cada vez mayor entre los contenidos elegidos para que formen parte del proceso de enseñanza- aprendizaje de la escuela y los necesarios para que una persona se desenvuelva de forma libre y democrática en una sociedad, formando parte activa de la misma.

Así, se comprueba cómo la educación no responde a las nuevas necesidades de formación.

Además, la utilización de nuevos lenguajes, en los que predominan las imágenes y el sonido, demanda una alfabetización múltiple que prepare para enfrentarse a ellos, del mismo modo que se aprende a hablar, leer o escribir.

En este sentido, la educación para los medios formaría parte de esta completa alfabetización. En ella, medios de comunicación y Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) no se utilizarían únicamente como recursos didácticos, sino que se convertirían también en objeto de estudio y reflexión. Los contenidos de este estudio de los medios y las TIC ayudarán al alumnado a desarrollar un pensamiento más crítico de cara a los medios de comunicación con los que conviven diariamente.

PALABRAS CLAVE

Medios de comunicación de masas, dibujos animados, educación para los medios, pensamiento crítico reflexivo, Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC).

ÍNDICE

CAPÍTULO I: INTRODUCCIÓN……... 5
CAPÍTULO II: OBJETIVOS……... 7
1. Los programados para ser alcanzados por los alumnos y alumnas……. 7
2. Los definidos para la comunidad educativa: familias y docentes…… 7
3. Los perseguidos con la realización del trabajo…… 7
CAPÍTULO III: JUSTIFICACIÓN……..... 8
CAPÍTULO IV: FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA……..... 11
CAPÍTULO V: EXPOSICIÓN DE LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCATIVA……..… 23
1. Propuesta de educación mediática……... 23
1.1 Contenidos…….…….…. 24
1.2 Metodología…….… 24
1.3 Actividades…….……. 25
1.3.1 Los medios de comunicación de masas…….. 25
1.3.2 Para qué sirven……... 25
1.3.3 El medio de comunicación más utilizado……...…… 25
1.3.4 ¿Cómo se hacen los dibujos animados?..... 26
1.3.5 Identificación de los personajes……. 27
1.3.6 Características de los personajes…… 27
1.3.7 Comportamientos correctos e incorrectos…….…. 27
1.3.8 Diferenciación de la realidad y la fantasía…….. 27
1.3.9 Justificación del personaje que más me gusta y el que menos…… 27
1.3.10 Propósito del autor…….…… 27
1.3.11 Cambios en el dibujo…….. 28
2. Puesta en práctica en el aula de infantil…….…….. 28
CAPÍTULO VI: CONSIDERACIONES FINALES…….……. 33
1. En relación con los objetivos propuestos……. 33
1.1 Los programados para ser alcanzados por los alumnos y alumnas…… 33
1.2 Los definidos para la comunidad educativa……. 34
1.3 Los perseguidos con la creación del trabajo…….…… 34
2. En relación con la fundamentación teórica…….……. 35
3. Limitaciones y vacíos que presenta la propuesta…….……. 37
4. Perspectivas futuras……. 38

CAPÍTULO VII: REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS…… 39
ANEXOS…….. 41

ÍNDICE DE FIGURAS

- Figura 1: Tabla con los indicadores que valoran la comprensión de una estructura narrativa……..……. 27
- Figura 2: Gráfico medios de comunicación más utilizados por el alumnado…… 30
- Figura 3: Mural características de los personajes…….. 32

INTRODUCCIÓN

Acercarse a medios y tecnologías de la comunicación desde una nueva forma de pensamiento es una de las metas a las que se pretende llegar desde la educación en medios y una apuesta segura si lo que se valora en la sociedad es la preparación de un hombre y mujer libre.

Para conseguir llegar a estos razonamientos es importante dejar de dar importancia a que niños y niñas sean capacitados para tener un control técnico e instrumental de todos los nuevos dispositivos que, con gran rapidez, han obtenido un puesto de gran relevancia en el día a día.

Si se supera este primer obstáculo, se habrá llegado a la clave de la educación en medios: el análisis de los mismos desde un punto de vista crítico- reflexivo.

Este es el momento de abandonar los planteamientos que reducen las tecnologías y los medios a su manejo y su utilización para comenzar a preguntarse sobre su origen, los objetivos que mueven sus productos, las técnicas que utilizan para ello, concienciarse de la influencia que tienen sobre los actos y pensamientos de las personas, etc., así como valerse de ellos, y de la adquisición de estos aspectos, para la construcción de conocimiento.

Como institución a la que se le ha otorgado el cometido de educar, parece obvio que en la escuela tengan cabida las reflexiones que, desde el ámbito científico, han sido recogidas en cuanto a educación para los medios se refiere. Sin embargo, el hecho dista bastante de lo necesario y deseado, no llegando a entrar en las aulas como sería de desear desde el punto de vista de la educación mediática.

El presente trabajo pretende ser una más de las tantas redacciones que ponen de manifiesto la necesidad de que la educación mediática quede contemplada en los currículums de educación, pasando a formar parte de las programaciones didácticas del profesorado. Se pretende asimismo destacar la formación del profesorado como aspecto imprescindible para que las ideas puedan llegar a materializarse en el aula.

También se quiere mostrar con esa modesta experiencia que la educación mediática que se propone puede comenzar desde las edades más tempranas llegando a conseguir con éxito los objetivos propuestos.

En esta breve introducción se han abordado los planteamientos básicos de nuestra propuesta d actuación en educación mediática. Para la elección del tema de trabajo que aquí se presenta se ha partido, por lo tanto, de la necesidad de que la alfabetización necesaria hoy día contemple la dimensión mediática.

La experiencia llevada al aula parte de un marco teórico que supone la base para la creación de las actividades programadas. En el mismo se sigue la siguiente secuenciación de ideas; aunque éstas no se encuentran divididas en epígrafes:

- Cambios que se han producido en la sociedad y los medios y las tecnologías como protagonistas de éstos.
- Influencia que ejercen en las personas.
- Importancia de una nueva alfabetización que prepare para estos medios y sus características.
- Encargada de esta nueva alfabetización: la escuela.
- Tratamiento como recurso didáctico de los medios y las tecnologías desde la escuela.
- Necesidad de cambio en la institución educativa que pasa por la inclusión de la educación mediática.
- Educación mediática: definición, contenidos y objetivos.
- Respaldo a esta inclusión desde la administración y la UNESCO.
- Formación del profesorado.

Seguidamente, se describe la experiencia programada para ser llevada a cabo en el primer curso del primer ciclo de Educación Primaria. En ella se explican las diferentes actividades que favorecen la alfabetización de los alumnos y alumnas teniendo presente la educación que se centra en los medios de comunicación.

Debido a mi trabajo como maestra de Educación Infantil, no he querido dejar pasar la posibilidad de ponerlas en práctica en el aula. De este modo, lo que, en un principio, era una propuesta, se ha convertido en una experiencia llevada a cabo con alumnos de 4 y 5 años. Así, tras la descripción de las actividades diseñadas para primaria, se narra la puesta en práctica de las mismas.

Por último, se recogen las reflexiones finales donde se analiza el grado de cumplimiento de los objetivos propuestos, el desarrollo de la propuesta en relación con la fundamentación teórica, los posibles aspectos que puedan haber quedado vacíos en la puesta en práctica, las limitaciones que giran en torno a las actividades y la forma de continuar trabajando en esta línea en el futuro.

OBJETIVOS

Las actuaciones llevadas a cabo en la elaboración del presente trabajo persiguen una finalidad que es diferente en función de las personas a quien van dirigidas.

1. **LOS PROGRAMADOS PARA SER ALCANZADOS POR LOS ALUMNOS Y ALUMNAS:**
   - Analizar de forma crítica los dibujos animados.
   - Desarrollar un pensamiento crítico frente al género audiovisual que más consumen.
   - Reconocer los medios de comunicación de masas.
   - Describir la función de los medios de comunicación de masas.
   - Descubrir cómo se realizan los dibujos animados.
   - Identificar los personajes que aparecen en los dibujos animados.
   - Relacionar los personajes con sus características principales.
   - Narrar el argumento de los dibujos animados.
   - Señalar y argumentar los comportamientos correctos e incorrectos de los personajes.
   - Nombrar el personaje que más y que menos les gusta justificándolo con argumentos.
   - Diferenciar la realidad de la fantasía.
   - Proponer cambios en el contenido del dibujo.
2. **LOS DEFINIDOS PARA LA COMUNIDAD EDUCATIVA: FAMILIAS Y DOCENTES.**
   - Dar a conocer la educación mediática y los contenidos de la misma.
   - Sensibilizar sobre la importancia de adquirir un pensamiento crítico frente a los medios de comunicación.
3. **LOS PERSEGUIDOS CON LA REALIZACIÓN DEL TRABAJO:**
   - Dar a conocer y justificar la importancia de la educación mediática en la educación formal.
   - Demostrar la posibilidad de llevar a cabo experiencias de análisis de los medios con el alumnado desde temprana edad.

JUSTIFICACIÓN

Al justificar la elección del tema de trabajo, resulta inevitable hacer referencia a la instauración de los medios de comunicación y las Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC) en la vida de los niños y niñas. Desde muy temprano, una importante parte del tiempo de ocio queda destinado al consumo de televisión y a navegar por Internet desde dispositivos como el ordenador o el móvil.

Los elaborados mensajes y productos de estos medios son recibidos por niños y niñas sin que nadie les esté formando para enfrentarse a ellos. El uso de nuevos lenguajes, en los que se combina imagen y sonido, mucho más sugerentes y atrayentes, los convierte en un entretenimiento que despierta gran interés. Así, sin poder perder de vista los intereses ideológicos y económicos que guían la producción de sus mensajes, resulta indiscutible la influencia que ejercen sobre los más pequeños y pequeñas.

Paralelamente a esta transmisión de ideas surge la posibilidad de comunicación y de construcción cooperativa de conocimiento, llevando todo ello a una participación activa que ayude a crear una sociedad democrática. Como indica Ferrés (2010) "Internet, como entorno participativo, permite la integración de conocimientos individuales para construir un conocimiento compartido superior. La red es un sistema abierto, en construcción permanente gracias al continuo cambio de contenidos" (p. 257).

De uno u otro modo, los nuevos medios se han convertido en importantes agente de educación informal que influyen decisivamente en el desarrollo de la personalidad de niños y niñas.

Los pasos de evolución de la sociedad son grandes y rápidos, los medios se imponen, pero el cambio en la educación formal es lento. En nuestras aulas, en general, se siguen reproduciendo modelos educativos de épocas pasadas.

La educación mediática, la educación para los medios, lleva andado un gran camino en el ámbito científico, ofreciendo los argumentos suficientes como para cambiar la visión que de los medios y de su estudio se tiene. Existen multitud de documentos teóricos y de estudios escritos pero no llega a iniciarse de forma práctica en colegios, en escuelas. En éstas termina llevándose a cabo por algún maestro o maestra que, formado en educación mediática y concienciado de la importancia de la misma, decide luchar porque ocupe un lugar en el aula. Y digo bien, luchar, porque en algunas ocasiones, resulta una verdadera batalla salirse del camino marcado por los Proyectos Educativos, currículos cerrados o miembros de la comunidad educativa.

Las tecnologías comenzaron a entrar en el aula lentamente cuando aún llevaban el calificativo de nuevas. De los medios, Internet es el que ha conseguido un pequeño espacio en los centros educativos. Sin embargo, el tratamiento que reciben se reduce a sus posibilidades como recurso didáctico. Se han vendido a sí mismos como facilitadores del aprendizaje por lo que se utilizan para trabajar los contenidos programados, promoviendo el acceso a los mismos, así como su comprensión.

En otras ocasiones, cuando sí existe una integración curricular de los medios como objeto de estudio, es frecuente encontrarse con un enfoque puramente instrumental. Desde éste se pretende que el alumnado adquiera habilidades y destrezas relacionadas con aspectos técnicos, centrados en el manejo de las tecnologías.

Ante esta realidad, se hace ineludible la educación mediática para llegar a una integración más completa y global de los medios en el desarrollo curricular. Con esta integración los medios, además de usarse como recursos didácticos, se estudian, pasan a ser como otras materias o asignaturas. El estudio de los medios en la escuela no puede quedar reducido a que los niños y niñas aprendan a manejarlos, sino que hay que abordar contenidos críticos sobre los medios, reflexionar sobre la importancia de las TIC y medios en nuestras vidas. Este enfoque reflexivo ayuda a alumnos y alumnas a mirar los medios y sus productos desde un pensamiento crítico y el que prepara para saber "leer" los nuevos lenguajes que utilizan.

Un paso importante, que justifica la presencia de la educación en medios en las aulas, y la elección de este tema para ser desarrollado, es la presencia de la misma en los currículos de educación. Tanto en la vigente ley como en los Reales Decretos que desarrollan los contenidos y objetivos de las diferentes etapas educativas para todo el estado español, se recogen algunos aspectos relacionados con la misma.

Por poner un ejemplo, en uno de los fines de la Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación se señala: "La preparación para el ejercicio de la ciudadanía y para la participación activa en la vida económica, social y cultural, con actitud crítica y responsable y con capacidad de adaptación a las situaciones cambiantes de la sociedad del conocimiento" (Art. 2, k). Como se verá más adelante, desde organizaciones como la UNESCO también se trabaja para la incorporación de la educación mediática en la educación formal.

No obstante, al leer la forma en la que se hace referencia en la legislación a esta manera de abordar los medios, queda la sensación de que para aquellas personas no formadas en el tema en cuestión, esta recogida en fines y objetivos puede resultar insuficiente. De este

modo, comprobamos como, aun estando contemplada en la normativa, la educación mediática sigue quedando desatendida.

Esto lleva a plantearse la existencia de un nuevo impedimento que frena su llegada a la educación formal. Este no es otro que la formación de los diferentes miembros de la comunidad educativa.

En primer lugar, la de los acompañantes y guías de alumnos y alumnas en el proceso de aprendizaje: los maestros y maestras.

> En ningún otro punto de inflexión de la historia humana los educadores debieron afrontar un desafío estrictamente comparable con el que nos presenta la divisoria de aguas contemporánea. Sencillamente, nunca antes estuvimos en una situación semejante. Aún debemos aprender el arte de vivir en un mundo sobresaturado de información. Y también debemos aprender el aún más difícil arte de preparar a las próximas generaciones para vivir en semejante mundo (Bauman, 2008: 46).

Los y las docentes son los primeros que tienen que conocer el enfoque desde el que la educación mediática aborda los medios de comunicación. Así como los contenidos y objetivos relacionados con la misma.

De no ser así, entre la falta de formación y la forma tan poco desarrollada en la que aparece en los currículos, seguirá sin conseguirse un tratamiento correcto en el aula.

En segundo lugar, también sería conveniente la formación de las familias.

Es importante la relación familia- escuela para que, al perseguir el mismo objetivo, ambas puedan actuar en un mismo sentido. Ellas son las encargadas de la educación de sus hijos e hijas y este tema ofrece la posibilidad y la exigencia de seguir teniéndolo presente en casa.

Así mismo, la tarea del maestro o maestra se ve facilitada si las familias entienden la importancia de los contenidos que se están trabajando en el colegio.

FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA

La transformación de la sociedad es un hecho aceptado por todos los miembros que la forman. Navegamos en un inmenso mar de información en el que recibimos y tenemos acceso a un importante volumen de la misma. Continuamente se nos abren puertas que nos llevan a nuevas y variadas formas de comunicación y tenemos la oportunidad de ser, individual o colectivamente, constructores de conocimiento.

Si nos preguntamos por los responsables o protagonistas de dichos cambios, esta misma sociedad no duda en señalar a los medios de comunicación y las tecnologías de la información y la comunicación.

Medios de comunicación de masas como la televisión, la radio o el cine se encuentran y unen ahora con otros como Internet; hecho que los autores han definido como convergencia de medios. Siguiendo a Osuna y Busón (2006), esta convergencia se refiere a que desde medios como la televisión o el móvil, entre otros, se puede acceder, por ejemplo, a internet, desde cualquier medio se tiene acceso a los contenidos, se unen diferentes formatos, desde cualquier medio se puede acceder a numerosos servicios y la facilidad de unirse a diferentes culturas y lenguas.

Fueyo (2011) manifiesta estas peculiaridades que se vienen describiendo de la sociedad afirmando que:

> Los avances tecnológicos han posibilitado, entre otras cosas, que la ciudadanía pueda acceder más rápidamente a una mayor cantidad de información en diferentes formatos (texto, música, vídeo, etc.) integrados en un mismo soporte digital. Las personas acceden a esa información diariamente para muchas tareas de su vida cotidiana, incluido el desarrollo de determinados trabajos que han incorporado las tecnologías de manera sustantiva. Los nuevos dispositivos han ido posibilitando el aumento de la interacción entre usuarios mediante el desarrollo de redes sociales donde estos pueden comunicarse entre sí, expresarse y opinar, buscar y recibir información de interés, compartir contenidos, colaborar, etc.; crear, en suma, una nueva forma de comunicación y un nuevo «conocimiento social. (p. 23)

No obstante, mayor cantidad de información no implica mayor conocimiento. "Disponemos de los recursos y medios para la accesibilidad a la información, pero la limitada capacidad de procesamiento de la mente humana provoca que el umbral de comprensibilidad de los acontecimientos se vea sobrepasado por la excesiva cantidad de información que recibimos". (Área M. y Pessoa T., 2012, p.15)

Lo mismo sucede con las tecnologías y medios de comunicación. Éstos han pasado a formar parte de la vida diaria de las personas, presentándose como elementos esenciales, haciéndonos olvidar que la verdadera meta que los motiva no es otra que intereses económicos y políticos.

Nos ofrecen una realidad que no es más que aquella que quieren mostrar, subjetiva, creada en función de aquello que conviene transmitir; también una ideología; inciden en nuestra forma de pensar llegando a afectar a nuestra escala de valores y se mueven por dinero, sin importar la calidad del producto ofrecido.

Mención aparte merece el consumo de estos medios por parte de los más pequeños. Con una personalidad en plena formación, están acostumbrados al contacto con los mismos durante largos momentos del día; según señala Prensky (2001)[1] en Fueyo (2011) "los nativos digitales tienen integrada en su vida como algo común el teléfono móvil, el ordenador o formas de comunicación como los e-mails o los chats".

La influencia mediática en la educación de los niños ya se había puesto de manifiesto en la segunda mitad del siglo pasado. De este modo, Graviz y Pozo, (1994) en Hurtado, Puig y Romero señalaban que los niños "se han convertido en espectadores regulares de televisión antes de llegar a los 4 años. Eso significa que un niño forma su identidad, en parte al relacionarse con adultos y con otros niños; y en parte, a la información que recibe de los programas y de la publicidad televisiva" (p.3).

En relación con la actitud que tienen hacia estos medios, debemos señalar el lenguaje que estos mismos transmiten y que niños y niñas no son capaces de asimilar críticamente por falta de una formación en los mismos; como recogen Hurtado, Puig y Romero "Nuestros niños y niñas consumen un lenguaje del que desconocen prácticamente todo. Un lenguaje que comprenden perfectamente, pero para el que no son educados" (p. 2).

Los medios, como nos recuerda Fueyo[2]: "generan una «pedagogía cultural» que es más significativa y mucho más eficaz que la que se desarrolla en los contextos educativos tradicionales".

Inmersos en el cambio, la sociedad se enfrenta a un nuevo reto; el de una visión distinta sobre la alfabetización, que capacite a las personas para enfrentarse a nuevos lenguajes. Lenguajes que van más allá del relacionado con el oral o el escrito.

---

[1] Debemos señalar que Prensky, partiendo de las críticas de otros autores en referencia al concepto "nativo digital", modificó el mismo por "sabio digital". Nosotros nos referiremos a "nativo digital" teniendo presente esta modificación que realizó Prensky.

[2] Fuente: http://www.uned.es/ntedu/asignatu/2_Queli_Fueyo1.htm

El lenguaje visual utilizado en la prensa analógica; el audio, en medios como la radio; o la combinación de ambos, el audiovisual, utilizado en el cine o en la televisión, son transmisores de información, ésta detalladamente elaborada, muy atrayentes para los consumidores de los mismos y con gran facilidad para influenciar en quienes los reciben. Elementos como el color, el texto, las líneas, los ángulos, etc. son meticulosamente cuidados para interferir en el pensamiento y actos de las personas.

Surge también asociado a Internet un lenguaje multimedia. Recogido en éste se encuentran todos los lenguajes utilizados hasta el momento. En Internet hablamos, leemos, escuchamos, observamos, utilizamos gestos, movimientos, etc.

Como señalan Osuna y Busón (2006), el multimedia es el concepto que engloba al hipertexto y al hipermedia. Entendiendo el hipertexto como aquellas informaciones que se encuentran enlazadas, permitiendo saltar de unas otras. Este hipertexto dota al documento de cierta interactividad. Como señala Gutiérrez (2003) "la interactividad suele considerarse imprescindible para poder hablar de multimedia" (p. 43).

Reforzando esta idea, Sánchez Noriega (2002: 71) en Gutiérrez (2003) indica: "Lo que quizá resulte decisivo es que Internet otorga la mayoría de edad a un nuevo lenguaje, el multimedia, donde se combinan los textos escritos, orales, el diseño, la música y las imágenes fijas y dinámicas de diversa naturaleza y condición" (p. 177-178).

Referido a esta interactividad, Betteini y Colombo (1995) también en Gutiérrez (2003) indican que "consiste en la imitación de la interacción por parte de un sistema mecánico o electrónico, que contemple como su objetivo principal o colateral también la función de comunicación de un usuario" (p.92).

Por su parte, continuando con Osuna y Busón, el término hipermedia "se empezó a utilizar cuando al hipertexto se le incluyeron otros lenguajes distintos al textual, los lenguajes sonoro y visual" (p. 55).

Se estará contribuyendo a la formación integral de las personas en el momento en el que se eduque y prepare a los miembros de la sociedad para dominar antiguas y nuevas formas de comunicación ya que éstas son las que, en el contexto y sociedad que nos encontramos, resultan útiles. Se estará trabajando teniendo como objetivo una alfabetización múltiple. Ésta será, según Gutiérrez (2003) "aquella que capacite a las personas para utilizar los procedimientos adecuados al enfrentarse críticamente a distintos tipos de texto y para valorar lo que sucede en el mundo y mejorarlo en la medida de sus posibilidades" (p. 57).

Así pues, cabe preguntarse sobre qué o quiénes debería recaer esta misión.

La institución a la que se le atribuyó y la que asumió, desde sus inicios, la función de alfabetizar fue la escuela. Ésta ha sido la encargada de preparar a los niños y niñas para integrarse en una sociedad con unas características determinadas y que fueran capaces, en su edad adulta, de responder a lo que esta sociedad esperaba de ellos.

Los años han pasado, recalcamos la idea de cambio social, pero la escuela sigue educando como en sus inicios, no cambiando sus prácticas educativas basadas en la enseñanza tradicional o, en palabras de Freire (1992) "educación bancaria". Corresponde a la comunidad educativa afrontar esta situación y el cambio demandado en estas prácticas educativas tradicionales.

Si giramos la mirada hacia la institución educativa, observamos que medios y nuevas tecnologías han conseguido obtener un lugar en las aulas. Debido a la importancia otorgada a los mismos de las administraciones educativas, va creciendo el interés de algunos docentes por disponer en su aula de recursos informáticos y de nuevas tecnologías para desarrollar su práctica diaria. Así, es frecuente comprobar como, poco a poco, los centros se encuentran dotados de televisiones, reproductores de DVD, ordenadores o pizarras digitales. Sin embargo, todos estos dispositivos no dejan de ser vistos como un recurso didáctico. Predomina la utilización de los mismos como una forma de maquillar los contenidos y convertirlos en más atractivos para el alumnado. También tienen gran aceptación por ofrecer la posibilidad de acercar a niños y niñas, a través de simuladores, imágenes, etc. a campos de conocimiento de difícil acceso.

Evidentemente, esto es un aspecto positivo y una de las ventajas que ofrecen, por lo que resulta interesante servirse de ellos para obtener determinados fines.

Por otro lado, alumnos y alumnas también tienen la posibilidad de utilizar todos estos medios en el aula. Es frecuente comprobar como, se han destinado determinados periodos lectivos a que acudan a la ya conocida y "bautizada", en la mayoría de los casos, aula de informática. Éste suele ser el espacio donde se concentran mayor número de ordenadores. En ella niños y niñas tienen la oportunidad de disponer de uno por pareja; incluso existen lugares donde pueden tener uno para cada uno. Las actividades realizadas en estos momentos, en muchos casos, suelen estar destinadas a reforzar contenidos de manera lúdica (a veces de forma conductista) o aprender a utilizar de forma instrumental la amplia gama de diferentes programas y aplicaciones que ofrecen.

Surge también, recientemente, el programa lanzado desde la administración, conocido como Escuela 2.0 (Red XXI en la Comunidad de Castilla y León)[3]. Consiste en convertir las aulas del tercer ciclo de educación primaria en aulas digitales. La clase tiene una pizarra digital interactiva con equipo de sonido y cada alumno y alumna cuenta con un mini-portátil. Las familias tienen la opción de que sus hijos e hijas trasladen el ordenador del colegio a casa para que puedan utilizarlo también en ésta. Pero, por lo general, la forma de utilizar estos medios, no dista de lo descrito anteriormente. Incluso, es común que se realice a través de una pantalla y un teclado lo que antes se hacía en papel. En este sentido podemos señalar que se han implantado nuevos medios tecnológicos en las aulas sobre viejas estructuras pedagógicas.

Ante estas formas de utilización de medios tecnológicos resulta necesario centrarnos en el término "nativos digitales", acuñado por Prensky, indicado anteriormente. Todos nuestros alumnos y alumnas han nacido rodeados de medios y nuevas tecnologías y son capaces de enfrentarse a las mismas sin ninguna dificultad. Cada día comprobamos como, desde muy pequeños, son capaces de utilizar todas estas nuevas herramientas sin problemas. Móviles, ordenadores, televisión, videojuegos, Internet les resultan especialmente atractivos y son manipulados por ellos y ellas sin que nadie les enseñe a hacerlo; por ensayo y error o como por si por "arte de magia" se tratara no hay ningún dispositivo que se los resista.

Como indica Fueyo (2011):

> Los estudios indican que las familias y, especialmente, los niños/as van a la cabeza en la adopción de los nuevos medios, lo cual supone también que van por delante en la exploración de los nuevos contenidos y de las nuevas plataformas tecnológicas de acceso (ordenador y móviles con acceso a la Red). El despliegue tecnológico parece estar produciendo una «brecha generacional» entre una juventud fuertemente tecnologizada y unos progenitores y educadores menos expertos en el uso de la tecnología (p. 26).

De este modo, presenciamos como sociedad y educación se distancian. Asistimos al hecho de que la educación no alfabetiza a niños y niñas para formar parte de una sociedad en continuo cambio. La educación informal ejerce más fuerza y ofrece una carga de conocimientos mucho más fuerte, atractiva e influyente que la formal. Aparici (2010), en el estudio realizado con motivo de la implantación del Programa Escuela 2.0 nos hacía llegar este pensamiento:

[3] Este Programa se ha desarrollado en los cursos pasados en todas las provincias de nuestra comunidad, no sólo dotando de recursos tecnológicos; también se han desarrollado propuestas de formación para el profesorado. Actualmente el Programa Escuela 2.0 se ha paralizado debido a la situación económica vigente.

> Es urgente plantear una educación adecuada a los nuevos tiempos, que sepa sacar el mejor partido a los hallazgos del pasado y permita investigar las nuevas formas de aprender de niños y jóvenes, reforzando el fomento de un pensamiento crítico que haga posible el desarrollo de un sistema de comunicación capaz de atender al desarrollo sostenible de un mundo necesitado de anticiparse a los inmensos cambios que se avecinan, desde una responsabilidad asumida por el propio individuo y con el protagonismo de una sociedad mucho más consciente y capaz de gestionar unos medios y sistemas de información y comunicación puestos al servicio del saber y del conocimiento (p. 14)

La respuesta a estas demandas la encontramos en la educación mediática, educación en medios, alfabetización mediática, etc.

Ésta se sitúa en un lugar destacado en el ámbito científico y se debe tener en cuenta para que ocupe el lugar que merece en el didáctico.

Es hora de abandonar una visión de los medios que los contemple únicamente como recurso didáctico y centrarse en ellos como objeto de estudio.

La alfabetización mediática siguiendo a Aguaded (2013) "se entiende como el acceso a los medios de comunicación, comprenderlos de forma integral y tener una mirada crítica hacia sus contenidos, generando comunicación en contextos múltiples" (p.7).

Recogiendo las reflexiones de Gutiérrez (2006), se podría destacar como objetivo de la educación para los medios el que "los ciudadanos estén capacitados para acceder, analizar y producir información y para comunicarse con diversos lenguajes y distintos dispositivos" (p. 5).

En cuanto a los contenidos de la misma, dicho autor los clasifican en dos grandes apartados. Los contenidos instrumentales y los crítico- reflexivos.

Los primeros, como el propio nombre nos va anticipando, son los que se centran en el uso y el manejo de dispositivos y programas.

En cuanto a los segundos, los crítico reflexivos, podemos destacar algunos conceptos que recoge Gutiérrez (2003):

- La representación de la realidad. Los productos creados por los medios son ofrecidos a la sociedad como realidad y del mismo modo son recibidos y aceptados por muchas personas. Sin embargo, se debe tener presente que la información transmitida por los mismos responde a una representación de la realidad e incluso a una construcción de la misma. De acuerdo con Aparici y Matilla (2008: 94) "una representación nos da información a cerca de los sujetos o instituciones que la

construyeron. […] Muestran, por un lado, aspectos visibles de lo que se está ofreciendo y, por otro, aspectos invisibles acerca de sus autores y de su ideología" (p.94). Las imágenes podrán tener un mayor o menor grado de iconicidad, en tanto en cuanto se acerquen más o menos a la realidad, pero no serán la realidad. Algunas nos mostrarán una parte de la misma y otras serán elaboradas y manipuladas para conseguir transmitir una idea concreta. Por su parte, al igual que con las imágenes, la información que llega a través del lenguaje verbal o escrito siempre contará con una importante carga de subjetividad. La realidad de los medios siempre será el fruto como indica Gutiérrez (2003) "de cuidadosas elaboraciones que obedecen a razones técnicas, a condicionantes del propio lenguaje, y, por supuesto, a las intenciones de sus creadores" (p. 67).

- Intereses comerciales e ideológicos. Estos son los objetivos de las empresas mediáticas por lo que utilizan y cuidan sus contenidos para lograr alcanzar dichos fines.
- Agentes educadores. Influyen con facilidad en nuestros pensamientos y en nuestra forma de actuar. Son capaces de afectar a nuestra escala de valores y a nuestros hábitos de vida. En algunos momentos, esta influencia será positiva y servirá para educar; en otros, para maleducar.
- Consumidores de un producto mediático en una economía de mercado. Los espectadores y consumidores de productos mediáticos nos convertimos en "producto" que los responsables de los medios venden a los anunciantes. Nos venden como espectadores y nuestro valor depende de la cantidad que seamos. Así, por ejemplo, si un programa de televisión o una página de Internet, lo ven muchas personas, no se cuestiona la calidad del mismo. Tampoco la influencia positiva o negativa que pueda ejercer. El motor que mueve la existencia de estos productos se reduce a su éxito comercial.
- Las audiencias participan en la negociación de los significados de los productos ofrecidos por los medios.

  Como apunta Callejo (2002) en Cuadrado, A. y Romo, M. (2007) "las audiencias construyen o reconstruyen los mensajes de los medios de comunicación a su manera, en función de dimensiones como sus intereses, su estructura cognitiva, su cultura, su pasado o su posición en la estructura social" (p. 98).

Continuando en la línea de Gutiérrez (2006) cabe destacar que, en un primer momento, la forma de tratar los medios en el aula era desde un enfoque protector.

Centrado, sobre todo, en la televisión, se hacía referencia a la influencia negativa de los medios. De esta forma, a esta educación contra los medios no se le conseguía asignar un lugar en el currículo. Posteriormente, con la consideración no siempre negativa de los medios es cuando comienza a destacar el tratamiento en el aula por parte de algunos docentes del consumo responsable de los productos que los medios ofrecen sobre los contenidos técnicos.

Sin embargo, con el gran y rápido desarrollo de las tecnologías, en algunos casos, se están olvidando de estos contenidos crítico-reflexivos que se centran en analizar los productos mediáticos para tener como objetivo conocer en el funcionamiento del ordenador y de Internet.

Ante esta situación, son diferentes los autores que siguen esforzándose por poner de manifiesto el hecho de no olvidar los contenidos crítico- reflexivos. Entre ellos Gutiérrez (2006), señalando:

> Hay que evitar a toda costa limitar la alfabetización digital a contenidos puramente instrumentales y abogar por el predominio en las aulas de lo que hemos llamado contenidos crítico-reflexivos. Con ello se potenciará la comprensión y recepción críticas de los mensajes que recibimos a través no sólo de los más tradicionales medios de comunicación (prensa, radio y televisión) sino también de sus nuevas versiones digitales y „on-line", así como de otros medios como Internet en todas sus aplicaciones, el teléfono móvil, los video-juegos, etc. El análisis crítico de los medios es tan aplicable a Internet como lo ha sido durante tiempo a la televisión, con las lógicas diferencias. Tampoco podemos hoy día limitarnos a educar la recepción crítica; las posibilidades de creación que brindan los nuevos medios nos permiten considerar la creación multimedia como principio básico e incluso punto de partida de la alfabetización digital (p. 21).

Así es como unido al análisis y la reflexión se debe atender también a la producción. La elaboración por parte de los alumnos y alumnas de productos mediáticos. Ser capaces de proponer cambios en los mismos y crear otros nuevos. Utilizar los medios y las técnicas de éstos para construir conocimiento.

Esta producción de conocimiento se hace aún más factible con la ya señalada convergencia de medios; en la unión de medios tradicionales con la denominada web 2.0. Internet pasa de ser un expositor de una gran cantidad de información a ofrecer la posibilidad de participar en la construcción de esa información.

Recurriendo a Jean Cloutier recordamos su teoría de la comunicación. En ella se refiere a una nueva forma de comunicación donde todos son emisores y receptores, denominándolos *emerecs*.

Cloutier (1973:59) en Aparici, R. (2010) dice que "el emerec será la personificación de la ambivalencia del homo comunicans a la vez emisor y receptor. El emerec es el punto de partida y el punto de llegada de la comunicación" (p. 37).

En Internet todos tienen la posibilidad de comunicarse con miles de personas a la vez, crear información, compartirla, intercambiarla o ampliar la que ya ha sido expuesta por otros.

En la misma dirección encontramos el término *prosumer* acuñado por Toffler. Éste hace referencia al hecho de que todos somos ahora productores y consumidores de información al mismo tiempo. Se resalta, de esta forma el término de Cloutier, dando un paso más a la participación de los usuarios y usuarias, siendo ellos mismos y ellas mismas los creadores de este conocimiento; recordando también a Pisani y Piotet (2009:109) en Aparici, R. (2010), se convierten en *webactores* constructores del ciberespacio, modificadores y actuantes en el mismo. Según señalan estos autores:

> Se ha utilizado la Web 1.0 como un soporte que permitía navegar de un documento a otro con una fluidez imposible en otros medios de comunicación. Pero apenas sacábamos provecho de la capacidad bidireccional de la Web: el hecho de que pudiéramos leerla y modificarla al mismo tiempo, utilizarla para consultar pero también para publicar (p. 143).

Con Internet, las herramientas de la web 2.0 y otras tecnologías de la información y la comunicación, los alumnos y alumnas pueden utilizar su creatividad para ser constructores de conocimiento y cambiar aquellas producciones de los medios que, desde el análisis y la reflexión, entiendan que es de justicia que sean modificadas para crear una nueva sociedad en la que todo el mundo esté preparado para que nadie pueda influenciar sobre otros. Este cambio en la sociedad hace que se convierta en una sociedad más democrática donde todos y todas forman parte en la construcción de la misma; convertimos así nuestro universo mediático en una acción conjunta de construcción, según Tim O`Reilly (2005) la *arquitectura de la participación*, fundamentada en un pensamiento común, una producción conjunta… en definitiva, en palabras de Pierre Lévy (2004) una *inteligencia colectiva*.

Anteriormente se ha apuntado que la educación mediática en nuestras aulas dependía de la buena voluntad y disposición de los maestros y maestras interesados en

llevarla a cabo. Está claro que para la integración total de la educación mediática y de las propias TIC en nuestras aulas es necesaria una legislación que las contemple. Otro asunto será el que la legislación se quede en papel mojado si no se pone en práctica. Se termina este apartado refiriéndose a cómo la educación mediática es contemplada y tenida en cuenta por administraciones, organismos y currículos de educación.

En diciembre de 2008 la Eurocámara planteó la introducción de la educación mediática en los colegios[4] indicando que tiene que formar parte de los planes de estudio en todos los niveles de educación escolar. También la necesidad de mejorar las infraestructuras en las escuelas para que todos los niños y niñas tengan acceso a Internet.
Por último, proponen impulsar la alfabetización mediática de los adultos, quienes influyen en los hábitos de utilización de los medios desarrollados por los niños.

También queda reflejada la necesidad de la misma en el marco legislativo del sistema educativo.

- La vigente Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE) señala:

- Entre los objetivos de educación infantil: (Art. 13. F) "desarrollar habilidades comunicativas en diferentes lenguajes y formas de expresión" y entre los principios pedagógicos: (Art. 14.3) "en ambos ciclos de la educación infantil se atenderá progresivamente a […] las manifestaciones de la comunicación y el lenguaje […]"

- Entre los objetivos de educación primaria: (Art. 17. i) "iniciarse en la utilización, para el aprendizaje, de las tecnologías de la información y la comunicación desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran". Y entre los principios (Art. 19. 2) "Sin perjuicio de su tratamiento específico en algunas de las áreas de la etapa, la comprensión lectora, la expresión oral y escrita, la comunicación audiovisual, las tecnologías de la información y la comunicación y la educación en valores se trabajarán en todas las áreas".

- En el REAL DECRETO 1630/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas del segundo ciclo de Educación infantil para todo el Estado Español recoge entre sus objetivos (Art. 3. f) "desarrollar habilidades comunicativas en diferentes lenguajes y formas de expresión". Así mismo cabe destacar una de las áreas del currículo denominada "Lenguajes: comunicación y representación. En ella se hace referencia al lenguaje verbal" (bloque 1) y al "lenguaje audiovisual y tecnologías de la información y la comunicación". Indicando en este último: "Iniciación en el uso de

[4] Fuente: http://www.europarl.europa.eu/sides/getDoc.do?language=es&type=IM-PRESS&reference=20081216IPR44614.

instrumentos tecnológicos como ordenador, cámara o reproductores de sonido e imagen, como elementos de comunicación. Acercamiento a producciones audiovisuales como películas, dibujos animados o videojuegos. Valoración crítica de sus contenidos y de su estética. Distinción progresiva entre la realidad y la representación audiovisual. Toma progresiva de conciencia de la necesidad de un uso moderado de los medios audiovisuales y de las tecnologías de la información y la comunicación".

- *REAL DECRETO 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria*. Entre los objetivos (Art. 3. i) "Iniciarse en la utilización, para el aprendizaje, de las tecnologías de la información y la comunicación desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran". También se hace referencia a las competencias básicas que propuso la Unión Europea:

> Tratamiento de la información y competencia digital. Esta competencia consiste en disponer de habilidades para buscar, obtener, procesar y comunicar información, y para transformarla en conocimiento. Incorpora diferentes habilidades, que van desde el acceso a la información hasta su transmisión en distintos soportes una vez tratada, incluyendo la utilización de las tecnologías de la información y la comunicación como elemento esencial para informarse, aprender y comunicarse. […]Requiere el dominio de lenguajes específicos básicos (textual, numérico, icónico, visual, gráfico y sonoro) y de sus pautas de decodificación y transferencia […]Significa, asimismo, comunicar la información y los conocimientos adquiridos empleando recursos expresivos que incorporen, no sólo diferentes lenguajes y técnicas específicas, sino también las posibilidades que ofrecen las tecnologías de la información y la counicación.

Tanto en el currículo de educación infantil como en el de educación primaria, se tiene en cuenta los contenidos y objetivos relacionados con la educación mediática sin formar parte de una asignatura en concreto. Se trata de que estos contenidos se trabajen de forma global, de manera transversal; teniéndolos presentes en las diferentes actividades del aula.

Sería conveniente un paso más, en el que la educación mediática quedara recogida en los proyectos educativos y programaciones de los centros educativos para que el tratamiento de ésta en el aula llegue a ser un hecho real.

Pero esta aparición de los medios y de las tecnologías en la normativa de educación requiere de la implicación de los verdaderos guías en el aprendizaje: maestros, maestras, profesores y profesoras. Para ello, resulta imprescindible la formación del profesorado. En la mayoría de los casos, los y las docentes no han dado un paso más en cuanto a la entrada

de las tecnologías y los medios de comunicación en el aula. Se siguen teniendo presentes como recursos en el proceso de enseñanza aprendizaje o, como ya se ha señalado, se centran en el manejo de las mismas. Es necesario conseguir ese cambio de mentalidad que haga ver los medios y las tecnologías como contenidos para ser estudiados por el alumnado.

Resulta imprescindible la formación inicial y permanente del profesorado. Como ya se hace en muchas de ellas, las universidades son el punto de partida para motivar a los que serán docentes, despertando en ellos una inquietud por cambiar la educación y, con ella, la sociedad.

En este sentido, de acuerdo con algunas de las conclusiones a las que se llegaron en el congreso internacional celebrado en octubre de 2011 en Segovia "Educación mediática y competencia digital. La cultura de la participación", podemos señalar que:

> Coincidimos en considerar la formación del profesorado, inicial y permanente, como una condición esencial para la generalización de la EM en un sentido renovador.
>
> En la mayoría de los casos conocidos, parece que el interés corporativo y los juegos de poder entre los departamentos universitarios se impone por encima de las exigencias de un diseño serio de los contenidos que deberían conformar la formación del profesorado del futuro.

Continuando con esta formación del profesorado, recientemente, en el año 2012 la UNESCO ha presentado versión en español de currículum para profesores sobre alfabetización mediática e informacional.

En la presentación del mismo, en el I Congreso de Centroamérica y el Caribe sobre medios de comunicación, personas menores de edad y jóvenes: "Alfabetización informacional y mediática", que tuvo lugar del 4 al 6 de septiembre en la Universidad de Costa Rica, se señaló que la publicación:

> Está orientada hacia la integración de un sistema formal de educación para profesores en lo concerniente a la AMI, y que se distingue por asumir un enfoque holístico al tomar en cuenta la tendencia actual hacia la convergencia de la radio, televisión, Internet, periódicos, libros, archivos digitales y bibliotecas en una sola plataforma.

EXPOSICIÓN DE LA PROPUESTA DE INTERVENCIÓN EDUCATIVA

1. PROPUESTA DE EDUCACIÓN MEDIÁTICA

A lo largo del documento aparecen los pilares básicos sobre los que se sustenta la planificación del planteamiento que se describe a continuación.

La propuesta programada se plantea para el primer nivel del primer ciclo de Educación Primaria. No obstante, es perfectamente posible llevarla a cabo con alumnos tanto más mayores como aquellos que se encuentran en cursos inferiores; lo que se demostrará más adelante. Para ello, bastaría con mantener el eje global de las actividades, adaptando la forma de trabajarlas a las estructuras mentales y posibilidades de reflexión del grupo de alumnos con quienes se fuera a llevar a cabo.

Con intención de hacer realidad los términos definidos en la fundamentación teórica puesta de manifiesto en el inicio del trabajo, se proponen actividades relacionadas con la educación en medios.

Se ha descrito la importancia de que medios de comunicación y tecnologías se conviertan en el objeto de estudio en nuestras aulas y se abandone la visión que los convierte en simples recursos para abordar otros contenidos de los currículos de Educación. Por este motivo, desde todas las actividades, se persigue una finalidad general. Se trata de que los alumnos y alumnas se enfrenten a los medios de comunicación desde un pensamiento crítico- reflexivo, comenzando a desarrollar la capacidad de análisis en relación con éstos.

Por otro lado, en la LOE, entre los fines que aparecen en el artículo 2, punto K, como se describió a lo largo del desarrollo del trabajo, se puede leer:

> "La preparación para el ejercicio de la ciudadanía y para la participación activa en la vida económica, social y cultural, con actitud crítica y responsable y con capacidad de adaptación a las situaciones cambiantes de la sociedad del conocimiento".

En el artículo 17 de la misma, donde se recogen los objetivos de la Educación Primaria, se indica en el punto i, "iniciarse en la utilización, para el aprendizaje, de las tecnologías de la información y la comunicación desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran".

Por último, en el Real Decreto 6/2013 de 31 de enero por el que se establece el currículum de Educación Primaria, se hace referencia a las competencias que los alumnos y alumnas deben haber alcanzado al finalizar la educación obligatoria. En el anexo en el que éstas

aparecen, se señalan como aprendizajes que se tienen que adquirir desde un planteamiento integrador.

La educación mediática contribuye a alcanzar aprendizajes relacionados con todas ellas; aunque especialmente se encuentra relacionada con la competencia tratamiento de la información y la competencia digital.

Así, para dar cumplimiento a este planteamiento integrador, se apuesta por el carácter interdisciplinar de las actividades por lo que serán trabajadas desde todas las áreas, no quedando enmarcadas en una en particular.

Otro motivo por el que se propone el trabajo global de la educación en medios es la relación que sus contenidos tienen con todas las áreas de la educación primaria.

1.1 Contenidos

- Identificación de los medios de comunicación de masas.
- Utilidad de los medios de comunicación de masas.
- Elaboración de un flipbook.
- Proceso de creación de los dibujos animados.
- Identificación de los personajes de una serie de dibujos animados.
- Atribución de adjetivos a los personajes de los dibujos animados en función de su forma de ser.
- Narración del argumento de los dibujos animados.
- Clasificación de comportamientos en correctos e incorrectos.
- Actitud crítica hacia los dibujos animados.
- Diferenciación de la realidad y la fantasía en los dibujos animados.
- Elección del personaje de dibujos animados que más y menos gusta. Justificación con argumentos de la misma.
- Modificación de los dibujos animados.

1.2 Metodología.

La metodología que se propone para realizar la propuesta de intervención se centra en los principios de intervención educativa.

Se parte de los conocimientos previos del alumnado así como su nivel de desarrollo; se perseguirá la construcción de aprendizajes significativos, estableciendo relaciones entre lo que se conoce y los conocimiento nuevos; se promoverá la actividad del alumnado; se cuidará la motivación de los alumnos y alumnas y la realización de actividades tanto de forma individual como en gran grupo.

1.3 Actividades.

Se comienza abordando los aspectos más generales y básicos de los medios de comunicación de masas. Se trata de una sesión para el alumnado que todavía no ha trabajado contenidos relacionados con la educación mediática y, se supone, que parten de cero.

1.3.1 **Los medios de comunicación de masas**. Se pretende que el alumnado identifique los medios de comunicación de masas. Primero se les explicará lo que es un medio de comunicación. Cuando entre todos, se llegue a una conclusión, se pedirá que indiquen qué medios de comunicación conocen. Tras esto, se distinguirá entre aquellos que son de masas y los que no. Cuando se hayan indicado todos los medios, los dibujarán escribiendo debajo el nombre de cada uno de ellos.

1.3.2 **Para qué sirven**. Se hablará del cine, se verá la televisión, se navegará por Internet, se oirán diferentes emisoras de radio y se les facilitará periódicos en el aula. Así, estando en contacto con los mismos, se intentará deducir la utilidad de éstos, llegando a explicar para qué sirven.

Una vez que los niños y niñas tienen una visión sobre qué son y para qué sirven los medios de comunicación de masas, las sesiones se centrarán en aquellos medios con los que ellos están más familiarizados o los que más utilizan en su vida cotidiana. Aunque ya hay niños que utilizan Internet, lo más habitual es que señalen la televisión como el más presente en su día a día. Como ya se anticipaba en la fundamentación teórica, Graviz y Pozo, (1994) en Hurtado, Puig y Romero señalaban que los niños "se han convertido en espectadores regulares de televisión antes de llegar a los 4 años".

Así la tercera sesión será:

1.3.3 **El medio de comunicación más utilizado**. Se pedirá a los alumnos y alumnas que de todos los medios de comunicación que hemos descubierto, señalen el que más utilizan. Si se trata de la televisión, se visualizará un pequeño fragmento de los diferentes géneros audiovisuales para que, de entre todos, elijan el que más les gusta.

Se sabe que en estas edades el género audiovisual más visto por niños y niñas son los dibujos animados. Por este motivo el resto de las sesiones se basarán en una lectura crítica de los dibujos animados. Con esto, se estará promoviendo la formación de sujetos críticos. Como señalan Sánchez y Aguaded (2009) "El «sujeto crítico» es aquél que percibe las representaciones de la televisión como ideas producidas por personas, conoce el proceso de estructuración de un espacio televisivo y se interesa por confrontar los valores que observa en él" (p. 134). De este modo, se estarán trabajando los contenidos sobre

educación mediática a los que se hacían referencia en la fundamentación teórica del documento.

Para planificar las sesiones de lectura crítica, se ha partido de un cuadro que Sánchez y Aguaded (2009), recogían en su documento. En el mismo, establecieron una serie de indicadores e ítems que facilitaban la valoración de los diferentes niveles de comprensión o de "captación del sentido de una estructura narrativa" (p. 138).

Variable	**Indicadores**	**Ítems**
Lectura crítica de dibujos animados	Identifica los personajes del dibujo animado y sus características.	Rellena un cuadro con la identificación de personajes y su característica principal.
	Narra la historia de manera concreta sin contar detalles insignificantes.	Narra en pocas líneas el episodio de dibujos animados.
	Describe el comportamiento de los personajes.	¿Cuál es el comportamiento de los personajes?
	Identifica la solución que los personajes dan a sus problemas.	¿Qué opinión tienes de la solución que buscan los personajes a los problemas?
	Justifica con argumentos el personaje que más le gusta y el que menos.	¿Cuál de los personajes te gustó más? ¿Por qué? ¿Cuál de los personajes te gustó menos? ¿Por qué?
	Reconoce el propósito que quería transmitir el autor del dibujo animado.	¿Cuál crees que es el propósito del director?
	Propone cambios en el contenido del dibujo animado.	Si pudieras cambiar
	Diferencia la fantasía de la realidad.	

Figura 1: Tabla con los indicadores que valoran la comprensión de una estructura narrativa.

1.3.4 **¿Cómo se hacen los dibujos animados?** Como actividad previa al análisis de los dibujos, ésta se centrará en descubrir, de manera muy sencilla, cómo se elaboran los dibujos animados. Se les explicará, acompañado de algún documento audiovisual, el proceso que se sigue hasta conseguir realizar un episodio, película, etc. de dibujos animados. Para que ellos puedan comprobar la sensación de movimiento de los dibujos que surge al moverlos en secuencia rápidamente, se elaborará un flipbook o folioscopio.

Con esta pequeña base se comienza el análisis. Es conveniente que los dibujos seleccionados resulten familiares al alumnado, que formen parte de los que ellos ven en sus casas. Así resultará más fácil centrarse en determinados aspectos.

1.3.5 **Identificación de los personajes**. Se visualizará un capítulo de los dibujos animados que se hayan seleccionado. En esta sesión, tendrán que identificar los principales personajes que aparecen a lo largo del mismo. Tras ello, realizarán un dibujo de cada uno de ellos y escribirán su nombre.

1.3.6 **Características de los personajes**. Se abrirá un diálogo para identificar las características de los personajes que se han descrito en la actividad anterior. En este caso no se describirán las físicas sino que se centrarán en las psíquicas. Se elaborará un mural a medida que surgen las diferentes ideas. En torno al dibujo de los personajes, se irán colocando los diferentes adjetivos que describen su personalidad.

1.3.7 **Comportamientos correctos e incorrectos.** Se vuelve a partir del visionado de un capítulo de dibujos animados. Previamente habrá que haber seleccionado un capítulo en el que aparezcan diferentes formas que los protagonistas tienen de comportamiento ante una situación determinada. A medida que vayan apareciendo, se irá pausando el episodio para que alumnos y alumnas señalen si se trata de un comportamiento correcto o incorrecto y por qué.

1.3.8 **Diferenciación de la realidad y la fantasía.** Como en actividades anteriores, el punto de partida será el visionado de un capítulo que ofrezca casos claros en los que suceden acontecimientos, comportamientos, etc. fantásticos, que no pueden suceder en la realidad.

Al finalizar, alumnos y alumnas irán señalando lo que han visto que son reales y lo que es fantástico. Cada uno podrá realizar un dibujo donde se represente algo real y algo fantástico.

1.3.9 Justificación del personaje que más gusta y el que menos. En una ficha, cada alumno y alumna indicarán cuál es el personaje que más les gusta y el que menos. En ambos casos tendrá que ir acompañado de una justificación con argumentos.

1.3.10 Propósito del autor. En este caso en concreto se tratará de hacerlos ver que el autor de los dibujos animados obtiene unos beneficios económicos. Para ello, se pedirá a los alumnos y alumnas que traigan de sus casas todos aquellos productos que forman parte del merchandising que gira en torno a esos dibujos animados. Cuando se tengan en el aula, se les hará ver que la venta de esos productos supone un gran beneficio económico para el autor de los mismos.

1.3.11 Cambios en el dibujo. Una vez que el alumnado conoce lo que le gusta y lo que no, lo que consideran que debería ser modificado, etc., es el momento de que creen. En este caso, se trata de que propongan los cambios que ellos realizarían. Pueden realizar una nueva versión de esos dibujos animados. Se pueden realizar los fondos de los dibujos; si así lo consideran, cambiar algún aspecto físico de los personajes y, sobre todo, argumento, comportamientos, forma de solucionar los conflictos; si quieren que aparezcan situaciones reales o ficticias, etc.

Tras la programación de todas las actividades descritas, me surgió la duda de si sería posible realizar las mismas con alumnado de edades inferiores y, en relación con esto, el planteamiento de si existe una edad más adecuada o mejor que otra para trabajar la educación para los medios en el aula.

Debido a que en la actualidad trabajo como maestra de Educación Infantil, no podía dejar pasar la oportunidad de poner en práctica todas las actividades planteadas con mi grupo de alumnos y alumnas, en mi aula.

2. PUESTA EN PRÁCTICA EN EL AULA DE INFANTIL

El grupo con el que se ha llevado a cabo las distintas actividades, está formado por 25 niños y niñas que se encuentran en el segundo nivel del segundo ciclo de Educación Infantil. Sus edades son de 4 y 5 años. Se distinguen niveles muy diferenciados dentro del mismo. El aula se encuentra en un contexto rural y es el segundo año que ejerzo como tutora.

Sabía que no habían oído hablar de los medios de comunicación de masas por lo que me pareció correcto, antes de comenzar con el análisis de los dibujos, introducirles sin profundizar demasiado, por falta de tiempo, en éstos.

En la reunión de comienzo de segundo trimestre indicamos a las familias lo que era la educación mediática, la importancia de la misma y la intención de ponerla en práctica con los niños y niñas. Por este motivo, aunque en algunas actividades no habría sido necesario realizar una ficha, decidimos hacerla para que las familias pudieran hacerse una idea de los contenidos que habíamos abordado.

Como ya se ha indicado, en primer lugar abordamos cuáles eran los medios de comunicación de masas. Mantuvimos una conversación sobre los mismos, intentando guiarles para que ellos fueran capaces de ir descubriéndolos. Se puede ver la transcripción de la charla en el Anexo 1. Posteriormente, realizaron un dibujo de cada uno de ellos (Anexo 2).

En una segunda sesión, cuando ya éramos conocedores de los mismos, intentamos llegar a descubrir para qué servían. Para ello, echamos un vistazo a un periódico, escuchamos distintas emisoras de radio, hablamos sobre el cine, nos conectamos a Internet y navegamos por diferentes páginas y dialogamos sobre los distintos programas que se podían ver en la televisión. La finalidad era la de intentar conseguir que ellos llegaran a deducir para qué servía cada uno. En el Anexo 3 se encuentra una breve conversación sobre lo que se hablo del periódico y de la televisión. Al aparecer un anuncio en el periódico, hubo un momento en el que nos desviamos hacia la publicidad pero que no llegamos a abordar ampliamente porque no era el tema que nos habíamos propuesto. Éste se podría tener en cuenta en la planificación de otras actividades para otras sesiones. Llegamos a la conclusión de que todos nos servían para entretenernos, informarnos y formarnos y que, había uno de ellos con el que podíamos hacer algo que no conseguíamos con los otros. Con Internet teníamos la oportunidad de comunicarnos con otras personas.

Ya sabíamos qué eran y para qué servían por lo que preguntamos cuáles, de todos ellos, eran los que más utilizaban en el día a día. Cuatro coincidieron en señalar Internet y el resto indicaron la televisión.

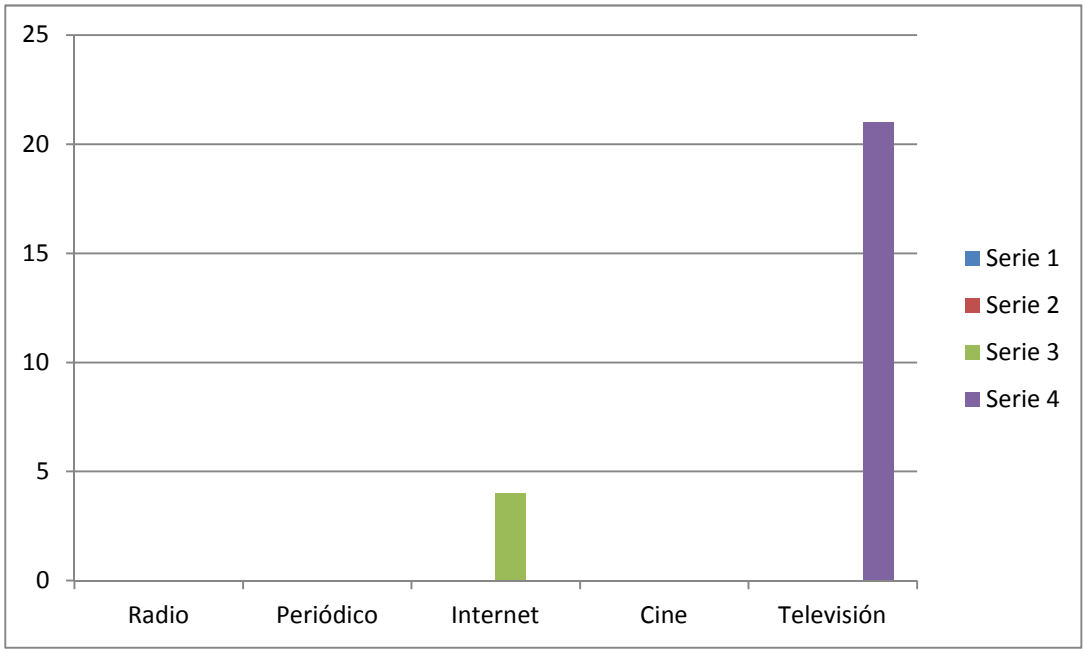


Figura 2: Gráfico medios de comunicación más utilizados por el alumnado.

Al ver que la mayoría se centraban en la televisión, recordamos los diferentes géneros audiovisuales que ésta nos ofrece: películas, series, telediarios, documentales, etc. y

preguntamos cuál era el que más les gustaba a ellos. La respuesta estaba clara y fue unánime: los dibujos animados. (Ver Anexo 4).

Ya habíamos conseguido llegar a ellos. En primer lugar, se les preguntó cómo se hacían los dibujos animados. Un niño no tuvo ninguna duda: "Los señores y las señoras se disfrazan y se meten en la televisión".

Aunque las técnicas han cambiado y las tecnologías facilitan la animación de los dibujos, quisimos hacerles ver que era necesario hacer muchos dibujos y que, una vez que estaban hechos, si se pasaban uno detrás de otro rápidamente, surgía la sensación de movimiento de los mismos. Por este motivo elaboramos el flipbook. La secuencia la podemos ver en el Anexo 5. Fue algo que les llamó mucho la atención.

En la quinta sesión, pudimos comenzar con el análisis de los dibujos animados. En este caso, elegimos algunos capítulos de Bob Esponja. Se trata de unos dibujos que gozan de mucho éxito entre los más pequeños pero en los que aparecen conductas, comportamientos y situaciones que resultan interesantes ver junto a los niños y niñas para poder hablar sobre ellas. Prácticamente, la totalidad de la clase los conocía y los había visto. Esto era importante porque disponían de más recursos para responder a las cuestiones que nos planteábamos.

Seleccionamos uno de los capítulos y comenzamos con la identificación de los personajes; lo cual no supuso ninguna dificultad:

- Ana: ¿Cuáles son los personajes que aparecen en los capítulos de dibujos animados que hemos visto?
- Luis: Patricio.
- Daniela: Bob Esponja.
- Bruno: Calamardo.
- Lucia: Gary.
- Celia: Plancton.
- Jorge: el Señor Cangrejo.
- Fernando: Arenita.

Era evidente, que los conocían muy bien. Habría resultado más complicado nombrarlos a todos si únicamente hubieran visto el capítulo en el aula. Podemos ver algunos de sus dibujos en el Anexo 6.

En una sexta sesión, nos centramos en las características de los personajes. Nos dio mucho juego. En el Anexo 7 se puede ver lo comentado con respecto a uno de los personajes. Imprimimos un dibujo de cada uno de ellos, fuimos hablando sobre sus

características y escribiendo en diferentes carteles los distintos adjetivos que iban surgiendo. Fue curioso descubrir, que la mayoría de los carteles hacían referencia a aspectos negativos. Realizamos un mural con todos ellos.

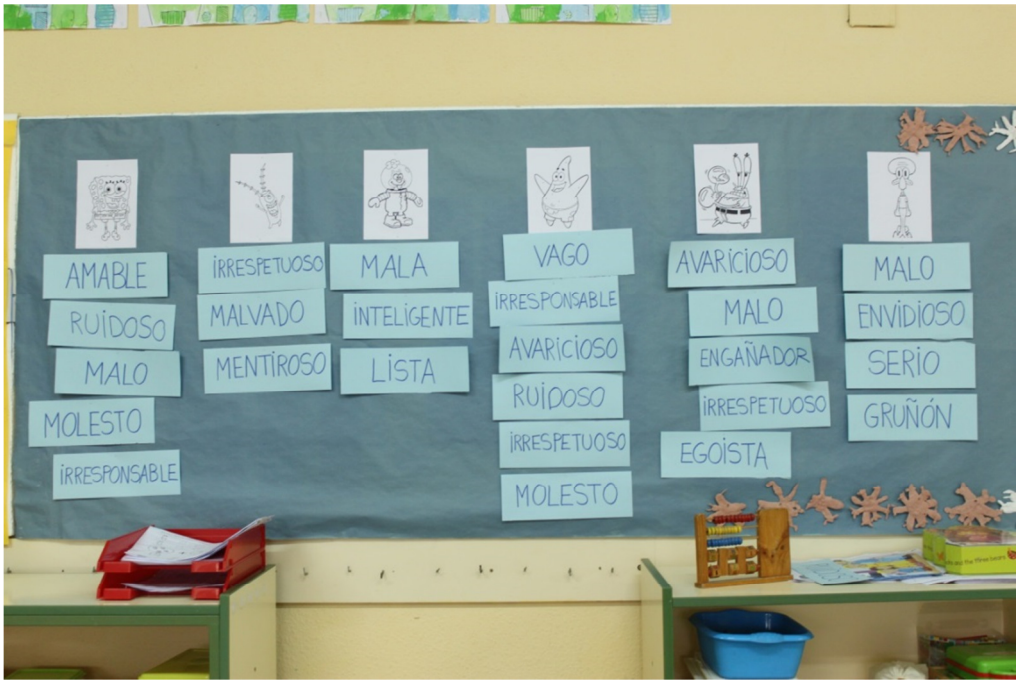


Figura 3: Mural características de los personajes.

En la siguiente sesión, volvimos a acudir a la pizarra digital y visualizamos un nuevo episodio de Bob Esponja, seleccionado previamente. En esta ocasión, nos centramos en los comportamientos de los personajes que iban surgiendo a lo largo de la historia. Cada vez que aparecía un comportamiento, se pausaba y, entre todos, decidíamos si se trataban de comportamientos correctos o incorrectos y buscábamos alternativas a esa forma de actuar.

Llegando a la octava sesión, nos centramos en distinguir lo que formaba parte de la realidad y aquellas situaciones que solo ocurrían en la fantasía. Volvimos a partir de la visualización de un capítulo, en el que se distinguían aspectos que eran fantásticos y otros reales. Es muy frecuente que en los dibujos animados los personajes sean aplastados, se les salgan los ojos, se estiren las partes de su cuerpo, etc. Los alumnos y alumnas describieron hechos que podrían ocurrir en realidad y otros que son propios de la fantasía. Reforzamos lo dialogado con una ficha (Anexo 8).

La penúltima sesión se centró en citar el personaje que más y menos les gustaba justificándolo con argumentos. Quedo recogido también en una ficha (Anexo 9).

Por último, propusimos cambios en los dibujos. Sin embargo, la actividad que realizamos dista de la que anteriormente se ha descrito por motivos que se señalarán más

adelante. Los alumnos y alumnas eligieron una situación que se había dado en uno de los capítulos que no les gustaba y dibujaron lo contrario o una forma de actuar que les parecía más adecuada. Lo hicieron mediante un dibujo (Anexo 10).

CONSIDERACIONES FINALES

1. EN RELACIÓN CON LOS OBJETIVOS PROPUESTOS.

1.1 Los programados para ser alcanzados por los alumnos y alumnas.

El haber llevado a la práctica las diferentes actividades que forman las sesiones de educación para los medios, ha permitido comprobar que los objetivos propuestos son realistas y alcanzables.

Con las actividades que perseguían el descubrimiento de los medios de comunicación de masas y su utilidad, los alumnos y las alumnas llegaron a identificar correctamente los mismos. Comprobé que habían entendido la idea de las características que reúne un medio de comunicación, no solo cuando llegaron a nombrarme los cinco que yo pretendía que citaran (que, sin duda, lo lograron), sino también con el comentario de una alumna. Ésta me dijo que un medio de comunicación de masas era la misa y, aunque en un primer momento, mi reacción fue explicarla que no formaba parte de los mismos, reflexionándolo después, entendí que había realizado una relación muy lógica: los medios de comunicación de masas, comunican, transmiten, etc. dirigiéndose a muchas personas.

Fue especialmente provechosa la sesión que se centraba en la explicación de la creación de los dibujos animados. Se partía de unas ideas tan distintas a la realidad que les resultó muy sorprendente romper con esos esquemas previos de conocimientos y descubrir cómo se conseguía crear esa animación; el hecho de que unos dibujos estáticos parecieran moverse.

En cuanto a las sesiones centradas en el análisis de los dibujos animados, se puede realizar una valoración general muy positiva que, a continuación se explicará deteniéndonos en algunas actividades. A raíz de la experiencia vivida en el aula, cabe destacar la creencia firme de que continuando en esta línea de trabajo a lo largo de la escolaridad, el alumnado desarrollaría un pensamiento más crítico frente a los productos mediáticos.

Al intentar buscar adjetivos que describieran las características psicológicas de los personajes, resaltaron que la mayoría de ellos fueran negativos. Son conscientes perfectamente de lo que es "bueno" y lo que es "malo" y no les gustaba que hubieran salido tantas cosas "malas". Fue a raíz de esta actividad cuando los alumnos y las alumnas que no los veían se atrevieron a manifestarlo a sus compañeros y compañeras: "yo no los veo", "mis padres no me dejan verlos". Ahora es cuando sentían que estaba justificado y era un orgullo no verlos.

La diferenciación de la realidad y la fantasía fue una sesión importante. En sus caras quedaba reflejado el descubrimiento de algo que hasta ahora no se habían parado a pensar. Esta sesión resultó útil para que espontáneamente se cuestionaran acontecimientos de otras series y dibujos. Recuerdo un alumno que antes de llevar a cabo la sesión hablaba de la película "La Guerra de las Galaxias" y de diferentes superhéroes con absoluta fascinación por lo que eran capaces de hacer, convencido de que era completamente posible. Sin embargo, un tiempo después de la actividad, volvió a surgir el tema y, tras preguntarle sobre la posibilidad de que eso fuera real, respondió que no, que era algo que sucedía en las películas.

En cuanto a la actividad relacionada con la diferenciación de los comportamientos correctos e incorrectos destacar que son perfectamente capaces de distinguir ambos, sin que surja ninguna dificultad.

Por último, también es curioso comprobar como aquellos personajes que no actúan correctamente pasan a formar parte de los que menos les gustan. Y si a alguno o alguna le gustaba un personaje en el que destacaban comportamientos o formas de ser negativas, se esforzaban en buscarle algo positivo para poder justificarse en el momento de explicarlo.

1.2 Los definidos para la comunidad educativa.

Un maestro o maestra que conozca el planteamiento que gira en torno a la educación mediática puede llegar a despertar el interés y la curiosidad de aquellos compañeros y compañeras con los que trabaja. De hecho, los objetivos dar a conocer la educación mediática y sensibilizar sobre la importancia de la misma, fueron satisfechos. A mis compañeras les resultó un tema muy interesante. Algunas de ellas realizaron actividades realizadas con la misma y la compañera que trabaja conmigo en el mismo nivel no dudó en realizar las actividades que le estaba proponiendo.

No obstante, aunque tener en los colegios maestros y maestras entusiasmados por llevar los contenidos de educación para los medios al aula, es un punto a favor, resulta imprescindible la formación del profesorado.

Por su parte, no estoy satisfecha con el grado de consecución que han tenido ambos objetivos con las familias de la clase. Más adelante se hablará de las limitaciones o vacíos con respecto a éstas.

1.3 Los perseguidos con la creación del trabajo.

A lo largo del documento, retomando y reforzando lo ya escrito en el ámbito científico en lo que a educación mediática se refiere y apoyándonos en diferentes autores, se muestra la importancia de la presencia de la misma en la educación formal. Por lo que, quien pueda

leer el mismo podrá comprobar que el objetivo planteado con la creación del trabajo se cumple.

Por otra parte, se quería demostrar que era posible llevar a cabo experiencias de educación mediática desde las edades más tempranas. La experiencia es para Educación Primaria pero el haber podido desarrollarla con alumnos y alumnas de Educación Infantil, con una valoración positiva de los objetivos, demuestra y confirma la posibilidad de llevarla a cabo no solo con el alumnado a quien iba dirigida sino también con el de edad inferior. Nos ha servido para darnos cuenta que el segundo nivel, del segundo ciclo de Educación Infantil, es un curso en el que se puede iniciar el trabajo de estos contenidos. Mayor motivo para justificar la presencia de ésta en etapas superiores.

2. EN RELACIÓN CON LA FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.

Las conclusiones que se obtienen con la puesta en práctica de la experiencia descrita se encuentran estrechamente relacionadas con los puntos desarrollados a lo largo del marco teórico.

Se afianza la idea de que alumnos y alumnas tienen muy presentes los medios de comunicación de masas en sus vidas. En este caso, debido a la edad de los alumnos y alumnas, se manifiesta el perfecto conocimiento que tienen sobre el amplio repertorio de dibujos animados.

El concepto que un alumno tenía sobre la creación de los dibujos animados ("personas disfrazadas que se meten en la televisión") pone de manifiesto el grado de realismo que atribuyen a los dibujos animados. Cuando se les propuso diferenciar la realidad de la fantasía, les costó bastante llegar a entender a que nos referíamos. Hasta tal punto, que para conseguir que mostraran iniciativa y participaran señalando situaciones y clasificándolas como reales o ficticias, hubo que facilitar varios ejemplos.

Se está favoreciendo que comprendan que no todas las imágenes que nos muestran son reales, por mucho que lo parezca. Que en ellas se pueden representar aspectos que forman parte de la ficción y que resulta decisiva la intención de la persona que lo crea. Pudiendo utilizar unas técnicas u otras para despertar unas opiniones determinadas sobre quien está consumiendo el producto.

Aunque con el alumnado de Educación Infantil no ha llegado a realizarse, la actividad que se encuentra programada en la propuesta inicial, en la que se piensa en el propósito del autor, ayuda a que se den cuenta de que estos productos son creados por empresas que persiguen unos intereses. Es importante hacerles ver, entre otras cosas, que si

los dibujos son aceptados con interés por los espectadores, se dispara la compra de los productos relacionados con los mismos.

Por otro lado, como se ha indicado con anterioridad, los medios influyen en nuestros pensamientos, nuestras formas de actuar, etc. En esta práctica concreta, se suceden, por parte de los personajes, un sinfín de comportamientos y actos que distan considerablemente de lo que cualquiera consideraría bueno. Formas de actuar carentes de sentido, trato que se da entre ellos, responsabilidades adultas en personalidades claramente infantiles, importancia que se le otorga al dinero por alguno de sus personajes, etc. Todo esto, se convierte en ejemplos para los niños y niñas. No quiere decir que haya que prohibir verlos, pero sí es importante que su consumo sea acompañado de explicaciones que los permitan entenderlos.

No siempre tiene por qué estar relacionado con aspectos negativos. Puede darse el caso en el que se seleccionen dibujos que forman parte de ese grupo que persiguen una finalidad educativa, que ayudan a adquirir determinados conocimientos, que transmiten unos fantásticos valores y que son ejemplares en comportamientos.

En cualquier caso, resulta conveniente hacerles conscientes de que con su creación se persiguen unos objetivos y que están influyendo en ellos y ellas. Conocer conscientemente qué les están ofreciendo y prepararles para que en el futuro se lo planteen por sí mismos y puedan decidir sobre si quieren o no verlos.

Como señala Ferrés (1999) en Sánchez y Aguaded (2009):

> Educar para la reflexión crítica supone ayudar a tomar distancias respecto a los propios sentimientos, saber identificar los motivos de la magia, comprender el sentido explícito e implícito de las informaciones y de las historias…, y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas entre lo que aparece en la pantalla y la realidad del mundo fuera de ella (p. 133).

A lo largo de los capítulos de determinados dibujos aparecen escenas que el alumnado no entiende. En este caso en concreto, se narraba cómo una ballena se tragaba a los personajes y, de forma implícita, explicaban cómo habían conseguido salir del estómago de la misma cuando la naturaleza siguió su curso. Se pausó la escena, se preguntó cómo habían conseguido salir de allí y se comprobó que ninguno lo había entendido. En este caso, explicándoselo se está ayudando en la comprensión de mensajes implícitos.

Entre los aspectos teóricos, se destacaba también la creación. Una de las actividades que forman parte de la propuesta es la de producir cambios en el dibujo. Los niños y las niñas pueden y deben utilizar las técnicas y medios que se encuentran a su alcance.

En un primer lugar, porque la utilización de éstas y éstos ayudará a comprender los contenidos que recoge la educación mediática y que hemos descrito en el inicio.

En un segundo lugar, porque se ofrece esa posibilidad de construcción cooperativa y conjunta de conocimiento que lleva a una sociedad más democrática.

"Diálogo, intercambio de informaciones y de opiniones, participación, intervención y autoría en colaboración son principios esenciales en la educación ciudadana" (Silva, 2008, p.21).

Por último, resulta importante la creación para conseguir esa alfabetización múltiple en la que el alumnado se desenvuelva con soltura en aquellos nuevos lenguajes que, ya hemos señalado, se encuentran muy presentes en sus vidas.

Siguiendo la idea de Greenway que recogen Sánchez y Aguaded (2009), es importante que se desenvuelvan con destreza en la lectura y escritura de mensajes audiovisuales como leen y escriben en el lenguaje escrito. "La lectura vendría a ser la comprensión e interpretación de los contenidos, y la escritura la competencia para crear" (p.133)

Cuando medios y tecnologías no se encontraban presentes en nuestras vidas, el lenguaje escrito, saber leer y escribir, era y sigue siendo uno de los aprendizajes más importantes para contribuir a ese desarrollo íntegro de las personas. Actualmente, con su instauración en la sociedad, sus posibilidades y su presencia constante en el día a día, este protagonismo debe ser compartido con el aprendizaje de los lenguajes utilizados por los medios.

3. LIMITACIONES Y VACÍOS QUE PRESENTA LA PROPUESTA.

Habiendo tenido la oportunidad de llevar a cabo en el aula las actividades planteadas, se pueden describir algunas de las dificultades encontradas.

La edad de los niños y niñas exigió adaptar las actividades diseñadas a sus posibilidades y a su desarrollo madurativo. Los comentarios que se obtienen por su parte son menos elaborados que los que realizarían un alumno o alumna de primaria. No obstante, son perfectas para iniciarse en la reflexión crítica y en los contenidos relacionados con la educación mediática.

En este caso en concreto, al no haber sido contemplada en la programación de inicio de curso, el tiempo jugó en contra. Teniendo que realizar las actividades más rápidamente. Esta falta de tiempo también influyó en la posibilidad de creación por parte de alumnos y alumnas. Se podrían haber elaborado unos dibujos animados alternativos, en los que ellos diseñaran y crearan.

No se puede destacar un vacío en la misma ya que las actividades son una pequeña parte de todos los contenidos que engloba la educación mediática. Estos contenidos trabajados forman parte de un proceso continuo. Por este motivo, tanto lo que se ha trabajado en estas sesiones como lo que no, debe continuarse, ampliándolo y profundizando en ello. Así mismo también se deberá centrar en otros temas distintos.

4. PERSPECTIVAS FUTURAS.

Como se anticipaba en el punto anterior, los contenidos seleccionados para el diseño de la propuesta sobre educación mediática, son una pequeña parte de un proceso que debe durar toda la escolaridad, como la propia educación general de la que forma parte.

En este caso se han centrado en los dibujos animados. Pero existe un amplio abanico de posibilidades que no solo debería variar en el tema de trabajo sino también en el tipo de actividad en función de la edad de los alumnos y alumnas a quien se dirige.

Así, se podrá profundizar en el análisis descrito en la propuesta, continuando con otros dibujos distintos.

No se debe olvidar que los dibujos animados son uno de los géneros que ofrece la televisión por lo que se podrían realizar multitud de actividades relacionadas con el resto de géneros audiovisuales: series, telediarios, documentales, etc.

Tener en cuenta actividades relacionadas con la publicidad; tema que ofrece una innumerable cantidad de posibilidades y contenidos para ser trabajados en clase. La construcción de la realidad, las técnicas y métodos para influenciar en la voluntad de las personas, las imágenes, etc.

Y todo ello, unido a la creación de la que ya se ha hablado, por parte de alumnos y alumnas. Los medios de comunicación y las tecnologías son el presente y seguirán siendo el futuro, evolucionando constantemente.

REFERENCIAS BIBLIOGRÁFICAS

- Aguaded, J. I. (2013). El Programa Media de la Comisión Europea, apoyo internacional a la educación en medios. *Comunicar, XX, 40,* 7.
- Aguaded, J. I. y Sánchez, J. (2008). Niños y adolescentes tras el visor de la cámara: experiencias de alfabetización audiovisual. *Estudios sobre el Mensaje Periodístico, 14,* 293- 308.
- Aparici, R. (2010). *Conectados en el ciberespacio.* Madrid: Universidad Nacional de Educación a Distancia.
- Aparici, R., Campuzano, A., Ferrés, J. y Gª Matilla, A. (2010). *La educación mediática en la escuela 2.0* (inf.)
- Aparici, R. y García Matilla, A. (2008). *Lectura de imágenes en la era digital.* Madrid: Ediciones de la Torre.
- Area, M. y Pessoa, T. (2012). De lo sólido a lo líquido: las nuevas alfabetizaciones ante los cambios culturales de la web 2.0. *Comunicar, 38, XIX,* 15.
- Bauman, Z. (2008). *Los retos de la educación en la modernidad líquida.* Barcelona: Gedisa.
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea.* Paidós.
- Cloutier, J. (1973): *La Comunication audio.scripto-visuelle á I´heure des self-Media.* Les Preses de lÚniversité de Montréal. Canada.
- Cuadrado, A. y Romo, M. (2006). *Estudio de Medios Comunicativos.* Madrid: Taymar.
- Ferrés y Prats, J. (2010). *Educomunicación y cultura participativa.* En Aparici, R. (coord.). Educomunicación: más allá del 2.0. Madrid: Gedisa.
- Fueyo, M. A. (2011). Comunicación y educación en los nuevos entornos: ¿nativos o cautivos digitales?. *Ábaco, 2-3,* 23.
- Gutiérrrez, A. (2003). *Alfabetización digital. Algo más que ratones y teclas.* Barcelona: Gedisa.
- Gutiérrez, A. y Tyner, K. (2012). Alfabetización mediática en contextos múltiples. *Comunicar, XIX, 38.*
- Hurtado, J., Puig, M. y Romero P. *La competencia mediática en la educación infantil.* Universidad autónoma de Barcelona. Edumedia.
- Lévy, P. (2004): *Inteligencia colectiva. Por una antropología del ciberespacio.* Washintong, DC. Organización Panamericana de la Salud. Unidad de Promoción y Desarrollo de

la Investigación y el Centro Latinoamericano y del Caribe de Información en Ciencias de la Salud.

- Ley Orgánica 2/2006, de 3 de mayo, de Educación (LOE).
- Osuna, S. y Busón, C. (2006). *Convergencia de medios*. Madrid: Taymar.
- Pisiani, F. y Piotet, D. (2009): *La Alquimia de las Multitudes. Cómo la Web está cambiando el Mundo.* Barcelona: Ediciones Paidós Ibérica S.A.
- REAL DECRETO 1513/2006, de 7 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas de la Educación Primaria.
- REAL DECRETO 1630/2006, de 29 de diciembre, por el que se establecen las enseñanzas mínimas del segundo ciclo de Educación infantil.
- Sánchez, J. (2009). *El periodismo ciudadano infantil y adolescente: blogs y telediarios producidos por los más pequeños.* Actas del I Congreso Internacional Latina de Comunicación Social. La Laguna (Tenerife)
- Sánchez, J. y Aguaded, J. I. (2009). Educación mediática y espectadores activos: estrategias para la formación. *Análisi, 39,* 131-148.
- Silva, M (2008). *Educación Interactiva. Enseñanza y aprendizaje presencial y on-line.* Barcelona: Gedisa.
- WILSON, C.; GRIZZLE, A.; TUAZON, R.; AKYEMPONG, K.; CHEUNG, Ch. (2011). *Alfabetización Mediática e Informacional Curriculum para profesores*. París: Unesco. Consultado 28-05-2013 en: http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf
- Gutiérrez A. y Hottmann, A. (2006). *Media Education across the Curriculum.* Extraído el 15 de Abril de 2013 desde http://www.mediaeducation.net/resource/pdf/downloadMEACbooklet.pdf
- Conclusiones congreso internacional Educación mediática y competencia digital. La cultura de la participación.: http://www.educacionmediatica.es/congreso2011/documentos/CONCLUSIONES-EJE-2presencial1.pdf
- Fueyo, A. *Alfabetización audiovisual: una respuesta crítica a la pedagogía cultural de los medios.* Extraído el 19 de mayo de 2013 desde http://www.uned.es/ntedu/asignatu/2_Queli_Fueyo1.htm

ANEXOS

ANEXO 1.

TRANSCRIPCIÓN ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS?

Ana: ¿Sabéis cuáles son los medios de comunicación?

Todos: ¡No!

Ana: ¿Alguien sabría decirme qué son los medios de comunicación?

Andrea: Yo si. Los que están en las películas que, algunas veces se quita la película porque van a venir anuncios.

Ana: Eso es la publicidad. ¿Habéis oído hablar de los medios de comunicación?

Todos: No.

Ana: Si se llaman de comunicación, ¿qué creéis que puede ser? (Al ver que no saben lo que es se ofrece un ejemplo) Por ejemplo, el periódico. El periódico, ¿para qué sirve?

Sergio: Para leer.

Ainhoa: Para ver las cosas que pasan en el mundo.

Andrea: Para ver noticias.

Ana: Y ¿qué son las noticias?

Andrea: Cosas que pasan.

Ana: El periódico es un medio de comunicación porque nos está comunicando cosas que pasan. Ahora que sabéis que el periódico es un medio de comunicación porque nos cuenta cosas que pasan, ¿me podéis decir otros medios que también nos cuentan cosas?

Alba: Los cuentos.

Lucía: La tele nos comunica a toda la gente lo que pasa en el mundo.

Ana: Exactamente. El periódico nos cuenta cosas que pasan en el mundo y, como dice Lucía, la televisión también nos cuenta cosas. Pues la televisión, también es un medio de comunicación.

Andrea: Y es muy importante.

Ainhoa: Eso si lo tiene todo el mundo. Menos los pobres.

Ana: Ya tenemos dos. El periódico y la televisión. ¡Otro!

Inés: el ordenador.

Ana: ¡El ordenador! Pero el ordenador o algo a lo que accedemos desde el ordenador.

Lucía: El youtube.

Ana: ¿A youtube desde dónde se accede?

Ana: ¿Alguien sabe lo que es Internet? Internet es otro medio de comunicación.

Andrea: Yo antes no tenía ordenador porque se me había roto y me he comprado otro.

Ana: El periódico, la televisión e Internet (el ordenador), comunican información a muchas personas pero todavía tenemos que pensar en otros dos que también sirven para comunicar.

Andrea: Yo se. Los señores.

Ana: Pero un señor necesita aparecer en la televisión o escribir en el periódico para que se entere mucha gente a la vez de lo que dice.

Ainhoa: En la radio dicen, comunican también.

Ana: Mirad lo que dice Ainhoa, la radio comunica también. Vale chicos, solo nos falta uno. Lo estamos haciendo muy bien. La televisión, el periódico, Internet y la radio.

Andrea: ¡El móvil!

Lucía: ¡El I-phone!

Ana: Si yo cojo el móvil y hablo por él, ¿estoy hablando con mucha gente al mismo tiempo?

Todos: No.

Ana: ¿Con cuántas personas estoy hablando?

Todos: Con una.

Ana: Entonces, el móvil es un medio de comunicación porque nos sirve para comunicarnos con las personas pero nosotros estamos buscando los medios de comunicación de masas. Los que se dirigen a muuuchas personas. Hasta ahora hemos visto la tele, la radio, el periódico e internet. ¡Uno más!

Inés: La iglesia.

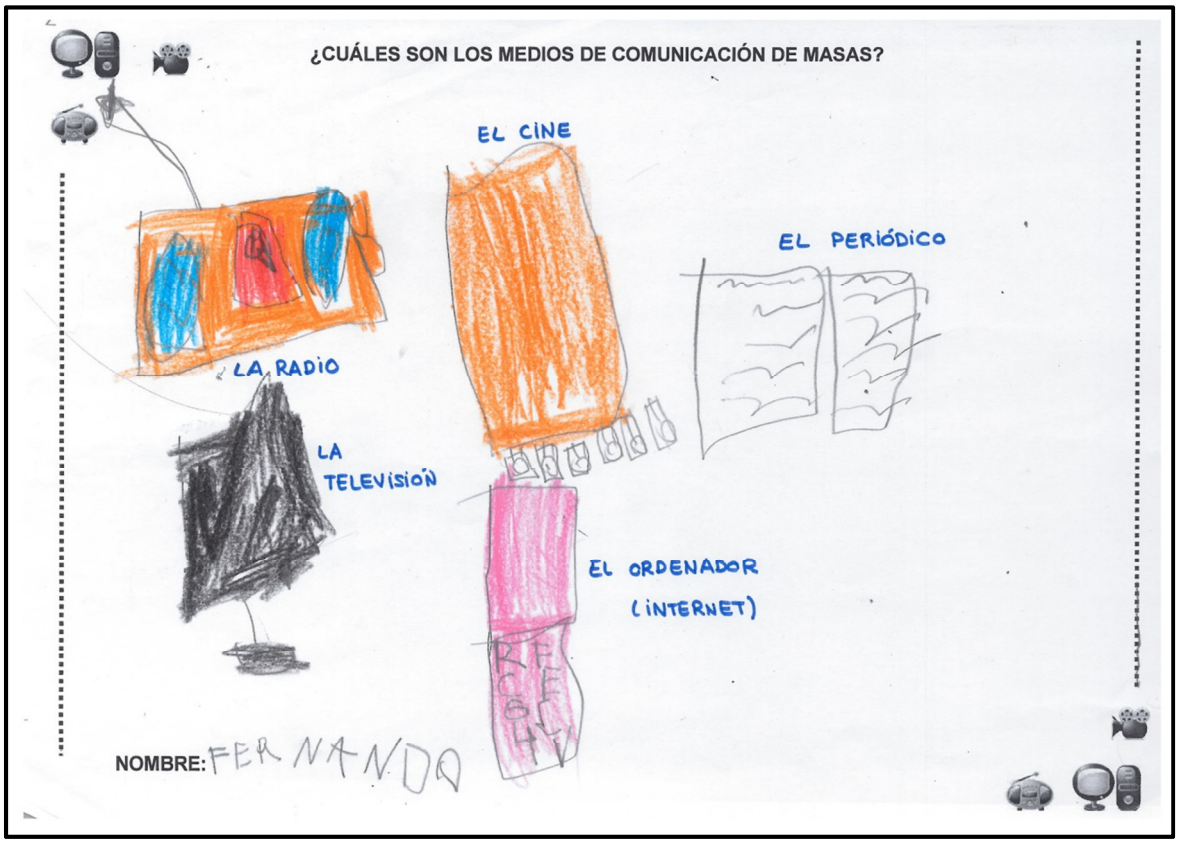
Ana: Os voy a tener que dar una pista. Un sitio donde va la gente a ver películas.

Todos: ¡¡¡El cine!!!

Andrea: Yo he ido a una que tiene dinosaurios.

ANEXO 2.

DIBUJOS ¿CUÁLES SON LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS?



ANEXO 3.

TRANSCRIPCIÓN PARA QUÉ SIRVEN LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS.

Ana: ¿Para que sirven los medios de comunicación? ¿Qué tenemos aquí?

Todos: Un periódico

(Observamos las imágenes y leemos entre todos las noticias del periódico).

Después, Ana: ¿Qué hemos visto en el periódico?

Lucía: Noticias.

Ana: ¿Qué son las noticias?

Lucía: Las cosas que pasan.

(Aparece el anuncio de un coche), Ana: ¿Esto qué es? ¿Es una noticia?

Fernando: ¡Noo! Es un anuncio.

Ana: ¿Y un anuncio qué es?

Fernando: es lo que sale en la tele.

Ana: ¿Para qué sirven los anuncios?

Andrea: para que sepas si tú te quieres comprar un coche, que vale un dinero, si te le compras.

Ana: ¿Qué intentan hacer con los anuncios las personas que los crean?

Andrea: Que te compres las cosas.

Ana: ¿Tenemos que comprar todo lo que nos anuncian?

Unos: Si, Otros: no.

Andrea: Mi mamá ve un cepillo en la tele y no lo compra.

Ana: ¿Alguna vez hemos comprado un juguete que habíamos visto anunciado en televisión y cuando lo hemos abierto en casa nos hemos dado cuenta de que no era igual? Por ejemplo, los playmobil, que viene un decorado, con un río, montañas, etc. ¿Cuando abrimos la caja está el río y las montañas que aparecían en el anuncio?

Todos: (pensativos) no.

(Seguimos viendo las diferentes noticias que aparecen en el periódico).

Ana: Con todo lo que hemos visto en el periódico, ¿quien me dice para qué sirve el periódico?

Inés: Para leerlo.

Ana: ¿Nos sirve para estar informados?

Sergio: ¡Informa!

Ana: ¿nos sirve para entretenernos? Si tenemos un ratito, ¿nos podemos poner a leerlo?

Luis: ¡Si! Mi papá cuando llega lo lee.

También para aprender cosas. Para formarnos. Recordamos. ¿Para qué nos sirve?

Inés: Para informarnos.

Sergio: Para entretenernos.

Lucía: Para aprender cosas

Ana: Alguien se acuerda de otro medio de los que hablamos el otro día.

Inés: La televisión.

Ana: ¿Para qué nos sirve la televisión?

Inés: para ver anuncios. Para que nos cuenten cosas que han pasado.

Ana: Si nos cuenta cosas, sirve también para algo que servía el periódico.

Inés: Nos informa.

Lucía: para estar entretenidos un ratito.

Ana: Entonces también para entretenernos. ¿También podemos aprender?

Sergio: Si. En un documental.

Andrea: Yo he visto un programa que hablaba de una serpiente.

Ana: ¿Otro medio?

Lucía: La radio.

(Ponemos diferentes emisoras de radio).

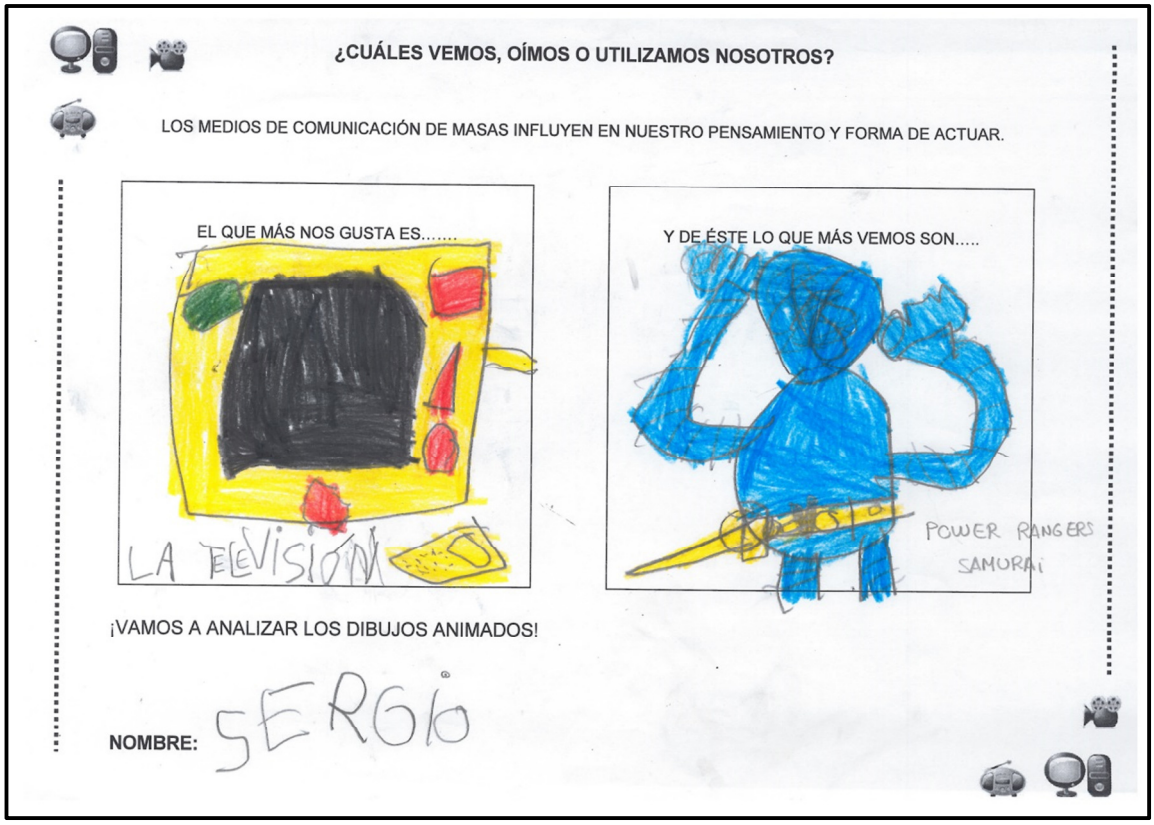
Lucía: Para poner música.

Ana: Si es para poner música, ¿para qué nos está sirviendo? ¿Nos está formando?, ¿nos está entreteniendo?

Lucía: Nos está entreteniendo y nos está formando.

ANEXO 4.

EL MEDIO QUE MÁS NOS GUSTA.



¿CUÁLES VEMOS, OÍMOS O UTILIZAMOS NOSOTROS?

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS INFLUYEN EN NUESTRO PENSAMIENTO Y FORMA DE ACTUAR.

EL QUE MÁS NOS GUSTA ES.....

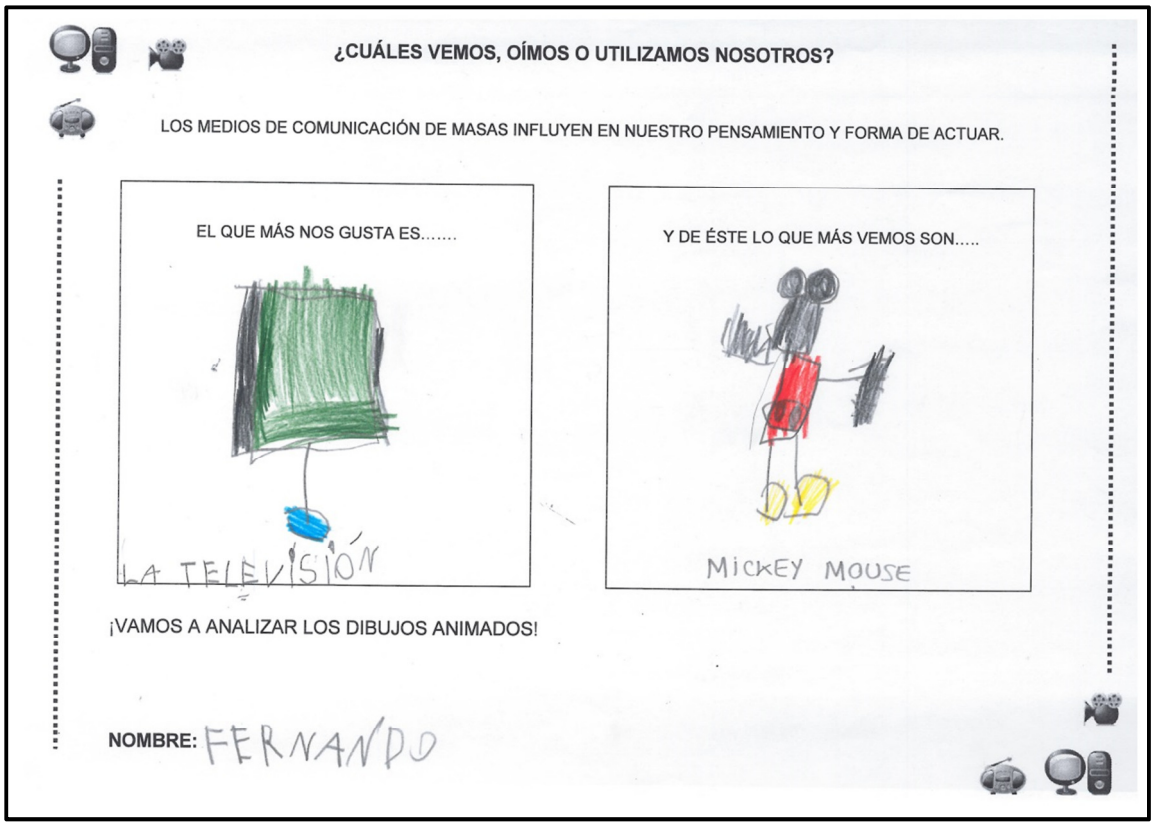
LA TELEVISIÓN

Y DE ÉSTE LO QUE MÁS VEMOS SON.....

POWER RANGERS SAMURAI

¡VAMOS A ANALIZAR LOS DIBUJOS ANIMADOS!

NOMBRE: SERGIO



¿CUÁLES VEMOS, OÍMOS O UTILIZAMOS NOSOTROS?

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS INFLUYEN EN NUESTRO PENSAMIENTO Y FORMA DE ACTUAR.

EL QUE MÁS NOS GUSTA ES.....

LA TELEVISIÓN

Y DE ÉSTE LO QUE MÁS VEMOS SON.....

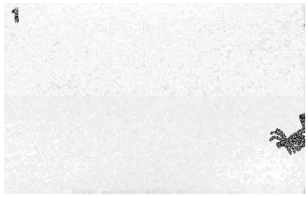
MICKEY MOUSE

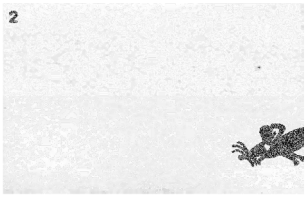
¡VAMOS A ANALIZAR LOS DIBUJOS ANIMADOS!

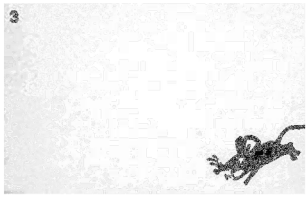
NOMBRE: FERNANDO

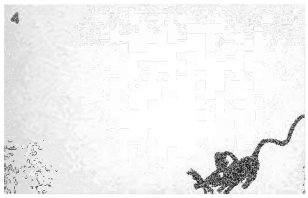
ANEXO 5.

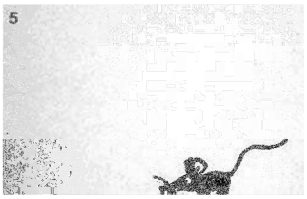
ELABORACIÓN DEL FLIPBOOK.

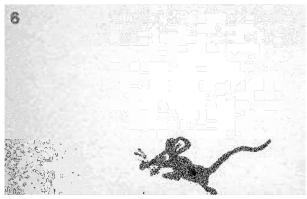


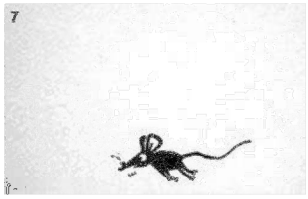


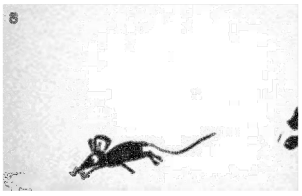


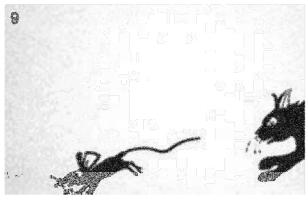


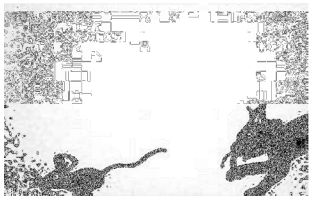


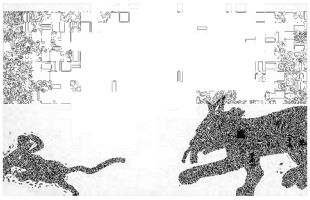


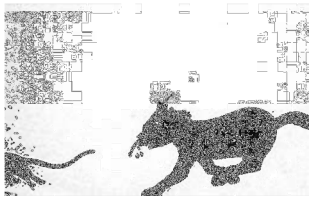


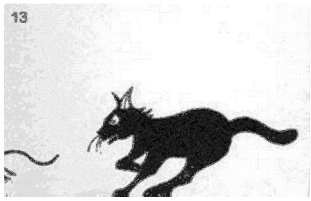


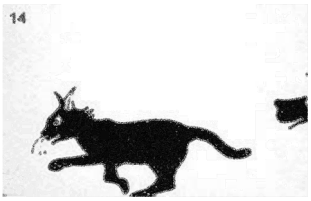


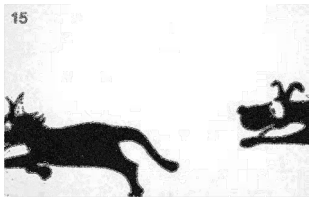


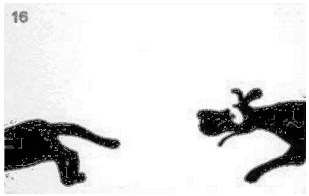


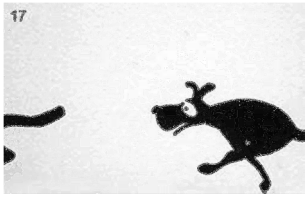


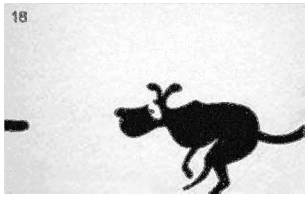


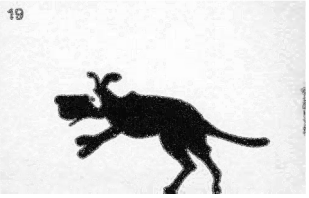






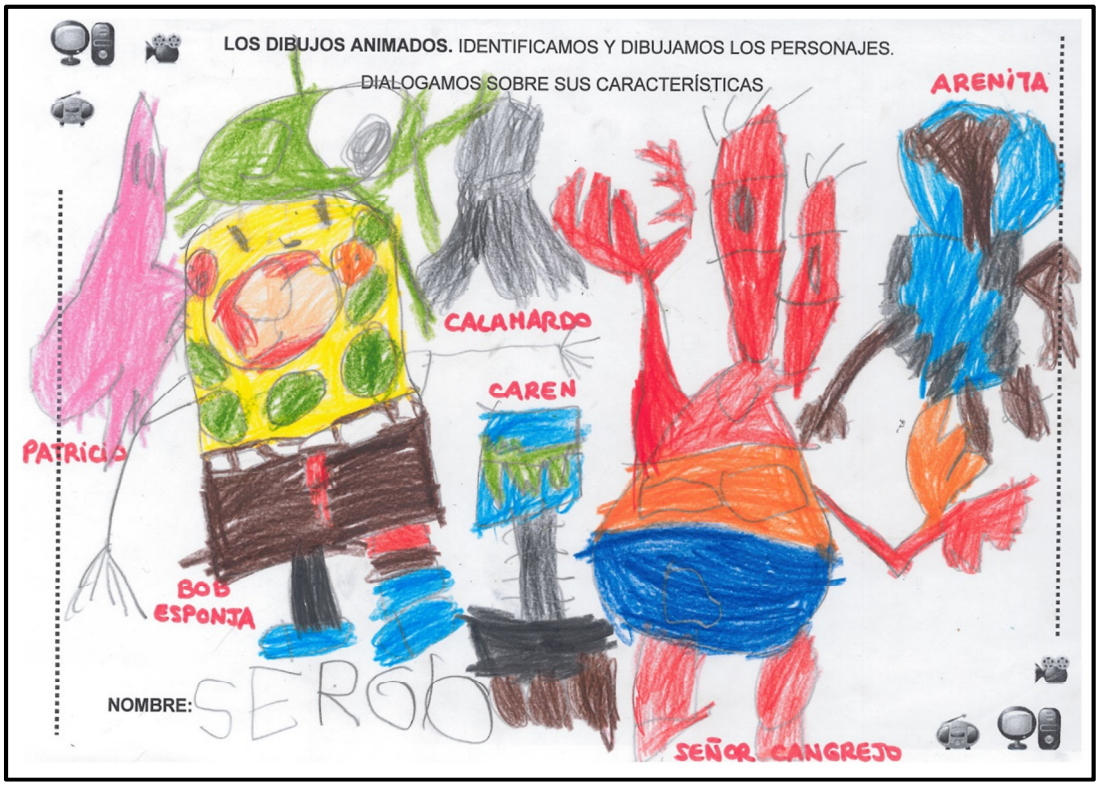


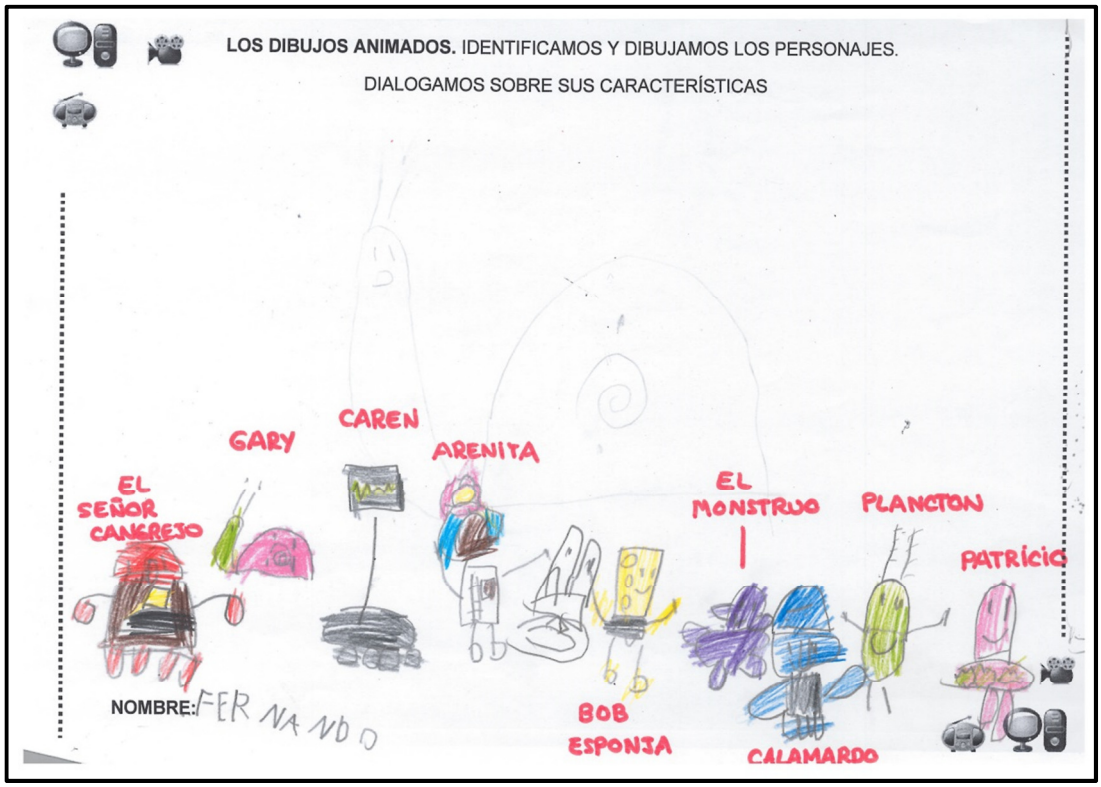




ANEXO 6.

IDENTIFICACIÓN DE LOS PERSONAJES DE LOS DIBUJOS ANIMADOS.





ANEXO 7.

CARACTERÍSTICAS DE UNO DE LOS PERSONAJES

Ana: ¿Cuáles son los personajes que aparecen en los capítulos de dibujos animados que hemos visto?

Luis: Patricio.

Daniela: Bob Esponja.

Bruno: Calamardo.

Lucia: Gary.

Celia: Plancton.

Jorge: el Señor Cangrejo.

Fernando: Arenita.

Ana: Vamos a hablar primero de este (enseñando el dibujo). ¿Quién es este?

Todos: Patricio.

Ana: ¿Cómo es Patricio?

Lucía: Rosa.

Sergio: Una estrella.

Ana: Como es por fuera no; ¿cómo es su personalidad?. Si es amable, cariñoso, trabajador, etc.

Sergio: Piensa en ser tonto.

Ana: ¿Tú crees que Patricio es tonto?

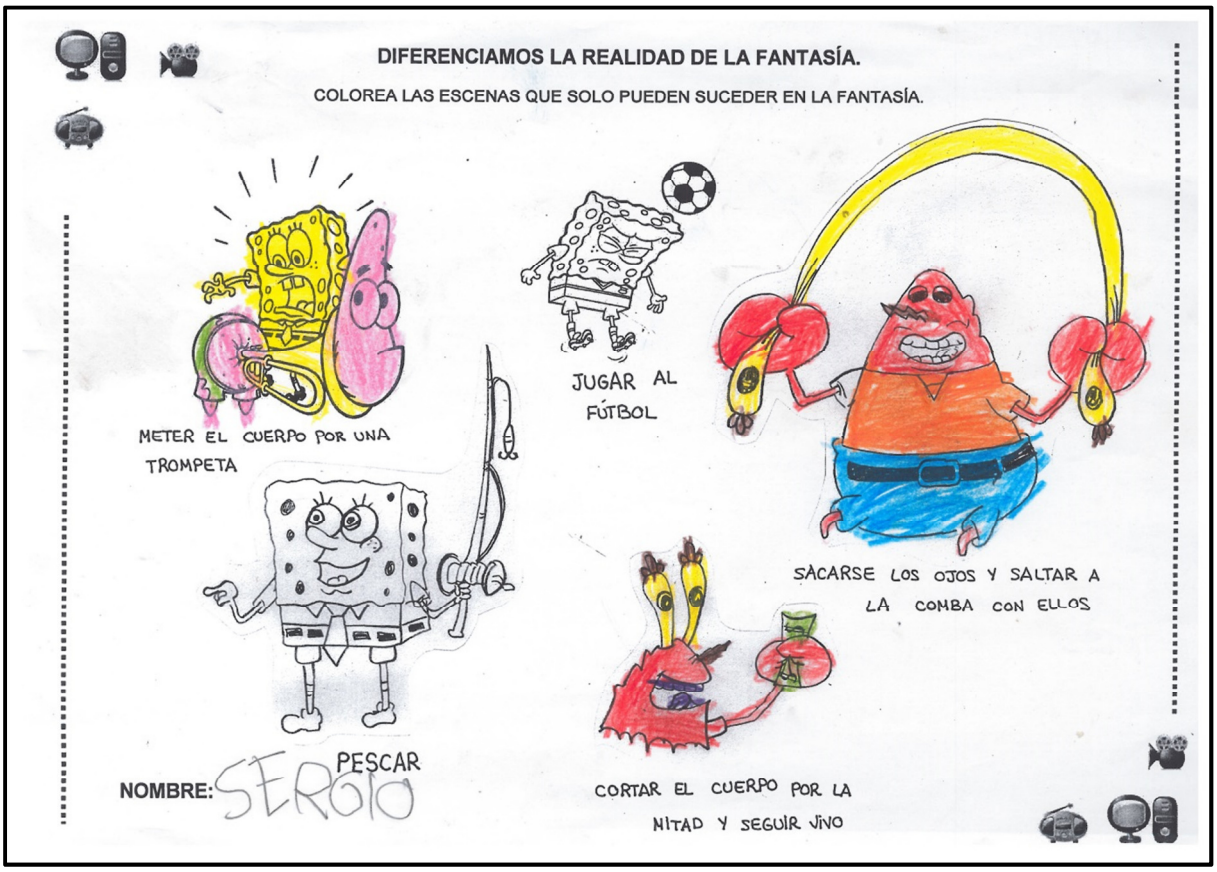
Sergio: si porque siempre hace cosas fatales. Se sienta encima de Bob Esponja.

Ana: ¿Hace cosas que no tienen mucho sentido?

Daniela: también se mete el dedo en el tete y luego se saca cosas. Tiene pelusas. Se mete los dedos en los oídos y también coge una rama y se la come.

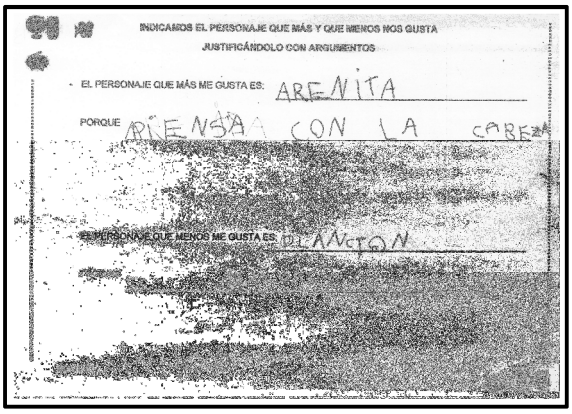
ANEXO 8.

REALIDAD Y FANTASÍA.



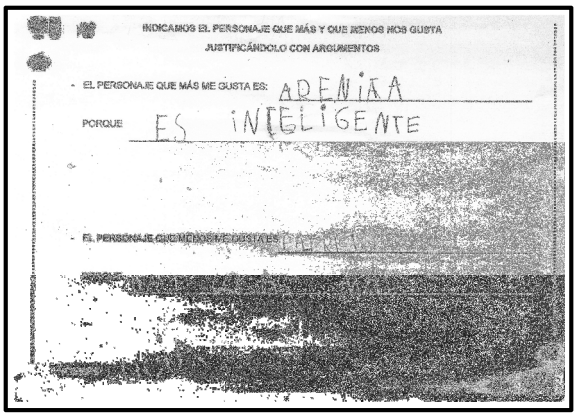
ANEXO 9.

EL PERSONAJE QUE MÁS Y QUE MENOS NOS GUSTA.


INDICAMOS EL PERSONAJE QUE MÁS Y QUE MENOS NOS GUSTA
JUSTIFICÁNDOLO CON ARGUMENTOS
- EL PERSONAJE QUE MÁS ME GUSTA ES: ARENITA
PORQUE PIENSA CON LA CABEZA
- EL PERSONAJE QUE MENOS ME GUSTA ES: PLANCTON

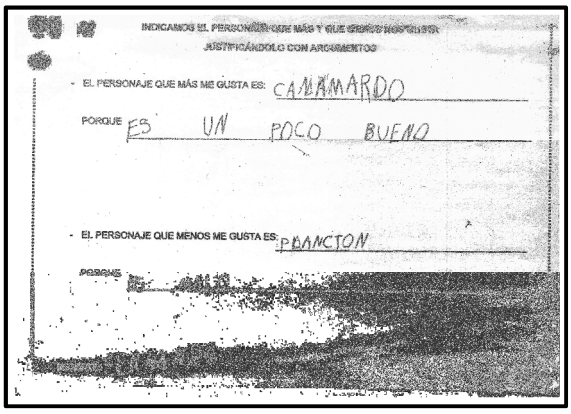
El personaje que más me gusta es "Arenita" porque "piensa con la cabeza".

El personaje que menos me gusta es "Plancton" porque "es malvado".


INDICAMOS EL PERSONAJE QUE MÁS Y QUE MENOS NOS GUSTA
JUSTIFICÁNDOLO CON ARGUMENTOS
- EL PERSONAJE QUE MÁS ME GUSTA ES: ARENITA
PORQUE ES INTELIGENTE

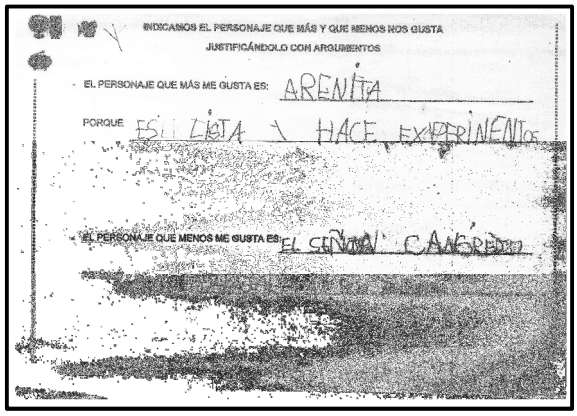
El personaje que más me gusta es "Arenita" porque "es inteligente".

El personaje que menos me gusta es "Patricio" porque "hace cosas mal".


INDICAMOS EL PERSONAJE QUE MÁS Y QUE MENOS NOS GUSTA
JUSTIFICÁNDOLO CON ARGUMENTOS
- EL PERSONAJE QUE MÁS ME GUSTA ES: CALAMARDO
PORQUE ES UN POCO BUENO
- EL PERSONAJE QUE MENOS ME GUSTA ES: PLANCTON
PORQUE

El personaje que más me gusta es "Calamardo" porque "es un poco bueno".

El personaje que menos me gusta es "Plancton" porque "es malo".


INDICAMOS EL PERSONAJE QUE MÁS Y QUE MENOS NOS GUSTA
JUSTIFICÁNDOLO CON ARGUMENTOS
- EL PERSONAJE QUE MÁS ME GUSTA ES: ARENITA
PORQUE ES LISTA Y HACE EXPERIMENTOS
- EL PERSONAJE QUE MENOS ME GUSTA ES: EL SEÑOR CANGREJO
PORQUE

El personaje que más me gusta es "Arenita" porque "es lista y hace experimentos".

El personaje que menos me gusta es "El Señor Cangrejo" porque "hace trabajar a Bob Esponja".

ANEXO 10.

PROPUESTA DE CAMBIOS EN LOS DIBUJOS ANIMADOS.

"Patricio y Bob Esponja se dan un gran abrazo, en lugar de pelearse".

"Plancton entra pidiendo permiso".

"Patricio y Bob Esponja no se pelean; juegan juntos".