

FACULTAD DE COMUNICACIÓN

UNIVERSIDAD DE SEVILLA



TRABAJO DE FIN DE GRADO

GRADO EN PERIODISMO

**La educomunicación en Sevilla:
diagnóstico del taller "La prensa en las
escuelas"**

Autora: Irene Carmona Hidalgo

Tutor: David Montero

Departamento de Periodismo I

Sevilla, junio 2018

ÍNDICE

1 Resumen y palabras clave	1
2. Claves del Trabajo de Fin de Grado	2
2.1. Introducción	2
2.2 Objetivos	2
2.3 Hipótesis.....	4
2.4 Metodología.....	4
3. ¿Qué es la educomunicación?	5
3.1 Alfabetización mediática y educomunicación.....	7
4. El porqué de la necesidad educomunicativa	8
5. Apuntes históricos de la educomunicación	11
6. Experiencias en Sevilla	15
7. ¿Cuál es la opinión social generalizada?	17
8. Diagnóstico de un caso "La prensa en las escuelas"	21
8.1. ¿Qué es "La prensa en las escuelas"?.....	21
8.2 Financiación.....	22
8.3 Duración	22
8.4. Métodos de enseñanza.....	23
8.5 Los dinamizadores.....	27
8.6 Testigos de un taller. Temas a tratar.....	28
8.7 La opinión de los alumnos.....	32
9. Conclusiones	38
10. Referencias bibliográficas	41
11. Anexos	43

1. Resumen

La educomunicación es un concepto relativamente reciente que comenzó a oficializarse a finales de los años 70 cuando la UNESCO lo aceptó. Pese a la novedad del concepto, las experiencias en materia de educomunicación habían tenido lugar mucho antes.

Con los años, numerosos estudiosos en la materia han aportado distintos enfoques y filosofías, así que las iniciativas en este ámbito no han dejado de realizarse desde entonces. Desde el grupo onubense "Comunicar" a distintas iniciativas llevadas a cabo por asociaciones de la prensa, son muchos los talleres y charlas que han tenido cabida en el escenario educomunicativo andaluz, y, concretamente sevillano.

La infoxicación a la que estamos sometidos en los últimos años, debido a la proliferación de aparatos electrónicos y la facilidad para adquirirlos, han traído consigo una mayor preocupación por saber postularse de forma más crítica ante este incesante flujo de información.

Es por ello que hacer hincapié en los jóvenes como futuros consumidores de información se ha convertido en una tarea esencial. En especial, la Asociación de la Prensa de Sevilla llama la atención por su larga experiencia y la cantidad de alumnos alcanzados en ocho años. Desde "La prensa en las escuelas" -el taller de educación mediática organizado desde la APS- lo tienen claro: es necesario inculcar en los más jóvenes la importancia de la comunicación para conseguir llegar a una sociedad democrática en el futuro. Para ello, con talleres de cuatro horas de duración, realizan una ruta educativa por los aspectos esenciales del periodismo tratando de inculcar un consumo mediático más crítico y valores como la igualdad

Palabras clave

Educomunicación, educación mediática, educación en medios de comunicación, alfabetización mediática, Asociación de la Prensa de Sevilla, taller "La prensa en las escuelas".

2. Claves del Trabajo de Fin de Grado: La educomunicación en Sevilla: diagnóstico del taller "La prensa en las escuelas".

2.1 Introducción

El programa "La prensa en las escuelas" es una actividad promovida desde la Asociación de la Prensa de Sevilla que tiene como objetivo introducir conocimientos relativos al funcionamiento del periodismo y la comunicación en las aulas. En este proyecto, surgido en 2010, se realizan talleres de dos sesiones- de dos horas cada una- en institutos de la provincia de Sevilla, donde profesionales de la comunicación acercan el mundo periodístico a jóvenes de entre tercero de la ESO y segundo de Bachillerato.

"La prensa en las escuelas" no es el único proyecto de este tipo promovido en la provincia de Sevilla. Existen talleres como "Telekids", que tratan de acercar el lenguaje cinematográfico a los más pequeños; "Medios en igualdad", promovidos desde la Asociación Deguadaíra y prestando especial interés en la enseñanza en medios de comunicación a personas con discapacidad visual y mayores de 55 años; así como otros impulsados desde el Grupo Joly, "La prensa en andaluz".

Todas estas actividades presentadas se engloban dentro la educomunicación, la cual se basa en el aprendizaje sobre la producción y el consumo de comunicación de manera crítica. Esta disciplina comienza sus andanzas durante los años treinta y ha proseguido evolucionando acorde a los tiempos y las necesidades de la sociedad.

Para poder descubrir desde dentro los entresijos de los talleres de educomunicación, se ha realizado este trabajo de diagnóstico de "La prensa en las escuelas". Con ello se pretende conseguir un acercamiento a este tipo de talleres para descubrir las técnicas de educación usadas, los temas recogidos por los profesionales que imparten los talleres y, en general, todo el entresijo que envuelve este proyecto que se basa en la educación mediática.

2.2 Objetivos

Con el objetivo de crear un marco teórico con el que poder contextualizar las distintas actividades englobadas dentro del taller "La prensa en las escuelas", se va a proceder a

introducir la educomunicación a través de su historia reciente. De esta forma, se realizará una proyección de su evolución a través del tiempo.

Asimismo, con el objetivo de ofrecer una información más completa sobre la temática de este trabajo se realizará una búsqueda entre autores de la materia para tratar de explicar las necesidades sociales que hacen necesaria la educación en medios de comunicación.

Como la sociedad es la protagonista de estos talleres, en la medida que es la espina dorsal que mueve esta disciplina, se procederá a realizar un cuestionario con el objetivo de conseguir una aproximación a las opiniones generalizadas de la sociedad. Veremos como éste se hará a través de Internet a un grupo determinado de personas de diferentes estratos sociales.

Como el presente trabajo versa sobre el diagnóstico de "La prensa en las escuelas" , se pretende con el mismo realizar un diagnóstico completo sobre el taller. Esto comprende el conocimiento de las dinámicas de enseñanza de este proyecto en cuestiones de educomunicación. Por lo que se hará un análisis de los contenidos enseñados, las técnicas educativas que los profesionales utilizan para transmitirlos, así como el tiempo dedicado a cada una de las temáticas transmitidas.

Otro de los objetivos de este trabajo de diagnóstico se encuentra en los contenidos presentados por el programa de la Asociación de la Prensa de Sevilla: conocer si existe la incursión de temas relativos al periodismo 2.0 en las clases (*fake news*, periodismo ciudadano...). Por otro lado, averiguar si un taller estructurado en cuatro horas es suficiente para sentar las bases de una actitud crítica y un conocimiento básico sobre los entresijos del periodismo.

Uno de los objetivos clave de este trabajo será conocer la opinión de los receptores de dichas enseñanzas educomunitavas. Saber cómo valoran los alumnos las clases, conocer si demandan algún aspecto de las mismas que no se haya tratado, si consideran adecuado la duración, así como su visión general sobre el periodismo y la utilidad que tendrán éstas en su futuro.

2.3 Hipótesis

Tras haber marcado los anteriores objetivos. Las hipótesis que se trataran de forma transversal durante todo el trabajo serán las siguientes:

La primera de ellas es la falta de incidencia en las nuevas tecnologías de la información en los talleres de la Asociación de la Prensa de Sevilla. Esta se basa en encuestas realizadas por el propio taller de "La prensa en las escuelas", en el cual, sólo el ocho por ciento de los alumnos consideraron, en anteriores años, que les había aportado conocimientos sobre redes sociales - siendo el séptimo criterio escogido por los alumnos.

En una época donde Internet tiene un calado social tan importante, y un gran índice de influencia en las masas, es importante conocer los pormenores de la información difundida a través de redes sociales. Así como desarrollar una actitud crítica ante las *fake news* y las noticias mal contrastadas que inundan la red y que se presentan en su mayoría a través de las redes sociales.

En segundo lugar, la otra hipótesis que marca este trabajo de diagnóstico es la insuficiencia de una educación comunicativa en cuatro horas. Los entresijos del periodismo, así como de los grupos de comunicación, comportan un complejo sistema. Por lo que tener un tiempo tan limitado para explicarlo puede resultar contraproducente a la hora de difundir en los alumnos esta vasta información, quedándose esta corta por la simplicidad de las enseñanzas, o por el contrario, aturdirlos con demasiada información.

2.4 Metodología

Para la consecución de los objetivos marcados con anterioridad se ha procedido a realizar una revisión bibliográfica sobre estudios, artículos, publicaciones y legislaciones sobre educomunicación. Con todo ello, se ha conseguido elaborar el marco teórico sobre el que se apoya el presente trabajo, para así resolver con conocimiento aquellos contenidos relacionados con el diagnóstico del taller "La prensa en las escuelas".

Para la consecución del objetivo relativo a la construcción de una contextualización sólida sobre la que apoyar este TFG, se han realizado entrevistas a expertos y

profesionales en la materia. Con ello se han pretendido conocer sus opiniones y aportar luz a temas que no se entendían simplemente con la revisión bibliográfica.

Por otro lado, tal y como marcan los objetivos respecto al conocimiento de la opinión de alumnos y sociedad respecto a estos talleres y la educomunicación en general se ha procedido a su recogida mediante formularios online, en el caso de la opinión social, y cuestionarios presenciales, para los alumnos del taller.

Por último, para poder realizar este trabajo de diagnóstico de forma veraz y lo más objetiva posible se ha procedido a la observación de los talleres "La prensa en las escuelas". Para ello se ha acudido a dos sesiones distintas, en diferentes institutos y con edades heterogéneas.

3. ¿Qué es la educomunicación?

Tal y como se han marcado en los objetivos se va a proceder a realizar una aproximación a la teoría de la educomunicación. Para ello, el primer paso es conocer la procedencia y el alcance del término, así como la diferenciación entre este y "alfabetización mediática".

Las palabras educar y comunicar tienen aspectos comunes. Ambas transmiten información, métodos, técnicas y recursos. Las competencias necesarias para educar y comunicar son similares en su mayoría, pues estas necesitan de valores como la empatía, el compromiso y la responsabilidad social.

La educomunicación es la interrelación entre las disciplinas de comunicación y educación. Según expertos de la UNESCO, UNICEF Y CENECA, esta disciplina incluye, "sin reducirse, el conocimiento de los múltiples lenguajes y medios por los que se realiza la comunicación personal, grupal y social. Abarca también la formación del sentido crítico, inteligente, frente a los procesos comunicativos y sus mensajes para descubrir los valores propios y la verdad".

El término de educomunicación comenzó a escucharse durante los años setenta por el entorno de Pablo Freire y más adelante por el de Mario Kaplún, tal y como reconoce Martínez Salanova en el portal de Internet dedicado al grupo Comunicar. Más adelante,

en 1979, la UNESCO lo aceptó. A partir de entonces su difusión internacional fue imparable.

Esta disciplina también es conocida en términos como educación en materia de comunicación, comunicación educativa, didáctica de los medios, pedagogía de la comunicación y *media literacy* en la lengua anglosajona. (Barbas Coslado, 2012)

José Ignacio Aguaded defiende esta disciplina catalogándola de necesaria según los tiempos que corren actualmente en el que vivimos en un mundo "saturado de mensajes".

Una de las peculiaridades básicas de nuestra sociedad es la de ser generadora y consumidora de infinitos mensajes. Nuestro entorno cultural está saturado de múltiples y variados medios de comunicación de masas. Ante este "fetichismo audiovisual" al que estamos sometidos, la escuela ha de responder ofreciendo a alumnos y alumnas la posibilidad de conocer los diferentes medios, interpretarlos y crear mensajes con ellos. [...] El conocimiento de los medios de comunicación audiovisuales en las aulas no puede entenderse en ninguno de los diferentes niveles del Sistema Educativo obligatorio como una especialización técnica en los medios, ni como una opcionalidad reservada para un grupo especial de alumnos [...] por ello, no debe pretender ni formar "periodistas en miniatura" [...]. El fin básico de la presencia curricular de la Educación en Medios de Comunicación es, sin duda, enseñar a chicas y chicos a descubrir en los nuevos lenguajes como medios de conocimiento, interpretación y recreación de la realidad.¹

¹ Aguaded Gómez, J. (1993): *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada*. Huelva : Grupo Pedagógico Andaluz "Prensa y Educación".

3.1 Alfabetización mediática y educomunicación. Diferenciando conceptos.

Tras realizar la anterior aproximación al término educomunicación, surgieron algunas dudas respecto a la utilización de otro muy similar utilizado en algunos artículos que le aportan la misma carga significativa que éste: la alfabetización mediática.

Con el objetivo marcado de conocer los entresijos de la educomunicación para poder plantear de forma correcta la contextualización de este trabajo, se procedió a preguntar a expertos en la materia. En una entrevista personal Enrique Martínez Salanova comentó que, bajo su punto de vista, la utilización de los términos "alfabetización mediática" y "educomunicación" como sinónimos era totalmente equivocada. Según declaró, existen muchos autores en cuyas obras se trata ambos conceptos de forma similar, cuando realmente no tienen el mismo significado.

Según Enrique Martínez Salanova, el término de alfabetización mediática surgió como una traducción del término anglosajón *media literacy*. Y según este mismo, alfabetización, en su definición otorgada por la RAE, quiere decir "enseñar a leer y a escribir". Bajo esta premisa, Martínez Salanova hace hincapié en la poca trascendencia del término al referirse únicamente a la acción de adquirir competencias relacionadas con el consumo y la producción de los medios. En cuanto a esto, resalta cómo los medios de comunicación y la enseñanza deben entrelazarse para promover "la participación ciudadana, la expresión libre y el derecho a la comunicación responsable".

2

Por su parte, María Cinta Aguaded, quien también pertenece al grupo onubense Comunicar, sostiene una premisa similar a la de Martínez Salanova aunque con acepciones distintas. Para ella, educomunicación y alfabetización mediática pueden ser consideradas sinónimos, aunque en la práctica ambos conceptos son distintos. Este último concepto, según Cinta Aguaded, hace referencia a los espectadores críticos y responsables. Se considera la acción de preparar la actitud crítica del ciudadano. Ambos conceptos están muy relacionados entre sí, aunque bien es cierto que el término de

² Martínez Salanova, E. Educomunicación.

<http://educomunicacion.es/didactica/0016educomunicacion.htm>

educación es mucho más general, refiriéndose al cómputo global de lo que es y lo que implica esta disciplina.

4. El porqué de la necesidad educucomunicativa

El hecho de que los medios de comunicación forman parte intrínseca de la vida de la mayor parte de la sociedad es una afirmación innegable. Solo tenemos que adentrarnos en las bases de datos del Instituto Nacional de Estadística para verlo. Esta misma institución señala que un 83.4% de hogares españoles tiene conexión a Internet. Esta cifra ha crecido de forma considerable si la comparamos a anteriores estudios. El porqué de este hecho parece evidente si consideramos nuestro contexto social actual, en el que nos movemos en un escenario multipantalla, donde las tecnologías copan la mayor parte de nuestra vida.

En 1979 ya se empezaban a vislumbrar estas circunstancias sociales desde la UNESCO. Tal y como menciona Juan Francisco Torregrosa Carmona (2006) los términos de "educucomunicación" y "educación para los medios" comenzaron a ser comúnmente aceptados desde la organización. Con ellos se hacía referencia "a todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles y, en todas circunstancias, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan en la sociedad y su repercusión social [...]"

La consideración de este hecho como importante llevó a que en 1982 se sentaran las bases y razones por la que la educación en medios de comunicación debía tomar un importante papel en la sociedad. El escenario de este hecho fue un simposio organizado por la UNESCO en la ciudad de Grünwald.

En lugar de condenar o aprobar el indiscutible poder de los medios de comunicación, es forzoso aceptar como un hecho establecido su considerable impacto y su propagación a través del mundo y reconocer al mismo tiempo que constituyen un elemento importante de la cultura en el mundo contemporáneo. No hay que subestimar el cometido de la comunicación y sus medios en el proceso de desarrollo ni la función

esencial de éstos en lo que atañe a favorecer la participación activa de los ciudadanos en la sociedad. ³

De la misma forma, este aumento de las facilidades que nos permiten abrir ventanas al mundo, trae consigo una estruendosa fuente de información inagotable, siendo este hecho denominado infoxicación, tal y como Alfons Cornella ha bautizado a este singular hecho tan común en nuestro tiempo.

Esta constante navegación entre datos de información inabarcable hace especial hincapié en los usuarios habituales de las redes sociales e Internet. Sin ir más lejos, estudios hechos por el INE en 2017 sitúan alrededor del 98% la cifra de jóvenes españoles entre 16 y 24 años que han usado Internet en los últimos tres meses. ⁴

Ante tales cifras en cuanto al uso de medios de comunicación, especialmente Internet, se puede llegar a observar la necesidad de un conocimiento más amplio sobre el consumo de la información que se realiza. Puesto que son los medios de comunicación e información los que enmarcan la cultura y los comportamientos sociales en la actualidad, tal y como Len Masterman (1994) menciona, constituyen auténticas "empresas de concienciación" que no sólo ofrecen información a los consumidores, sino maneras de entender el mundo. Bajo esta misma premisa, Stuart Hall (1977), fundamenta este argumento sosteniendo que la "gran función cultural de los medios de comunicación es construir selectivamente el conocimiento de la sociedad".

Esta gran influencia al alcance de la mano de los medios de comunicación no ha pasado desapercibida. El poder de los medios de comunicación y su influencia social es innegable. Estos ayudan a la sociedad a dar sentido al mundo y a constituir la visión que tenemos del mismo. (Dennis McQuail, 1983). Autores como Dallas Smythe afirman que en la segunda mitad del siglo XIX, la propia evolución social demandaba medios de comunicación, tanto anunciantes como "guardianes de la moral" -tal y como menciona Torregrosa Carmona (2006)- para crear diversos tipos de concienciación en las audiencias.

³ Simposio en la ciudad de Grünwald realizado en 1982 por la UNESCO

⁴

http://www.ine.es/ss/Satellite?L=es_ES&c=INESeccion_C&cid=1259925528782&p=1254735110672&pagename=ProductosYServicios%2FPYSLayout

Es esa gran influencia social la que ha llevado a la demanda de una audiencia crítica que sea capaz de consumir información procedente de los medios de forma sensata y con conocimiento.

Es aquí donde se encuentra la clave de todo; donde radica el verdadero porqué de la educomunicación. Esa función de los medios de comunicación como proveedores de conciencia es el esqueleto que vertebra las verdaderas razones de la educación en medios de comunicación. Esta constante cascada de información va a tener repercusión en la sociedad construyendo las conciencias colectivas del público. Es por esto mismo por lo que se debe educar una visión crítica para acceder a una sociedad más democrática y consciente de la comunicación que se consume.

*Por ello, formulamos a las autoridades competentes un llamamiento con miras a: organizar y apoyar programas integrados de educación relativa a los medios de comunicación desde el nivel preescolar hasta el universitario y la educación de adultos, con vistas a desarrollar los conocimientos, técnicas y actitudes que permitan favorecer la creación de una conciencia crítica y, por consiguiente, de una mayor competencia entre los usuarios de los medios de comunicación electrónicos e impresos.*³

Es en esto mismo, el fomento de una conciencia crítica, donde radica la importancia de muchas iniciativas que pretenden acercar a la sociedad este conocimiento sobre los medios de comunicación para la consecución de un espacio más crítico y democrático. Esto mismo lo corrobora María Cinta Aguaded, educomunicadora, así como Rocío Domínguez, coordinadora del proyecto "La prensa en las escuelas".

Es uno de nuestros principales objetivos. Se les insiste mucho en la importancia de tener una conciencia crítica a la hora de consumir información de los medios. Y sobre todo, para la utilización de Internet. Es importante esto, tanto que les hacemos mucho hincapié en los peligros de la red. En el momento que cuelgan cualquier imagen o publicación las posibilidades de difusión de la misma son enormes y dejan de pertenecerles. Por lo que manejar las redes sociales de forma crítica y consciente de sus posibilidades es algo

*muy importante que se deben inculcar a los jóvenes desde el principio. (M. Cinta Aguaded)*⁵

Es así como inculcar un uso crítico de los medios de comunicación que se encuentran a nuestro alcance tiene mucha importancia. Tanto, que proyectos llevados a cabo por el grupo de investigación Ágora de la Universidad de Huelva -al que pertenece la Dra. Cinta Aguaded- o el taller "La prensa en las escuelas" buscan eso precisamente.

5. Apuntes históricos de la educomunicación

Tal y como se ha mencionado en páginas anteriores, uno de los objetivos del presente trabajo es contextualizar el marco en el que se encuentra la educomunicación, para así poder realizar un análisis más completo sobre el taller "La prensa en las escuelas". De este modo, se puede llegar a posicionar este programa sevillano dentro de un todo común. Saber desde cuándo se están llevando a cabo las experiencias en educomunicación o cómo estas han ido evolucionando en el tiempo.

Atendiendo a los distintos estudios sobre la historia de la educomunicación pocos tienen un punto en común sobre el momento en el que esta disciplina surgió por primera vez. Algunos sitúan las primeras experiencias durante la Segunda Guerra Mundial en la medida en la que se trataba de educar el sentimiento patriótico de los soldados combatientes. (Sierra, 2006)

Sin embargo, otros apuestan por un punto de partida situado en 1933 cuando F.R. Leavis y su alumno, Denys Thompson, publicaron *Culture and Environment. The Training of critical awareness*. En esta obra, ambos autores expusieron una serie de metas para el desarrollo de un conocimiento más crítico sobre la prensa en los más jóvenes. El contexto de la misma se puede situar en un momento donde pensadores como Leavis y Thompson consideraban a los medios de comunicación como corruptores de la cultura y trataban de conseguir crear una férrea defensa con la discriminación y la resistencia como armas. De esta forma, las teorías de ambos autores comenzaron a ser bastante polémicas puesto que tenían una visión elitista de lo que era

⁵ María Cinta Aguaded, comunicación personal, 19 de mayo de 2018.

la "cultura superior", aquella contra la que los jóvenes tenían que luchar. (Buckingham, 2005).

Años después saltó a escena Cèlestin Freinet, este maestro francés comenzó a poner en marcha experiencias pedagógicas con los medios de comunicación como eje central. Animaba a los niños a aprender mediante el uso de los medios tradicionales, como el cine, la prensa y la radio, haciendo que incluso estos fueran los productores de información. Freinet coordinaba los periódicos escolares en el que los alumnos plasmaban su propia realidad. De esta forma trataba de conseguir transmitir enseñanzas, no solo relacionadas con los medios, sino valores como la cooperación, el diálogo y la interacción. (Cabral y Ferreyra, 2016)

A partir de los años 60 con la difusión del alcance de la televisión y el cambio de paradigma en cuanto a la cultura popular (Buckingham, 2005), surge en el Reino Unido la necesidad de incluir en el currículo escolar la *Media Literacy*. Las nuevas investigaciones en torno a sociología, pedagogía y filosofía, entre otros, comenzaron a incluir los estudios sobre medios de comunicación. Esta misma corriente propulsó incluso la creación de la revista *Screen Education*, editada por el British Film Institute y con el objetivo de llegar a educadores que instruyeran a sus alumnos en temáticas relacionadas con medios de comunicación.

Durante toda la década de los sesenta esta influencia de la *Media Literacy* se verá en más países como Canadá, donde Jonh Pungete y Barry Duncan trataron de promoverla. Asimismo, tal y como cita E. Castro Lara en "Educomunicación. 60 años de una historia polysémica" a principios de los setenta, se hizo popular la creación de grupos escolares de producción periodística, cadenas de radios amateur, cine clubs, así como experiencias de alfabetización visual, conocidas como *visual literacy*.

Pero si hay que nombrar a un referente en el mundo de la educomunicación quizás este sea Len Masterman. Este investigador británico fue profundamente crítico con la revista *Screen* por considerar que las ideas que propugnaba en cuanto a la cultura era profundamente elitistas. Pese a ello, y tal como se puede ver en sus obras *Teaching about Television* (1980) y *Teaching the media* (1985), compartía algunos puntos comunes con este pensamiento. Ambas corrientes de educación mediática tenían como objetivo el descubrimiento de la "naturaleza constructa de los medios de comunicación". (Buckingham, 2005)

Len Masterman apostaba por la realización de estudios de los medios muy minuciosos y de carácter totalmente analítico haciendo especial hincapié en los contextos económicos que se encontraban detrás de los medios de comunicación tradicionales. El objetivo último era descubrir las intenciones e ideologías ocultas de los medios de comunicación. (Buckingham, 2005).

La década de los ochenta cobra una especial dimensión para la educación en medios de comunicación. A principios de esta década fue debatido el informe McBride en el que se propugnaron los principios del nuevo escenario mediático y se le dio especial importancia a la influencia y repercusión de los medios de comunicación en la sociedad.

Paralelamente a esto, Margaret Thatcher y Ronald Reagan, en el principio de su mandato, comenzaron a desarrollar políticas conservadoras que acabaron con la suspensión de la financiación a determinadas organizaciones enfocadas a la educación mediática. Tras esto, fue Canadá el país que encabezó la lista en investigaciones relacionadas con la educación en medios. Allí, en organizaciones como Toronto Association for Media Literacy, se luchaba por la inclusión de la enseñanza en medios en la educación oficial. (Castro Lara, 2016).

Pero, en general, y según Roberto Aparici (2010), en la década ochentera surgieron determinados grupos, auspiciados por las investigaciones existentes en materia educocomunicativa, locales, regionales e internacionales ligados a lazos idiomáticos y culturales (grupos anglosajones e iberoamericanos).

El término de educomunicación como tal se comienza a situar durante esta década de los ochenta. Algunos autores la asocian a Paulo Freire, mientras que otros lo hacen a Mario Kaplún. Enrique Martínez Salanova comenta en uno de sus artículos de su web educomunicación que pese a que el término comúnmente es asociado a Kaplún, algunos lo habían escuchado anteriormente en el entorno de Freire. Aunque esto se desconozca lo que sí reconocen muchos es la gran influencia de estos dos comunicadores para la educación mediática.

Para el brasileño Paulo Freire, la comunicación y la educación estaban estrechamente relacionadas.

Para Paulo Freire la comunicación es un complemento directo de la educación, proceso de aprendizaje que dura toda la vida. Al igual que

*la educación, la comunicación es un acto creador, un acto cognoscitivo y un acto político, dirigidos al cambio social. Los medios de comunicación, las imágenes, fotografías e ilustraciones, son claves para generar un diálogo existencial. Los participantes de los círculos de cultura dialogaban entre sí y con quien dirigía el debate, sobre los contenidos asociados a las diferentes figuras, y la repercusión en su propia vida. En ocasiones, cuando había posibilidades, se trabajaba con películas y grabaciones que se convertían en generadoras de diálogo.*⁶

Por su parte, el periodista Mario Kaplún, fue el elegido por la UNESCO para profundizar sobre la disciplinas de comunicación y educación.

*Para Mario Kaplún al comunicar se aprende, emisores y receptores, tanto en los procesos educativos como en los comunicativos, aprenden unos de otros, se intercomunican, pues el lenguaje es el instrumento del pensamiento (aportación de la pedagogía), a partir del cual no solamente podemos comunicarnos, sino también pensar. ¿Cómo se adquiere el lenguaje? ¿Cómo aprendemos a hablar?: comunicándonos.*⁶

Al comenzar la década de los noventa, el contexto tecnológico comenzó a cambiar significativamente, haciendo que como consecuencia también lo hicieran las teorías relativas a la educación en medios de comunicación. (Sierra, 2006). En Estados Unidos y Reino Unido se comenzó a integrar esta disciplina en los programas curriculares.

Así, los anglosajones, se dedicaron a afianzar conocimientos en la línea de enseñanza crítica de los medios de comunicación, incluyéndola en los programas curriculares; *Australia Teachers of media* es fundada en Australia integrando así de forma oficial la educación mediática en este país; por otro lado, durante la segunda mitad de los noventa, algunos programas antidrogas utilizaron la educación en medios como estrategia de combate para tratar de paliar este problema social. (Leaning, 2009)

⁶ Martínez Salanova, Enrique. Educomunicación.
<http://educomunicacion.es/didactica/0016educomunicacion.htm>

Dado el protagonismo que las nuevas tecnologías tuvieron en la sociedad actual desde finales del siglo pasado, parece que desde las propias organizaciones de educomunicadores se han tratado de llevar a la práctica experiencias educomunicativas innovadoras. Sin ir más lejos, desde finales de los ochenta, el grupo de educación mediática "Comunicar" participó en el proyecto estatal "Prensa - Escuela" impulsado desde la propia administración central.

Además de todo ello, a nivel nacional también llama la atención las experiencias de la Universidad Nacional de Educación a Distancia, de la SOAP en Madrid y la Drac Magic en Cataluña. (Aparici, 2010)

Tal y como se ha mencionado, esta creciente importancia de los medios de comunicación en la sociedad ha llevado a que en otros lugares del mundo esta disciplina ya no sea algo marginal. En Estados Unidos, estados como el de Montana han incorporado en su currículo escolar la *media literacy* como una de las competencias que los alumnos deben adquirir al terminar la escuela. Por otro lado, en lugares como Arabia Saudí o Nigeria ya se han organizado conferencias de esta temática, en 2007 y 2008 respectivamente. (Torrent, 2009).

6. Experiencias en Sevilla.

Desde que los medios han empezado a formar una parte importante de la vida cotidiana de la sociedad son varios los proyectos que han surgido con el objetivo de apostar por la enseñanza de una actitud crítica en el consumo de los medios de comunicación.

Bajo esta premisa surgió el grupo onubense "Comunicar" auspiciado por el pedagogo José Ignacio Aguaded Gómez. Este profesor, con vocación de periodista, se reunió junto a un grupo de personas que creían en la educomunicación como materia indispensable para educar a una sociedad crítica. De esto precisamente ha hablado María Cinta Aguaded en una entrevista personal: este grupo surgió del interés de varios profesores por la comunicación, pasando de ser un proyecto provincial onubense a uno regional andaluz. A nivel nacional este equipo ha participado en numerosos proyectos de carácter académico relacionados con la educación en medios de comunicación. La

propia Cinta Aguaded mencionaba cómo se vieron sumergidos en el proyecto "Prensa - Escuela".

Este proyecto surgió en 1985 y estuvo en vigor hasta 1990. Este fue promovido por el Ministerio de Educación y Ciencia en consonancia con la Asociación de Editores de Diarios Españoles (AEDE). El objetivo era colaborar con los periódicos más importantes en el ámbito estatal para "promover la utilización plural e innovadora de la prensa en los centros educativos". (Martínez Fernández, 1991) [Yunta, 2014]

Pese a que el lugar original del grupo es Huelva se ha considerado oportuno integrarlo en el presente trabajo, añadiéndolo a las experiencias que tienen lugar en la ciudad de Sevilla, para la consecución de los objetivos planteados con anterioridad. Su importancia radica en la capacidad que tuvo este grupo pionero en reunir a distintos expertos en materias de educación y comunicación para empezar a debatir y desarrollar distintos programas con el objetivo de expandir estas teorías. Muchos de sus integrantes se encuentran por toda la comunidad de Andalucía, teniendo la ciudad de Sevilla un gran peso de los mismos.

Telekids es otro de los proyectos a nivel regional que destaca en la ciudad de Sevilla. Su promotora es Jacqueline Sánchez, doctora en comunicación y especializada en educación mediática. Pertenece al grupo Comunicar, aunque el proyecto es independiente de este último. Este taller de cine y televisión para niños de entre 8 y 12 años tiene como misión que los niños aprendan sobre "escritura de guiones, grabaciones, sonido, iluminación y edición mientras empiezan a desarrollar una mirada crítica ante los medios de comunicación", tal y como se puede leer en su página web.⁷

Este proyecto es destacable puesto que incluso han llegado a ser reconocidos por las Naciones Unidas. En 2012 niños del taller ganaron el Premio del Jurado Internacional en la categoría de 9 a 11 años del Festival Plural, organizado por Alianza de las Civilizaciones de la ONU y la Organización Internacional para las Migraciones (OIM). Es así como un grupo de pequeños cineastas, menores de 11 años consiguieron ser galardonados por el corto titulado *¿De verdad piensas eso de mi?*⁸

⁷ Telekids. <https://tallertelekids.blogspot.com.es/>

⁸ Brenes, A. (18 de noviembre de 2012). Pequeños cineastas ruedan un "corto" muy grande. *El Mundo*.

En otros proyectos, como en el Aula de la Experiencia, promovido desde la Universidad de Sevilla, se enfoca en la enseñanza cultural y social sobre determinados aspectos a mayores de 50 años. Este curso ha contado con un apartado basado en el entendimiento del Periodismo en pleno siglo XXI, donde profesores de la Facultad de Comunicación como Rosalba Mancinas, han participado.

Desde la Asociación Deguadaíra han puesto en marcha otro proyecto de educación mediática. En este caso, el alumnado está formado por personas con discapacidad visual y con mayores de 55 años. En estos talleres dos periodistas se ponen al frente del grupo con el objetivo de mostrar a través de diversas noticias de prensa y televisión malas y buenas prácticas periodísticas. Todo ello con el objetivo de promover mayor accesibilidad de los medios, así como una actitud crítica.

Alguno de estos proyectos se encuentran financiados por la Junta de Andalucía, enmarcados dentro de la "Convocatoria de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva para la mejora de la alfabetización mediática para la promoción de la lectura de la prensa en Andalucía". Anualmente, desde la Consejería de la Presidencia, Administración Local y Memoria Democrática, se destinan aproximadamente 500.000 € en proyectos para la promoción de la educación en comunicación. Concretamente, este año la cantidad presupuestaria destinada a cubrir las demandas en este tema ha sido de 464.148,22€. ⁹

En la última convocatoria, cuyo plazo de solicitud estuvo abierto durante el mes de enero, un total de 40 proyectos se presentaron para optar a dichas ayudas públicas. De todas ellos, 24 proyectos han sido los elegidos para recibir la cuantía correspondiente por el ejercicio de su actividad educomunicativa.

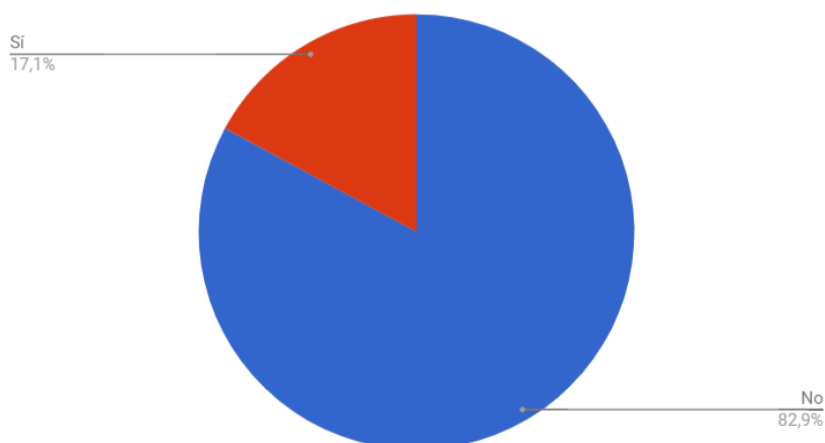
7. ¿Cuál es la opinión social generalizada?

Dado que nos encontramos en un contexto social donde la comunicación juega un papel tan importante se vio necesario comprobar cuál era la opinión generalizada sobre la educomunicación y si es una disciplina demandada en el ámbito social. Por ello, se realizó una encuesta a través de Google (ANEXO 2) con el objetivo de conocer parte de la opinión popular sobre este tema. Dicha encuesta contó con la participación de 117 personas cuyas edades se sitúan entre los 72 y los 16 años.

⁹ BOJA N° 222, DE 18 DE NOVIEMBRE.

En primer lugar se preguntó sobre el conocimiento generalizado sobre el término educomunicación. De todos los encuestados, sólo un 17,1% respondieron que conocían el término. Esta cuestión puede llegar a confirmar cómo existe de forma coincidente cierto desconocimiento en cuanto a esta disciplina.

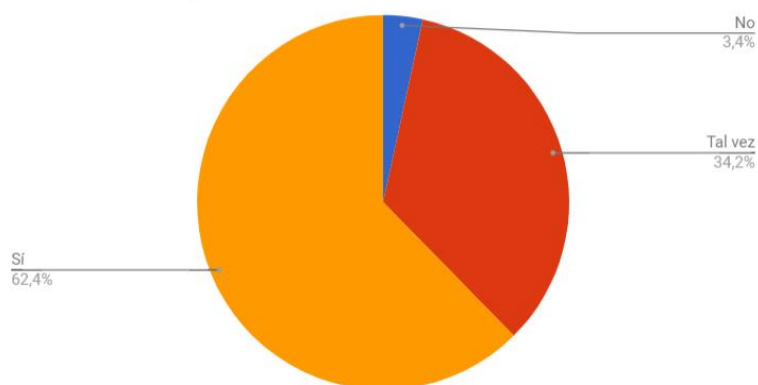
Recuento de ¿Conoces el término educomunicación?



Mayo 2018. Fuente: cuestionario propio

Por otro lado, con el fin de comprobar la necesidad intrínseca de un conocimiento más amplio a nivel social sobre los medios de comunicación, se optó por hacer una pregunta que, de forma simplificada, pudiera identificar este problema. Por este motivo se cuestionó la capacidad social de identificar informaciones de calidad de aquellas que no lo son, entre las que pueden incluirse *fake news* o bulos. En este caso, el 62,4% respondió de forma afirmativa, dando a entender que eran capaces de diferenciarlos. Un 34,2% contestó que tal vez; siendo únicamente un 3,4% los que dijeron que no serían capaces de hacerlo.

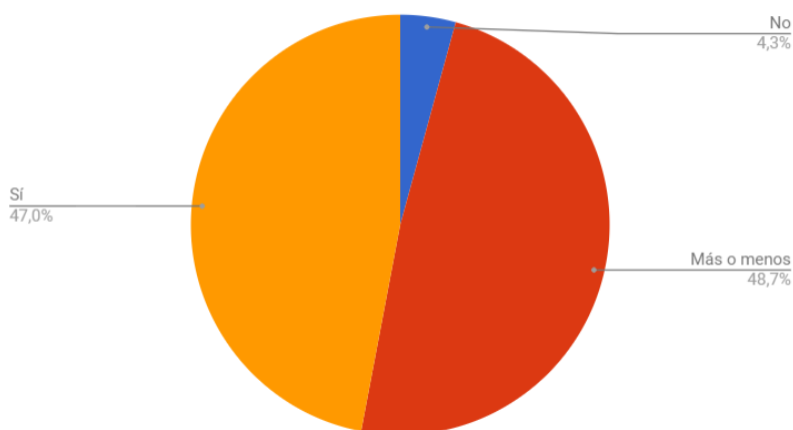
Recuento de ¿Crees que capaz de identificar informaciones de calidad de las que no lo son?



Mayo 2018. Fuente: cuestionario propio

Sin embargo, en la siguiente cuestión, es una estrecha mayoría la que contesta que está "más o menos" al tanto de la actualidad. Tras esta respuesta respaldada con un 48,7% se puede llegar a intuir que pese a que una amplia mayoría se vea capaz de identificar información de calidad de la no lo es, de nuevo la mayoría, no se considera que está al día con la actualidad.

Recuento de ¿Consideras que estás al tanto de la actualidad?



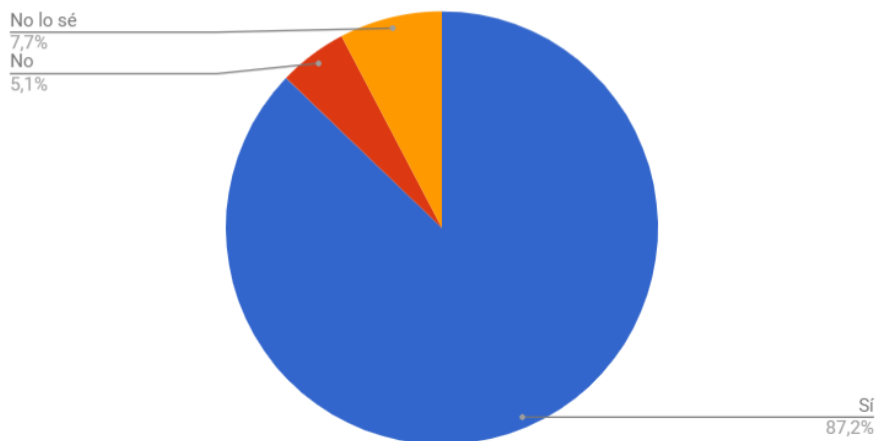
Mayo 2018. Fuente: elaboración propia.

Un 87,2% responde afirmativamente a la pregunta de si es necesario tener cierto bagaje en cuanto al mundo periodístico y su funcionamiento para informarse de forma correcta.

De igual forma, sosteniendo la premisa de que una mayoría no se considera completamente al tanto de la actualidad, con la siguiente pregunta se puede llegar a confirmar el argumento general de que para informarse de forma correcta es necesario

conocer los entresijos del periodismo. Es por esto mismo por lo que quizás se pueda intuir que esa inseguridad a la hora de contestar la anterior pregunta puede deberse a la inseguridad derivada del desconocimiento de los entresijos del periodismo a la hora de acceder a la información.

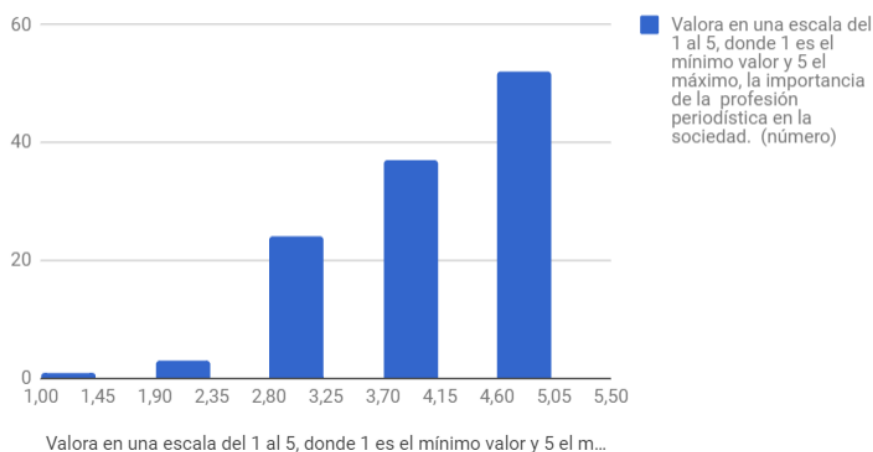
Recuento de ¿Crees que es importante conocer los entresijos del Periodismo para crear una conciencia crítica a la hora de i...



Mayo 2018. Fuente: elaboración propia.

Finalmente, tal y como se les preguntó a los alumnos del taller "La prensa en las escuelas", que veremos más adelante, se pidió una valoración del 1 al 5 sobre la importancia que cree que tiene la figura del periodista en la sociedad. La media de las respuestas dadas corresponde a un 4,2 sobre 5. Con esto, al igual que en la encuesta realizada a los alumnos, se sobreentiende que de forma generalizada la opinión sobre la importancia del periodista en la sociedad tiene una alta estima.

Histograma de Valora en una escala del 1 al 5, donde 1 es el mínimo valor y 5 el máximo, la importancia de la profesión pe...



Mayo 2018.
Fuente:
cuestionario
propio

8. Diagnóstico de un caso: "La prensa en las escuelas".

El objetivo principal marcado al principio del planteamiento de este trabajo fue la observación de los talleres realizados por la APS. Para ello se asistió a dos sesiones distintas, para así poder conseguir una aproximación más veraz del funcionamiento de las mismas.

El proyecto de "La prensa en las escuelas" surgió en 2010 en el seno de la Asociación de la Prensa de Sevilla. Los motivos principales de la creación de este taller tienen dos vertientes: por un lado la puesta en marcha de un proyecto que le diera salida profesional a periodistas en paro que no tienen otro tipo de sustento, y, por otro, el fomento de una concienciación colectiva entre los jóvenes sobre la importancia de la comunicación y el periodismo en especial.

"La prensa en las escuelas" busca, tal y como expresa Rocío Domínguez, coordinadora del proyecto, crear un acercamiento entre jóvenes y periodismo. Establecer una conexión crítica.

Rocío Domínguez comentaba, en una entrevista personal, que la misión del proyecto es en gran medida conseguir que se reconozca entre los jóvenes la importancia de un periodismo libre en una sociedad democrática y plural. De igual forma, es esencial conseguir que se hagan una idea mental del camino en el que se embarca un periodista a la hora de dar una cierta información. Tratar de poner en valor el trabajo que existe detrás del trabajo de los profesionales de la información.

8.1 ¿Qué es "La prensa en las escuelas"?

"La prensa en las escuelas" trata de crear un acercamiento entre periodismo y jóvenes a partir de 14 años que se encuentren en el nivel académico de 3º de la ESO en adelante. Para ello cuentan con herramientas y metodologías variadas, aunque comparten un marco de acción común y unos objetivos fijados.

Este taller se encuentra activo desde el año 2010. Al frente del mismo está la coordinadora Rocío Domínguez, la cual permanece en este puesto desde 2014. Solo en 2018 se ha llegado a 31 institutos de Sevilla y su provincia, lo que ha supuesto un alcance en 124 grupos y aproximadamente 3.500 escolares.

8.2. Financiación

El proyecto es posible gracias a varios tipos de financiación. Por una parte, se encuentra los fondos propios de la Asociación de la Prensa de Sevilla. Por otro, este programa ha conseguido financiación gracias a dos programas de educación propuestos tanto desde el ámbito privado como el público.

Desde la Caixa, los fondos destinados a la financiación de este proyecto corresponden al veinte por ciento. Se engloba dentro de las ayudas promovidas desde la plataforma "Obra Social La Caixa", dentro de la cual se apoyan proyectos de carácter educativo y cultural (Educaixa).

Asimismo, la Junta de Andalucía destina anualmente una partida dedicada exclusivamente a proyectos de alfabetización mediática, como hemos visto anteriormente. Desde aquí la APS consigue una partida presupuestaria ajustable al desarrollo del proyecto. Esta misma corresponde a una cifra de 22.923€ con el objetivo de adquirir los materiales necesarios para las sesiones, desplazamiento de los dinamizadores, sueldo de estos, etc.¹⁰

8.3 Duración.

El proyecto se enmarca en dos sesiones con dos horas de duración cada una: cuatro horas en total donde un dinamizador tratará de conseguir despertar el interés por el periodismo entre los estudiantes con los que se encuentra.

Con el objetivo de averiguar si era suficiente esas dos horas de duración de los talleres, y para poder poner a prueba una de las dos hipótesis marcadas al inicio de este presente trabajo, se hizo hincapié en el por qué de la duración de los mismos. De igual forma, se trató de ver si esto influía en el resultado de los talleres preguntando a los alumnos su opinión al respecto, tal y como se verá más adelante.

Durante la entrevista concedida por la coordinadora del proyecto, Rocío Domínguez, ésta mencionó lo complicado que es coordinar unas determinadas sesiones con los centros educativos, ya que estos normalmente tienen un calendario lectivo al que se deben ajustar, y otras enseñanzas complementarias que reciben los alumnos con las que

¹⁰ BOJA N° 222, DE 18 DE NOVIEMBRE.

se deben coordinar. En definitiva, cuatro horas repartidas en dos sesiones es más que suficiente para conseguir transmitir los conocimientos según indica.

María Cinta Aguaded, por su parte, corroboró, desde su experiencia, la utilidad de dos sesiones de cuatro horas en total. La onubense ha estado al timón de proyectos de educación mediática similares y en todos ellos el problema de la duración ha estado presente, puesto que conseguir coordinar cuatro horas en la vida estudiantil de los alumnos en los centros es complicado, según declara.

De esta forma tenemos que desde el punto de vista de la organización del taller, así como de una experta en la materia, cuatro horas en total no se quedaría como insuficiente si tenemos en cuenta el calendario lectivo actual y cómo se deben coordinar con el mismo para no entorpecer las demás asignaturas de los jóvenes.

Lo que sí mencionó Cinta Aguaded es que lo ideal sería introducir estos conocimientos de manera transversal en el currículo escolar, de manera que se incidiría más en los mismos de manera más natural y prolongada en el tiempo.

8.4. Métodos de enseñanza

Integrados en otros de los objetivos del presente trabajo se ha tratado de hacer una aproximación a las técnicas educativas utilizadas por los dinamizadores de los talleres para así averiguar cómo es el acercamiento que tienen con los jóvenes.

Para conseguir una mejor recepción en el alumno, los dinamizadores cuentan con mucho material visual y una metodología de enseñanza basada en la participación. Rocío Domínguez hace énfasis en que una de las claves se encuentra precisamente en el carácter participativo de las sesiones. Se llegó a pensar en un primer momento la integración de cuadernillos de trabajo con los que los alumnos podrían hacer ejercicios, aunque enseguida se acabó descartando porque no consideraban que tuviera el suficiente gancho como para que los alumnos se quedaran con lo aprendido. En vez de ello, decidieron llevar a cabo sesiones más prácticas en las que los dinamizadores apoyaran sus explicaciones en imágenes, vídeos y muchos ejemplos. Todo ello englobado en un Power Point común a todos en el que se deben apoyar a la hora de impartir los talleres.

Si nos dirigimos hacia las teorías pedagógicas de Paulo Freire, la decisión de los organizadores de "La prensa en las escuelas" es bastante acertada. Como se ha visto anteriormente, estas sirvieron de inspiración para sentar las bases de lo que se considera ideal en educomunicación, la cual precisa de una filosofía basada en el diálogo y la participación. (Aparici, 2010)

Es importante destacar que Freire asociaba el diálogo como un elemento crucial para problematizar el conocimiento. No era un diálogo complaciente, un diálogo para la nada, sino una modalidad que indagaba en los saberes mutuos y cuestionaba el conocimiento preestablecido. El diálogo no es una mera conversación, tampoco una charla insustancial, el diálogo es una metodología y una filosofía. (Aparici, 2010. Educomunicación 2.0.)

Bien es cierto que el diálogo no se percibe de forma totalmente desarrollada durante la impartición de la clase, aunque sí es notable la intención de los dinamizadores por llevarlo a cabo. El problema en este caso podría estar condicionado por la falta de tiempo para exponer todos los conocimientos, así como la pasividad de los alumnos en determinados momentos cuando se encuentran ante temas que no conocen. Pese a todo esto, las preguntas de los encargados de la impartición del taller hacia los jóvenes son continuas, tratando así de conseguir establecer un *feedback* respecto a los temas tratados. De igual forma, la participación de estos se suele disparar cuando los temas a tratar tienen a la igualdad como clave. Fernando Domínguez, dinamizador recurrente en el taller lo corroboró: "La última parte del taller en la que se debaten sobre temas de igualdad y machismo en la sociedad se vuelve muy candente." Este periodista se refiere al último bloque en el que se trabaja: la igualdad en los medios. Es aquí donde los dinamizadores conectan directamente con la polémica y tratan de hacer reflexionar a los alumnos sobre las conductas machistas vistas en medios de comunicación y, sobre todo, en la publicidad, como veremos más adelante.

Además de todo ello los alumnos son partícipes con diversas actividades pensadas especialmente para conseguir agilizar el ritmo de las sesiones. En un primer momento, los test de actualidad marcan el pistoletazo de salida del desarrollo del taller. Durante alrededor de 15 minutos se les reparten un cuestionario común en el que deben indicar

el nombre de diversos personajes recurrentes en la actualidad española a nivel nacional. Además, este suele ir acompañado de preguntas cortas como: “¿quién es el presidente de EEUU?; ¿cuál es el *youtuber* más visto de España?; ¿cuál es el teléfono del Ministerio de Educación contra el acoso escolar?” Todas ellas “sirven para entrar en materia. Con ellas se consigue introducir el tema de los medios de comunicación a los alumnos. De esta forma entienden que aunque no quiera consumir información de los medios esta les llega” explicó Rocío Domínguez en una entrevista personal.

El material audiovisual tiene un peso importante en el taller. Los dinamizadores apoyan sus explicaciones en la presentación de Power Point que les facilitan desde la APS. “Una común para todos, aunque cada uno adapte sus explicaciones a su manera”, según comentó Rocío Domínguez. El mismo cuenta con un diseño muy visual donde la información se encuentra ordenada de forma eficiente para no saturar al alumno. Además, la incorporación de imágenes y de bastantes ejemplos de casos facilita la absorción de los contenidos.

Por otro lado, los vídeos que se presentan durante los talleres tienen funciones muy dinamizadoras, puesto que agilizan el ritmo de las explicaciones y sirven para conseguir recuperar la atención de aquellos que la han perdido. En el terreno de la pedagogía muchos estudios reconocen que la utilización de imágenes conlleva una mayor retentiva por parte del receptor, llamando incluso a este suceso como el “efecto de superioridad de las imágenes” (Llorente Cámara, 2010)

La memoria de reconocimiento de las imágenes constituye el campo con una mayor cantidad de investigaciones, que muestran la extraordinaria habilidad que tenemos para reconocer una imagen ya vista. Son varios los rasgos de la imagen que parecen provocar un efecto positivo sobre la memoria de reconocimiento: grado de significatividad, complejidad, color, movimiento. También actúan positivamente la adición de rótulos o descripciones verbales, e incluso es mayor la memorización de una palabra que tenga la forma del objeto que nombra: por ejemplo la palabra pez con la forma de un pez.¹¹

¹¹ Llorente Cámara, E. (2000). Imágenes en la enseñanza. *Revista de Psicodidáctica*. nº99.

Además de la importancia de la aparición de imágenes es importante destacar los ejercicios prácticos que tienen lugar en el aula. Un sentido muy importante se le da al examen que se hacen de periódicos de papel que son repartidos entre todos los individuos de la clase. De esta forma comienzan a analizarlos entre todos, buscando entre sus páginas ejemplos de noticias, reportajes, entrevistas, crónicas y demás géneros de opinión. La identificación de las partes se realiza también de la mano del dinamizador, quien les señala y enseña a diferenciar entre titular, cuerpo, cintillo, ladillos, destacados, etc. Los alumnos suelen seguir atentamente las explicaciones, preguntando a su vez las dudas que les van surgiendo mientras manchan sus dedos de tinta.

Otro de los ejercicios prácticos comunes en las aulas de los institutos a los que asiste la Asociación de la Prensa de Sevilla consiste en la comparación de la misma información distribuida por distintos medios. Con ello se consigue inculcar la importancia de informarse a través de distintas fuentes para así poder tener una idea más completa de la realidad. Además de ello, tras comentar a la clase los intereses ocultos tras las empresas que poseen los distintos medios, con esto se consigue enseñar a vislumbrar en parte la intencionalidad que las distintas noticias de procedencias diferentes pueden tener.

No todos los ejercicios prácticos se realizan en cada clase, todo ello dependerá del tiempo del que se disponga y otros índices como la participación y predisposición de los alumnos. En este caso, con el objetivo de conseguir mayor predisposición y complicidad con ellos, la dinamizadora Bianca Sánchez-Gutierrez, tuvo como elemento recurrente el juego del teléfono roto. En este caso, la práctica consiste en que dos alumnos leen el titular de una noticia y pasan el contenido de la misma de forma oral a uno de sus compañeros. Este, a su vez, repite lo que ha dicho de forma individual a otro, y así se crea una cadena en la que todos se pasan la información de forma individual, tratando que los demás no se percaten de lo que están diciendo. Una vez la cadena ha llegado a su fin, el último al que la información le ha llegado la dice en voz alta. En este punto del juego muchos compañeros suelen reír ante el resultado y la comparativa con la información original, ya que la diferencia entre uno y otra suele ser bastante grande. Esta práctica con tintes lúdicos le sirve a la dinamizadora apoyar sus explicaciones sobre la rutina periodísticas y el uso de las fuentes. Es aquí donde ella lanza una pregunta al aire: ¿por qué nadie se ha levantado para preguntar directamente a la fuente

qué ha dicho? Ninguno cae en ello, pero sin embargo, todos entienden el concepto que ésta trata de explicar.

8.5 Los dinamizadores.

Los periodistas que imparten los talleres de "La prensa en las escuelas" reciben de media un 9 de valoración de los alumnos. Esta cifra, bastante alta, demuestra la gran aceptación de los estudiantes respecto a estos cursos y a aquellos que se sitúan al frente de la clase en las diferentes sesiones.

La Asociación de la Prensa de Sevilla realiza una convocatoria pública entre todos los miembros de la APS en el que los candidatos deben realizar una propuesta que demuestre su valía en el terreno de la enseñanza escolar. Estos son evaluados por una comisión evaluadora formada por tres miembros de la APS. Durante la misma se observan datos relativos a la experiencia profesional como la observación de la propuesta que lleven a la presentación de su proyecto personal.

Es de esta forma como desde la Asociación de la Prensa de Sevilla se llega a conocer cuál es el proyecto de enseñanza de cada tutor, cuáles son sus puntos fuertes y cómo trata de comunicar a los alumnos estas enseñanzas.

Rocío Domínguez dejó claro que todos los dinamizadores tienen un marco común a la hora de impartir las sesiones. A todos se les facilita un Power Point de apoyo en el que se especifica las materias a tratar, por lo que la homogeneidad en las explicaciones de las distintas sesiones está clara.

En cuanto a la estructuración de las mismas, la coordinadora del proyecto relató que los dinamizadores tienen la libertad para ordenar sus explicaciones de la forma que más les convengan. Pensando así en un funcionamiento más fluido de la clase en el que los debates que vayan surgiendo entre los alumnos no queden coartados por el cumplimiento de los tiempos de las sesiones.

El trabajo que realizan los dinamizadores se ve sometido a un control con el objetivo de que desde la asociación se tenga la certeza de que todo va según lo esperado y que el funcionamiento y la utilidad de las sesiones es correcta. Para ello cuentan con testimonios de los propios profesores de los alumnos, quienes en muchas ocasiones permanecen dentro de las clases donde se imparten los talleres observando el desarrollo

de los mismos. Por otro lado, también cuentan con cuestionarios de los propios alumnos e incluso ciertas visitas desde la APS a los talleres para comprobar de primera mano el trabajo de los dinamizadores.

8.6 Testigos de un taller. Temas a tratar.

Con el objetivo de ilustrar el desarrollo de una clase al uso se procederá a realizar un análisis de los temas tratados durante dos de esas sesiones en un instituto. Para ello, también se ha realizado una medida de los tiempos dedicados a cada temática, a través de la cual se ha obtenido como resultado un porcentaje en relación a las cuatro horas en total del taller con los minutos dedicados a cada aspecto.

En primer lugar se realiza una **prueba de actualidad**. Ésta consiste en el reparto de un test en el que se aprecian varias imágenes de miembros de la política andaluza. Con ello, se trata de que los alumnos puedan reconocer el nombre de la imagen que tienen delante. Entre los seleccionados para el test repartido durante 2018 están Susana Díaz, Teresa Rodríguez, Juan Manuel Moreno, Antonio Maíllo, Juan Marín y Carles Puigdemont. Además, se incorporan preguntas de respuesta corta (¿cuál es el alcalde de tu municipio?, ¿qué reconocen los premios planeta?, ¿quién es el *youtuber* más seguido en nuestro país) y otras tipo test en las que se trata de conocer los medios de comunicación más utilizados por los jóvenes. Con todo ello, se obtiene captar la atención y una introducción a la temática que se va a ver en las sesiones. Al ser un método introductorio, la duración del mismo ocupa un 9.6% del tiempo total del taller si tenemos en cuenta la posterior corrección del mismo entre todos.

El reconocimiento de los temas de actualidad es diverso según el grupo en el que se encuentren los dinamizadores. Algunos sólo conocían a Susana Díaz de entre los políticos andaluces dispuestos en el test, otros, sin embargo, eran capaces de identificarlos a todos. Lo que sí ocurría en la mayoría de casos, tal y como Bianca Sánchez Gutierrez, dinamizadora, mencionaba, es que la gran mayoría era capaz de identificar a Carles Puigdemont. Esto no es coincidencia si tenemos en cuenta la cobertura mediática que ha tenido el catalán durante el último año. Este ejemplo, según ella misma explica, -y Rocío Domínguez corrobora- es un buen punto de arranque para demostrar a los jóvenes que consumen medios de comunicación, y se ven influenciados por los mismos, aunque no lo hagan de forma voluntaria.

Tras ese punto de partida, la introducción a la **importancia de los medios de comunicación** surge prácticamente sola. Es en este punto donde aparecen conceptos más profesionales como *agenda setting*, explicándoles de forma superficial el funcionamiento de esta teoría. De la misma forma, se hace énfasis en la importancia de estar informado y en cómo la cobertura mediática de determinados temas puede llevar a favorecer la aparición de unas opiniones generalizadas por encima de otras. Esta temática ocupa aproximadamente un 3.34% del total de la clase. El tiempo puede ser poco en comparación con lo demás, pero todo se explica de forma muy concisa y acompañado de muchos ejemplos del día a día para calar mejor en los alumnos.

Un 2.5% del total ocupa la explicación sobre **qué es el periodismo** y de qué trata. En ella la dinamizadora trata temas como la veracidad y se señala la diferenciación entre periodistas y no periodistas. Para ello se ponen ejemplos como Ana Pastor, al lado de personajes como Carlos Sobera, con el objetivo de que ellos entiendan la diferenciación existente entre un profesional y alguien que no lo es.

Tal y como se especificaron en los objetivos de este trabajo, se trató de evaluar la presencia de **Internet y redes sociales** especialmente para comprobar su protagonismo durante el taller. Estas ocupan un 2.5% del total del taller, siendo los temas tratados las redes sociales, la información de pago, el peligro de los bulos y el *clickbait*. Pese a que el porcentaje respecto a las explicaciones correspondiente durante esta temática no es mucha en comparación con otras sesiones. Sí se valora positivamente los temas tratados, así como el visionado del vídeo "Los peligros de Internet", en el que se alerta del tráfico de datos personales que quedan a disposición de cualquiera tan solo con publicar información en las redes sociales. De igual forma, la continua presencia de esta temática, la cual se menciona más veces, así como la respuesta generalizada de los alumnos en el posterior cuestionario que veremos más adelante, demuestra que pese a concisa, la información aportada es bastante precisa.

El **coste de la información** es otro de los temas a tratar durante los talleres. Aquí se fomenta el debate en torno a si los medios deben ser gratuitos o de pago, así como las ventajas y desventajas de cada opción. Se les explica de forma superficial el funcionamiento de la publicidad, con el objetivo de introducir el tema sobre la estructura que se trata más adelante. Esta parte del taller ocupa un 2.92% del total del taller.

Los temas sobre la **historia del periodismo** se tratan de forma concisa, ocupando estos apenas un 1.25% del total. Se les menciona los hechos relacionados con la imprenta, las gacetas, el sensacionalismo y amarillismo de Pulitzer y Hearst... Este rápido repaso es en parte debido a la falta de tiempo con la contaban en la sesión en la que se realizó la observación del taller.

Tras ello se pasa directamente a los **tipos de periodismo** clasificándolos según su ámbito geográfico, formato, contenido e ideologías. Esta actividad, llena de ejemplos, fomenta en gran medida la participación del alumnado por lo que la duración total de la misma corresponde a un 4.6%.

A continuación, la explicación correspondiente al **trabajo del periodista** repasa temas como las agencias de noticias, los gabinetes de comunicación y la rutina periodística. Todo ello corresponde a un 2.92% del total de ambas sesiones. Para que los alumnos comprendan mejor estos conceptos, así como la importancia de las fuentes para la figura del profesional, se realiza un juego que se ha mencionado anteriormente: **el teléfono roto**, cuya efectividad es inmediata para lograr el entendimiento del alumnado sobre este tema, así como para agilizar el ritmo de la clase. El espacio dedicado al mismo es del 5.84%.

Para las explicaciones referidas a la **libertad de prensa** los dinamizadores se apoyan en un vídeo animado en el que se explica los conceptos de esta. Tras esto, se abre un pequeño debate con los alumnos relacionados con los hechos acontecidos en torno al rapero Pablo Hesel. Esto también sirve para introducir el tema respecto a los artículos 20 y 18. Es decir, aquellos relativos al derecho a la libertad de expresión y los límites de la misma. Con esto se puede decir que se cierra el círculo respecto al trabajo del periodista, puesto que es aquí donde se exponen sus derechos, así como sus limitaciones en el ejercicio de la profesión del mismo. Todo ello ocupa aproximadamente un 5% del total del taller.

En la segunda sesión del mismo taller del que se ha hecho este análisis de contenido el primero de los temas a tratar fue la **estructura mediática**. Este complejo tema ocupa un espacio total de un 13,75% del total. Durante el mismo se realiza una introducción a esta disciplina explicando a grandes rasgos la realidad de los medios. Se dan ejemplos como el grupo Planeta y la concentración mediática. Asimismo, se introducen temas

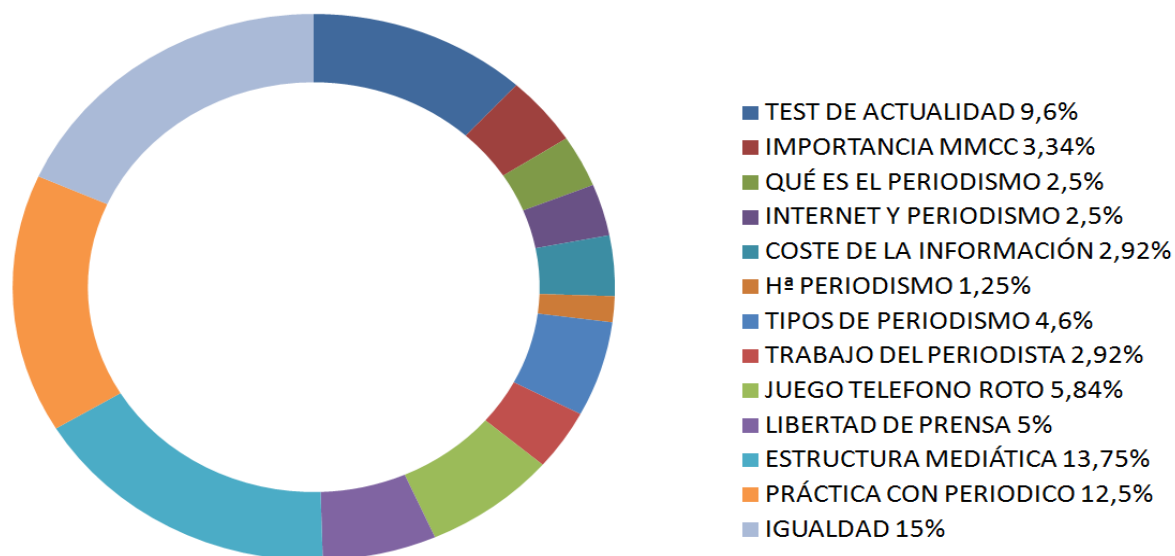
relativos a las ideologías de los medios de comunicación y de cómo la propiedad de estos influye en gran medida en la información que se va a dar. Para ilustrar todo ello y que las palabras no se queden en el aire, la dinamizadora de este taller reproduce un vídeo en el que se observa una parte de la entrevista realizada a Pedro Sánchez por parte de Jordi Évole en el contexto de la dimisión del primero como Secretario General del Partido y diputado del Congreso. Es aquí donde se realiza una explicación sobre aquellos medios de comunicación que han presionado al partido para no realizar un pacto de gobierno con PODEMOS. Al hablar de estas presiones menciona medios de comunicación, así como telefónica, aunque se abstiene de dar nombres de dos grandes bancos nacionales. Con ello la dinamizadora explica las presiones mercantiles que tienen los medios de comunicación, haciendo gran hincapié en cómo el poder económico juega un papel importante en el terreno de la comunicación.

La parte más práctica del taller ocupa casi un 12.5% del total. En esta se reparten **periódicos** a los alumnos. El Diario de Sevilla es en este caso el elegido para realizar el análisis de los contenidos de la prensa. Es aquí donde se ponen en práctica mucho de los contenidos aprendidos. Se identifican géneros, secciones, partes de las noticias (lead, cuerpo, titular...).

Como última parte del taller es grande el espacio ocupado por materia de **igualdad** en los medios de comunicación. En un espacio relativo al 15% del total del taller, se hace un análisis sobre los estereotipos de género que se perpetúan en los medios de comunicación. De igual forma, se señalan ejemplos de titulares o carteles publicitarios machistas. Durante esta parte, los alumnos se muestran más participativos, puesto que se introduce una temática con la que se identifican mucho más y a la que suelen ver con más asiduidad en su día a día.

Como se ha podido observar tras el análisis de este taller, hay una gran diferencia de contenido en ambas sesiones. Esto se puede ver muy bien ilustrado en el gráfico 1, en la que los contenidos permanecen ordenados respecto a su exposición en clase. De esta forma, en la primera sesión se observan mucho más contenidos, un total de nueve, y en el segundo son tres los grandes temas a tratar. Esto es debido a que en la primera mitad se aporta mucho más al alumno en materia de explicación, mientras que en la segunda, la participación de los jóvenes es mucho mayor si tenemos en cuenta la parte práctica

del análisis del Diario de Sevilla así como los debates originados en torno a las explicaciones en materia de igualdad.



Porcentajes de temáticas tratadas en el taller "La prensa en las escuelas". Fuente: observación propia.

8.7 La opinión de los alumnos.

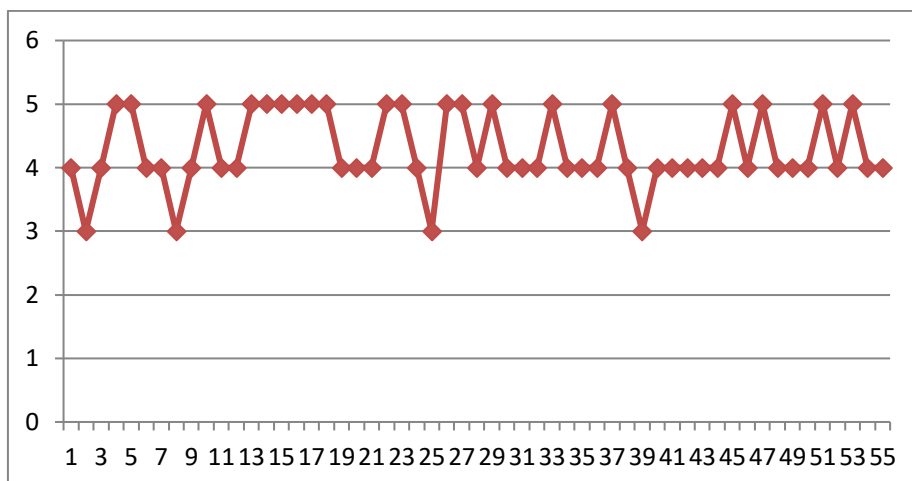
En general las opiniones recogidas por los dinamizadores durante las sesiones del taller son bastante positivas. En el año 2017 la puntuación general de los alumnos respecto a esta experiencia educativa fue de un 8.6 . Del mismo modo, la de los dinamizadores constó de un 9.02 de media.

Con el fin de obtener respuestas a los objetivos marcados durante el inicio del presente trabajo de fin de grado, se realizó una encuesta a tres grupos de alumnos de dos institutos distintos. Un total de 56 alumnos respondieron sobre la experiencia del taller "La prensa en las escuelas".

Las preguntas realizadas fueron muy concretas, pudiendo ser estas respondidas con SI o NO o valoraciones numéricas del 1 al 5.

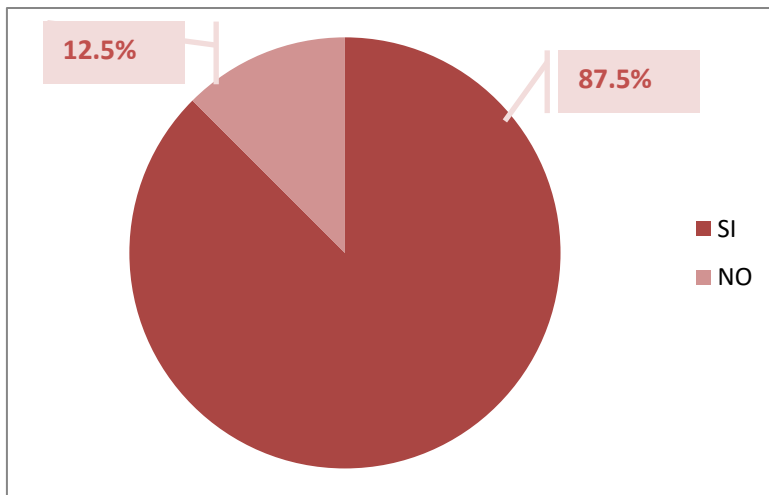
En primer lugar se les preguntó por la utilidad que habían considerado que tenían las sesiones para ellos. Para la medición de esta cantidad se procedió a pedirles que

valoraran la utilidad del taller entre 1 y 5, donde 1 era el mínimo valor y 5 el máximo. Los resultados mostraron que una amplia mayoría de alumnos de ambos centros consideraron muy útil la información aportada en este taller, consiguiendo una media de 4.3 sobre 5.



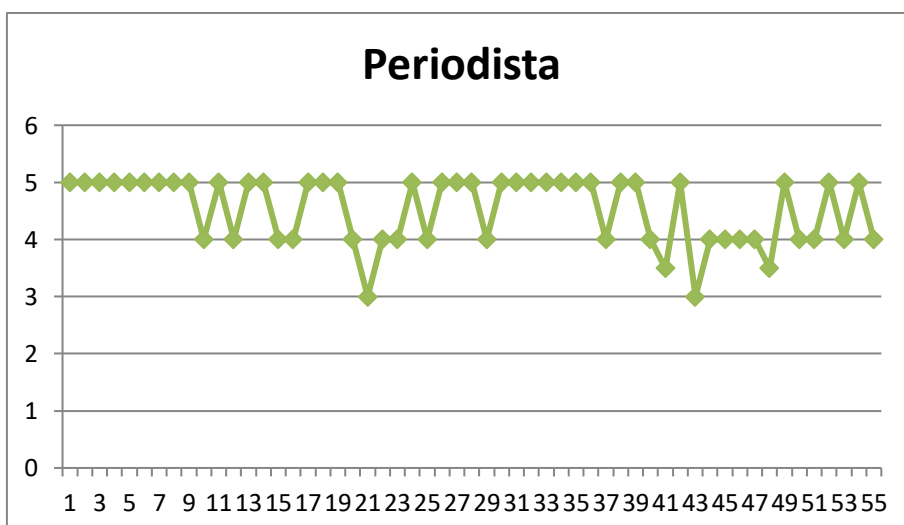
Valoración del taller con valores del 1 al 5. Fuente propia.

Una de las hipótesis de este trabajo de fin de grado se formuló pensando en la posibilidad de que la formación en Internet y Redes Sociales era insuficiente en este taller de alfabetización mediática. Por eso mismo, uno de los objetivos del presente trabajo fue consultar a los alumnos su opinión al respecto. 49 de los alumnos encuestados respondieron positivamente al conocimiento adquirido durante el taller respecto Internet y las redes sociales. Siendo únicamente 7 alumnos los que respondieron negativamente.



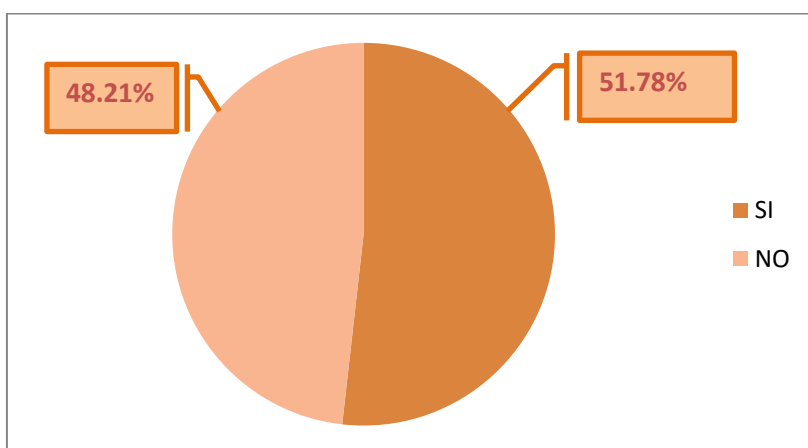
Valoración sobre aprendizaje de los alumnos en redes sociales. Fuente: elaboración propia.

Por otro lado, tras haber recibido esta formación sobre la alfabetización mediática, se le preguntó a los alumnos la valoración que tenían sobre la figura del periodista en la sociedad. Tras estas sesiones, se han llevado conocimientos relativos a la rutina periodística, así como a la importancia de la libertad de expresión y el peso que tiene para la sociedad estar bien informados sobre la actualidad. Esta pregunta, formulada con la idea de que valoraran del 1 al 5, donde 1 es el mínimo valor y 5 el máximo, la figura del periodista en la sociedad, se saldó con la media de un 4.55. Esta pregunta se realizó a colación de la pregunta realizada en el cuestionario a la pequeña muestra social sobre la importancia de la figura del periodista en la sociedad en la que la respuesta se saldó con un 4,2 de media.



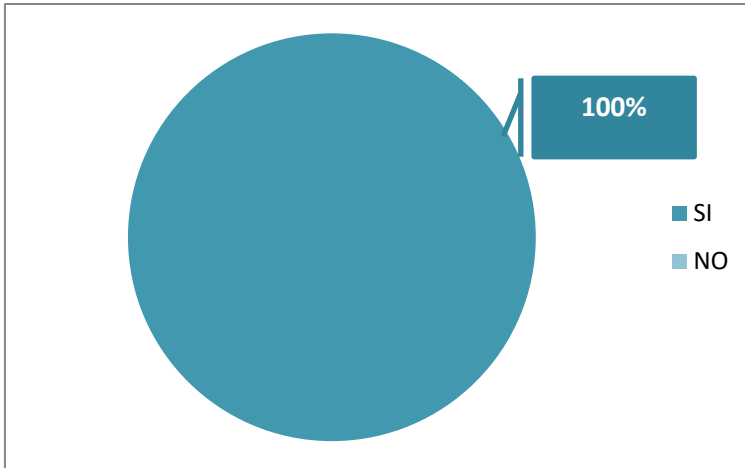
Valoración de la figura del periodista en la sociedad actual. Fuente: elaboración propia.

Otros de los objetivos marcados al inicio de este trabajo de fin de grado fue corroborar la hipótesis respecto a la duración del taller. Dicha hipótesis está sujeta a la creencia de que en cuatro horas transmitir los conocimientos relativos al mundo de la comunicación y el periodismo en general eran insuficientes. Para conocer la opinión de los alumnos respecto a este tema de durabilidad, se les preguntó si consideraban que las sesiones se habían quedado cortas. 29 de los alumnos respondieron afirmativamente a esta cuestión, el resto, 27 lo hicieron negativamente. Esta pregunta muestra una clara dualidad en cuanto a la opinión de los alumnos por la insuficiencia de tiempo a la hora de impartir este taller.



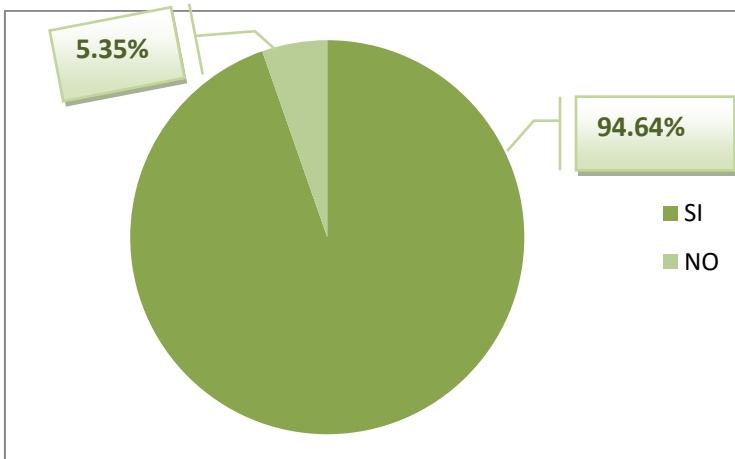
Cuestión sobre la duración total del taller Fuente: elaboración propia.

Sobre el contenido del taller "La prensa en las escuelas", los alumnos fueron preguntados sobre si consideraban que ahora tenían un conocimiento más amplio sobre cómo funciona el mundo del periodismo en general. Para esta pregunta, se les pidió que respondieran con SÍ o NO. Por unanimidad todos respondieron de forma afirmativa, dando por entendido que las sesiones les habían servido para conocer más acerca del mundo del periodismo.



Cuestión sobre conocimiento sobre el mundo del periodismo Fuente: elaboración propia.

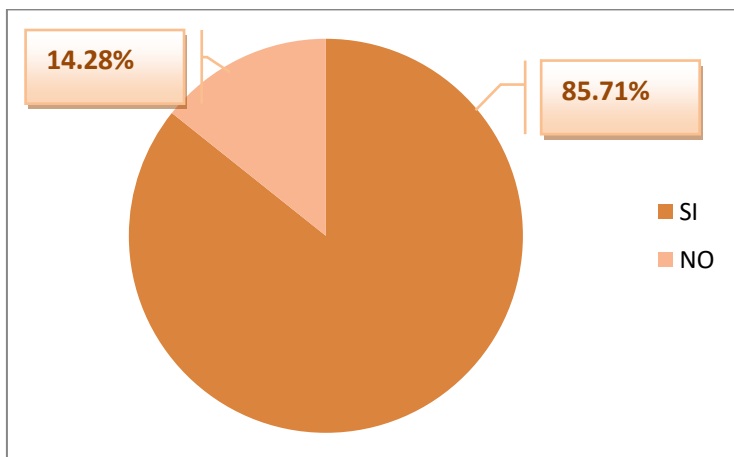
Para conocer el interés en los alumnos sobre los temas relativos al mundo de la comunicación y del periodismo se les hizo dos preguntas. En la primera de ellas se les pedía que respondieran afirmativa o negativamente a la cuestión de si les gustaría tener una asignatura en el currículo académico en el que se hablaran de estos temas. 53 de los alumnos respondieron que sí les interesaría que se integrara durante el curso una asignatura sobre alfabetización mediática. Sólo tres respondieron negativamente.



Cuestión sobre la integración de las enseñanzas en educomunicación en el currículo escolar. Fuente: elaboración propia.

Como última pregunta, se quiso comprobar si considerarían que a partir de ahora pondrían de una forma u otra, en práctica lo aprendido durante el taller "La prensa en las

escuelas". Esta pregunta se realizó con la intención de saber si las enseñanzas adquiridas les habían calado realmente y si les habían despertado un cierto interés sobre estos temas. 48 respondieron afirmativamente, mientras que 8 dejaron constancia de que no lo harían.



Cuestión sobre su interés sobre los temas tratados en el taller y su aplicación en el futuro. Fuente: elaboración propia.

9. Conclusiones.

Tras haber realizado este trabajo de diagnóstico sobre el taller de educación mediática "La prensa en las escuelas" hay varios puntos a tener en cuenta respecto a las hipótesis marcadas al inicio del presente trabajo de fin de grado.

En primer lugar, la hipótesis sobre la insuficiencia en torno a las enseñanzas en Internet y Redes Sociales queda descartada. Después de asistir a dos de los talleres realizados en dos institutos distintos queda demostrado el protagonismo dado a las materias en torno a Internet y redes sociales. Pese a que, como se ha podido observar anteriormente, el espacio del bloque tratado correspondía a un 2.5% del total del taller, las enseñanzas aportadas por los dinamizadores son certeras y precisas. Asimismo, durante el desarrollo de las dos sesiones se hace referencia continua a temas relacionados con Internet.

Por otro lado, con el objetivo de conocer la opinión de los protagonistas en estos talleres - los alumnos- se procedió a realizar una encuesta, mediante la cual se pudo comprobar que una mayoría, el 87.5% de los alumnos consideran que el aprendizaje relativo a redes sociales e Internet había sido suficiente.

La hipótesis en cuanto a la corta duración del taller que se formuló al principio de este trabajo de fin de grado, queda igualmente descartada. Bien es cierto que experiencias más largas en el ámbito de la educación mediática podrían dar buenos resultados a largo plazo. Pero si hablamos del caso concreto de "La prensa en las escuelas", queda descartada esta opción. Tal y como Rocío Domínguez o María Cinta Aguaded mencionaron en sus respectivas entrevistas, lograr cuadrar dos sesiones de dos horas cada una en el calendario escolar era ya lo suficientemente complicado como para tratar de hacerlo con sesiones más largas en el tiempo. Con lo cual, este problema puramente material, podría verse solucionado si desde los propios centros se tratara de realizar una formación transversal en cuanto a la educación en medios de comunicación, tal y como apostaba María Cinta Aguaded.

De igual forma, hay una dualidad muy marcada respecto a este tema entre los alumnos. Entre todos los encuestados, casi el 52% consideraron que las clases se habían quedado cortas para ellos, siendo únicamente el 48% los que consideraron suficientes éstas enseñanzas. Como se ha afirmado anteriormente, en el contexto de este taller en

concreto, la insuficiencia temporal de las clases no es un problema teniendo en cuenta las dificultades para coordinar los talleres con el resto de actividades curriculares. Aunque sí es un hecho, tal y como ha mencionado María Cinta Aguaded, que la educación mediática debería estar incluida en los programas escolares durante todo el curso.

Por otro lado, la consecución de todos los objetivos iniciales se ha cumplido según lo planeado. Se ha procedido a realizar una contextualización sobre qué es el término educomunicación, su recorrido histórico, así como las implicaciones del mismo en la sociedad actual. De igual forma, se ha procedido a realizar distintos cuestionarios para acercarnos a la idea de una opinión generalizada sobre qué es la educación en medios de comunicación para la sociedad y averiguar si ésta es valorada y demandada por la misma. Tras estos resultados se ha obtenido, entre otros datos, el 100 % de convencimiento de que una sociedad bien formada desde joven en medios de comunicación da como resultado una sociedad más crítica y bien informada con sus medios de comunicación democráticos. Esto puede llegar a demostrar - a pequeña escala- como hay una amplia mayoría de personas que sienten necesaria este tipo de educación.

La educomunicación indispensable para una buena sociedad democrática y crítica con los medios de comunicación. Todos los entrevistados tuvieron en común este punto, al igual que se consideró muy importante comenzar desde edades tempranas.

En un mundo donde el tráfico de información es tan voraz, y los medios para acceder a la misma tan generalizados, la educomunicación juega un papel importante. El hecho de poder acceder a la comunicación de forma crítica puede llegar a asegurar mayor pluralismo a la hora de demandar información y por consiguiente, de conseguir una sociedad mucho más democrática y crítica con sus propios medios de comunicación.

Es por esto mismo por lo que distintas organizaciones se están poniendo en marcha de forma individual para ofrecer talleres, cursos y charlas que consigan tratar estos temas. Son pequeños talleres, en su mayoría, de corta duración pero de gran calado, puesto que en definitiva, sus enseñanzas están enfocadas al día a día. A esa gran vorágine informativa que nos llega desde distintos canales, muchas veces sin quererlo ni pretenderlo. La asimilación de la misma con una conciencia crítica puede llegar a

convertirnos en ciudadanos un poco más libres, conocedores de los porqués que rodean los procesos comunicativos y dando un poco más de contexto al trabajo periodístico.

Como percepción personal tras el desarrollo de este trabajo y después de haber hablado con varios expertos en la materia se han sacado una serie de conclusiones oportunas de mencionar. La prensa se encuentra ahora mismo en sus horas bajas. La confianza en la misma y en el trabajo del periodista suele estar en continuo cuestionamiento. Tal vez la solución para conseguir una prensa libre e independiente esté en que realmente la sociedad sepa cómo quiere ser informada y cómo funciona la producción de dicha información. Si se conoce a ciencia cierta lo que se está demandando y se educa a la sociedad haciéndola consciente de la importancia de la prensa, quizás se consiga que la calidad informativa crezca convirtiéndose en un ente más honesto con la democracia y más consecuente con su papel social. Pues, tal y como mencionó Koffi Anan en 1938: “Ninguna sociedad democrática puede existir sin una prensa libre, independiente y plural”.

10. Referencias bibliográficas

Aparici, R. (Coord.) (2010): *Educomunicación: más allá del 2.0*. Gedisa, Barcelona.

Aguaded Gómez, J. (1993): *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada*. Huelva : Grupo Pedagógico Andaluz "Prensa y Educación

Buckingham,D. (2005): *Educación en medios: Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Paidós Ibérica

Hall, S. (1977). *Culture, the Media and the Ideological Effect*.

McQuail, D. (1983). *Mass Communication Theory*. London: Sage Publications.
Referenciado por Torregrosa Carmona,F (2006)

Eaning, M. (2009). *Issues in Information and Media Literacy: Criticism, history and policy*. Estados Unidos: Informing Science Press. Recuperado por Castro Lara (2016)

Masterman, L. (1994): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Ediciones de la torre.

Torregrosa Carmona, F. (2006). *Los medios audiovisuales en la educación*. Alfar.

WEBS

Asociación Deguadaíra. <http://www.deguadaira.com/index.php/medios-en-igualdad> (abril, 2018)

Cabral, P. y Ferreyra, A. H. (2016) Noveduc. <http://www.noveduc.com/noticia/406> (abril 2018)

Cornella, A. (2013). *Infoxicación* Alfons Cornella. *Semper Progredi*.
<http://alfonscornella.com/thought/infoxicacion/> (abril, 2018)

Instituto Nacional de Estadística. (2017).DCS38 - Hogares con conexión a internet. Total. Recuperado de: <http://www.ine.es/consul/serie.do?s=DCS38&c=2&nult=0> (mayo, 2018)

Junta de Andalucía. (2018). *Propuesta provisional de resolución de la convocatoria de subvenciones en régimen de concurrencia competitiva para la mejora de la alfabetización mediática para la promoción de la lectura de la prensa en Andalucía correspondiente al ejercicio 2018*. (BOJA Nº 222, DE 18 DE NOVIEMBRE).Recuperado de:
http://www.juntadeandalucia.es/export/drupaljda/ayudas/10/08/alfabetizacion_propuesta_resolucion_2018.pdf (mayo 2018)

Martínez Salanova, E. Educomunicación.
<http://educomunicacion.es/didactica/0016educomunicacion.htm>

Telekids. <https://tallertelekids.blogspot.com.es/>

UNESCO. (1982). Declaración de Grünwald sobre la educación relativa a los medios de comunicación. Recuperado de: http://www.unesco.org/education/pdf/MEDIA_S.PDF

ARTÍCULOS

Barbas Coslado, A. (2012). Educomunicación: desarrollo, enfoques y desafíos en un mundo interconectado. *Universidad Nacional de Educación a Distancia. Foro de educación* nº 14., p. 157-175

Castro Lara, E. (2016). Educomunicación. Los primeros 60 años de una historia polisémica. *Rehuso: Revista de Ciencias Humanísticas y Sociales*. Vol: 1 (nº2). p 103-120.

Llorente Cámara, E. (2000). Imágenes en la enseñanza. *Revista de Psicodidáctica*. nº99. Recuperado de: <http://www.ehu.es/ojs/index.php/psicodidactica/article/view/123/119> (mayo 2018)

Sierra, F. (2006). Políticas de comunicación y educación. Retos de la sociedad del conocimiento. Recogido de: <http://www.franciscosierrecaballero.com>. (abril 2018)

Torrent, J., Aparici, R. (2009). Educomunicación: participación ciudadana y creatividad. *Fundación Kine, cultural y educativa-Unicef Argentina*. Recuperado en: www.unr.edu.ar/descargar.php?id=3097 (abril 2018)

Yunta Hidalgo, M. C. (2014): La prensa y el aula: marco jurídico. *Historia y Comunicación Social*. Vol. 19. Núm. Especial Marzo. Págs. 467-478.

PRENSA

Brenes, A. (18 de noviembre de 2012). Pequeños cineastas ruedan un "corto" muy grande. *El Mundo*.
http://www.elmundo.es/elmundo/2012/11/17/andalucia_sevilla/1353174834.html

COMUNICACIÓN PERSONAL

M. Cinta Aguaded, comunicación personal, 19 de mayo de 2018.

R. Domínguez, comunicación personal, 3 de mayo de 2018.

Martínez Salanova, A, comunicación personal, 26 de mayo de 2018.

Gutiérrez Sánchez, B, comunicación personal, 13 de abril de 2018.

11. ANEXOS

Anexo 1.

En este anexo se muestra el cuestionario realizado a los alumnos de tercero la ESO y segundo de bachillerato con el objetivo de conocer su opinión respecto al taller "La prensa en las escuelas".

Encuesta sobre valoración del taller "Prensa en las escuelas"

Edad:

→ En una escala del 1 al 5, donde 1 es la mínima valoración y 5 la máxima, ¿Qué utilidad consideras que han tenido estas sesiones para ti?

→ ¿Crees que el conocimiento transmitido sobre Internet, y redes sociales en particular, ha sido suficiente?

SÍ	NO
----	----

→ ¿Consideras que estas sesiones se han quedado cortas para ti?

SÍ	NO
----	----

→ ¿Consideras que tienes ahora un conocimiento más amplio sobre cómo funciona el mundo del periodismo?

SÍ	NO
----	----

→ ¿Te interesaría poder tener una asignatura durante el curso que tratara los temas vistos durante este taller?

SÍ	NO
----	----

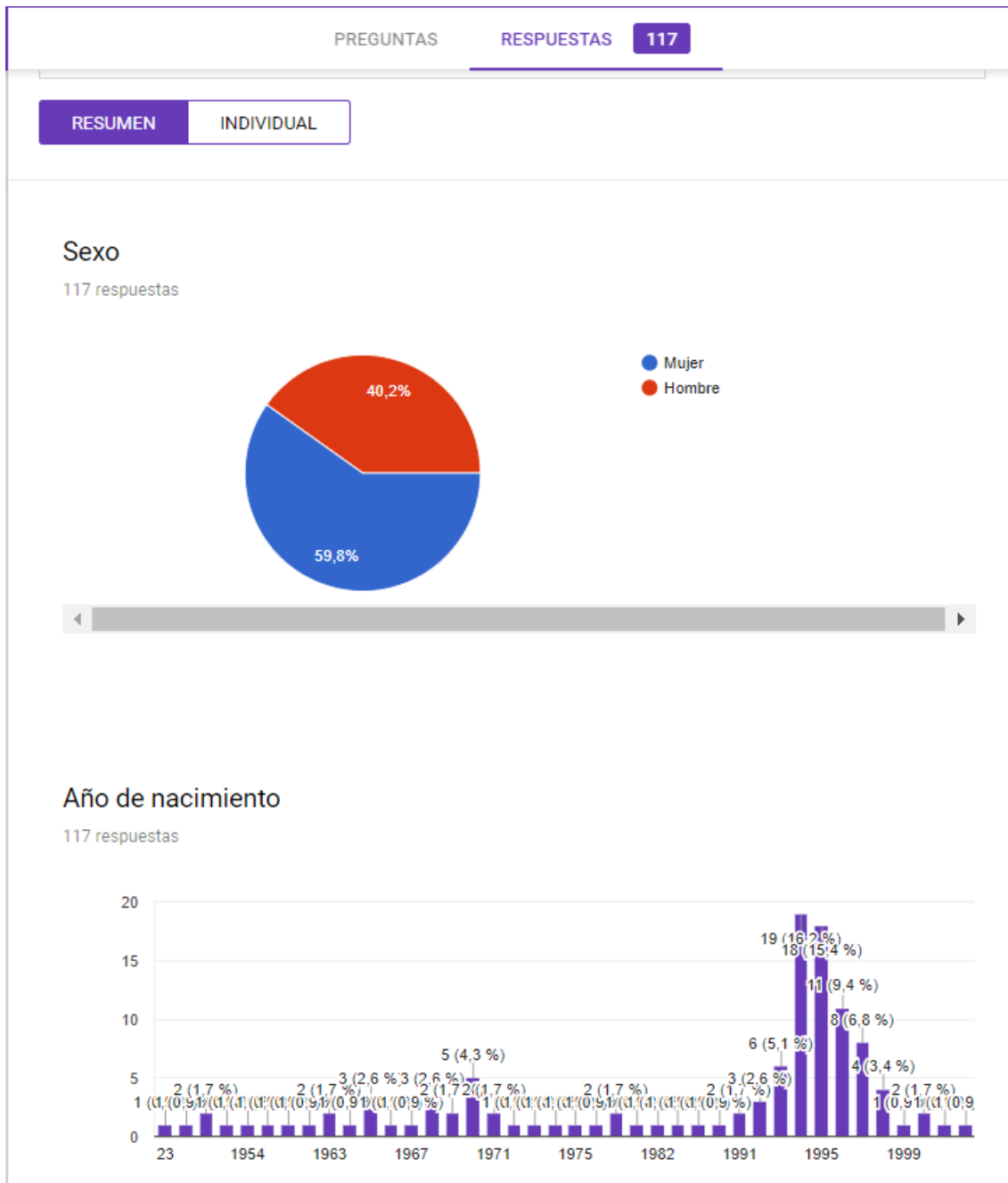
→ Valorando del 1 al 5, donde 1 es la mínima valoración y 5 la máxima, ¿cuán importante crees que es la figura del periodista en la sociedad?

→ Respondiendo sinceramente, ¿crees que a partir de ahora utilizarás lo aprendido en estas sesiones? (Si estarás más al tanto de la actualidad y de todo aquello que tiene que ver con los medios de comunicación)

SÍ	NO
----	----

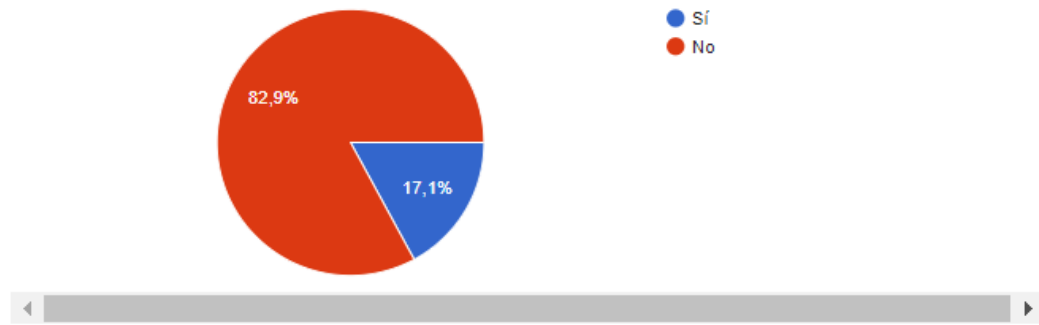
Anexo 2.

A continuación en el anexo 2 se exponen los documentos sobre las encuestas realizadas a través de Internet.



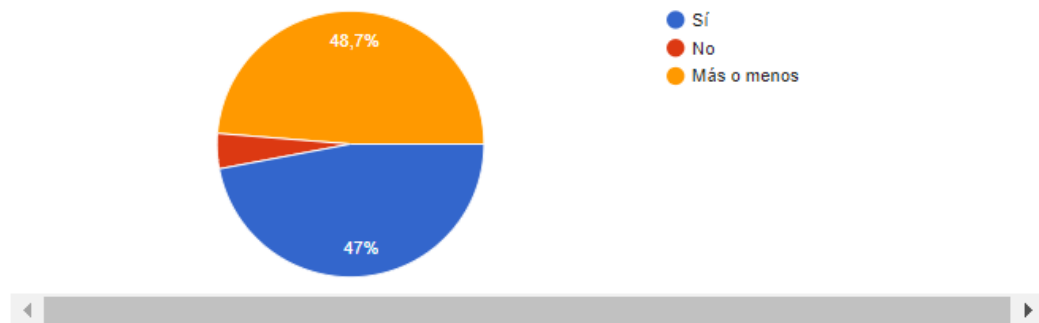
¿Conoces el término educomunicación?

117 respuestas



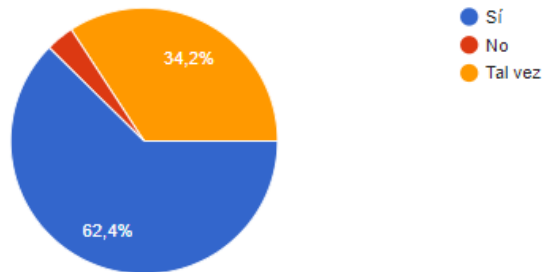
¿Consideras que estás al tanto de la actualidad?

117 respuestas



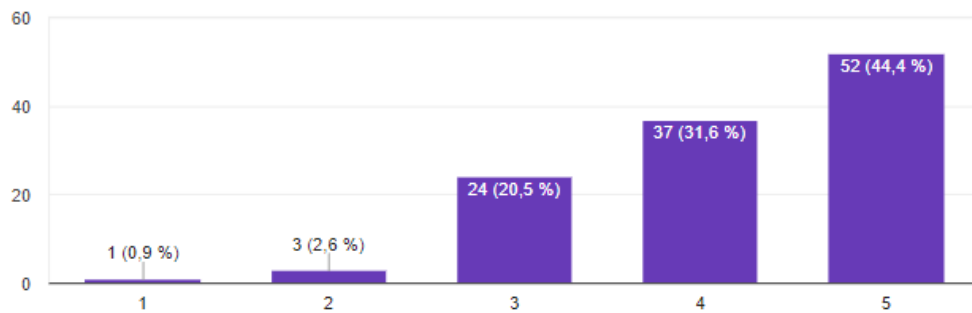
¿Crees que capaz de identificar informaciones de calidad de las que no lo son?

117 respuestas



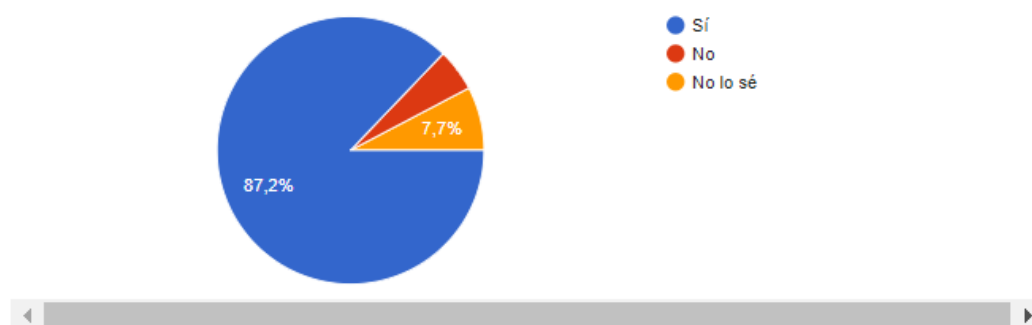
Valora en una escala del 1 al 5, donde 1 es el mínimo valor y 5 el máximo, la importancia de la profesión periodística en la sociedad.

117 respuestas



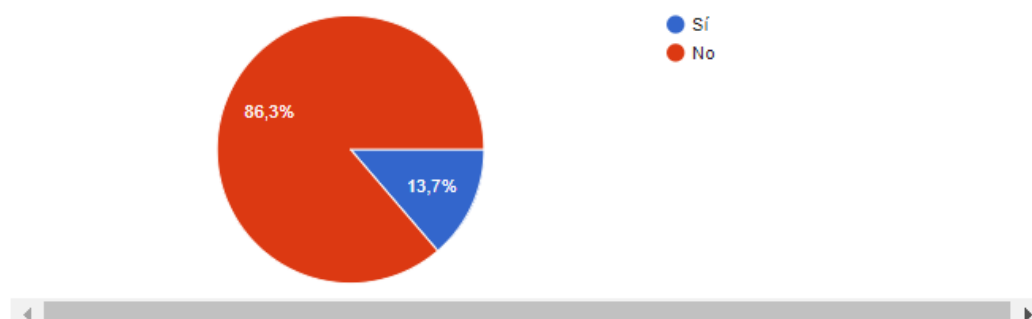
¿Crees que es importante conocer los entresijos del Periodismo para crear una conciencia crítica a la hora de informarse?

117 respuestas



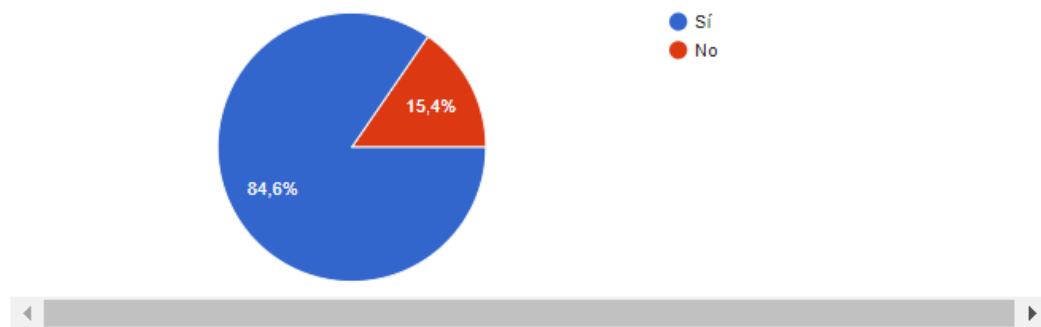
¿Conocías la existencia de talleres que promueven el aprendizaje sobre el funcionamiento del periodismo y los medios de comunicación para crear una conciencia crítica a la hora de consumir información?

117 respuestas



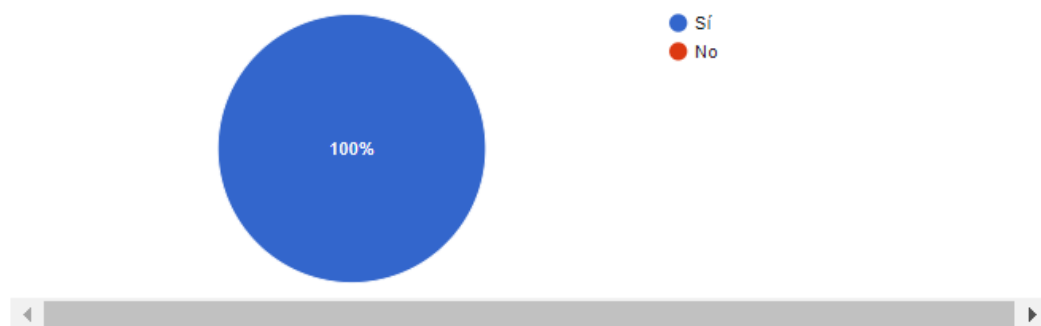
¿Te interesaría poder adquirir conocimientos sobre periodismo? (Saber identificar informaciones de calidad, conocer el entramado económico detrás de los medios...)

117 respuestas



¿Crees que es importante promover esta conciencia crítica desde la adolescencia para crear una sociedad mejor informada?

117 respuestas



¿Estarías a favor de que se promovieran estos conocimientos de forma obligatoria en los centros educativos?

117 respuestas

