

El periódico en Educación Infantil como motor de desarrollo de la Alfabetización Mediática

Resumen

Visibilizar y desarrollar adecuadamente la alfabetización mediática dentro de la etapa de Educación Infantil, requiere un tratamiento conjunto de la competencia digital y la competencia mediática, como un mecanismo idóneo para lograr una ciudadanía crítica y responsable en la sociedad tecnológica y mediática en la que vivimos. Para ello, proponemos una propuesta didáctica, vinculando la metodología por proyectos de trabajo y el periódico como un recurso didáctico con un enorme potencial por los múltiples beneficios que aporta a la práctica de aula, no solo a nivel de aprendizajes instrumentales, sino también a nivel mediático y digital en la Educación Infantil. En este sentido, las actividades propuestas abarcan distintas dimensiones de la competencia mediática, relacionadas con la manipulación mediática, el lenguaje audiovisual y estético, y la búsqueda, selección, transformación y difusión de la información que desde las primeras edades es necesario desarrollar.

Palabras Clave: Alfabetización mediática, competencia digital, aprendizaje basado en proyectos, educación infantil, medios de comunicación, periódico.

The newspaper as the motor for developing of Media Literacy in Childhood Education

Abstract

To make visible and to develop properly the media literacy within the Kindergarten Stage requires a joint treatment of digital competence and the media competence, as the best mechanism to achieve a critical and responsible citizenship in the technological and media society in which we live. To this end, we propose a didactic approach linking the methodology of work by projects and the newspapers as a teaching resource with enormous potential because of the many benefits it brings to the classroom practice, not only at instrumental learning level but also to media level and to digital level in the kindergarten stage. In this sense, the proposed activities encompass different dimensions of media competence linked to media manipulation, audio-visual and aesthetic language, and searching, sorting, processing and diffusion of information which from the earliest ages is necessary to develop.

Keywords: media literacy, digital competence, project-based learning, childhood education, mass media, newspaper.

Introducción

El impacto generado por el incremento, la disponibilidad y el acceso prácticamente inmediato a los medios de comunicación, se hace ostensible puesto que estamos insertos en la llamada sociedad de la hipercomunicación (Caldeiro y Aguaded, 2015). Sin embargo, detrás de dicho concepto y, por tanto, de los medios de comunicación, se encuentra una industria que reporta beneficios económicos, a la vez que contribuye servilmente a la creación de empleo y, especialmente, a ofrecer una serie de contenidos

audiovisuales y escritos que, ineludiblemente, impregnan en el ideario ciudadano y en la visión de la sociedad (Buckingham, 2005).

Paulatinamente, estos medios de comunicación, tras su proliferación y accesibilidad, han buscado un espacio dentro de un sistema educativo que, muchas veces, no ha sabido adaptarse completamente a los cambios acaecidos, por lo que continúa empleando mecanismos inadecuados para capacitar a las personas a desenvolverse en una realidad cambiante e hipercomunicada (Caldeiro y Aguaded, 2015; Gutiérrez y Tyner, 2012). Tanto es así, que generalmente se disponen organizaciones escolares que no contribuyen a educar en el presente, olvidando que la educación debe ser sensible a estos cambios (Reia-Baptista, 2006).

Ante este panorama, hemos de insistir sobre la necesidad de una “metodología para la educación mediática, que no se limite a la alfabetización funcional, sino que también sea capaz de fomentar procesos de enseñanza/aprendizaje dentro del contexto de los medios de comunicación” (De la Fuente, 2014, p. 453). En este sentido, existen ya iniciativas, propuestas y recomendaciones de distintas instituciones y organismos internacionales sobre la importancia de incluir la *alfabetización mediática* en el curriculum escolar, entendiendo esta alfabetización tal y como la define la Comisión Europea (2009) como “la capacidad de acceder a los medios de comunicación, comprender y evaluar con criterio diversos aspectos de los mismos y de sus contenidos [incluyendo] la capacidad de establecer formas de comunicación en diversos contextos”.

La competencia mediática y digital, en busca de una ciudadanía prosumidora

No es posible entender la necesidad de la alfabetización mediática, sin abordar la importancia y el vínculo que tiene esta con la competencia digital. Actualmente somos testigos directos cada vez más de la llamada época de los *nativos digitales*, los cuales, debido a la constante interacción desde edades tempranas con los medios de comunicación digitalizados, poseen ya unas cualidades procedimentales e instrumentales ante estos medios (Prensky, 2011). Pese a la destreza digital que pueden adquirir niños y jóvenes mediante la interacción con dichos medios, muchos expertos apuntan ya que esto no garantiza que el uso que se esté haciendo sea el adecuado, por lo que es más necesaria que nunca incluir esta educación mediática desde las primeras edades, tal y como planteábamos anteriormente.

Asumir este reto, supone la confluencia de la competencia digital con la mediática en el sentido que lo plantean Pérez y Delgado (2012), tanto porque los medios de comunicación se hayan en gran parte digitalizados, como porque a través de Internet tenemos acceso casi ilimitado a la información y porque resulta insuficiente adquirir una verdadera competencia mediática atendiendo únicamente a destrezas tecnológicas (Ferrés, 2013). Por ello, la competencia mediática debe facilitar a las personas la suficiente autonomía para desenvolverse adecuadamente en una sociedad plenamente mediatizada, en donde debe ponerse el acento en seis dimensiones que se encuentran interrelacionadas: lenguajes, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y estética (Ferrés y

Piscitelli, 2012; Ferrés, 2013) y cuyo dominio nos garantizaría un uso crítico, responsable, ético y democrático de los medios, tanto a la hora de recibir información como a la hora de crear nuevos contenidos audiovisuales y de compartirlos. Esta doble vertiente de interacción y de producción mediática es lo que caracteriza a un ciudadano “prosumidor”.

Por lo expuesto anteriormente, los postulados subyacentes a la alfabetización mediática abordan mucho más que la mera unidireccionalidad del medio de comunicación hacia el sujeto, concediéndole a este la posibilidad de reciprocidad. En pocas palabras, atendiendo a las dimensiones que abarca la competencia mediática, se trata de dar paso a un nuevo modelo de persona que no solo consuma información, sino que también la produzca, o lo es que lo mismo, dar paso a la denominada ciudadanía *prosumidora* (García-Ruiz, Ramírez-García y Rodríguez-Rosell, 2014; Gozávez, 2013). De esta forma, la apropiación de la alfabetización mediática debe permitir a las personas poder usar la información proveniente de diferentes fuentes y formatos, así como desentrañar las tendencias económicas, políticas, culturales, educativas y sociales relacionadas e inherentes a ellos (Fedorov y Levitskaya, 2015).

Sin embargo, pese a que parezca que la alfabetización mediática es un concepto en el que subyacen elementos y procedimientos estáticos, es decir, en el que solo se puede lograr un determinado grado de alfabetización, esto no es así. Así pues, coincidimos con Fedorov y Levitskaya (2015), al sugerir que la alfabetización mediática es un concepto con múltiples dimensiones, cuyo nivel de competencia incrementa en función del ejercicio que se haga de la percepción, análisis e interpretación en distintos niveles (social, cognitivo, estético y ético) de la información proveniente de los medios de comunicación.

No debemos olvidar que la inclusión en el curriculum escolar de la alfabetización mediática favorece el desarrollo de una actitud prosumidora en niños y jóvenes. Esto no solo les permite interactuar con los medios de comunicación y de la información, sino que, de acuerdo con Caldeiro y Agüaded (2015), también les facilita una interrelación constante con la sociedad en forma de participación ciudadana, de manera que los estudiantes tengan la posibilidad de discernir la posible influencia a la que pueden estar siendo sometidos. Pero para ello se requiere una actitud basada en la crítica y en la reflexión, que se ha de favorecer desde la educación infantil. Por ello insistimos en la necesidad de iniciar este nuevo modelo de alfabetización desde las primeras edades y la escuela nos ofrece el marco ideal para comenzar.

Alfabetizar mediáticamente dentro de las aulas

Llegados a este punto, una de las principales tareas de la escuela, es la de permitir el paso a una ciudadanía prosumidora, en donde las características planteadas anteriormente guíen el proceso de enseñanza-aprendizaje, en cuanto a alfabetización mediática se refiere. Por otra parte, no debemos perder de vista la importancia de las experiencias mediáticas que los estudiantes traen consigo, pues “el aprendizaje se logra de forma tanto explícita como implícita, gracias a un proceso en el que los aprendices son capaces de relacionar conocimientos previos con la experiencia en la resolución de problemas reales” (De la Fuente, 2014, p. 454).

De este modo, se hace evidente la necesidad de que la alfabetización mediática se encuentre presente en el sistema educativo desde las primeras etapas, en nuestro caso, desde la Educación Infantil. Para la inclusión de esta alfabetización dentro de los sistemas educativos, y dando respuesta al reto de lograr una ciudadanía prosumidora, es imprescindible la indagación previa del nivel de competencia mediática del que parten los estudiantes, para desarrollar convenientemente estrategias e intervenciones destinadas a promover personas integralmente prosumidoras (García-Ruiz et al., 2014).

Particularmente, la alfabetización mediática, tanto de medios tradicionales como de aquellos meramente tecnológicos y digitales, resulta imprescindible puesto que estos “inciden en la atribución de sentido y significados, [así como] en la transmisión de valores y comportamientos” (García-Ruiz y Castro, 2011, p. 1). Además, en el trasfondo de la alfabetización mediática, independientemente de cualquier nivel educativo al que hagamos referencia, debe existir un interés cooperativo, colaborativo y en el que se generen experiencias plenamente significativas para los estudiantes (De la Fuente, 2014).

En este sentido, su práctica en las aulas debe estar más cercana al desarrollo de un curriculum bimodal, en donde se transforme la concepción que se tiene de la educación como una mera práctica unidireccional. Así pues, se requiere partir de supuestos prácticos y reales que permitan a los niños interactuar con documentación, digital o no, que les faciliten tanto acceder como transformar y difundir el conocimiento y en donde se manejen los conceptos necesarios para su interiorización (Marquès y Álvarez, 2014).

En consonancia con lo planteado por el curriculum bimodal, dado que este también delimita la necesidad y riqueza del trabajo por proyectos y de actividades dotadas de significatividad (Marquès y Álvarez, 2014), reivindicamos dicha metodología como un elemento pedagógico idóneo para alfabetizar médicamente en Educación Infantil. En este sentido consideramos que el trabajo por proyectos sería el adecuado puesto que tiene su origen en perspectivas constructivistas del aprendizaje, centradas especialmente en que es la persona quien explica y da sentido a la realidad a medida que construye nuevas representaciones mentales, teniendo en cuenta además, los conocimientos y las experiencias previas que trae consigo, es decir, el bagaje cultural que posee para así dotar a los nuevos aprendizajes de significatividad (Jiménez, 2000).

Ligando el constructivismo a los proyectos de trabajo, pese a que existen numerosas definiciones para estos últimos, creemos que la concepción de los mismos que ofrece García-Ruiz (2013, p. 99), sintetiza todas ellas, al plantear que:

Es una propuesta educativa que supera los límites de lo pedagógico para centrarse en el disfrute de los más pequeños, otorgándoles el papel protagonista en su educación, la responsabilidad compartida con compañeros, educadores y familias, haciendo posible la atribución de sentido y significado a su entorno, a su papel en la escuela, a las relaciones y comunicaciones que establece con los otros y a conocerse a sí mismo.

La definición ofrecida anteriormente resulta especialmente adecuada a este contexto, puesto que, además de centrarse plenamente en las personas como seres activos y protagonistas de su propio proceso de enseñanza-aprendizaje, también contempla que para lograr dicho protagonismo, es necesaria la implicación y responsabilidad de los demás miembros de la comunidad educativa (familias, especialmente). Por tanto, de esta forma se puede dotar de pleno significado a los conocimientos adquiridos, a la vez que son relevantes y contextualizados para los estudiantes, pues mediante la preocupación constante del docente, se logra despertar en ellos el interés, la motivación y la participación activa en las actividades planteadas (Lara y Bellón, 2008; Pozuelos, 2007).

El poder educativo del periódico en la era de la hipercomunicación

Siguiendo el tema propuesto, proponemos el periódico como un medio de comunicación apropiado para vincular tanto la alfabetización mediática, y por ende la competencia mediática y la competencia digital, con los proyectos de trabajo en Educación Infantil. Trabajar con el periódico y con la información que nos muestra, facilita al niño el cuestionamiento de conceptos relativos al origen de la información, la tecnología utilizada para crear dicha información, el impacto en la audiencia y la interpretación del mensaje, cuáles son los valores que recibimos a través del periódico y cuáles son los que se ocultan, además de plantearse cuál es el propósito de la noticia.

De esta forma, el periódico vinculado a la escuela, “dinamiza el proceso educativo, al poner en práctica actividades que catalizan, lúdicamente, la enseñanza; despierta el interés por aprender, al estimular la lectura. Con respecto a la escritura, propicia el ordenamiento de ideas, la redacción y la expresión” (Byrne, 2008, p. 2). No obstante, ya que dentro del periódico se recogen una serie de elementos como imágenes, tablas, gráficos, mapas, diferentes tamaños de titulares, organización de las noticias, secciones, entre otros, que contienen un alto potencial educativo (Coronas, 1997), la escritura y la lectura son procesos clave a tener en cuenta, pero no son un fin en sí mismos.

Asimismo, compartimos con Navarro (2000) la idea de que el periódico, tanto impreso como en línea, posee unas características que lo hacen potencialmente educativo. Entre ellas, y siguiendo a dicho autor, destacamos la universalidad de las noticias, al poder conocer qué ocurre en diferentes partes del mundo sin apenas movernos de donde nos encontramos; la actualizabilidad, ya que la información puede ser renovada prácticamente de manera instantánea, aunque esto en la versión en línea es mucho más factible; la interactividad, dado que permite conocer las opiniones de las diferentes personas que escriben; y la personalización, puesto que existe la posibilidad de elegir las noticias que más nos interesen, en función de nuestros gustos y necesidades.

Finalmente, es conveniente remarca lo establecido anteriormente, justificando la pertinencia de la inclusión del periódico como recurso y como objeto de aprendizaje para desarrollar la alfabetización mediática en Educación Infantil porque: (1) el flujo de información en la actualidad es constante, por lo que es necesario desarrollar una competencia que permita analizar críticamente dicha información; (2) el

periódico nos permite trabajar con la lengua castellana desde sus diferentes construcciones, es decir, empezando por una unidad mínima como las letras hasta una unidad de orden superior como son los textos; (3) es un medio de comunicación ideal para familiarizar a los niños con la escritura y la lectura, tanto en papel como digital, así como con la posibilidad de realizar sus propias contribuciones al mismo de manera creativa; y (4) permite reconocer la gran influencia que tienen los medios de comunicación dentro de nuestra sociedad, por lo que es una gran oportunidad para desentrañar su estructura interna, el alcance que tiene y la oportunidad de contribuir al mismo.

Propuesta de aplicación educativa en Educación Infantil

Partiendo del marco teórico que sustenta esta propuesta, consideramos que trabajar por proyectos reclama “una mirada holística del estudiante, de lo que le interesa, de lo que necesita, de lo que le motiva, de lo que le dificulta aprender y mejorar su rendimiento académico” (García-Ruiz, Diego y Berlanga, 2013, p. 900). Por lo tanto, la alfabetización mediática, en nuestro caso vinculado a los proyectos de trabajo, supone un desafío que pretende la formación integral de ciudadanos que sean capaces de desarrollar un pensamiento crítico y que atribuyan significatividad y comprensión a la información recibida (García-Ruiz y Castro, 2014), a la vez que transforman, crean y difunden nueva información según sus necesidades.

Para lograr esto, partimos del diseño de actividades sugerentes y creativas que les permitan a los estudiantes interiorizar los diferentes conceptos relacionados con la alfabetización mediática y que estén en consonancia con las seis dimensiones que esta abarca (lenguajes, tecnología, procesos de interacción, procesos de producción y difusión, ideología y valores, y estética). Además, dichas actividades están enfocadas a la consecución de tres **objetivos generales**:

- Desarrollar destrezas vinculadas a la competencia digital y a la competencia mediática, referidas a la búsqueda, selección, manejo y transformación de la información obtenida.
- Generar estrategias que permitan desentrañar los valores, la ideología y los lenguajes que se encuentran detrás de los mensajes emitidos por el periódico como medio de comunicación.
- Identificación de distintas actitudes enmarcadas en los diversos elementos que incluye el periódico (anuncios, noticias, opiniones) para responder adecuada y creativamente cuando sea necesario.

Esta propuesta, pese a que está pensada para llevarse a cabo en la Educación Infantil, no es excluyente de trabajarse en otras etapas educativas, pues las actividades son plenamente adaptables a múltiples contextos didácticos y organizativos. Asimismo, estas pueden desarrollarse tanto de manera intermitente a lo largo de un curso académico, como de manera continuada según el tiempo que se considere oportuno; en cualquier caso, pueden ampliarse tanto como se considere necesario, sumando la participación de las familias y de otras personas o asociaciones del entorno que se consideren relevantes.

Actividades

Por tanto, partiendo de esta idea, proponemos cinco actividades en donde la alfabetización mediática se encuentra especialmente visibilizada y potencializada. Al poner en marcha las actividades, recordamos la importancia en cada una de ellas tanto de realizar una reflexión inicial, en donde se indaguen las experiencias o ideas previas de los niños, como de una reflexión final posterior a la actividad central, que recoja las conclusiones a las que se ha llegado durante su realización.

En esta reflexión final, se favorecerá la reflexión crítica sobre la experiencia vivida, poniendo de relieve la visión de los niños y niñas sobre los conocimientos, habilidades y actitudes que se han adquirido a lo largo de la propuesta o proyecto didáctico. En este sentido, es importante que el docente mantenga una actitud de escucha permanente, atento tanto a lo que los niños manifiestan oralmente o en la actividades sugeridas por el adulto, como a aquello que conocen, pero que no llegan a verbalizar o plasmar en un soporte papel o digital, y que sin embargo, surge en un contexto más formal como puede ser una asamblea de aula, pero sí se muestra en otro tipo de actividades, como puede ser durante el juego simbólico, conversaciones surgidas de manera espontánea durante el desarrollo de las actividades, u otros momentos en los que se pone de manifiesto lo que ha supuesto esta nueva vivencia.

Abordar el periódico como objeto de aprendizaje supone dominar una serie de habilidades y actitudes que garanticen un desarrollo holístico de la infancia, en el sentido de favorecer la autonomía infantil, el mayor conocimiento del entorno y de la realidad circundante, nuevas maneras de comunicación y de representación de las experiencias e intereses propios. En este contexto digital y mediático podremos favorecer la actividad infantil llena de sentido, no solo al acceder e interpretar la información a la que podemos acceder mediante el periódico, sino también a poder filtrar dicha información desde una mirada crítica y poder reelaborarla y compartirla con los demás. Se generan de esta manera nuevas oportunidades de aprendizaje que permite un primer acercamiento al mundo del lenguaje audiovisual y a sus múltiples códigos y usos, al ámbito más tecnológico o digital tanto en el acceso a la información como en la creación de nuevos contenidos digitales. Así mismo, el trabajo en las primeras edades del consumo mediático (televisión, cine, videojuegos...) permitirá una mayor conciencia de la propia dieta mediática para llegar a gestionarla de manera equilibrada. De la misma manera, la identificación de sensaciones propias que nos genera determinada información que se transmite en el periódico, facilitará la identificación de emociones y valores que transmiten determinadas informaciones, así como el interés por ser responsables y conscientes de las propias emociones o valores que queremos transmitir cuando nos comunicamos con los demás a través de las propias noticias o informaciones generadas en el aula. Finalmente, trabajar el periódico en la etapa de educación infantil facilita la capacidad de ponernos en la situación del receptor de los propios mensajes, dominando las técnicas necesarias para lograr una comunicación correcta, que transmita aquello que queremos transmitir, teniendo en cuenta a la audiencia.

Esta propuesta didáctica, presenta cinco actividades clave, que pueden adaptarse a diferentes formatos periodísticos, o incluso, a diferentes medios de comunicación. Todas ellas favorecen las capacidades

infantiles vinculadas a la identidad y autonomía personal, al medio físico y social en el que nos desenvolvemos y a nuevas formas de comunicación y representación, favoreciendo la relación entre el niño y un medio, cada vez más rico y sorprendente.

Actividad 1: **La escalera preguntona**

Las seis preguntas clave del Periodismo:

Tomando como punto de partida las seis preguntas clave del periodismo: qué ocurrió, cómo ha ocurrido, cuándo ocurrió, dónde ocurrió, quién está implicado y por qué ha ocurrido, se trata de construir una escalera de información.

Para ello, en primer lugar se desentrañarán, siguiendo gradualmente dichas preguntas, las intenciones subyacentes a noticias, sucesos o situaciones reflejadas en los periódicos, según el formato que se elija. Por ejemplo: ¿quién emite la noticia? ¿Qué intenciones hay detrás? ¿Cómo se tuvo acceso a la información?

La investigación periodística: Posteriormente, los niños tendrán que investigar una situación personal que resulte significativa para, dentro de las aulas, construir una escalera informativa en base a las seis preguntas explicitadas; con esto, ahondamos en que como usuarios somos responsables de lo que contamos y de la manera en que lo hacemos.

Actividad 2: **Reporteros comprometidos**

Diariamente ocurren sucesos que, dependiendo del punto de vista que se tome y del tema que aborden, pueden resultar potencialmente significativos. Partiendo de esa idea, existe la necesidad de saber transformar la información del entorno en noticias y compartirla con los demás. Es por ello que, tras permitir a los niños acceder y manipular los medios necesarios para la construcción de noticias, reportajes u opiniones (grabadoras, cámaras, libretas), resulta necesario que los niños interactúen con el entorno en busca de dichos sucesos.

Para lograrlo, es imprescindible reforzar la cooperación que debe existir con las familias y con la comunidad en general, pues aparte de ser una fuente de ayuda, también poseen información susceptible de ser transformada en conocimiento.

Esto se puede conseguir en tres fases: (1) búsqueda de información el entorno mediante diversas técnicas periodísticas, recogiendo las evidencias necesarias; (2) selección de la información relevante y elección el formato más adecuado para su presentación; y (3) difusión según el medio que se crea más idóneo, en este caso el periódico.

Actividad 3: **Anuncios insensatos**

Cuando requerimos de algo concreto, es inevitable recurrir a anuncios que, dependiendo de sus características concretas, de la estética que presenta y de la veracidad/falsedad de lo que se muestra, nos llevarán a interiorizarlo, adquirirlo o rechazarlo. Sin embargo, este proceso requiere de ciertas habilidades que ayuden a los niños a determinar cuándo aquello que se anuncia resulta moralmente válido, de qué manera el anuncio resulta atrayente y mediante qué mecanismos lo consigue, y cómo podemos reportar dicho anuncio de manera que se sancione a la persona u organismo que está detrás de ello.

Por este motivo, proporcionaremos a los niños una serie de *anuncios en donde se presenten objetos/situaciones moralmente debatibles* (por ejemplo, anunciar que se regala una mascota porque alguien se ha aburrido de ella) o anuncios audiovisuales que atenten contra la integridad de las personas y contra los valores y derechos universalmente reconocidos.

La propuesta final de esta actividad se centra en el *diseño de sus propios anuncios* presentándolos en el formato que más les interese para presentarlo a los demás y diseminar posteriormente qué proceso creativo se ha seguido.

Actividad 4: **Información infiltrada**

Es evidente que el acceso ilimitado a la información es una de las características y de las oportunidades de nuestros tiempos. Sin embargo, cuando pocas veces o prácticamente nunca se pone en duda la información que consumimos, estamos impidiendo llevar a cabo un análisis crítico y contrastado de la realidad.

En esta actividad, entregaremos a los niños una noticia que sea falsa, pero que casualmente ha aparecido un periódico de alto impacto (por ejemplo, un zoológico abre las visitas para conocer al primer dinosaurio vivo). Es importante discutir qué nos cuenta la noticia y determinar si creemos que es falsa o verdadera.

En este sentido, dependiendo de la conclusión a la que se llegue, debido al bagaje cultural de cada niño, se requiere plantear de manera conjunta un protocolo compartido para verificar o falsear la información (documentos a consultar, personas a las que preguntar, contrastar las fuentes, pedir información directa al editor/redactor). Asimismo, también resulta fundamental desarrollar estrategias tanto para reportar aquellas noticias que resultan ser total o parcialmente falsas y reescribirlas siguiendo unas pautas estilísticas como para reconocer aquellas que demuestren un alto grado de impacto y fiabilidad.

Actividad 5: Ayer no, hoy sí, mañana no sé

Indudablemente, las noticias no solamente transmiten información, puesto que implícitamente traen consigo una serie de emociones y sentimientos que cumplen una determinada función en los consumidores. Por ello, es imperativo que los niños sean capaces por un lado de desentrañar los intereses y la manipulación que se encuentra al presentarnos una noticia y la manera en que esta se presenta para que cause un impacto emocional, así como desarrollar estrategias para hacer frente a dicha manipulación y responder en consecuencia.

Esto se logra *presentando noticias que causen diferentes emociones* (alegría, tristeza, enfado, sorpresa), con el objetivo de especificar concretamente qué es lo que nos hace sentir, por qué, qué se siente al leerla y qué ocurre cuando leemos otra noticia que nada tiene que ver con la anterior y que nos hace vivenciar otras emociones. Del mismo modo, también debemos generar estrategias para detectar la ambivalencia periodística. Es decir, proporcionar a los niños noticias o sucesos desde diferentes periódicos. Con esto ahondaremos en explicitar las ideologías y los valores que se hallan subyacentes a cada periódico y la manera en que decide contar determinada información u ocultar otra. Tras ello, es importante que los niños reelaboren la información teniendo en cuenta las perspectivas implicadas.

Conclusiones

El flujo constante de información a la que estamos sometidos diariamente, en cualquier lugar y en distintos momentos, requiere de las personas unas competencias específicas con las que hacer frente a dicho flujo, de manera que la selección y asimilación de esta información se produzca de la forma más estructurada posible. Así pues, para hacer frente a la sociedad hipercomunicada en la que estamos insertos, la alfabetización mediática se reivindica como una poderosa estrategia educativa no solo para adquirir habilidades referidas al manejo de la información, a través de la competencia digital, sino también a la adquisición de destrezas que permitan desentrañar los entresijos que conforman los medios de comunicación en nuestra sociedad actual, a través de la competencia mediática.

Ya no requerimos únicamente de personas que se desenvuelvan correctamente en un mundo cada vez más digitalizado y mediatizado, ni tampoco que sean solamente consumidores críticos de información. Por el contrario, aunque no excluyendo dichas características, la sociedad del siglo XXI exige ciudadanos capacitados para producir nuevos contenidos audiovisuales mediante los medios de comunicación, así como para emplear diversas técnicas que les permitan transformar el conocimiento y difundirlo. Con el

fin de lograr esto, debemos tener en cuenta que avanzar hacia una sociedad prosumidora, alfabetizada mediática y digitalmente, no es un aprendizaje espontáneo, sino un proceso continuo.

Es por ello que la escuela supone el lugar ideal en donde trabajar consciente y deliberadamente en favor de una alfabetización mediática de calidad, concienciada y comprometida socialmente. Dado que desde edades muy tempranas los niños están en contacto directo con los medios de comunicación, corresponde a la Educación Infantil iniciar estos aprendizajes, en conjunto con el perfeccionamiento y/o adquisición de destrezas digitales, pues la digitalización es una de las características más acuciantes de nuestros tiempos. Sin embargo, hay que insistir que la responsabilidad de la educación mediática de los más pequeños ha de ser compartida, no solo por docentes y familias, sino también por los comunicadores y responsables de medios.

Debido a lo expuesto anteriormente, hemos presentado esta propuesta justificando el enorme potencial que tiene el uso del periódico en Educación Infantil, que posibilita a los niños, desde sus primeras edades y a los docentes, estar atentos a los mensajes que transmiten los medios de comunicación, a la forma estética y el lenguaje con el que lo hacen, a los intereses que se esconden detrás, a las ideologías o valores que se transmiten o que se ocultan, a la manipulación consciente de nuestros sentimientos y de nuestras emociones, y a un sinnúmero de necesidades mediáticas que lejos de estabilizarse, serán cada vez más numerosas. Por estas circunstancias, la alfabetización mediática se reafirma ya no solo como una necesidad, sino también como un derecho del que deben participar todos los niños desde la Educación Infantil.

Referencias bibliográficas

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

BYRNE, T. (2008). El periódico escolar propicia un ciudadano comunicativo. *Disertaciones*, 1(1), 1-10.

CALDEIRO, M.C. Y AGUADED, I. (2015). Alfabetización comunicativa y competencia mediática en la sociedad hipercomunicada. *Revista digital de investigación en docencia universitaria*, 9(1), 37-56.

COMISIÓN EUROPEA (2009). Recomendación 2009/625/CE de la Comisión, de 20 de agosto de 2009, sobre la alfabetización mediática en el entorno digital para una industria audiovisual y de contenidos más competitiva y una sociedad del conocimiento incluyente.

CORONAS, M. (1997). El periódico en clase. *Comunicar*, 9, 144-148.

DE LA FUENTE, J. (2014). Alfabetización mediática: del prosumidor al profesional. *Historia y comunicación social*, 19(2), 451-464.

- FEDOROV, A.V. Y LEVITSKAYA, A. (2015). Situación de la educación en medios y la competencia crítica en el mundo actual: opinión de expertos internacionales. *Comunicar*, 45, 107-116.
- FERRÉS, J. Y PISCITELLI, A. (2012). La competencia mediática: propuesta articulada de dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 38(19), 75-82.
- FERRÉS, J. (2013). La competencia mediática y emocional de los jóvenes. *Estudios de juventud*, 13(101), 89-101.
- GARCÍA-RUIZ, R. Y CASTRO, A. (2011). La educación mediática en la Educación Infantil. Una oportunidad para mejorar la calidad de la enseñanza. *Congreso internacional sobre educación mediática y competencia digital*. Segovia, España.
- GARCÍA-RUIZ, R. (2013). *Enseñar y aprender en Educación Infantil a través de proyectos*. Santander: Editorial de la Universidad de Cantabria.
- GARCÍA-RUIZ, R. Y CASTRO, A. (2014). Orientaciones para el desarrollo de la competencia mediática en la escuela infantil. *Comunicación y pedagogía: nuevas tecnologías y recursos didácticos*, 273-274, 43-48.
- GARCÍA-RUIZ, R., DIEGO, R. Y BERLANGA, I. (2014). La educación mediática en educación primaria y el trabajo por proyectos. *II Congreso internacional en educación mediática y competencia digital. Ludoliteracy, creación colectiva y aprendizajes* (pp. 896-908). Segovia, España.
- GARCÍA-RUIZ, R., RAMÍREZ-GARCÍA, A. Y RODRÍGUEZ-ROSELL, M.M. (2014). Educación en la alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora. *Comunicar*, 43, 15-24.
- GARCÍA-TORRES, C. Y ARRANZ, M.L. (2011). *Didáctica de la Educación Infantil*. Madrid: Paraninfo.
- GOZÁLVEZ, V. (2013). *Ciudadanía mediática: una mirada educativa*. Madrid: Dykinson
- GUTIÉRREZ, A. Y TYNER, K. (2012). Educación para los medios, alfabetización mediática y competencia digital. *Comunicar*, 38, 31-39.
- JIMÉNEZ, M.P. (2000). Modelos didácticos. En F.J. PERALES, (Ed.). *Didáctica de las Ciencias Experimentales: Teoría y práctica de la Enseñanza de las Ciencias* (pp. 165-186). Alcoy: Marfil.
- LARA, E. Y BELLÓN, D. (2008). Proyectos de trabajo: metodología en Primaria. *Innovación y experiencias educativas*, 7, 1-12.

- MARQUÈS, P. Y ÁLVAREZ, I. (2014). El currículo bimodal como marco metodológico y para la evaluación. Principios básicos y mejorar obtenidas en aprendizajes y rendimiento de los estudiantes. *Educar*, 50(1), 149-166.
- NAVARRO, L. (2000). El periódico online. *Estudios sobre el mensaje periodístico*, 6, 273-287.
- PÉREZ, M.A. Y DELGADO, A. (2012). De la competencia digital y audiovisual a la competencia mediática: dimensiones e indicadores. *Comunicar*, 39(20), 25-34.
- POZUELOS, F.J. (2007). *Trabajo por proyectos en el aula: descripción, investigación y experiencias*. Sevilla: Publicaciones del M.C.E.
- PRENSKY, M. (2011). *Enseñar a nativos digitales*. Madrid: Ediciones SM.
- REIA-BAPTISTA, V. (2006). Hacia una alfabetización en medios: ejemplos en contextos de habla portuguesa. *Comunicar*, 28, 25-31.