

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México

NADA HUMANO ME ES AJENO

COLEGIO DE HUMANIDADES y CIENCIAS SOCIALES

LICENCIATURA EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

**Educación mediática en infancias de 7 a 11 años de las
escuelas "Carlos Marx" y "Emilio Bravo"**

Plan de comunicación

TRABAJO RECEPCIONAL

QUE PARA OBTENER EL TÍTULO DE

LICENCIADAS EN COMUNICACIÓN Y CULTURA

PRESENTAN

KARINA TOVAR PACHECO

JAZMIN ZAMUDIO MENDEZ

DIRECTOR

MTRO. JUAN ARELLANO ALONSO

Ciudad de México, junio de 2026.

SISTEMA BIBLIOTECARIO DE INFORMACIÓN Y DOCUMENTACIÓN



UNIVERSIDAD AUTÓNOMA DE LA CIUDAD DE MÉXICO COORDINACIÓN ACADÉMICA

RESTRICCIONES DE USO PARA LAS TESIS DIGITALES

DERECHOS RESERVADOS[©]

La presente obra y cada uno de sus elementos está protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor; por la Ley de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México, así como lo dispuesto por el Estatuto General Orgánico de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México; del mismo modo por lo establecido en el Acuerdo por el cual se aprueba la Norma mediante la que se Modifican, Adicionan y Derogan Diversas Disposiciones del Estatuto Orgánico de la Universidad de la Ciudad de México, aprobado por el Consejo de Gobierno el 29 de enero de 2002, con el objeto de definir las atribuciones de las diferentes unidades que forman la estructura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México como organismo público autónomo y lo establecido en el Reglamento de Titulación de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México.

Por lo que el uso de su contenido, así como cada una de las partes que lo integran y que están bajo la tutela de la Ley Federal de Derecho de Autor, obliga a quien haga uso de la presente obra a considerar que solo lo realizará si es para fines educativos, académicos, de investigación o informativos y se compromete a citar esta fuente, así como a su autor ó autores. Por lo tanto, queda prohibida su reproducción total o parcial y cualquier uso diferente a los ya mencionados, los cuales serán reclamados por el titular de los derechos y sancionados conforme a la legislación aplicable.

Dedicatorias

Kari

Dedico este logro principalmente a mis padres Felipe y Yolanda quienes fueron mi apoyo incondicional durante toda esta etapa. Gracias por cada esfuerzo y sudor realizado para que nunca me faltara nada y así continuar con mi formación.

Este logro no es solamente mío, también les pertenece a ustedes, porque fueron parte fundamental en cada paso de este proceso. Gracias por escucharme en los momentos de estrés, por ser ese lugar seguro al que siempre podía regresar cuando sentía que ya no podía más, y por siempre darme las palabras adecuadas para seguir adelante y no rendirme.

Su amor, paciencia que fue bastante y su confianza en mí fueron el motor que me impulsó a llegar hasta aquí.

Y a mi demás familia que de una u otra manera, cada uno contribuyo a que pudiera alcanzar esta meta, convirtiéndose en parte fundamental de este logro que culmina con tanto esfuerzo y dedicación.

También quiero dedicar este logro a mis perros, quienes me acompañaron durante tantos momentos importantes de esta etapa, pero especialmente a Oso, gracias por estar conmigo en cada desvelo, en cada lectura, cada ensayo de exposición y en cada reporte escrito. Siempre estuviste ahí haciéndome compañía.

Tu presencia se convirtió en un gran consuelo durante los días más pesados y en una compañía silenciosa, pero invaluable a lo largo de este camino.

Jaz

A mí misma, por ser constante, no rendirme y tener la valentía de cumplir esta meta y hacerla realidad.

A mis padres Virginia y Baltazar, por siempre guiarme, brindarme todo su apoyo y amor en todo momento.

A mi pareja Carlos, por siempre estar a pesar de todo, por su apoyo incondicional y siempre creer en mí.

A mi familia, por ser un constante trampolín, en donde su compañía fue clave importante para continuar en este proceso.

A mi princesa Marley, ella es mi inspiración que impulso este proyecto.

Por último, pero no menos importante Pipeco, que estuvo noches acompañándome en mis desvelos haciendo tareas.

¡Este logro, sin duda es de todos!

Agradecimientos

Agradecemos profundamente a la Universidad Autónoma de la Ciudad de México (UACM) especialmente el plantel Cuauhtépec por abrirnos sus puertas y brindarnos la oportunidad de formarnos profesional y personalmente a lo largo de esta etapa tan importante de nuestra vida. Gracias por proporcionarnos los conocimientos, herramientas y experiencias que contribuyeron a nuestro crecimiento académico y al desarrollo de habilidades que forman parte de nuestra preparación profesional.

De igual manera, expresamos nuestro más sincero agradecimiento a cada uno de las y los docentes que nos acompañaron durante este camino. De cada uno de ellos nos llevamos un gran aprendizaje, no solo en el ámbito académico, sino también en lo personal y profesional. Su dedicación, paciencia y vocación por enseñar son dignas de admiración y agradecimiento, por ser un lugar seguro para quienes necesitan ser escuchados y que acompañan procesos. Dejaron huella importante en la manera que hoy vemos nuestra profesión y futuro. En especial, queremos darle las gracias infinitas a nuestro asesor Juan, por siempre guiarnos, y en especial por creer en nosotras en toda la carrera.

De manera especial, quiero agradecer a Jazmin por ser la mejor compañera de equipo y de exposiciones durante toda la carrera. Más allá de haber sido mi compañera de licenciatura, se convirtió en una gran amiga. A lo largo de este camino vivimos innumerables experiencias juntas dentro y fuera del salón de clases. Culminar este plan a tu lado representa el cierre de una etapa llena de dedicación, desvelos y días de esfuerzo compartido, los cuales hicieron este logro aún más especial y significativo.

Quiero agradecer a mi colega y confidente Karina, sin ella esto no sería posible, gracias por siempre darme tu apoyo incondicional. Nuestras desveladas, traumas y estrés ahora dan como resultado este logro, que sin duda solo nosotras sabemos lo que nos costó, pero claro, las risas nunca faltaron.

¡Que esta mete sea solo el inicio de todos los éxitos que nos esperan!

Índice

Introducción	9
Justificación social.....	10
Justificación académica	10
Justificación personal	11
Hipótesis	12
Objetivo general	12
Objetivos específicos	13
Planteamiento del problema.....	13
Estado del arte	15
Capítulo 1. Marco conceptual que sostiene el problema comunicativo y que orienta la investigación.....	22
1.1 Educación Básica en México.....	22
1.2 Época Revolucionaria.....	23
1.3 Época Postrevolucionaria.....	24
1.4 Época contemporánea	25
1.5 Modelos educativos en México.....	26
1.6 Modelo tradicional	27
1.7 Modelo escuela activa	28
1.8 Modelo Montessori	29
1.9 Nueva escuela mexicana	30
1.10 Educación y comunicación (educomunicación)	31
1.11 Mediatización	32
1.12 Educación Mediatizada	33
1.13 Educación para los medios y no medios para la educación.....	35
1.14 Ecología de medios.....	36
1.15 Medios tradicionales.....	36
1.16 Medios digitales.....	36
1.17 Medios emergentes.....	37
1.18 Cultura alfabetización digital en la educación básica en México.....	37
Capítulo 2. Pregunta de investigación desde el problema comunicativo	40
2.1 Pregunta general.....	40
2.2 Preguntas particulares.....	40

2.3 Sustento teórico desde la comunicación	40
Capítulo 3. Diagnóstico.....	44
3.1 Antecedentes	44
3.2 Contexto.....	47
3.3 Estrategia Metodológica para la búsqueda de información.....	51
3.3.1 Objetivo de la estrategia metodológica seleccionada	51
3.3.2 Selección, justificación y descripción del universo-población objeto de estudio (unidades de estudio que pueden ser objetos, personas o medios).	51
3.3.3 Selección y justificación del método de investigación	52
3.3.4 Diseño de la muestra:.....	53
3.3.5 Diseño de instrumentos metodológicos que utilizará para obtención de información.....	53
3.4 Análisis e interpretación de los resultados.....	58
3.5 Conclusiones.....	74
Capítulo 4. Propuesta estratégica del Plan de Comunicación	78
4.1 Descripción y justificación de la estrategia comunicativa a implementar	78
4.2. Objetivo general y particulares de diagnóstico	79
4.3. Metas a corto, mediano y largo plazo	79
4.4. Beneficiarios del Plan de comunicación directos e indirectos	80
4.5. Descripción de los perfiles demográficos, socioeconómicos, psico-gráficos y políticos, entre otros, de los destinatarios, beneficiarios y/o públicos	81
4.6. Descripción de los participantes. Actores involucrados: instituciones, grupos, asociaciones, etc.....	82
4.7. Desarrollo de la estrategia a partir de un programa táctico (marco lógico)	83
4.8. Descripción de la estrategia con relación a las tácticas que se sugieren para llevarse a cabo	84
4.9. Criterios de viabilidad y factibilidad.....	85
4.10 Elaboración del presupuesto. Descripción de los costos con relación a los recursos económicos	86
4.11 Diseño de bocetos: talleres, guiones, soluciones mediáticas, actividades comunitarias, culturales, gestión de los recursos, aplicaciones telefónicas, etcétera....	87
4.12. Cronograma. Descripción cronológica de las actividades o acciones planeadas	101
5. Conclusiones	103
6. Fuentes de consulta.....	109

Introducción

El presente documento está organizado en cuatro capítulos fundamentales que orientan el proceso desde la identificación de una problemática comunicativa hasta la presentación de una solución estratégica. En la introducción se establecen las bases del Plan de Comunicación al exponer el tema, su justificación y los objetivos que guían la intervención, diferenciando de manera clara entre las metas destinadas a la investigación y las metas de carácter estratégico.

En el primer capítulo, profundiza la situación y la oportunidad social. Este segmento es esencial, ya que conforma el marco conceptual y teórico que respalda la problemática, el segundo capítulo se trata de la formulación de la pregunta de investigación desde el enfoque comunicacional.

El tercer capítulo se centra en el análisis riguroso y la exploración del contexto comunicativo en torno al problema. La parte central de esta sección se dedica a exponer la estrategia metodológica, detallando la selección y justificación del objeto de estudio, además de justificar las técnicas de investigación elegidas y el diseño de los instrumentos para la recolección de datos.

El cuarto capítulo, representa el componente práctico del trabajo, donde el análisis previo se transforma en acciones específicas. Se describe y justifica la estrategia comunicativa a implementar. Aquí se establecen los objetivos y las metas, se identifican con detalle los beneficiarios y se perfilan los públicos objetivo. Además, se reconocen todos los actores involucrados, y se desarrolla la estrategia a través de un marco lógico para garantizar la coherencia entre las actividades, los objetivos y los indicadores de éxito. Por último, este capítulo aborda los aspectos fundamentales para la implementación y sostenibilidad del plan. Se detalla la estrategia con relación a tácticas específicas, actividades, recursos humanos, técnicos y financieros y un cronograma que organiza las acciones planificadas.

Justificación social

Fomentar la alfabetización mediática desde la infancia es un gran aporte a la sociedad, creando estrategias en donde se impartirán actividades lúdicas para desarrollar un pensamiento crítico y analítico frente a todo lo que ven a diario, generando así una conciencia colectiva sobre lo que consumimos y volviéndonos más selectivos. La enseñanza sobre medios no es un privilegio, sino una necesidad social en la actualidad.

Habitamos en un mundo saturado de información, donde las noticias falsas, la desinformación y los mensajes de odio se difunden con rapidez. La alfabetización mediática proporciona a los ciudadanos las herramientas esenciales para distinguir entre información correcta e incorrecta. Esto no solo permite a las personas tomar decisiones bien pensadas, sino que fomenta una ciudadanía activa y crítica, por lo que será difícil de manipular.

El acceso rápido a internet expone a infancias y adolescentes en contacto con múltiples riesgos. La educación mediática les enseña a navegar en línea de manera segura, salvaguardar su información personal y establecer límites sanos al uso de redes sociales y plataformas digitales, y así capacitarlos sobre sus derechos y responsabilidades en el mundo digital.

La educación mediática no solo busca proteger, sino también desarrollar habilidades para crear y comunicar. Al aprender a producir su propio material (vídeos, podcasts, blogs), las personas entienden mejor cómo funcionan los medios y se convierten en creadores de ideas y opiniones. Esto les da la oportunidad de expresar lo que piensan, y usar la tecnología para generar cambios positivos, transformándose en ciudadanos digitales activos y creativos en vez de solo consumidores.

Justificación académica

Aplicar los conocimientos adquiridos en la formación académica nos ayuda a impulsar una mejor enseñanza sobre los medios de comunicación dirigidos a las

y los más pequeños, proveyéndoles instrumentos que simplifiquen la orientación infantil hacia una formación mediática relevante en su día a día. Esta razón se basa en principios educativos y comunicacionales que consideran a los infantes no como simples receptores, sino como individuos dinámicos que comprenden, elaboran y hacen suyos los contenidos difundidos en los medios.

Es crucial resaltar que, al transitar de observadores inertes a creadores activos, se les capacita para utilizar la tecnología como un medio de expresión, manifestación y originalidad. En síntesis, la base teórica de la enseñanza mediática en la niñez trasciende la mera instrucción técnica y se centra en cultivar la comprensión de los medios como una aptitud cultural esencial. El objetivo es dar poder a los niños para que sean ciudadanos responsables y reflexivos.

Justificación personal

Durante nuestros estudios, la educación en medios captó profundamente nuestro interés, pues abordamos diversos aspectos relacionados. A través de "Los derechos de las audiencias", notamos que algunos países ofrecen alfabetización mediática elemental en la educación infantil. En nuestra vida diaria, interactuamos con niños de la generación alfa, según un estudio de la Asociación Mexicana de Internet en 2023, quienes utilizan plataformas digitales a diario. Personalmente, vemos en nuestro círculo familiar cómo los niños consumen contenido que genera ideas equivocadas sobre cómo construir su propia realidad, motivo por el cual esta problemática nos preocupa enormemente.

IMAGEN 1



Tomado de página de AIMX: [Estudios de Hábitos y Comportamiento de Usuarios en Internet \(asociaciondeinternet.mx\)](http://asociaciondeinternet.mx)

Hipótesis

Las infancias de 7 a 11 años que reciben educación mediática aumentan su conocimiento respecto a noticias falsas, distinguir los mensajes que consumen, utilizar medidas preventivas en entornos digitales, también, al incluir talleres de producción de contenidos mediáticos mejorarán su capacidad de expresión, creatividad y comprensión de mensajes mediáticos a diferencia de las infancias que no la reciben.

Objetivo general

Explorar el nivel de educación mediática en infancias de 7 a 11 años de las escuelas primarias Escuela Primaria Carlos Marx y Escuelas Primaria Emilio Bravo en la Ciudad de México, con la finalidad de identificar sus competencias críticas, interpretativas y de producción frente a contenidos mediáticos, y generar estrategias tácticas para el diseño de un plan de comunicación orientado al fortalecimiento de la alfabetización mediática en contextos escolares.

Objetivos específicos

- Realizar una encuesta para conocer las prácticas más frecuentes que las niñas y niños hacen con los dispositivos electrónicos.
- Informar a las madres, padres y cuidadores sobre el consumo mediático que hay en torno a las infancias.
- Orientar a las infancias para obtener un análisis crítico y comprensión de mensajes cuando consuman redes sociales.
- Conocer y analizar las prácticas más frecuentes que las niñas y los niños hacen con sus dispositivos electrónicos durante su tiempo libre.
- Concientizar a Padres de familia sobre cómo afecta la convivencia con sus infancias con relación al uso excesivo de dispositivos electrónicos.
- Orientar e informar a docentes la importancia de la educación mediática en infancias.
- Explorar cómo las niñas y los niños interpretan los mensajes mediáticos.
- Difundir las estrategias existentes de la educación mediática en el contexto de la educación básica.
- Promover la empatía para el desarrollo del pensamiento crítico mediático en las infancias.
- Desarrollar sus habilidades de producción y comunicación al crear sus propios contenidos (videos, podcast y blogs).

Planteamiento del problema

Se estima que, en México según datos de INEGI en 2020, el uso de internet en niños y niñas de 6 a 11 años es de 59.7% del total de la población de ese rango de edad, esto se ha ido incrementando debido a la pandemia en 2019, cabe mencionar que 1 de cada 3 usuarios de internet son niños (Unicef, 2017), los contenidos que consumen son: WhatsApp con 66%, YouTube con 55%, TikTok con 49%, Facebook con 34% y Zoom con 17 por ciento. (IFT, 2023), en donde se ve a

los niños expuestos a grandes cantidades de contenido e información sin supervisión. (IFT, 2023).

Ahora bien, existen diferentes problemáticas que se pueden detectar al no tener educación mediática desde temprana edad, esto los vemos día a día en nuestro entorno, si a nosotras como comunicadoras, y que hemos estado recibiendo educación en torno a los medios de comunicación en todo su esplendor, a veces caemos en disyuntivas que vemos en estos medios de comunicación, ya sean tradicionales, digitales o emergentes, dejando de lado todo lo aprendido a lo largo de la carrera, es por ello que vemos de suma importancia el hecho que desde pequeños se les debe dar una formación en torno a la alfabetización mediática en las escuelas.

Es claro que, en un mundo digitalizado, los niños necesitan ser orientados al igual que desarrollar habilidades para así comprender y tener un análisis crítico respecto a todo el contenido que adquieren mediante estas nuevas tecnologías.

Como mencionamos anteriormente, es fundamental promover la Alfabetización Mediática, no solo entre las infancias, sino también entre docentes y padres. Aunque los dispositivos digitales son muy útiles, aún falta mucho para que se utilicen de manera correcta y consciente. En este contexto, la educación mediática hace referencia al conjunto de habilidades y competencias que capacitan a los individuos para participar de forma activa y crítica en la sociedad de la información. La UNESCO (2011) la define como "la capacidad de acceder, analizar, evaluar y producir mensajes en una gran variedad de formas, desde la impresión hasta el vídeo e Internet" (p. 20). Complementando esta visión, Altamirano (2012) destaca que el objetivo de la educación mediática es que las personas desarrollen un pensamiento crítico frente a los contenidos mediáticos que producen y consumen, lo cual promueve una participación informada y responsable en el ecosistema digital.

Estado del arte

En el presente apartado se detallan las investigaciones previas que se han realizado sobre las estrategias para impartir educación mediática en niños y niñas de nivel básico, describiendo metodologías, objeto de estudio, entre otras.

Abordando el artículo de Guerrero (2019), nombrado Estrategia para la implementación de la educación mediática en escuelas públicas de nivel básico, este, tiene como objetivo “diseñar una estrategia para implementar la educación mediática en instituciones educativas públicas de nivel básico del área metropolitana de Monterrey, utilizando así, una investigación de carácter descriptivo, con corte cuasi experimental y metodología mixta, realizando una encuesta descriptiva” (septiembre-diciembre 2017), como resultado claro, es necesario incluir la educación mediática en los programas escolares, con el objetivo de resaltar la formación integral de los estudiantes de educación primaria.

Un estudio de investigación escrito por Aguaded, et al., analiza el grado de competencia mediática en su dimensión de Tecnología en la población de Primaria y Secundaria en la Comunidad Autónoma de Andalucía, este análisis se hace a través de una metodología cuantitativa utilizando encuestas realizadas a diferentes escuelas con alumnos de primaria y secundaria, como resultado notaron que en ambos niveles carecen de competencias mediáticas, pero se nota más en el nivel de primaria, por otra parte, es necesario que se monitorice el nivel de alfabetización, no solo de los niños y niñas, sino que también el de los docentes (2015).

González plantea en su trabajo la relación de niños y niñas con los medios de comunicación argumentando la idea en donde “los niños y niñas necesitan una educación mediática de calidad que parta de la creatividad para desarrollar en el alumno una actitud crítica hacia los medios de comunicación, utilizando la producción audiovisual para implementar y desarrollar la educación mediática” (2021). Dando como resultado que dicha educación es una necesidad inminente a nuestra sociedad, también resalta el hecho que los docentes y el sistema educativo carecen de dicha educación.

Por otro lado, García et al en su artículo titulado “Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora” utiliza a jóvenes y niños de España utilizando una muestra de 2.143 estudiantes que cursan desde educación infantil hasta nivel preparatoria, mediante un cuestionario ad hoc on-line, obteniendo resultados en donde se observa que parte de la muestra tiene competencias ante los medios, aunque, a pesar de que en su mayoría son “nativos digitales” estos no poseen cualidades o habilidades para desempeñarse como “prosumidores mediáticos” concluyendo con la observación que se necesita reforzar la educación mediática en instituciones de enseñanza, para así crear mejoras en las jóvenes audiencias y sean capaces de consumir y producir mensajes mediáticos de manera crítica (2014).

Siguiendo este hilo conductor, encontramos una revista llamada “Medios y Educación” de la Universidad de Sevilla, en donde plantean el tema llamado “Alfabetización mediática en Educación Primaria. Perspectiva internacional del nivel de competencia mediática.” En este trabajo se desea conocer el nivel de competencia mediática en diferentes países (Brasil, Colombia, Ecuador, México, Perú, España y Portugal), en donde se utilizó para recolectar datos un método cuantitativo, con una muestra aleatoria, no representativa de 3.782 estudiantes entre los 9 y 12 años, de los países antes mencionados, y con un instrumento de encuesta online, analizando los datos obtenidos con el programa SPSS teniendo como resultados que la mayoría de los estudiantes encuestados tienen una competencia mediática por debajo de la media, concluyendo con en la necesidad de continuar en la mejora de la competencia mediática de la comunidad educativa (García et al, 2020).

Hallamos una tesis de la Universidad de Valladolid, con el nombre “La importancia de la educación mediática en la enseñanza actual una propuesta de trabajo en el aula” de Mera, en donde el objetivo de dicho trabajo es “Iniciarse en la utilización, para el aprendizaje, de las tecnologías de la información y la comunicación, desarrollando un espíritu crítico ante los mensajes que reciben y elaboran, a través de una serie de actividades que mejoren el proceso de

enseñanza-aprendizaje” (2020). Esto lo realizan de manera interdisciplinaria, en el trabajo se utilizan 3 ejes, el primero es el manejo de las nuevas tecnologías, el segundo es el desarrollo del pensamiento crítico y reflexivo; y por último vida social a través de las redes, con esto pretende dotar a los alumnos de experiencias reales y virtuales, para ello, esto lo realizan con dos clases de 6º de educación primaria del colegio “El Peñascal”, ubicado en el barrio de San Frutos, en Segovia, donde se trabajó con un total de 43 alumnos y alumnas, el autor llegó a la conclusión de que los maestros y las maestras deben dotar la importancia que requiere la educación mediática dentro de las aulas, también los docentes deben tener una adaptación continua a las nuevas tecnologías que día a día son cambiantes; y para finalizar recomienda Mera la elaboración de proyectos educativos centrados en la educación mediática del alumnado.

Encontramos una tesis de Quito, Ecuador en donde tiene como objetivo principal el diagnosticar el nivel de competencia mediática en niños y niñas de 7 y 8 años del cuarto grado de la institución educativa Antonio Nariño de la provincia Pichincha, en el año lectivo 2019-2020, para el levantamiento de datos utilizó la metodología cuantitativa, realizando una encuesta a 26 niñas y niños, concluye que los niños tienen una alta competencia en la dimensión del lenguaje y tecnología, pero necesitan ayuda y estrategias para comprender mejor y así hacer un buen uso de las herramientas tecnológicas con las que disponen (Torres, 2020).

En México encontramos una tesis de Franco (2023) para maestría realizada en, Xalapa, Veracruz, donde:

Su objetivo es promover y favorecer la educación mediática de las y los infantes aprovechando las prácticas digitales que tuvieron durante las clases virtuales e híbridas durante el período de confinamiento por la pandemia del Covid-19, dicha investigación se realizó en el Jardín de Niños Bertha Von Glumer, ubicado en el municipio de Banderilla, Veracruz, esto con una metodología cualitativa por medio del estudio del caso, para profundizar en las observaciones e información recaudada de niñas y niños de 5 años, la muestra fue por conveniencia, utilizando 5 instrumentos; el principal,

empleado para conocer el nivel de competencia mediática desarrollada en las y los niños, una guía de observación y un diario de campo para analizar día a día la clase de educación mediática, un cuestionario para padres de familia, por ultimo un cuestionario para docentes que tuvieron el fin de triangular la información que impacta en la formación de las y los estudiantes, teniendo como resultados que las y los niños ya son usuarios activos del internet, pero que el uso correcto de estos dispositivos dependerá de los padres, tutores y maestros, para que así la educación mediática sea un hábito que se practique siempre.

Otra Tesis para Maestría que encontramos fue una realizada en Ciudad de México, por Uriarte (2011) en donde su tema es: “La alfabetización mediática como herramienta para formar niños competentes, críticos y alfabetas en medios” en donde:

Su objetivo es el crear una estrategia educativa que fomente el desarrollo de aquellas habilidades y competencias de la alfabetización mediática para después evaluar si aquellos proyectos y actividades de alfabetización mediática realmente dotan a los niños de entre 9 y 11 años de habilidades suficientes para acceder, analizar y evaluar medios, al igual si se fomenta su pensamiento crítico, utilizando el constructivismo para realizar un plan de clase siguiendo ciertos pasos para lograr una alfabetización mediática, ahí utilizaron el periódico, donde se les dio información básica de los mismos, a través de lecciones guiadas, discusiones grupales e individuales, posteriormente realizaron ejercicios y formatos en donde recolectaban información acerca del curso impartido, obteniendo como resultado que sólo 3% de los alumnos fueron capaces de comprender y resolver los problemas presentados, 10% no comprendió lo que se les solicitó el 87% mostraron evidencias de una parcial y/o poca comprensión del problema a resolver y algunos o pocos de los asuntos solicitados en las actividades fueron incluidos, con esto llegan a la conclusión de que es necesaria la implementación de alfabetización mediática en los programas escolares, ya que estas habilidades se pueden desarrollar desde pequeños para que puedan ser capaces de analizar y comprender los medios.

Un artículo sumamente llamativo para nosotras fue el que encontramos del Cairo Egipto, escrito por Tayie (2013), llamado “Los niños y la nueva alfabetización mediática: un caso de estudio egipcio” en donde nos muestra los resultados de un estudio piloto cualitativo:

El uso que los niños hacen de los medios de comunicación, llevado a cabo entre niños egipcios de una zona urbana y una zona rural, teniendo como objetivo el uso que le dan los niños al internet y los teléfonos móviles y también sobre sus conocimientos y su participación en los medios, recolectando datos por medio de diarios (bitácoras) y entrevistas focales, al igual que el método cuantitativo con entrevistas, arrojando como resultados que los medios de comunicación, especialmente internet, determinan la agenda de los niños y niñas también las infancias más jóvenes fueron más activos que los adolescentes en cuanto a crear materiales y subirlos a internet. Llegó a la conclusión que entre los niños más pequeños existe una especie de adicción a los nuevos medios, una adicción que se ha racionalizado y que utilizan para su propio beneficio y poco se utilizan para la educación, por ende, menciona que es sumamente importante la alfabetización mediática, y finalmente hay una necesidad urgente de contar con datos de distintas partes del mundo donde se realicen más estudios conjuntos y comparativos.

En resumen, la revisión de investigaciones pasadas sustenta la relevancia del plan de comunicación "Educación mediática en infancias de 7 a 11 años de las escuelas Carlos Marx y Emilio Bravo" a partir de tres ejes esenciales:

Detección de la brecha: Los estudios analizados (Aguaded, 2015; García et al., 2020) indican que, a pesar de que los niños son considerados "nativos digitales" y cuentan con habilidades tecnológicas, les falta la capacidad crítica necesaria para evaluar y producir contenido de manera responsable (prosumidores). Esto respalda que nuestro plan no se limite a la enseñanza del uso de herramientas, sino que enfatice el desarrollo del pensamiento crítico.

Confirmación metodológica: Las experiencias anteriores, que abarcan desde el uso de metodologías mixtas en Monterrey (Guerrero, 2019) hasta un enfoque constructivista en CDMX (Uriarte, 2011), indican que las estrategias más eficaces son aquellas que amalgaman la creatividad, la producción audiovisual y la participación activa. Por ello, este plan enfatiza la importancia de actividades prácticas y recreativas para asegurar un aprendizaje significativo.

Perspectiva integral y contextual: Finalmente, la literatura resalta que la educación mediática no puede ser una tarea exclusiva del docente, sino que debe involucrar la tríada escuela-familia-estudiante (Franco, 2023). Al colaborar con dos escuelas primarias y abordar un rango de edad de 7 a 11 años, este plan de comunicación se presenta como una respuesta necesaria y urgente para convertir la "adicción racionalizada" a los medios (Tayie, 2011) en una ciudadanía digital activa, crítica y funcional para la comunidad actual.

Por lo tanto, los antecedentes mencionados aquí establecen la base estratégica para el diseño de nuestras intervenciones, asegurando que los objetivos propuestos estén en sintonía con las realidades pedagógicas y tecnológicas actuales.

Capítulo 1. Marco conceptual que sostiene el problema comunicativo y que orienta la investigación

En este capítulo se habla sobre cómo cambia la educación en México. Es muy importante empezar con la educación básica del país, así podemos saber qué se quería lograr con la enseñanza, tanto en escuelas públicas como privadas.

Miramos a distintas épocas para entender cómo se desarrollaron los modelos de educación y como estos han cambiado con el tiempo. Cuando conocemos los distintos modelos educativos, vemos que van junto a la tecnología. La tecnología ayuda a que la información llegue mejor a quienes enseñan y a quienes aprenden también, mejora el aprendizaje activo.

Además, la tecnología es una ayuda para enseñar y así se unen los medios de comunicación que inicia desde los tradicionales hasta los digitales, esto permite ver cómo cambian las formas de enseñar para mejorar el sistema educativo. Al final, se habla de la educación digital, esto es porque los jóvenes de hoy no tienen suficiente conocimiento sobre los medios y se ve en las escuelas y en su vida diaria.

1.1 Educación Básica en México

“Del latín *educatio*, onis, enseñanza, disciplina, formación espiritual” (Enciclopedia Jurídica Mexicana, 2002). La Real Academia Española (2023) nos muestra varias definiciones respecto al concepto de educación, partiendo así, con “la acción y efecto de educar” y “Crianza, enseñanza y doctrina que se da a los niños y a los jóvenes”. Por otro lado, la Secretaría de Educación Pública (2015), nos menciona que tiene dos grandes propósitos “aprender a aprender y aprender a convivir”, este planteamiento que hace el gobierno amerita ver que la educación es de calidad, y que, con esta, los mexicanos tengan un desarrollo integral.

En México la educación básica está integrada por tres niveles, preescolar, primaria y secundaria, tal como lo estipula la SEP (2000) en el documento la estructura del Sistema Educativo Mexicano en donde nos menciona lo siguiente:

Proceso sistemático de la educación que comprende la instrucción preescolar, en la cual se imparten algunos conocimientos y se estimula la formación de hábitos; la instrucción primaria, en la cual se inician el conocimiento científico y las disciplinas sociales, y, por último, la instrucción secundaria, en la que se amplían y reafirman los conocimientos científicos por medio de la observación, la investigación y la práctica.

1.2 Época Revolucionaria

Con la revolución en todo su esplendor, se buscó un cambio significativo en la educación en México. El centro de estudios sociales y de opinión pública (2006) menciona lo siguiente: “Durante el periodo revolucionario, el proceso de conformación del sistema educativo mexicano tuvo un notable retroceso, con la promulgación de la Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos de 1917, se otorgó por primera vez rango constitucional al derecho que todo ciudadano mexicano tiene para recibir una educación laica, obligatoria y gratuita. Asimismo, se otorgaron mayores facultades educativas al Estado para coordinar y vigilar el funcionamiento de escuelas públicas y privadas [...] desafortunadamente, con la supresión de la Secretaría de Instrucción Pública y Bellas Artes determinada por el Congreso Constituyente, el sistema educativo del nuevo régimen revolucionario tuvo problemas para consolidarse. La presencia de diversos factores, tales como la existencia de asentamientos rurales dispersos a lo largo del territorio, la carencia crónica de recursos presupuestales, la heterogeneidad en las maneras como cada estado y municipio atendía sus obligaciones y una planta magisterial sumamente reducida, agravaron esta situación.” , con esto se quería romper con la educación que había prevalecido en el mandato del presidente Porfirio Díaz, dejando de lado la educación exclusivamente para clases altas en México.

Comboni y Juárez (2016) mencionan que la vieja idea de Justo Sierra de que sólo por la educación se logrará el progreso, consagrado en el lema positivista, Paz, Orden y Progreso asumido por Porfirio Díaz en el cual se suplanta libertad por progreso. Nadie hacía caso a la Constitución de 1857, en torno a la educación en

México, dando paso así, a una nueva reformulación de la Constitución el 5 febrero de 1917 sobre al artículo 3.

1.3 Época Postrevolucionaria

En la postrevolución se tenía claro la separación de iglesia escuela, y el hecho de que la educación debía llegar a todos los rincones de México, Moreno (s.f., p. 34). Señala que:

El gobierno federal por primera ocasión se enfocó en ampliar la oferta educativa a los estados del país. Antes, la acción educativa se concentró en la Ciudad de México y, a partir de 1922, se expandió la instalación de escuelas en diversas modalidades en zonas rurales de las entidades del país.

Los estudiantes de la periferia no le veían mucho futuro a la educación, puesto que en esa época no tenían a su alcance libros, ni nada que se le pareciese, es ahí donde el gobierno entró en acción y cambió la manera de enseñar, Kobayashi enfatiza que, (1992, p. 243) “La ley que estableció las escuelas rudimentarias entró en vigor el 1 ° de junio de 1911. Por medio de ella se facultaba al Ejecutivo para establecer escuelas en toda la República en las que se enseñaría, sin distinción de sexo ni edad, lectura, escritura y las operaciones básicas de la aritmética [...] particularmente la escuela rural, se centrará en el desarrollo de la comunidad y tendrá como objetivo más que "instruir" enseñar a "vivir", en el sentido más amplio del término.”

Para Comboni y Juárez (2016), destacan el 9 de enero de 1917 donde la cámara de diputados aprueba el nuevo dictamen del artículo 3 de la Constitución:

La enseñanza es libre; pero será laica la que se dé en los establecimientos oficiales de educación, lo mismo que la enseñanza primaria, elemental y superior que se imparta en los establecimientos particulares. Ninguna corporación religiosa ni ministro de ningún culto podrán establecer o dirigir escuelas de instrucción primaria. Las escuelas primarias particulares sólo podrán establecerse sujetándose a la vigilancia oficial. En los

establecimientos oficiales se impartirá gratuitamente la enseñanza primaria. (p. 50).

En 1921 se crean escuelas e instituciones culturales de forma profesional en toda la República Mexicana.

1.4 Época contemporánea

Después de la creación de la Secretaría de Educación Pública y la Constitución Política de 1917, la educación básica en México ha cambiado y se ha transformado en hasta hoy en día. El primer cambio importante se da en 1934 durante el mandato del presidente Lázaro Cárdenas cuando se realiza la primera reforma al artículo 3 de la Constitución, otorgando un papel protagónico al Estado. En esta etapa, se “limita severamente la instrucción privada, así como la presencia de intereses comerciales y religiosos, y hasta determina que la educación oficial será socialista [...] además de excluir toda doctrina religiosa, la educación combatirá el fanatismo y los prejuicios para lo cual la escuela organizará sus enseñanzas y actividades en forma que permita crear en la juventud un concepto racional y exacto del Universo y de la vida social” (Aboites, 2012).

En 1946 se hace una segunda reforma, en la presidencia se encontraba Miguel Alemán Valdés, aquí se sustituye la palabra “socialista” por:

La educación que imparta el Estado —Federación, Estados y Municipios— tenderá a desarrollar armónicamente todas las facultades del ser humano y fomentará en él, a la vez, el amor a la Patria y a la conciencia de la solidaridad internacional, en la independencia y en la justicia.” (Gamboa y Gutiérrez, 2012, p. 9).

Otro aspecto trascendental de ese año fue que “toda la educación que el Estado imparta será gratuita” (Aboites, 2012), este mandato continúa vigente.

Finalmente, en 1922, se añaden particulares para poder impartir educación en el país, así se muestra el cambio en el artículo 3°. Según Gamboa y Gutiérrez,

(2012, p. 11) “los particulares podrán impartir educación en todos sus tipos y modalidades. En los términos que establezca la ley, el Estado otorgará y retirará el reconocimiento de validez oficial a los estudios que se realicen en planteles particulares”.

1.5 Modelos educativos en México

Una de las características más destacadas del sistema educativo desde inicios del siglo XX hasta hoy ha sido su estructura jerárquica. Al establecer la Secretaría de Educación Pública en 1921, el presidente Álvaro Obregón, junto al primer titular de la educación pública, José Vasconcelos, pone en marcha un plan educativo destinado a satisfacer las necesidades de una población mayormente rural, donde el analfabetismo alcanzaba cerca del 80%.

El Modelo Educativo según Salves (2022) consiste en “el conjunto de reglas y normas que se crean para generar una estructura de conocimiento por medio de enfoques pedagógicos. Al momento de crear un modelo debemos tener en cuenta factores claves como la planificación, gestión humana y de saberes, procesos de aprendizaje, entre otros”. Las instituciones de formación necesitan un modelo educativo que defina la planificación del conocimiento que se transmitirá y el proceso de formación que se implementará para que los estudiantes adquieran conocimientos.

De acuerdo con De Zumbiría (2006):

El modelo educativo en México se construye a partir del enfoque social e histórico del sistema de gobierno que se pretende implementar. Su uso es una esquematización de procesos basados en programas, los cuales recogen y simplifican la vasta cantidad de estudios pedagógicos adecuados para la orientación en la que se intenta educar.

Igualmente, llamado modelo educativo o paradigma de enseñanza, estos servirán como guía para señalar cuáles estrategias de enseñanza se consideran

más apropiadas del mismo modo que las tácticas empleadas para lograr ciertos propósitos.

1.6 Modelo tradicional

La idea del Modelo convencional se fundamenta en la creencia de que la escuela es la entidad social encargada de la educación pública de la población y una fuente clave de conocimiento, cuya función es formar a los alumnos tanto a nivel intelectual como moral.

Por esta razón, Flórez señala que, en este modelo, el alumno se ve como un ente pasivo, es decir, un mero receptor de información y un objeto de la enseñanza del educador. El conocimiento se percibe como algo preestablecido y definido por un saber exclusivo que pertenece a la teoría y/o al profesor. Citando a Flórez (2001) “en su forma más clásica, este modelo enfatiza en el papel de la educación para moldear a los sujetos a través de la voluntad, la virtud, la disciplina y la ética”.

Este es uno de los esquemas que ilustra las teorías y las interpretaciones modernas más comunes, además de las metodologías y técnicas de evaluación educativa que se generan a partir de estas. Este enfoque también se conoce como modelo educativo clásico o modelo de instrucción convencional y se define por evidentes diferencias en cómo se asignan los roles entre el estudiante y el profesor. Agrega Rovira (2018) que “en este tipo de sistema educativo el alumno es un receptor pasivo de la información, mientras que todo el peso del proceso educativo recae en el profesor, el cual debe ser un experto en la materia”.

De igual manera, los manuales de estudio son esenciales en este enfoque porque incluyen los datos requeridos por el alumno para estudiar. Lo que resulta efectivo es la comunicación del educador respaldada por métodos orales, dicho con palabras de Flórez (2001) “el aprendizaje se reduce a repetir y memorizar; el proceso docente está muy institucionalizado y formalizado, dirigido a los resultados y estos devienen en objeto de la evaluación”.

1.7 Modelo escuela activa

Una escuela o un enfoque pedagógico activo es un modelo donde el niño se encuentra en el corazón del proceso educativo, siendo él quien determina la velocidad de aprendizaje, y, por ello, los educadores deben ajustar sus métodos de enseñanza en consecuencia. Durante el horario escolar, los estudiantes pasan entre seis y ocho horas en una posición estática, generalmente sentados en sillas que son demasiado duras y no se adaptan a su desarrollo físico. No obstante, “el desarrollo y la aplicación de conocimientos en este campo se han visto ralentizados por su elevada complejidad teórica y el limitado conocimiento de la evidencia existente relacionada con sus componentes” (Bailey et al., 2023).

Esta situación ha llevado a que la educación activa adquiera gran importancia, ya que, si los niños se sienten motivados por un tema específico, encontrarán su ritmo personal y se adaptarán a él. La Escuela Activa fomenta la incorporación del movimiento en la rutina cotidiana de los alumnos. De acuerdo con los autores:

Esto se puede conseguir mediante descansos activos, un aprendizaje a través de clases activas, la posibilidad de diferentes maneras de atender, una modificación de los recreos y del diseño de las clases, un desplazamiento activo de casa a la escuela en el que se incluya actividad física y un mayor nivel de intensidad dentro de las clases de educación física (2017).

Un aspecto clave que distingue a una escuela activa es su esfuerzo por transformar el tiempo que los alumnos pasan en la escuela, aunque no estén en clase, como durante los cambios entre asignaturas o en los recesos, en oportunidades para realizar actividad física y movimiento. Se debe enfatizar que, durante los períodos de descanso activo mencionados anteriormente, la actividad física se utilizará para aumentar o disminuir el nivel de actividad del estudiante.

1.8 Modelo Montessori

Para entender este modelo es necesario definir algunos de los conceptos principales propuestos por la propia María Montessori, que sustentan el método en sí. Primero, Montessori según Dattari (2017) “creía en la capacidad innata del niño para aprender a través de la absorción inconsciente (y luego consciente) de la realidad [...] basándose en sus diversos estudios observacionales de niños en diversas etapas de desarrollo, cada individuo tiene características universales de la infancia y define este período como una entidad en sí misma, no sólo una preparación para la edad adulta” (p. 1).

Empleando las palabras de Montessori, la mente absorbente y la mente consciente es la mente de un niño que es capaz de absorber información de manera subconsciente durante los primeros tres años de vida y con el paso del tiempo se vuelve una mente consciente. Dattari (2017) menciona que “por lo mismo, las primeras experiencias de vida de los niños son tan importantes en su desarrollo posterior, en que se puede afirmar que aprendizajes como el caminar y hablar no requieren de una instrucción esquematizada de los adultos para ser logrados” (p. 3).

El segundo concepto es el aprendizaje personalizado. Esto implica reconocer que cada niño es un ser singular, con su propio estilo de aprendizaje, intereses y métodos de trabajo. Desde este ángulo, es fundamental que los pequeños tengan la oportunidad de aprender a su propio ritmo, tanto en el aula como en el hogar, mientras se desarrollan conjuntamente en un entorno de respeto y cooperación. Desde el punto de vista de Dattari (2017) “el desarrollo social es, sin duda, parte importante del desarrollo integral de todo niño, sin embargo, es básico que primero el individuo trabaja el autoconocimiento, autocontrol y autodisciplina” (p. 3).

Y, por último, el aula debe ser un lugar estructurado, diseñado para los niños y contar con materiales adecuados para favorecer su aprendizaje. Como enfatiza Dattari (2017) es que “se debe conocer y respetar el ambiente, así como también abogar por un clima social amoroso, para que la casa de los niños sea

verdaderamente un estímulo para el proceso de enseñanza-aprendizaje” (p. 3). De esta manera, el Método Montessori puede implementarse en su totalidad o introducirse gradualmente en entornos educativos tradicionales, enriqueciendo así la práctica educativa diaria.

1.9 Nueva escuela mexicana

Por medio de un comunicado la Secretaría de Educación Pública dice que la Nueva Escuela Mexicana (NEM) es un proyecto educativo con un enfoque crítico, humanista y colaborativo. La SEP plantea que hay cinco características que hacen a la NEM un modelo educativo renovado. La NEM quiere formar personas capaces para ser ciudadanos autónomos, con sentido humano y crítico para que sean parte de la construcción del futuro de la sociedad mexicana.

La Nueva Escuela Mexicana necesita entender la historia de nuestro sistema educativo para poder analizar sus logros de forma objetiva y sugerir modificaciones que realmente aborden las necesidades de la comunidad, sin ceder a intereses particulares. Es esencial profundizar en el ámbito educativo, conociendo su evolución y las realidades que viven alumnos y maestros diariamente en cada jornada escolar, incluso si se modifican solo algunos nombres de los temas. Como lo hace notar Romero que:

La Nueva Escuela Mexicana constituye una oportunidad para responder a la demanda educativa de la sociedad actual, por muchos años se han propuesto reformas y alternativas que buscan reorientar el trabajo de los docentes y de las escuelas hacia los fines establecidos en nuestras leyes, sin embargo, no se han podido concretar debido a que, al llegar un nuevo gobierno, éste trata de imprimir su visión particular del fenómeno educativo, olvidando la verdadera función de la educación [...] de otro modo, destaca la Nueva Escuela Mexicana (NEM) al tener una visión que desde sus propósitos se muestra preocupada por los valores sociales y por los problemas que como colectivo debemos enfrentar, se vincula con la socioformación ya que,

con este enfoque será posible dar una respuesta a los problemas del entorno con un proyecto ético de vida (p. 4).

1.10 Educación y comunicación (educomunicación)

Existen varias definiciones de educación, esto debido a que a lo largo del tiempo se ha ido transformando esta práctica, ya sea a través de la época o de diferentes contextos sociales, de tal forma, que mencionaremos diferentes definiciones, que nos ayuden a entender mejor este concepto tan complejo. Ya que, como lo han mencionado De La Fuente. et al (2014) de la escuela de palo alto, todo comunica “la educación como tal es un proceso de comunicación, donde están presentes todos los elementos y características de la comunicación: emisor, receptor, codificador, decodificador, canal (oral, escrito, medios electrónicos), mensajes (contenidos), códigos (visuales, auditivos y táctiles), ruido (cultural, físico, psicológico y semántico), así como la retroalimentación y el contexto” (p. 48).

La educación es un proceso de aprendizaje mediante el cual el profesor comparte conocimiento, orienta, cambia, aconseja y supervisa, facilitando la obtención de nuevos conocimientos y beneficiando tanto a los individuos como a la comunidad.

Algo importante que menciona León, es el hecho de que la educación nos hace libres, debido a ella busca perfeccionar y dar seguridad al ser humano, pero esta libertad es limitada debido a que “la educación busca asegurarle libertad al hombre, pero la educación demanda disciplina, sometimiento, conducción, y se guía bajo signos de obligatoriedad y a veces de autoritarismo, firmeza y direccionalidad” (2007, p. 596). Debido a esto la educación entra en conflicto, por una parte, nos dicen que seremos libres, pero por otra, esta libertad está condicionada a varios factores.

Es importante hablar de la cultura, debido a que va de la mano con la educación, ya que está contempla la condición humana no como natural, sino más bien como la cultura quiere que sea, de ahí que “Se educa entonces para satisfacer

las expectativas y deseos de la cultura, el diseño implícito o explícito de un tipo, de una categoría” (León, 2007, p. 598).

Es importante subrayar el hecho que en la educación no se quiere enseñar de una manera única y homogénea, tal como lo explica León (2007) “La educación ayuda a superar y liberar al hombre de su conciencia natural ingenua para ganar una conciencia crítica, problematizadora y liberadora [...] pero esta educación se encarga de la arquitectura cultural del hombre: los valores, la cognición, los afectos, las emociones, las ideas, las prácticas sociales, el sentido de la vida, el lenguaje, la significación, los símbolos, el conocimiento.” (p. 599), por lo que se dice que la educación va de la mano de la cultura, y sin duda va cambiando a lo largo del tiempo.

Por último, se cree que la educación hoy en día es un mero instrumento, en donde destaca León (2007) es que “sólo se estimula la obtención de certificaciones, diplomas o títulos que insertan al individuo en el mercado de trabajo” (p. 601).

1.11 Mediatización

Uno de los conceptos centrales que permea las investigaciones actuales en el campo de la comunicación es la mediatización. Souza (2013) alude que “las lógicas de los medios están cada vez más involucradas en la producción de significados en el proceso de configuración de las temporalidades, el entorno, la acomodación, las formas de actuar y vivir, y la representación de la realidad” (p. 2). El concepto de mediatización para Mata (1999) señala que es “una reconfiguración de la cultura mediática en una nueva racionalidad productora de sentido” (p.77)

Eliseo Verón (2005) define la mediatización como “el complejo proceso contemporáneo de lógicas que operan en las relaciones de producción de significado, influenciadas por la lógica de los medios de comunicación y de los productos determinados por procesos de comercialización y venta de bienes simbólicos” (p. 77). Estas alteraciones en las características de los medios se definen por la utilización y adopción de determinadas condiciones de producción

tecnológica. Desde el punto de vista de Marín (2015) “el proceso de representación del conocimiento educativo, que para docentes y estudiantes implica el uso de mediadores educativos como signos, códigos y lenguajes, expresados a través de textos y discursos, en los escenarios ya descritos” (p. 43).

Thompson (2002) llama mediatización de la cultura moderna, como el “proceso general por el cual la transmisión de formas simbólicas llega a estar cada vez más mediada por los aparatos técnicos e institucionales de las industrias de los medios de comunicación” (p.12).

1.12 Educación Mediatizada

Para entender el efecto de los medios en la infancia, es fundamental examinar el concepto de educación mediatizada, el cual va más allá de la mera utilización de dispositivos dentro del aula. Esta visión propone que la comunicación y la educación no son actividades separadas, sino que se conectan para crear nuevas significaciones y maneras de aprender. A diferencia de las perspectivas convencionales que consideraban al espectador como un individuo pasivo, la educación mediatizada reconoce la complejidad de las interacciones sociales y culturales que surgen cuando los lenguajes mediáticos se integran en el ámbito educativo.

A continuación, se analizan los fundamentos teóricos que caracterizan este fenómeno, incorporando las perspectivas de varios autores que examinan desde la mediación social hasta el papel de los medios como nuevos espacios de legitimidad y socialización para las infancias.

La educación mediatizada de acuerdo con Martin-Barbero (2003) “la dimensión social, cultural y educativa complejiza las formas en las que se había problematizado la relación de medios de comunicación y sus públicos”. En cambio, para Genaro (2019) señala que:

Los modelos teóricos de focalizaban los grados de impacto del emisor y sus mensajes en el receptor comenzaron a replantearse para determinar la

viabilidad o pertinencia de este tipo de abordajes, en virtud de la dificultad que representa confirmar o comprobar grados de influencia mediática, frente a la heterogeneidad de variables que definen la experiencia de recepción de las personas: el concepto de mediación deviene en categoría que redimensionó el estudio de los fenómenos comunicativos mediáticos (p. 185).

En el ámbito educativo, el enfoque se centró en las maneras de utilización o adopción de los medios de comunicación tradicionales, como herramientas que favorecen el proceso de enseñanza y aprendizaje, además de reconocer el fuerte lazo que une los medios de comunicación con la sociedad. Dicho en palabras de Amayuela (2017) la educación es “un proceso comunicativo dialógico, donde se dan las relaciones horizontales entre docentes y discentes” (p. 9). Finalmente, en aquel tiempo, “las nacientes tecnologías ya se revelaban como medios a través de los cuales se narraba y se presentaba el mundo, comenzaba entonces a ser agencias y espacios de legitimidad, tan cercanos a lo que la escuela ha representado, por la forma en que promueven mecanismos de socialización” (Quiroz, 1997).

Desde el punto de vista para Marín (2015) la educación mediática es:

Las maneras o metodologías usadas por los educadores y los estudiantes para mediatizar el conocimiento, tanto en la educación formal, como en la no formal e informal, en ambientes educativos diseñados para las aulas de clase que requieran de la presencia corporal y de la comunicación cara a cara, en aulas virtuales que requieran o no de presencias corporales o verbales digitalizadas (IE), en lugares de encuentro de organizaciones sociales, culturales y educativas (ONG y ORG), o en otros escenarios del conocimiento como los medios de comunicación educativa y cultural, ya sean privados, públicos o mixtos” (p. 42).

Este procedimiento de elaboración del saber enfocado en la enseñanza implica a docentes y alumnos que utilizan herramientas educativas: símbolos, códigos y lenguajes, comunicados mediante escritos y conversaciones, en los contextos previamente mencionados. Los medios de comunicación actúan como

formadores de percepciones y transmisores de datos, están integrados en todas las áreas de la existencia, junto con el hogar y el centro educativo, constituyen uno de los lazos sociales más significativos para infantes y adolescentes y cumplen una función crucial en el proceso de aprendizaje.

1.13 Educación para los medios y no medios para la educación

Lo que hace unos años se consideraba tecnología futurista ahora está al alcance de todos los ciudadanos. Como describe Aparici (s.f):

Los sistemas educativos de todo el mundo han tenido acceso a la tecnología disponible y han hecho uso de ella en diferentes grados y es frecuente hallar en muchos de los países desarrollados gran número de escuelas equipadas con ordenadores y algunas de ellas, sobre todo en regiones remotas, están enlazadas con modem, fax o incluso por sistemas de televisión interactiva (p. 1).

Hoy en día, los aparatos electrónicos son tan comunes e indispensables como lo eran antes los libros, por lo que señala Aparici (s.f) a nivel social “las nuevas tecnologías de la información y de la comunicación están presentes en muchas de las experiencias cotidianas y no resultan extrañas o ajenas a la sociedad [...] no depende necesariamente de recursos económicos, sino de vincular, formar y comprometer a los profesores en formas de comunicación cercanas a la percepción y al contexto de niños y jóvenes y, al mismo tiempo, a la necesidad urgente de sensibilizar a administradores y políticos de la educación para desarrollar propuestas, proyectos e investigaciones que vinculen las nuevas formas de comunicación con la enseñanza y el aprendizaje” (p. 1). Estos métodos de interacción y de transmisión de información apenas comienzan a ser adoptados en las escuelas y, de alguna manera, existen importantes oposiciones a su integración en el ámbito educativo.

1.14 Ecología de medios

Postman menciona que “los medios de comunicación afectan a la opinión humana, la comprensión, la sensación, y el valor; y cómo nuestra interacción con los medios facilita o impide nuestras posibilidades de supervivencia” (como se citó en Islas, 2015).

1.15 Medios tradicionales

Los Medios tradicionales tienen su propia orientación y enfoque, y este aspecto ha provocado que el público que consume esta información las categorice y los seleccione. Para las autoras García y Brussino (2014) “los medios de comunicación surgen como plataformas ideológicas, estos tienen una gran incidencia en la construcción social de contextos de cambio”.

Los medios de comunicación tradicionales incluyen, los periódicos, revistas, radio, televisión. Señala Campos (2008) “tal y como se entiende por tradicionales, estos medios han estado a cargo de la comunicación desde la invención de la imprenta en 1440 y, desde las últimas décadas se encuentran experimentando cambios debido a dos razones, la una referida a la gran competencia que existe entre ellos y la otra por la irrupción de los medios alternativos digitales”.

Desde el punto de vista de Daniel Prieto (2023) “los medios tradicionales están conformados por la prensa escrita, la radio y la televisión, e incluso, el cine, ya que un emisor que emite un mensaje que es transmitido al lector, al radioescucha o al televidente [...] no se establece una interacción entre el emisor y el receptor, ya que solo se envía la información y dependerá del público cómo decide interpretarla”.

1.16 Medios digitales

Se ha producido un notable avance en el ámbito de la comunicación en los últimos años. Se ha abandonado un enfoque tradicional y unidireccional en favor de uno que promueve el intercambio de ideas a través de la cooperación creativa.

Los formatos digitales emergen debido a la llegada y difusión de la red, lo que ha facilitado el desarrollo de sitios web, boletines electrónicos y plataformas sociales, entre otras cosas. Prieto (2023) señala que “se establece una comunicación bidireccional, puesto que el receptor puede interactuar con el emisor, obteniendo una retroalimentación durante las 24 horas del día”.

Este progreso es, en parte, el resultado de que el contenido digital se hace disponible en diversos dispositivos. Esto exigió la modificación de la radio, la televisión, las computadoras y los teléfonos móviles. La unión de lenguaje, imágenes, audio y datos provocada por la digitalización abre nuevas oportunidades para la interacción social. Además, a medida que los públicos siguen consumiendo medios, existe una creciente demanda de contenido más atractivo.

1.17 Medios emergentes

Uno de los principales y evidentes contribuciones a la actualización de las comunidades es la vasta cantidad de datos generados diariamente por la independencia de las audiencias, que se convierten en creadores de contenido.

En este sentido Prieto (2023) plantea que “se determina que la estructura actual de los medios de comunicación no contribuye como subsistema al funcionamiento del sistema democrático y a la sociedad en general”. Todo sugiere que esto es factible gracias a herramientas cada vez más avanzadas que facilitan la captación de toda clase de información al instante, en múltiples formatos, para posteriormente difundirla en una red social enlazada a la web.

Por su parte Santillán (2018) señala que “los llamados medios de información emergentes son quienes se encuentran buscando su lugar en un camino todavía incierto y lleno de dificultades para ser auto-sostenibles”.

1.18 Cultura alfabetización digital en la educación básica en México

La alfabetización digital incluye diferentes grados que comienzan con las habilidades más sencillas y avanzan hacia un nivel intermedio, donde se aplica la

tecnología para mejorar la calidad de vida o ser más productivos, culminando en un nivel avanzado que implica la creación de contenido digital propio. El principal obstáculo radica en la transición de una sociedad de la información que excluye a muchos a una sociedad de la comunicación en la que todas las personas dispongan de igualdad de acceso a las tecnologías emergentes.

Díaz (2022) menciona que la alfabetización digital es “el proceso a través del cual un individuo adquiere las capacidades necesarias para usar de manera correcta y eficiente las nuevas tecnologías”.

Asimismo, señala Montiel (2022) “cuando nos referimos a alfabetización digital, no lo vinculamos solamente al manejo técnico de una computadora, celular o tableta (habilidad instrumental), sino que nos referimos a las habilidades cognitivas y comunicativas, que involucran buscar, seleccionar, analizar, comprender, elaborar contenidos, capacidad de difundirlos y promover la retroalimentación de los mismos”.

Roberto Aparici señala que “la educomunicación implica la interrelación de dos campos de estudios: la educación y la comunicación. Se le conoce también como recepción crítica de los medios de comunicación, pedagogía de la comunicación, educación para la televisión, pedagogía de la imagen, didáctica de los medios audiovisuales, educación para la comunicación y educación mediática [...] el desarrollo y ocaso de la educomunicación entre los años setenta y fines de los noventa en inversamente proporcional con la expansión de las nuevas tecnologías y al desarrollo de paradigmas economicistas que se trasladan al mundo de la educación” (2010, p. 9).

Capítulo 2. Pregunta de investigación desde el problema comunicativo

2.1 Pregunta general

¿Cuáles son las estrategias de intervención psicosocial y pedagógico para orientar a los padres de familia, docentes e infancias en la mediación del consumo de medios en la era digital?

2.2 Preguntas particulares

- ¿Cómo influye la implementación de actividades lúdicas y talleres creativos en la capacidad de las infancias de 7 a 11 años y docentes para identificar noticias falsas y contenidos engañosos en plataformas digitales?
- ¿Para qué y por qué utilizan las infancias los dispositivos electrónicos?
- ¿De qué manera el uso de dispositivos electrónicos por parte de las infancias afecta la calidad de interacción y conexión emocional con sus padres durante las actividades cotidianas, como las comidas o la hora de jugar?
- ¿Cómo reconocerían las infancias la calidad y credibilidad de la información en redes sociales (WhatsApp, Facebook, TikTok e Instagram)?
- ¿Qué papel desempeñan los factores socioculturales en las prácticas de mediación del consumo mediático?
- ¿Qué habilidades de producción y comunicación pueden desarrollar las infancias para que obtengan un pensamiento crítico sobre la educación mediática?

2.3 Sustento teórico desde la comunicación

Las teorías comunicación y la recepción crítica, el plan de comunicación tiene como objetivo dotar a las infancias las habilidades de pensamiento crítico necesarias para analizar y evaluar los contenidos mediáticos a los que están expuestos (Muppalla et al., 2023). En el entorno digital se transforma con mayor

rapidez que la investigación, sobre como los medios en pantalla influyen en el desarrollo, el aprendizaje y la vida familiar de la primera infancia (Ponti et al., 2017), asimismo, la exposición a dispositivos electrónicos durante los primeros años puede repercutir en las habilidades comunicativas de las infancias (Galvagno et al., 2022).

La teoría del cultivo, postula “la exposición prolongada a los contenidos mediáticos moldea la percepción que tiene el individuo de la realidad” (Osika, 2021). Esta teoría contribuye con las infancias a reconocer cómo los medios de comunicación pueden presentar una versión sesgada o distorsionada de la realidad.

La teoría permite evaluar en qué medida se moldean determinadas interpretaciones de la realidad. A lo largo del tiempo, las infancias expuestas de manera continua a contenidos mediáticos que transforman progresivamente la actitud y, eventualmente, en la conducta (Lozano, 2007, p. 125).

Las infancias están profundamente inmersas en las tecnologías digitales y la forma en que interactúan con los medios apoyándose en la pantalla durante la primera infancia está en constante cambio [...] puede tener impactos tanto positivos como negativos en el desarrollo cognitivo y socioemocional de los niños y niñas (Swider-Cios et al., 2023). Por lo tanto, la selección adecuada de los medios interactivos es crucial para el progreso de la educación infantil (Ferreira, 2021).

El modelo de codificación-descodificación destaca que los mensajes mediáticos son codificados por los productores con significados específicos, pero son descodificados por el público de diversas maneras, en función de sus antecedentes culturales, experiencias y creencias (Coca y Montoya, 2013). Este modelo subraya la necesidad de enseñar a las infancias a ser receptores activos en los medios de comunicación, capaces de cuestionar los mensajes y de construir sus propias interpretaciones. Asimismo, el pensamiento crítico es un requisito previo para que las personas desarrollen su propia forma de pensar (González-Mohíno et al., 2023). Es esencial que el profesorado del área de comunicación estimule, promueva o genere el pensamiento crítico durante el proceso pedagógico de la enseñanza y el aprendizaje (Lira et al., 2020).

De la misma forma, la incorporación de la teoría del aprendizaje social puede ayudar a los niños a comprender cómo los medios de comunicación influyen en su comportamiento y actitudes al presentar modelos a seguir y reforzar determinados valores.

El plan de comunicación puede animar a las infancias a analizar críticamente las representaciones de los personajes y a considerar los posibles efectos de imitar su comportamiento. Para Giménez-Dasí y Quintanilla (2009) “los programas clásicos basados en el aprendizaje de técnicas específicas muestran muy poca generalización a contextos naturales y la duración de los efectos de mejora es muy corta”. En la sociedad actual, las infancias están expuestas a mucha información falsa y engañosa, y deben ser capaces de evaluar esa información y tomar decisiones informadas. Es esencial dotar a los niños y niñas de herramientas y marcos conceptuales que les permitan pensar críticamente sobre los contenidos mediáticos y resistir la manipulación.

De la misma manera, los entornos de construcción didáctica permiten el desarrollo del pensamiento lógico-matemático en los escolares (Sánchez et al., 2021). Los entornos de construcción didáctica se caracterizan por proporcionar a los estudiantes oportunidades para explorar conceptos, construir representaciones y participar en actividades de resolución de problemas (Bendek-Ceveriche et al., 2021). En estos entornos, los estudiantes no son receptores pasivos de información, sino participantes activos en su propio proceso de aprendizaje.

Para promover la autonomía del pensamiento y los procesos de humanización, la reflexión intencionada, el pensamiento crítico y los procesos de humanización deben considerarse en el aula (Cantillo, 2013). Una interacción dialéctica entre los conocimientos del profesor y los del alumno puede conducir a un aprendizaje productivo y significativo (Granja, 2015). También, la aplicación del constructivismo en la educación tiene efectos directos en el aprendizaje de los alumnos, que participan activamente en los procesos de creación y difusión del conocimiento, asumiendo la responsabilidad de su propia educación dándole un significado personal (Granja, 2015) (Rodríguez, 2016).

Capítulo 3. Diagnóstico

3.1 Antecedentes

En la época actual, es de lo más normal el uso del internet para todos los aspectos de nuestro día a día, debido a la facilidad de conexión con la que contamos en nuestra zona conurbada, pero esto no era así, y es que ha crecido exponencialmente el hecho de que los mexicanos estemos cada día más conectados y es que, según comparativas de estudios realizados en 2019 y 2022 por la Asociación Mexicana de Internet en nuestro país, en 2019 había aproximadamente 30.6 millones de internautas mientras que en 2022 existe ya alrededor de 88.6 millones (Asociación Mexicana de Internet, 2023).

Otro cambio importante en el uso del internet, es la diferencia que se ve en 2019 este estaba más visto en clases A,B+, al igual que su incremento se veía en esas clases, pero en 2023 el aumento en el uso de internet se ve en clases D, E+, (Asociación Mexicana de Internet, 2023), este crecimiento se visibilizó más a causa de la pandemia del 2019, debido a que, con este hecho histórico ya no era una simple herramienta de entretenimiento, sino que pasó a primer plano y era necesario el internet para usos que antes ni se contemplaban.

Vemos una diferencia importante en dichos estudios, además, el hecho de que ahora el uso de internet se ve desde temprana edad, causa una gran preocupación. En el año 2022 las infancias de 7 a 11 años han tenido un crecimiento en el uso de internet, llegando a cifras del 10% de su rango de edad, cosa que en 2019 no se veía y su uso comenzaba a los 12 años (Asociación Mexicana de Internet, 2023).

Aun cuando lo más común es que la mayoría de las personas utilicen redes sociales, en 2019 este no era tan popular entre los cibernautas, en aquel tiempo lo que más se hacía en internet era enviar y recibir correos, aunque una de las cosas que se mantiene es que aún predomina el enviar y recibir mensajería instantánea. (Asociación Mexicana de Internet, 2023). Observamos que antes predominaba el uso de las computadoras y ahora los celulares están ganando terreno en todos los

aspectos de la vida, ya que con ellos se pueden hacer un sin fin de cosas al mismo tiempo y en una velocidad descomunal. (Asociación Mexicana de Internet, 2023).

Ahora bien, pasemos a la evolución de la Web, porque gracias a su transformación se hizo popular el ciberespacio, y es que ha pasado por varias etapas donde poco a poco se ha visto el cambio sustancial, ahí vemos la relación de usuarios con el internet y con la Web (World Wide Web, o www) Latorre (2018) sostiene este concepto como “un conjunto de documentos (webs) interconectados por enlaces de hipertexto, disponibles en Internet que se pueden comunicar a través de la tecnología digital” (p. 1).

De acuerdo con Latorre (2018) “La web 1.0, fue la primera (apareció en 1990) y en ella solo se podía consumir contenido. Se trataba de información a la que se podía acceder, pero sin posibilidad de interactuar; era unidireccional” (p. 01). En esta Web el usuario no podía interactuar y era totalmente lineal, a lo más que se acercaba el cibernauta era enviar información, no tenía una interacción real, aquí el participante era más como un consumidor. Con la web 1.0 se alertaba una pérdida de competencias comunicativas, esto en la escritura, debido a que, esta web era sólo de lectura estática (García, 2014, p. 6). Las páginas que veíamos en la Web 1.0 no se actualizaban, a comparación de las creadas a partir de la Web 2.0.

Como plantea Latorre (2018) “la web 2.0 es una segunda generación de tecnología web basada en comunidades de usuarios y una gama especial de servicios, como las redes sociales, los blogs, los wikis, los chats, foros, álbumes de fotografía, presentaciones en red, etc., que fomentan la colaboración y el intercambio ágil de información entre los usuarios de una comunidad o red social” (p. 3).

Llamada en otros términos como Web social, debido que aquí ya hay colaboraciones de ida y vuelta, y ya no se trata solo de leer como en la Web 1.0 sino que ahora también se puede escribir e interactuar, por eso el auge de las redes sociales, favoreciendo el trabajo colectivo, un claro ejemplo de esto es Wikipedia,

donde miles de voluntarios colaboran para llenar de contenido esta página. (Tapscott, D. Williams, A. 2006).

Los sitios web 2.0 actúan como puntos de encuentro de los usuarios, pues son bidireccionales, en contraposición de la web 1.0, que es unidireccional. (Latorre, 2018, p. 3). Esto es un gran cambio debido a que la llegada de la Web 2.0 altera la forma de comunicarnos y de consumir información.

Ahora, la web 3.0 está muy asociada al concepto de personalización. Ofrece un flujo de información y de contenidos adaptados a nuestros gustos y preferencias. (Latorre, 2018, p. 5), en otras palabras, es el poder de conectarnos desde donde sea y de cualquier dispositivo, ya que esta red es que es flexible y cualquiera la pueda utilizar.

IMAGEN 2

EL USO MULTIDIMENSIONAL DE LA WEB				
	WEB 1.0	WEB 2.0	WEB 3.0	WEB 4.0
Contenido	Fijo y dado.	Construido social-mente.	Construido socialmente y reconstruido en el contexto.	Construido y reconstruido en el contexto de forma constante.
Tecnología	Está fija en el aula.	Utilizada y asumida (migrantes digitales).	Se vive en el universo digital.	Se vive en el universo digital. Relacionada con la inteligencia artificial.
La enseñanza va desde	Profesor a los estudiantes	Profesor al estudiante, estudiante al profesor y estudiante a estudiante.	Profesor al estudiante, estudiante al profesor y estudiante a estudiante, a todo el mundo.	Todos aprenden y todos enseñan
La escuela está en	Un edificio.	Un edificio y on line. Escuela tecnómada. Aprendizaje ubicuo y asíncrono.	Aprendizaje ubicuo y asíncrono; calle, cafetería, escuela, oficina, playa, parque, tren, avión, casa...	Conexión ubicua y asíncrona; calle, cafetería, escuela, oficina, playa, parque, tren, avión, casa...
Los padres ven la escuela como	Una guardería para cuidar los niños.	Una guardería.	Un lugar donde ellos también aprenden.	Preparación para entrar en el mundo de las tecnologías.
Los profesores son	Profesionales con título reconocido.	Profesionales con título reconocido.	Todos son profesores	Todos son profesores pues todos informamos y aprendemos.
Los hardware y software en las escuelas son	Comprados y caros.	Código abierto, disponibles y de bajo precio.	Accesibles y de bajo precio; adecuados para cada caso.	Accesibles y de bajo precio; adecuados para cada caso.
La industria ve a los graduandos como	Trabajadores en una cadena de montaje.	Trabajadores con poco desempeño en la sociedad del conocimiento.	Empleadores-colaboradores, empresarios.	Empleadores-colaboradores, empresarios.
Herramientas	Internet Computadora Tablet	Internet Plataforma de redes sociales Computadora – Tablet -- Smartfond Blog – Facebook, Twitter, Wiki.	Internet Plataforma de redes sociales Computadora – Tablet -- Smartfond Blog – Facebook, Twitter, Wiki.	Internet Plataforma de redes sociales Computadora – Tablet -- Smartfond Blog – Facebook, Twitter, Wiki.
Programas	Office y sus programas	Office y sus programas	Office y sus programas	Office y sus programas. Relacionada con la inteligencia artificial.

Imagen tomada de: Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0.

Con lo anterior, los dispositivos seguirán formando parte de nuestro entorno, pero no por ello se deben satanizar, sino usarlos con eficiencia, tal como menciona Ortiz (2023), al usar los dispositivos se recomienda utilizarlos en compañía de adultos o si el programa es educativo, pueden traer muchos beneficios respecto a su alfabetización.

Viendo este gran panorama de la Alfabetización Mediática en México, en donde el gobierno ha creado un sin fin de programas que no han funcionado y no han tenido tanta visibilidad tales como:

1. Programa de Desarrollo Educativo (pde), 1995-2000.

2. Programas de alfabetización digital: Enciclomedia, Habilidades Digitales para Todos (hdt), Programa de Inclusión y Alfabetización Digital (piad), el proyecto México Conectado y el programa @prende 2.0, 2004-2016.

3. Ley Federal de Telecomunicaciones y Radiodifusión (LFTyR), 2014

Tomado de: Guerrero, 2018 .

Como mencionamos anteriormente, es importante visibilizar, enseñar y dar a conocer la Alfabetización Mediática no solo en infancias, sino también en docentes y padres de familia, porque a pesar de la gran utilidad de los dispositivos electrónicos estamos todavía muy lejos de su uso correcto.

3.2 Contexto

Azcapotzalco y Gustavo A. Madero

En Azcapotzalco hay una población Total de: 432,205 personas, 227,255 mujeres y 204,950 hombres, de estas cifras hay en total niños y niñas de 0 a 14 años 70,366. En esta demarcación existen 149,381 viviendas ocupadas, en ellas 105,899 cuentan con internet; 123,961 con teléfono celular, y 86,856 con tableta o laptop. (Azcapotzalco - poblacion.com.mx, 2023).

Se estima que en la alcaldía Gustavo A. Madero viven alrededor de 1,173,351 personas, en donde 212,345 son niños y niñas de 0 a 12 años, existen 370,297 viviendas habitadas en esta demarcación, en las cuales 246,278 cuentan con internet en casa, 306,796 cuentan con teléfono celular, y 185,635 tienen computadoras o tabletas. (GAM - poblacion.com.mx, 2023).

IMAGEN 3

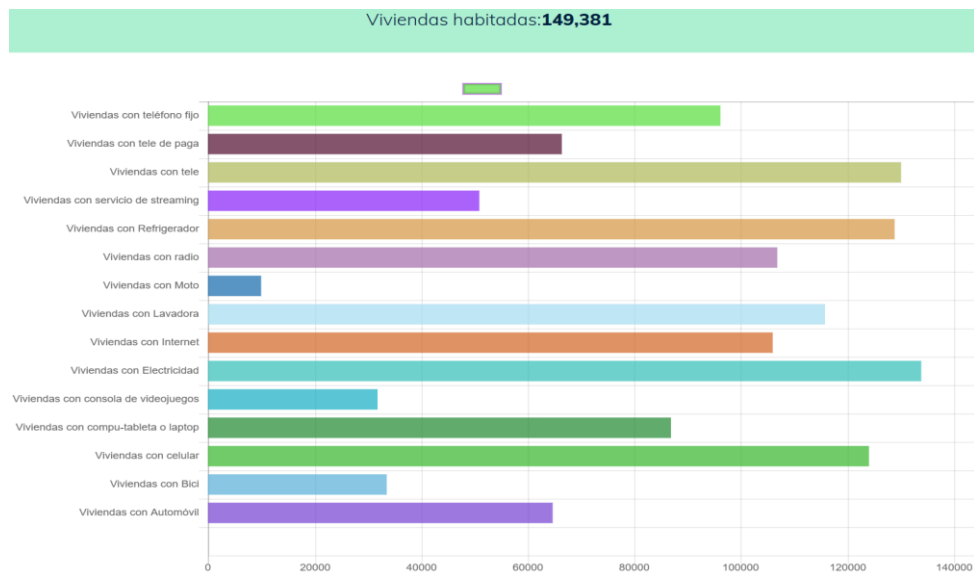


Imagen tomada de: Azcapotzalco - Información de la alcaldía. (2023)

IMAGEN 4

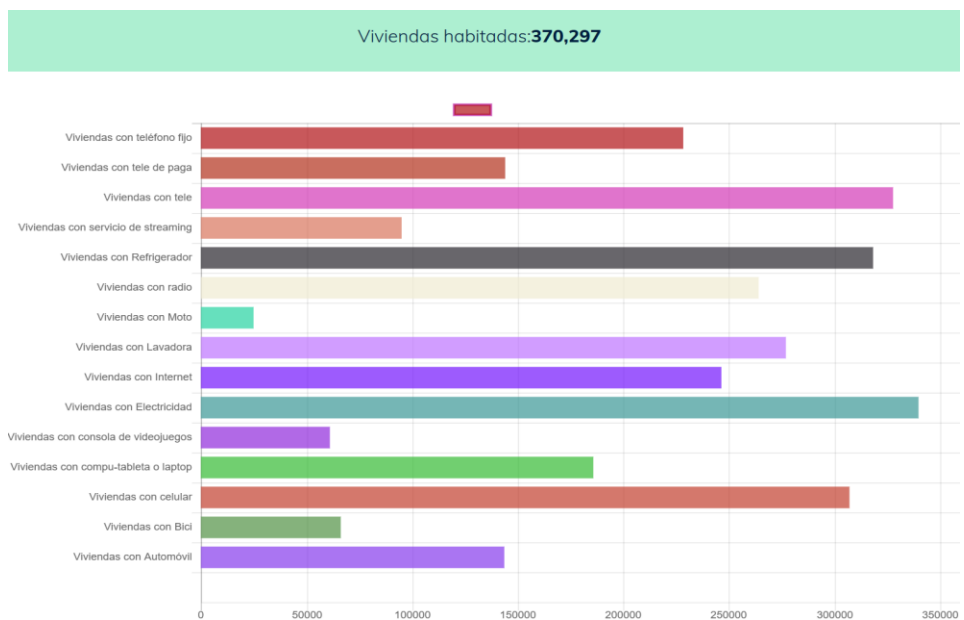


Imagen tomada de: GAM. - Información de la alcaldía (2023)

Datos encontrados de la SEP nos muestran que en Azcapotzalco hay una asistencia de niñas y niños a la educación primaria de un 90% a 95% tal como lo

observamos en la siguiente imagen; en la alcaldía Gustavo A. Madero asisten entre 95% y 100% a la primaria.

IMAGEN 5

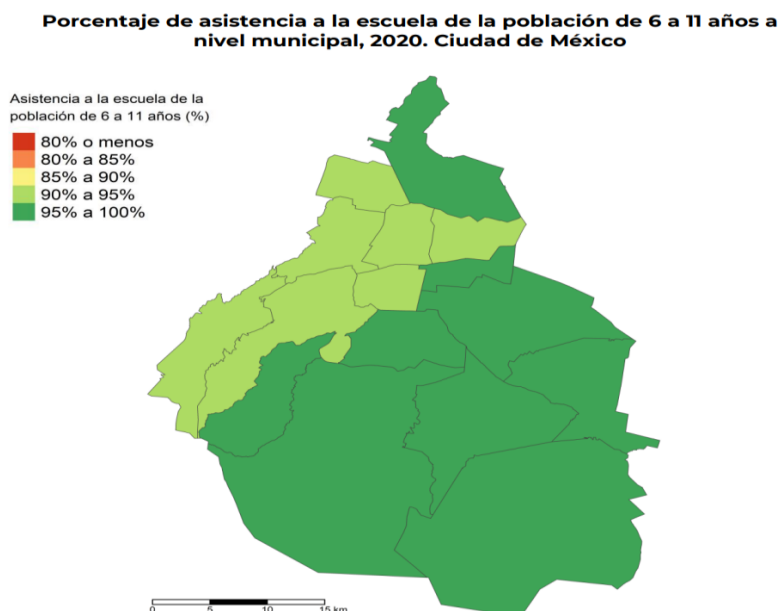


Imagen tomada de: planeacion.sep.gob.mx (2020).

Otro dato importante son los servicios con los que cuentan las escuelas a nivel primaria, tanto en la alcaldía Azcapotzalco y Gustavo A. Madero, detallan que hay un 75.3% de computadoras en Azcapotzalco y un 76.9% en la GAM, esto es más de la mitad, y es un dato importante para nuestra investigación.

IMAGEN 6

Indicadores de infraestructura de las escuelas de primaria y secundaria por municipio, ciclo escolar 2021-2022. Ciudad de México									
Clave municipio	Municipio	Acceso a servicios básico en las escuelas de primaria y secundaria							Índice infraestructura
		Electricidad (%)	Computadoras (%)	Internet (%)	Infraestructura adaptada (%)	Materiales adaptados (%)	Agua potable (%)	Lavabo de manos (%)	
002	Azcapotzalco	99.5	75.3	54.5	37.9	33.3	99.5	98.5	0.7
003	Coyoacán	100.0	79.4	68.7	38.1	32.7	99.3	98.2	0.7
004	Cuajimalpa de Morelos	100.0	85.8	74.5	48.9	44.0	99.3	99.3	0.8
005	Gustavo A. Madero	99.7	76.9	61.2	34.7	28.0	99.2	97.0	0.7
006	Iztacalco	99.5	79.6	57.7	37.8	26.4	98.0	98.5	0.7
007	Iztapalapa	99.2	70.0	54.8	45.2	29.7	97.8	95.8	0.7
008	La Magdalena Contreras	100.0	83.2	68.3	48.5	28.7	100.0	97.0	0.8
009	Milpa Alta	100.0	69.7	62.1	43.9	27.3	97.0	97.0	0.7
010	Álvaro Obregón	99.7	77.1	70.1	43.0	32.9	99.1	98.8	0.7
011	Tláhuac	100.0	67.5	63.1	58.0	45.2	96.2	94.3	0.7
012	Tlalpan	100.0	74.0	67.9	44.5	35.1	95.8	96.4	0.7
013	Xochimilco	100.0	76.5	59.9	51.9	38.5	96.8	97.3	0.7
014	Benito Juárez	100.0	85.4	76.9	36.8	30.2	99.5	98.6	0.8
015	Cuauhtémoc	98.5	77.3	62.3	29.7	26.4	98.5	97.8	0.7
016	Miguel Hidalgo	99.5	78.8	70.4	45.3	34.0	99.0	99.0	0.8
017	Venustiano Carranza	100.0	68.1	55.1	38.4	30.1	98.1	97.7	0.7

Imagen tomada de: Planeación SEP. (2020).

Las primarias a las que va dirigido nuestro Plan de Comunicación, en primer lugar, la institución educativa ubicada en Azcapotzalco llamada “Carlos Marx” fundada el 1 de enero de 1989 (Escuelas Mex, 2023), cuenta con un total de 609 alumnos en sus 6 grados, divididos en 109 en tercer grado, 107 alumnos de cuarto grado, 109 de quinto año y por último 91 alumnos cursando el sexto año de primaria, la institución cuenta con internet, 21 computadoras, 24 aulas y 24 docentes. (Escuelas Mex, 2023).

Por otro lado, la primaria “Emilio Bravo” ubicada en la alcaldía Gustavo A. Madero fue fundada el 1 de septiembre de 1982 (Escuelas Mex, 2023), esta institución académica cuenta con un total de 580 alumnos, en donde el tercer grado cuenta con 83 alumnos el cuarto grado con 87 pequeños, el quinto año con 106 alumnos y por último el sexto año cuenta con 89 alumnos. La primaria cuenta con acceso a internet, también dentro de sus instalaciones cuentan con 35 computadoras, 21 aulas y 19 docentes. (Escuelas Mex, 2023).

3.3 Estrategia Metodológica para la búsqueda de información

Para la realización del trabajo de campo se utilizó la metodología de corte cuantitativo, utilizando la encuesta no probabilística por conveniencia, ésta se realizó a 120 niños y niñas entre 7 a 11 años en las alcaldías Gustavo A. Madero y Azcapotzalco de la Ciudad de México de estas escogimos una escuela de ciclo básico por alcaldía.

3.3.1 Objetivo de la estrategia metodológica seleccionada

Realizar un diagnóstico social para determinar el consumo de contenidos producidos para dispositivos electrónicos en la población infantil de educación básica en la Alcaldía GAM y Azcapotzalco, así como conocer si existe la prevalencia de supervisión parental Con dicha encuesta, se desea conocer el consumo de contenido de los dispositivos electrónicos en infancias y si es que tienen algún tipo de supervisión cuando lo usan.

3.3.2 Selección, justificación y descripción del universo-población objeto de estudio (unidades de estudio que pueden ser objetos, personas o medios).

Para la realización del trabajo de campo se diseñó una muestra poblacional recuperada del universo de 500 estudiantes de la escuela primaria Carlos Marx y 600 estudiantes de la escuela primaria Emilio Bravo, considerando como variables género, grado escolar, edad y residencia.

Nos enfocamos en un rango de edad de 7 a 11 años, por nuestra experiencia de vida, que incluye tener familiares directos que oscilan entre el rango de edad de las infancias encuestadas, esta proximidad nos ayuda a entender los desafíos diarios que las familias y las infancias afrontan respecto a los medios. Estas experiencias de vida nos permitieron diseñar preguntas más pertinentes al estar familiarizadas con el entorno de la población. Por último, es evidente, que la elección de la población no fue al azar, simplemente nos dimos cuenta de que era de suma importancia comenzar en nuestro contexto, por ello elegimos las primarias en donde estudiaban nuestros familiares, y así comenzar de lo micro social a lo macrosocial.

3.3.3 Selección y justificación del método de investigación

Para la realización del trabajo de campo se utilizó una metodología de corte cuantitativo, ya que este método nos servirá mucho, en específico la técnica estadística, con el fin de conocer los aspectos que nos interesan de la población que estamos estudiando. (Hueso, A., Cascant, M. 2012).

El enfoque cuantitativo utiliza la recolección y el análisis de datos para contestar preguntas de investigación y probar hipótesis establecidas previamente, y confía en la medición numérica, el conteo y frecuentemente en el uso de la estadística para establecer con exactitud patrones de comportamiento en una población. (Hernández et al., 2018), con este fin, pretendemos recolectar datos que nos sirvan para ver los problemas que creemos se presentan en nuestra hipótesis y así poder sustentar con cifras cuantificables.

En los estudios cuantitativos se establece una o varias hipótesis (suposiciones acerca de una realidad), se diseña un plan para someterlas a prueba, se miden los conceptos incluidos en la(s) hipótesis (variables) y se transforman las mediciones en valores numéricos (datos cuantificables), para analizarse posteriormente con técnicas estadísticas y extender los resultados a un universo más amplio, o para consolidar las creencias formuladas en forma lógica en una teoría o un esquema teórico (Hernández et al., 2018).

Con relación a la técnica de investigación, nos interesa recabar datos por medio de la encuesta, porque, mencionan Casas, et al., (1993):

La encuesta es una técnica que utiliza un conjunto de procedimientos estandarizados de investigación mediante los cuales se recoge y analiza una serie de datos de una muestra de casos representativa de una población o universo más amplio, del que se pretende explorar, describir, predecir y/o explicar una serie de características.

Entendiendo población como: el conjunto de todos los elementos que cumplen ciertas propiedades, entre las cuales se desea estudiar un determinado

fenómeno (Casas et al., 1993), por ello, se eligió a niños y niñas de 7 a 11 años, de dos alcaldías que colindan en la CDMX, Azcapotzalco y Gustavo A. Madero, específicamente con las primarias “Carlos Marx” y “Emilio Bravo” de las alcaldías correspondientes.

3.3.4 Diseño de la muestra:

Probabilística con población infinita:

$$N = \frac{Z^2 \times pq}{E^2}$$

Probabilística con población finita:

$$N = \frac{N \times Z^2 \times pq}{(N-1) \times Z^2 \times p.q + Z^2 \times pq}$$

$$(N-1) \times Z^2 \times p.q + Z^2 \times pq$$

NO probabilística:

Por conveniencia/ cuota: 120 casos

3.3.5 Diseño de instrumentos metodológicos que utilizará para obtención de información.

Instrumento PILOTO (Encuesta)

Cuestionario Modelo

Hola Buenos días/tardes, nuestro objetivo del presente cuestionario es conocer las prácticas más frecuentes que las niñas y niños hacen con los dispositivos digitales.

INSTRUCCIONES: Selecciona la respuesta que creas correcta

Sexo:

- a) Mujer
- b) Hombre
- c) Otro

Edad:

- a) 7 años
- b) 8 años
- c) 9 años
- d) 10 años
- e) 11 años

Grado escolar:

- a) 3er grado de primaria
- b) 4to grado de primaria
- c) 5to grado de primaria
- d) 6to grado de primaria
- e) 1ro de secundaria

Residencia:

- a) G.A.M
- b) Azcapotzalco

1. ¿En tu casa cuentas con alguno de los siguientes dispositivos?

- a) Televisión
- b) Radio
- c) Celular
- d) Tableta
- e) Computadora de escritorio
- f) Laptop
- g) Ninguna de las anteriores

2. ¿Qué tipo de conexión tienes en tu casa?

- a) Wifi
- b) Datos móviles
- c) Wifi gratuito CDMX

3. ¿Con qué fin utilizas estos dispositivos?

- a) Entretenimiento
- b) Educativo
- c) Comunicarte
- d) Buscar información

4. ¿Algún familiar te acompaña mientras usas el dispositivo?

- a) Sí
- b) No

5. En caso de ser afirmativa tu respuesta anterior ¿Quién?

- a) Padre o Madre
- b) Hermanos / as
- c) Abuelas / os
- d) Tías / os
- e) Tutora / o
- f) Otro

6. ¿Cuánto tiempo pasas en tú dispositivo?

- a) 45 minutos a 1 hora
- b) 2 horas
- c) 3 horas o más

7. ¿Cuál es la reacción de tus familiares cuando ven que pasas cierto tiempo en el dispositivo?

- a) Me regañan
- b) Me quitan el dispositivo
- c) Me controlan el tiempo de uso
- d) Nada

8. ¿Consideras que el uso de dispositivos electrónicos está afectando la relación con tus familiares?

- a. Sí
- b. No

9. Si seleccionaste SI a la pregunta anterior ¿Cómo crees que está afectando en tu hogar?

- a) Falta de atención
- b) Me ignoran
- c) Poca convivencia
- d) No hay buena comunicación
- e) Hay peleas / Discusiones

10. ¿Qué plataformas utilizas? (Puedes escoger más de 1 opción)

- a) Netflix
- b) Prime video
- c) HBO Max
- d) Disney
- e) Vix
- f) YouTube
- g) TikTok
- h) Twitch

11. ¿Tienes redes sociales?

- a) Sí
- b) No

12. Si tu respuesta es afirmativa ¿Cuáles?

- a) WhatsApp
- b) Facebook
- c) Instagram
- d) Twitter
- e) TikTok
- f) Telegram
- g) Messenger

13. ¿Qué plataformas digitales usas en la escuela? (Puedes escoger más de 1 opción)

- a) Zoom
- b) Classroom
- c) Meet
- d) Skype
- e) WhatsApp
- f) Telegram

14. ¿Cuánto tiempo destinas a las diferentes plataformas al día?

- a) 1 a 2 horas
- b) 3 a 4 horas
- c) 4 horas o más

15. ¿Has tomado algún curso para usar tu dispositivo?

- a) Sí
- b) No

16. ¿En la escuela recibes sugerencias para el uso de tus dispositivos digitales?

- a) Sí
- b) No

17. ¿En tu escuela existe un momento en tus clases en las que se realicen actividades relacionadas al uso de los dispositivos digitales?

- a) Sí
- b) No
- c) No lo he pensado

18. ¿Te gustaría recibir información acerca del uso adecuado de un dispositivo digital?

- a) Sí
- b) No

19. ¿Consideras importante el uso de dispositivos digitales?

- a) Sí
- b) No

20. ¿Qué sientes cuándo no usas tus dispositivos electrónicos?

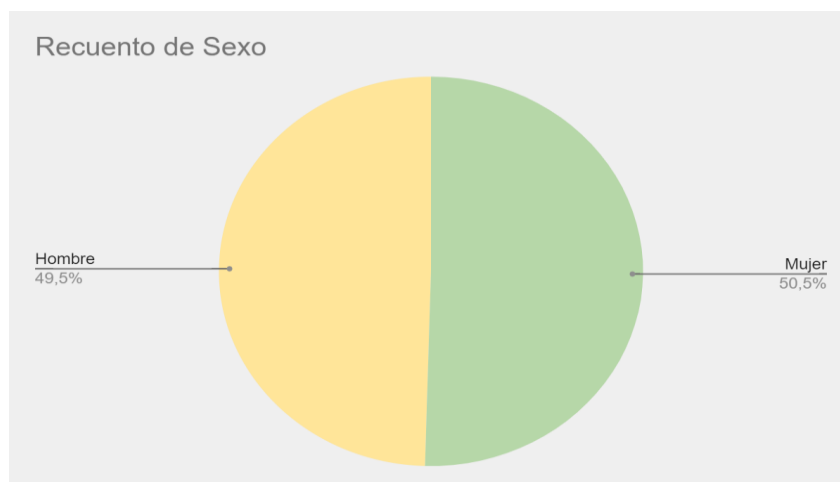
- a) Aburrición
- b) Tristeza
- c) Desesperación
- d) Enojo
- e) Angustia
- f) Soledad

21. ¿Cómo crees que sería el mundo sin dispositivos electrónicos?

¡GRACIAS!

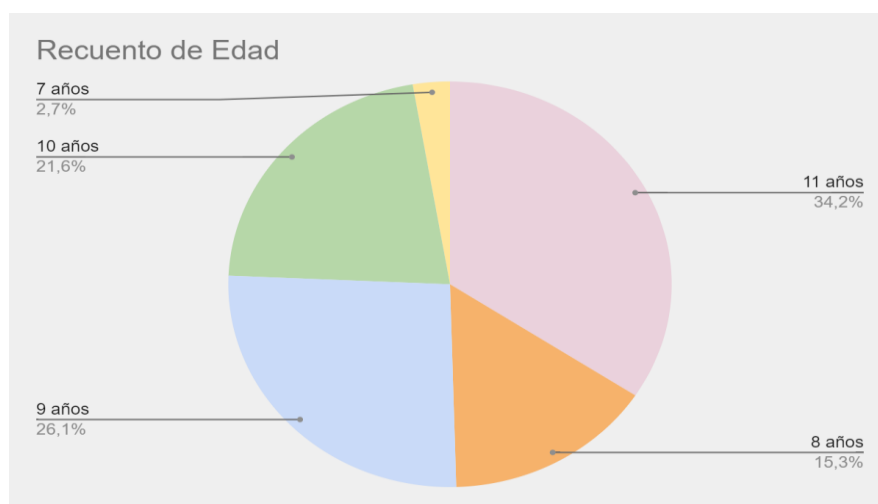
3.4 Análisis e interpretación de los resultados

Gráfica 3



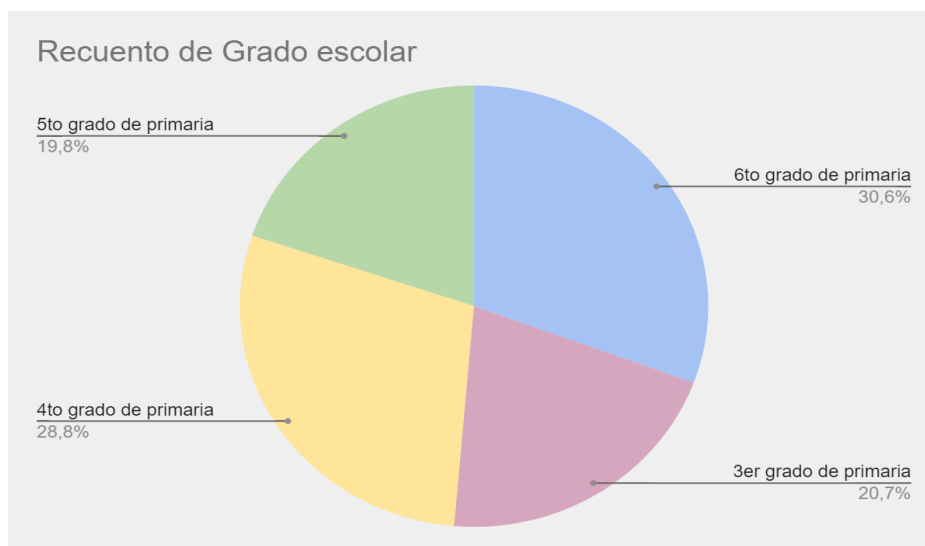
Entre los niños y niñas encuestadas, con un 49.5% eran hombres mientras tanto las mujeres eran el 50.5% siendo así muy mínimo el porcentaje de diferencia.

Gráfica 4



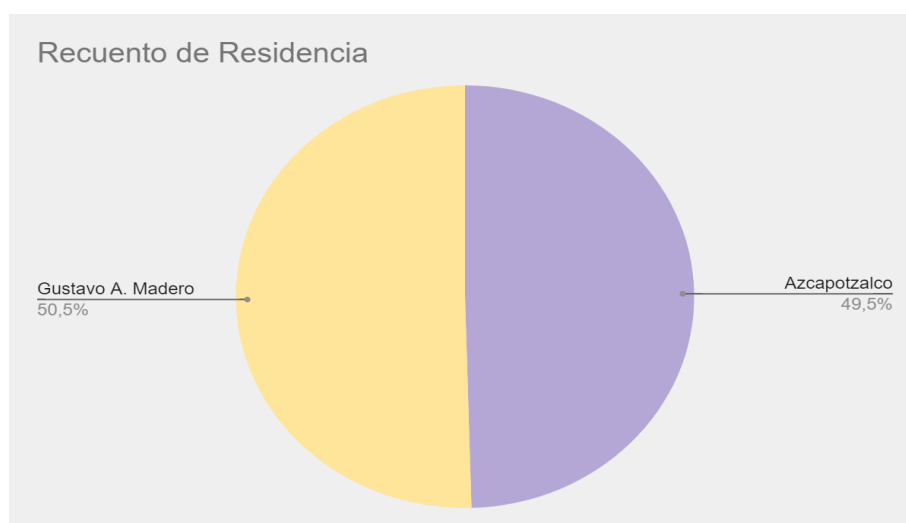
La edad que tuvo mayor porcentaje fue la de 11 años con un 34.2%, seguida con la edad de 9 años obteniendo el 26.1%, a continuación, el 21.6% corresponde a la edad de 10 años, la menor cantidad que correspondió fue 7 años con un 2.7%.

Gráfica 5



El mayor grado escolar que respondió este cuestionario fue sexto de primaria con un 30.6%. y el menor porcentaje fue de 19.8% que corresponde a quinto de primaria

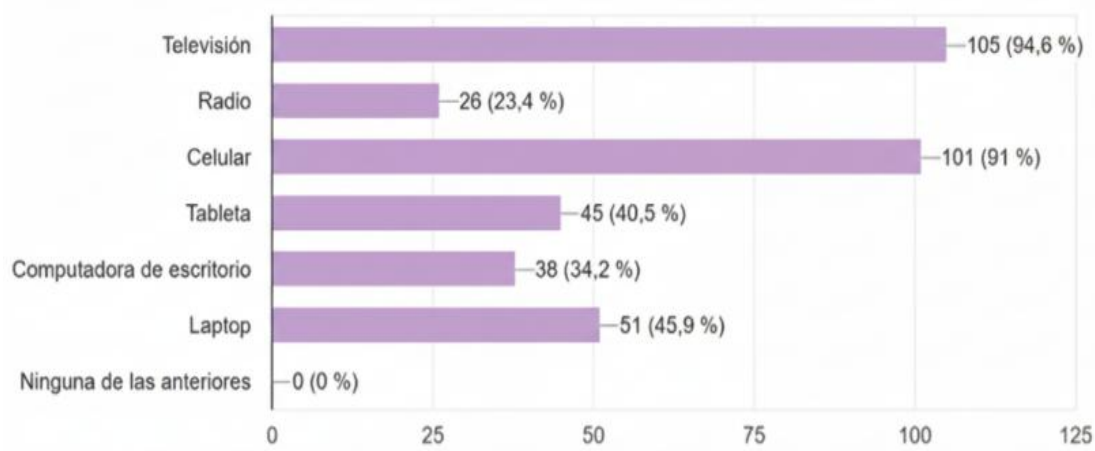
Gráfica 6



La residencia estuvo casi pareja con un .5% de diferencia entre Azcapotzalco y GAM.

Gráfica 7

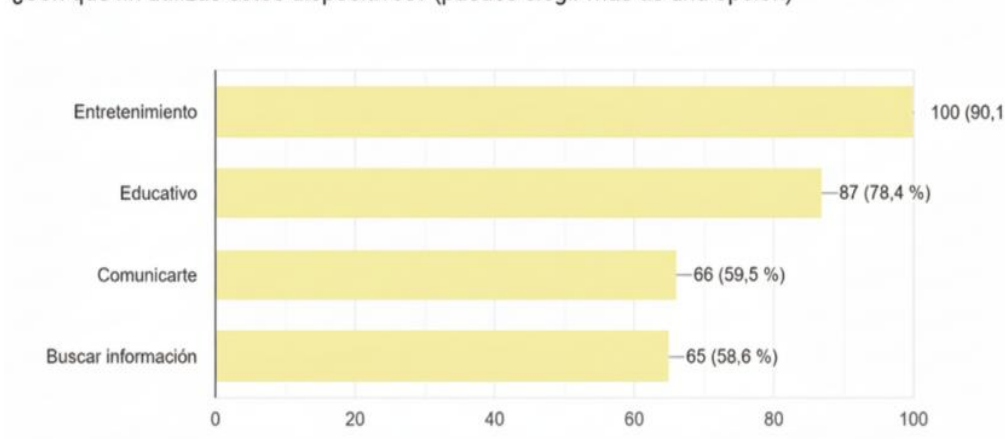
1. ¿En tu casa cuentas con alguno de los siguientes dispositivos? (puedes elegir más de una opción)



Los resultados indican que el **celular** (94.6%) es el dispositivo más común, seguido de la **televisión** (95.5%). La **laptop** (56.8%) y la **computadora de escritorio** (40.5%) también tienen una presencia significativa, mientras que la **radio** (30.6%) es el dispositivo menos frecuente. Los datos reflejan un alto nivel de conectividad y acceso a la tecnología en los hogares encuestados.

Gráfica 8

¿Con qué fin utilizas estos dispositivos? (puedes elegir más de una opción)



La respuesta que tuvo un porcentaje elevado fue **entretenimiento**, con casi el **90.1%** de los encuestados eligiendo esta opción. Seguido para **comunicarse** y el **fin educativo**, que también tienen una alta frecuencia. El hecho de que todos los usos superen el **70%** sugiere que los dispositivos no se limitan a una única función, sino que son herramientas multifuncionales que se integran en diversos aspectos de la vida de las infancias.

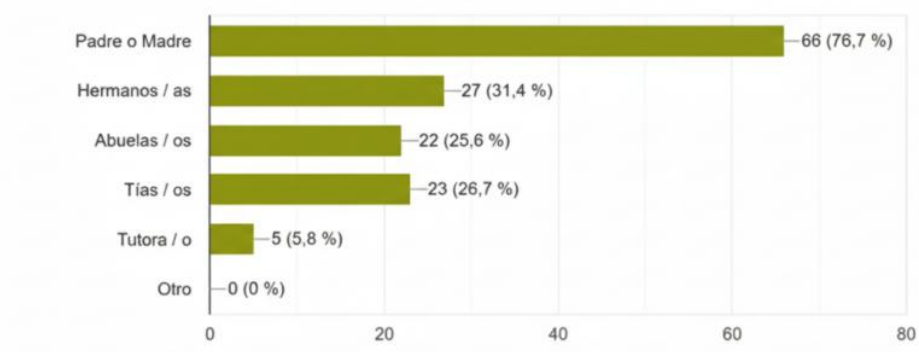
Gráfica 9



El 25.2% de los encuestados respondieron que no son acompañados por algún familiar mientras utilizan algún dispositivo.

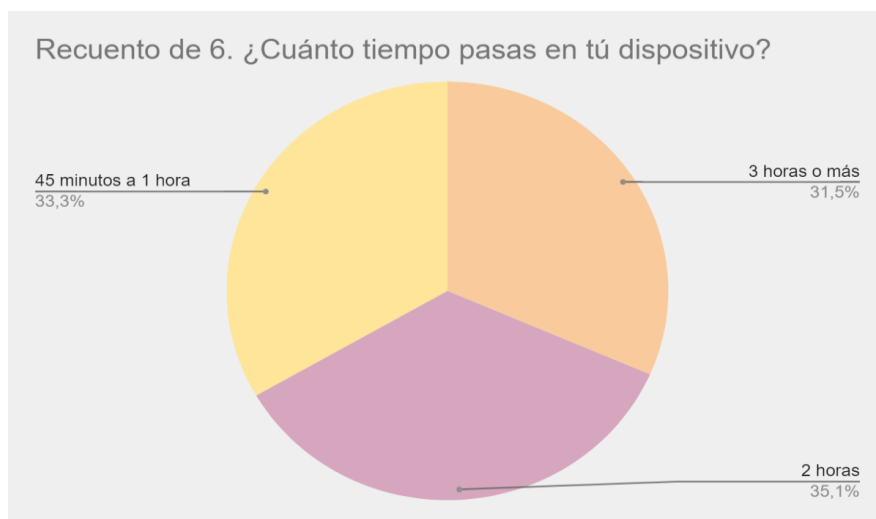
Gráfica 10

. En caso de ser afirmativa tu respuesta anterior ¿Quién? (puedes elegir más de una opción)



El **77.7%** de los encuestados afirma que el **Padre o Madre** los acompaña mientras usan algún dispositivo, una cifra significativamente mayor en comparación con cualquier otro familiar. **Los hermanos/as, tías/os y abuelas/os** tienen una presencia notable, con porcentajes que oscilan entre el **25% y el 31%**. El acompañamiento de un **tutor/a** es el menos común en la muestra.

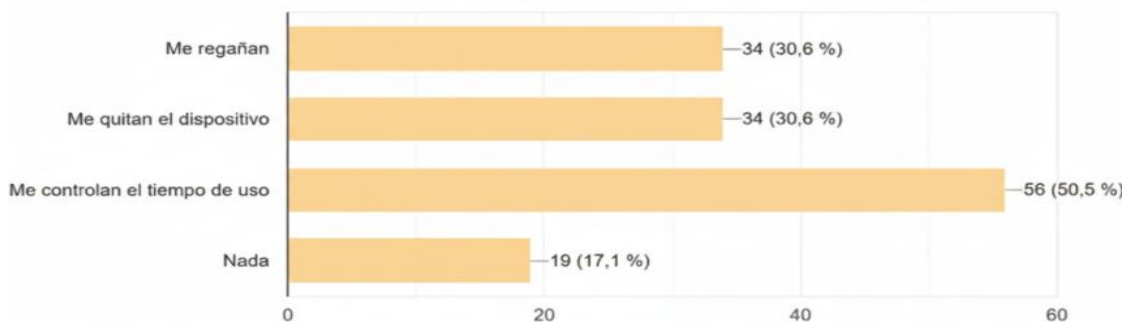
Gráfica 11



El tiempo mayor que pasan los niños y niñas en un dispositivo es de 2 horas, seguido de 45 minutos a una hora que corresponde al 33.3% y finaliza con el 31.5% que es el tiempo de 3 horas o más.

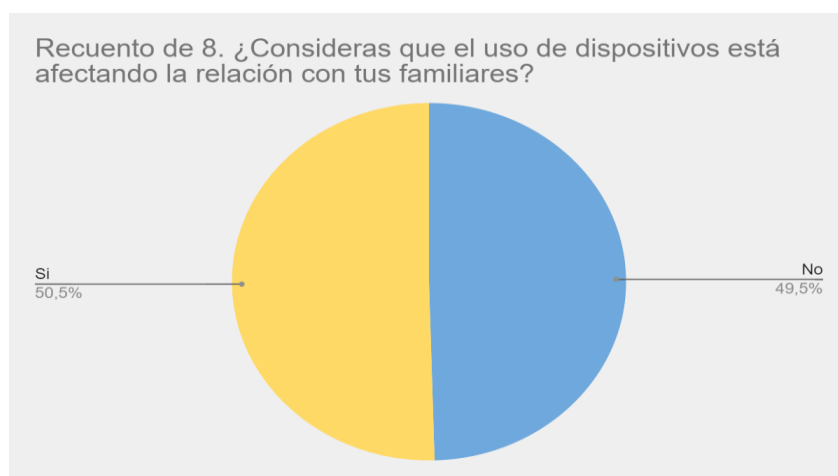
Gráfica 12

7. ¿Cuál es la reacción de tus familiares cuando ven que pasas cierto tiempo en el dispositivo?
(puedes elegir más de una opción)



Casi el **60%** de los encuestados reportó que sus familiares les **controlan el tiempo de uso**. Esto sugiere que la mayoría de los padres o tutores implementan reglas sobre cuánto tiempo se puede usar un dispositivo. **El regaño y la acción de quitar el dispositivo** son la segunda reacción más común, con un porcentaje similar. Por último, una minoría de los encuestados afirmó que sus familiares **no tienen ninguna reacción**.

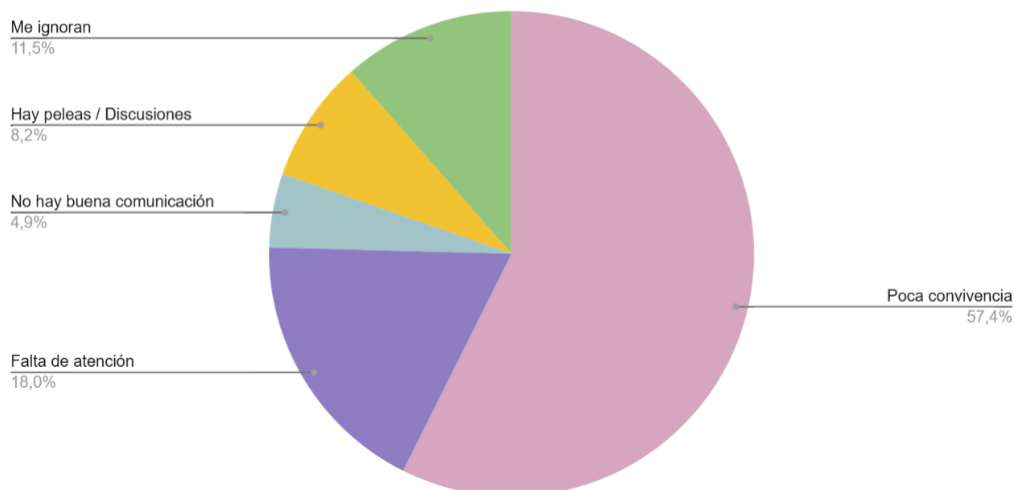
Gráfica 13



El 49.5% de los encuestados respondieron que no afecta las relaciones familiares mientras usan los dispositivos. mientras tanto el 50.5% dice todo lo contrario.

Gráfica 14

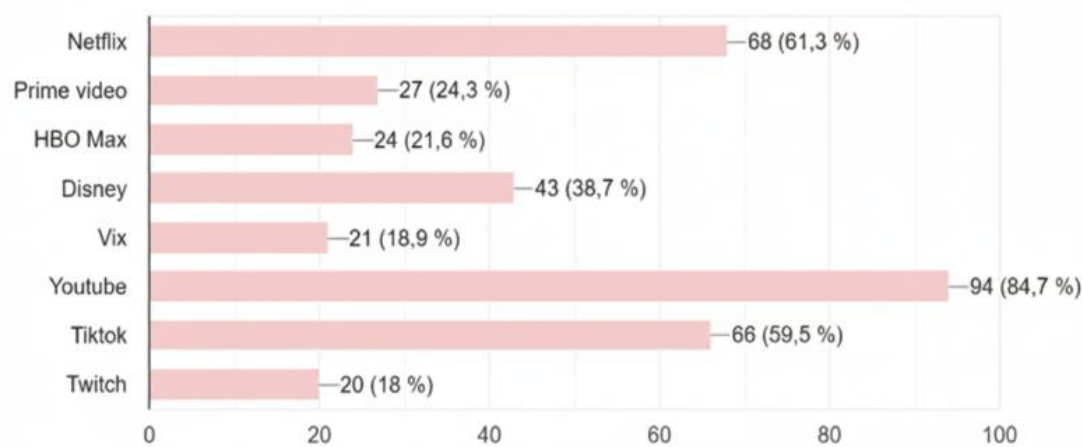
9. Si seleccionaste SI a la pregunta anterior ¿Cómo crees que está afectando en tu hogar?



El **57.4%** de las infancias afirmaron que los dispositivos digitales impactan en su entorno con **poca convivencia** con sus familiares. Esto es, por mucho, la afectación más común. Otras preocupaciones importantes incluyen la **falta de atención (18%)** y el sentimiento de ser **ignorado (11.5%)**. El hecho de que las **peleas o discusiones** y la **falta de comunicación** también aparezcan, aunque en menor medida, demuestra que los efectos pueden ser graves y generar conflictos directos.

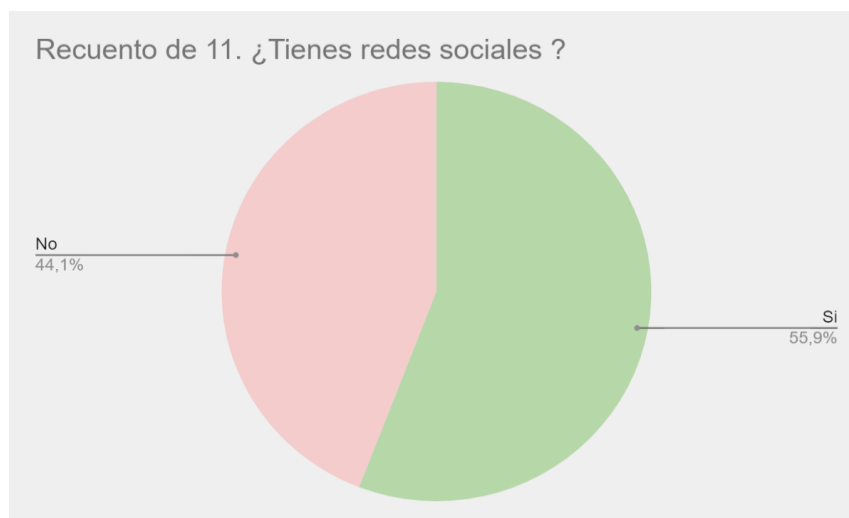
Gráfica 15

¿Qué plataformas utilizas? (puedes escoger más de 1 opción)



El análisis muestra que YouTube es la plataforma más popular, utilizada por más del 85% de los encuestados. Le siguen de cerca **Netflix y TikTok**, lo que indica que el video, ya sea de formato largo o corto, es el tipo de contenido más consumido. Plataformas como **Disney, Prime Video, y HBO Max** tienen una menor penetración, mientras que **Vix y Twitch** son utilizadas por una minoría.

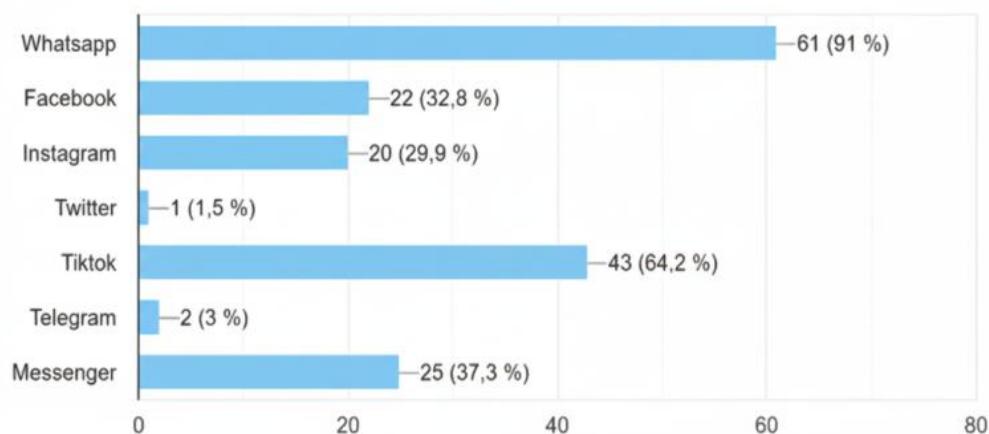
Gráfica 16



El 55.9% de los infantes si tienen redes sociales.

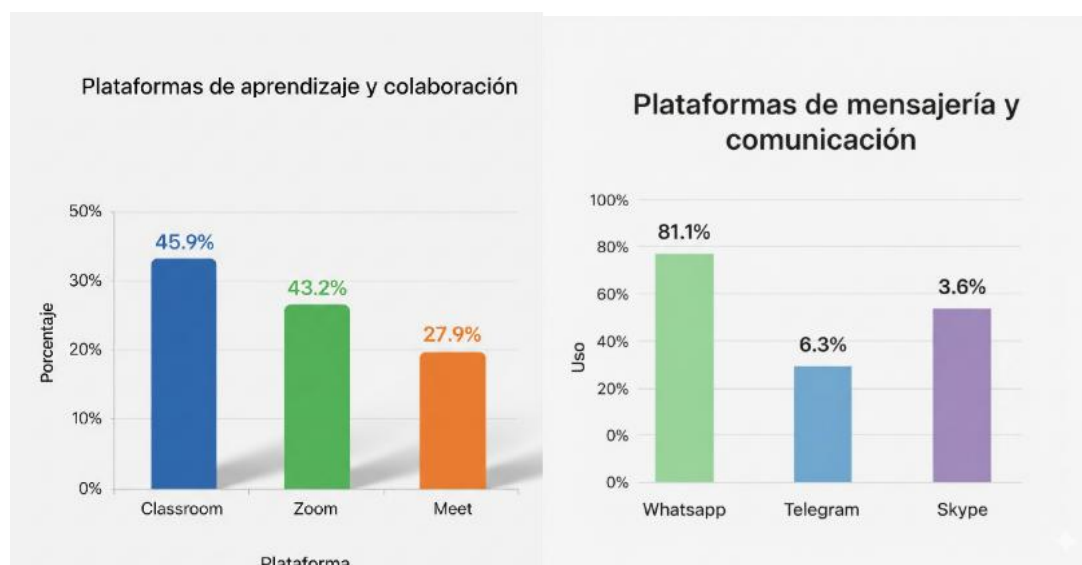
Gráfica 17

Si tu respuesta es afirmativa ¿Cuáles? (puedes escoger más de 1 opción)



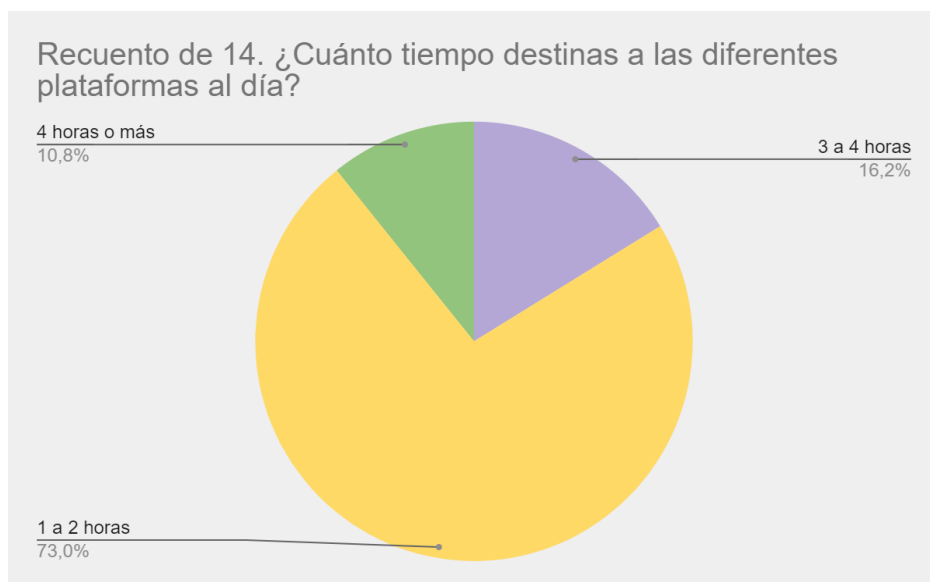
El 91% de los encuestados utiliza **WhatsApp**, lo que la convierte en la plataforma dominante. **TikTok** es la segunda más popular con un 64.20%, lo que destaca la importancia del contenido de video corto. **Messenger**, **Facebook** e **Instagram** también tienen una presencia considerable, mientras que **Telegram** y **Twitter** son utilizadas por una minoría. Estos datos sugieren que las plataformas se usan para una variedad de propósitos, desde la comunicación diaria hasta el consumo de contenido.

Gráfica 18 ¿Qué plataformas digitales usas en la escuela? (Puedes escoger más de 1 opción)



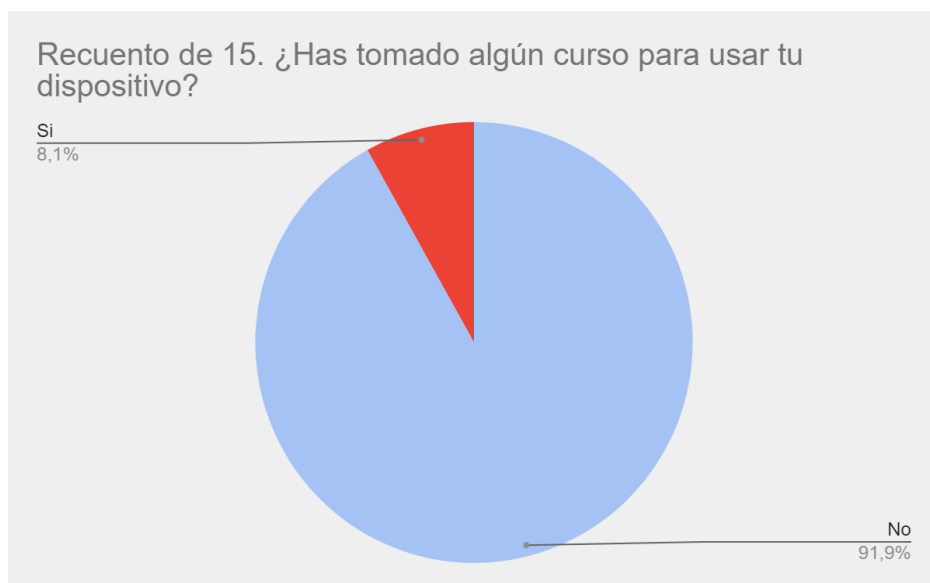
La combinación más frecuente es el uso exclusivo de **WhatsApp**, reafirmando su rol como plataforma de comunicación básica. Sin embargo, un gran número de usuarios opta por combinaciones, siendo **"Classroom, WhatsApp"** y **"Zoom, WhatsApp"** las más populares. Esto indica que los estudiantes y educadores tienden a integrar plataformas de comunicación (WhatsApp) con herramientas de gestión académica y videollamadas (Classroom, Zoom) para optimizar su experiencia de aprendizaje.

Gráfica 19



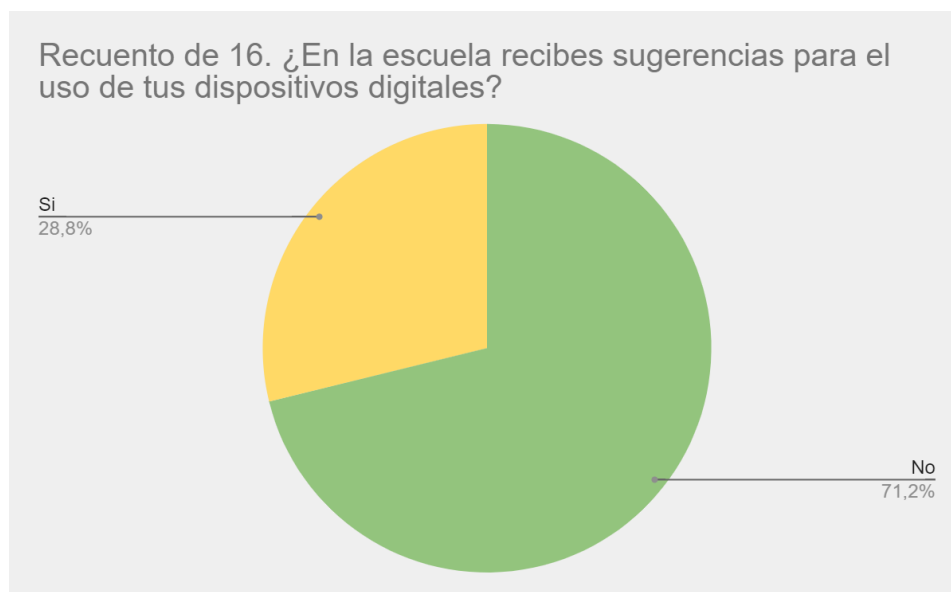
La gran mayoría de los encuestados respondieron que pasan alrededor de una a dos horas al día en las diferentes plataformas. tan solo el 10.8% pasan más de cuatro horas.

Gráfica 20



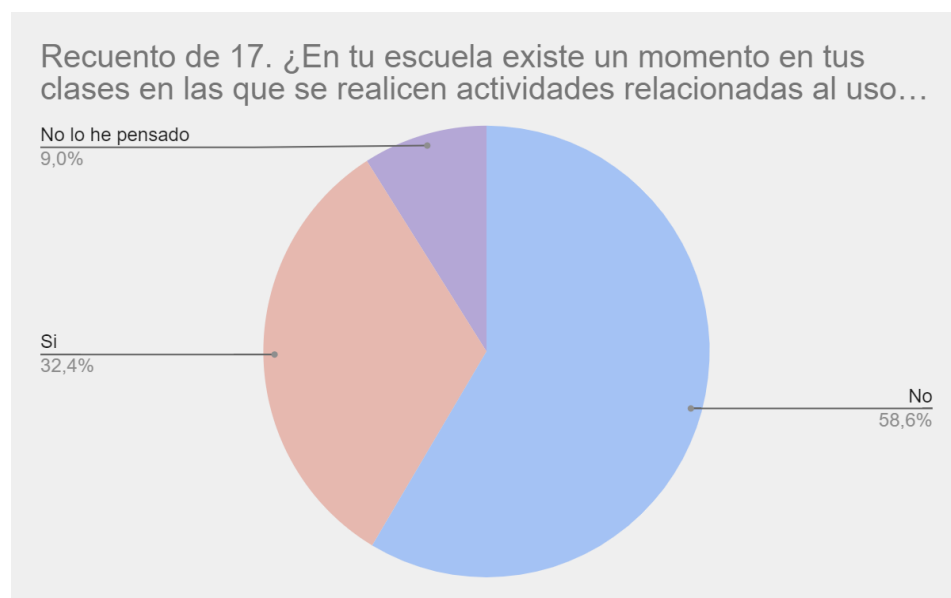
El 91.9% de los encuestados no han tomado ningún curso sobre el uso de los dispositivos.

Gráfica 21



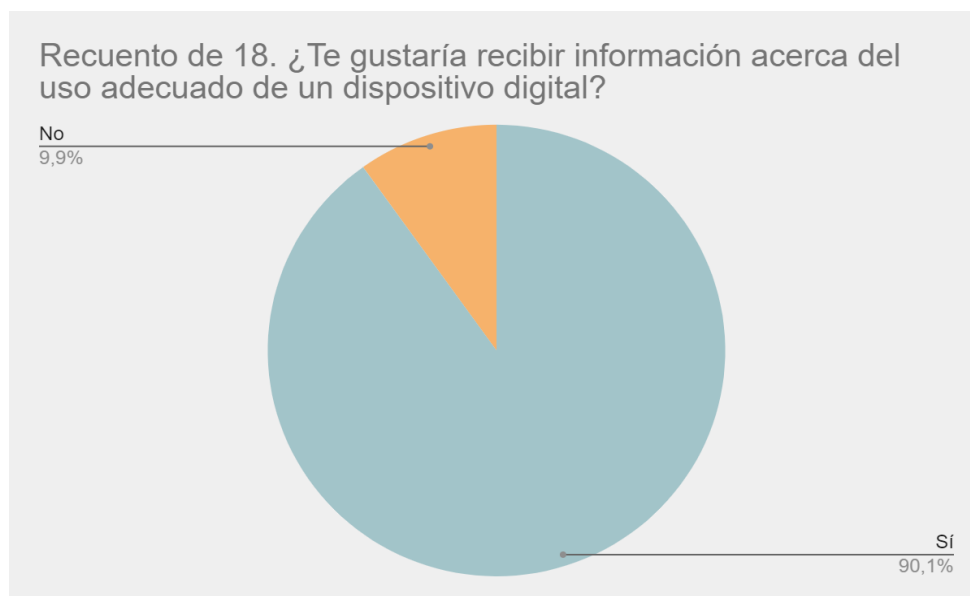
El 28.8% de los niños y niñas de ciclo básico si reciben sugerencias para usar de manera correcta los dispositivos digitales.

Gráfica 22



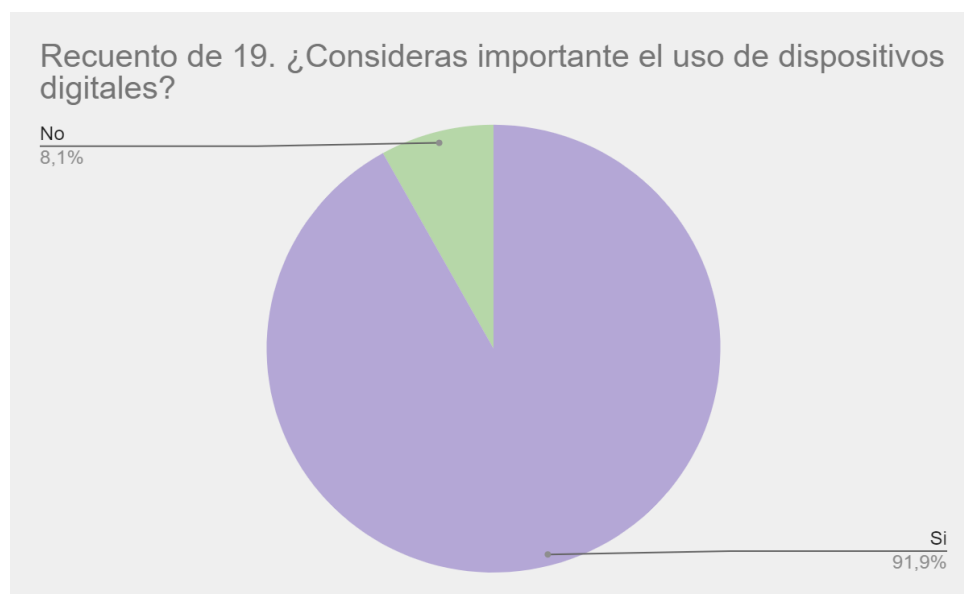
La mayoría de los encuestados contestaron que no han realizado actividades en sus escuelas, mientras que el 9% no lo había pensado.

Gráfica 23



El 90.1% de los encuestados dio una respuesta afirmativa al querer recibir información sobre el uso adecuado de los dispositivos digitales.

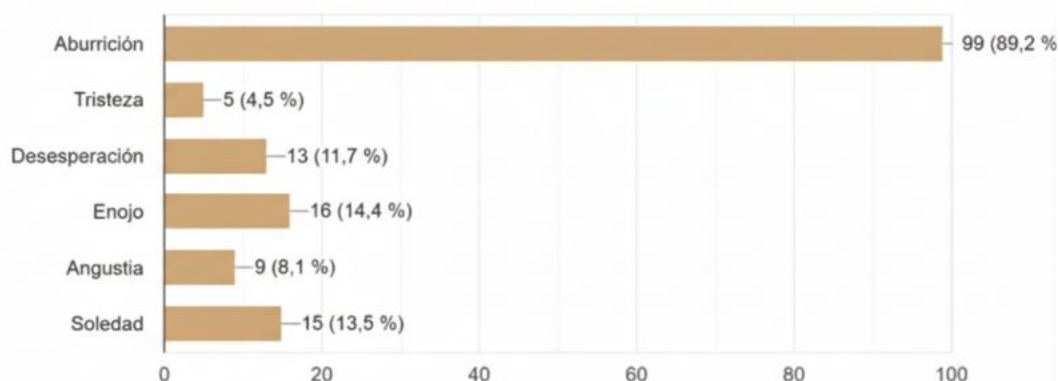
Gráfica 24



Las niñas y niños encuestados del ciclo básico consideran importante el uso de los dispositivos para su vida diaria.

Gráfica 25

20. ¿Qué sientes cuándo no usas tus dispositivos electrónicos? (puedes escoger más de una opción)



Basado en las palabras de los datos, la emoción más común que las infancias sienten cuando no usan sus dispositivos electrónicos es el **aburrimiento**, seguido por la **soledad y el enojo**.

Desglose por Emoción

- **Aburrimiento:** aparece en **99** de las respuestas, lo que representa aproximadamente el **89.2%** de los participantes.
- **Soledad:** se menciona en **15** respuestas, lo que equivale a un **13.5%**.
- **Enojo:** aparece en **16** respuestas, representando un **14.4%**.
- **Desesperación:** se encuentra en **13** respuestas, lo que es un **11.7%**.
- **Angustia:** se menciona en **9** respuestas, lo que es un **8.1%**.
- **Tristeza:** aparece en **5** respuestas, lo que equivale a un **4.5%**.

El análisis muestra la relación con los dispositivos electrónicos va más allá del simple entretenimiento. Si bien la mayoría de las infancias asocia su ausencia

con el aburrimiento, una parte importante de la muestra experimenta emociones más intensas y profundas como **enojo, angustia, desesperación y, de manera muy relevante, soledad.**

21. ¿Cómo crees que sería el mundo sin dispositivos electrónicos? (Pregunta abierta).

Resultados obtenidos:

Se categorizaron las respuestas en temas principales para evaluar la frecuencia de las percepciones:

| **Categoría** | **Palabras Clave Asociadas** | **Frecuencia** | **Porcentaje (%)** |

| **Negativo (General)** | Aburrido, malo, triste, deficiente, obsoleto, sin chiste | 44 | 50.00% |

| **Falta de Comunicación** | Sin comunicación, no tener contacto, no hablar, no videollamadas, no saber de personas lejos | 16 | 18.18% |

| **Falta de Entretenimiento** | No ver videos, no videojuegos, sin diversión | 14 | 15.91% |

| **Positivo (General)** | Mejor, más feliz, más libre, más activo, más unido, más ecológico | 14 | 15.91% |

| **Mayor Convivencia** | Estar en familia, convivir más, jugar, más interacción, más tiempo con amigos/familiares | 10 | 11.36% |

| **Dificultad de Información/Educación** | No investigar, sin apoyo escolar, difícil buscar información, no actualizado | 6 | 6.82% |

| **Otros** | Silencioso, diferente, complicado, desastre en casa, no sé | 8 | 9.09% |

El **50%** de las respuestas expresan una percepción generalmente negativa, usando términos como "aburrido" o "malo". **La falta de comunicación y la falta de entretenimiento** son las razones más citadas para esta percepción negativa, abarcando un 18.18% y 15.91% respectivamente.

Por otro lado, un **15.91%** de las respuestas tienen una connotación generalmente **positiva**, indicando que el mundo sería "mejor" o "más feliz". Dentro de estas respuestas positivas, la **mayor convivencia** familiar y social es un tema recurrente (11.36%).

La **dificultad para acceder a información y apoyo escolar** también es una preocupación, aunque menor (6.82%).

Las respuestas revelan una división interesante en la percepción del impacto de los dispositivos electrónicos:

- **Impacto Negativo Dominante:** La emoción más recurrente es el **aburrimiento**. Las infancias asocian los dispositivos con una fuente constante de entretenimiento (videojuegos, videos, redes sociales) y su ausencia generaría un vacío significativo. La dependencia de estos dispositivos para la comunicación también es clara, con muchos expresando preocupación por no poder contactar a familiares y amigos lejanos, lo que lleva a sentimientos de soledad y desconexión.
 - *Ejemplos:* "Aburrido no estaría en contacto con los amigos de la escuela", "muy malo por no nos podríamos comunicar con las personas", "Me sentiría sin apoyo escolar por algunas tareas", "Me aburro muy fácil cuando me quitan mi celular".
- **Deseo de Convivencia y Actividad Presencial:** A pesar de la dependencia, hay un anhelo por un mundo donde la interacción humana sea más profunda y las actividades al aire libre sean más comunes. Las respuestas positivas se centran en la recuperación del tiempo en familia, el juego y la conexión con el entorno. Esto sugiere una conciencia sobre lo que se pierde con el uso excesivo de la tecnología.
 - *Ejemplos:* "Estaría todo bien para estar en familia no tanto en el dispositivo salir más en casa conocer más cosas", "Abría más niños jugando en los parques", "Más activo", "Con más convivencia y menos información".
- **Añoranza por el Pasado:** Algunas respuestas recuerdan una era antes de la tecnología, donde las fuentes de información eran diferentes y las interacciones sociales más directas.
 - *Ejemplos:* "Sería como antes, asistiríamos a la biblioteca, jugaríamos más con los niños y los juegos autóctonos."
- **Percepción de Indispensabilidad vs. Liberación:** Existe una tensión entre considerar los dispositivos como "indispensables" para la vida moderna

(comunicación, información) y la idea de que un mundo sin ellos podría ser "más libre" o "más unido", sugiriendo una reflexión crítica sobre su rol.

- *Ejemplos:* "Es indispensable para ciertas actividades", "Un poco aburrido y no habría medios de comunicación ya que considero que hoy en día la tecnología es fundamental para el desarrollo humano y para el aprendizaje intelectual" vs. "Más libre", "Más unido".

En conclusión, con esta pregunta abierta notamos que, aunque los dispositivos son vistos como esenciales en la vida moderna, en el fondo existe la importancia de equilibrar su uso con la interacción humana directa y las actividades fuera de pantalla.

3.5 Conclusiones

Las y los encuestados, como notamos en los datos obtenidos, son casi mitad niños y mitad niñas, como se observa, la mayoría cuenta con celulares para uso personal, en donde percibimos que lo utilizan mayormente para uso recreativo (TikTok, WhatsApp, YouTube y Netflix). También, se utiliza para investigaciones y tareas, por otro lado, observamos que la gran mayoría de las infancias tienen acompañamiento constante a la hora de utilizar su dispositivo más no una supervisión de los padres y madres de familia.

Otro punto que se contempló es las infancias encuestadas consideran que dicho uso crea poca convivencia e interacción entre personas cercanas, sin embargo, ocurre lo contrario con las personas que se encuentran lejos.

Aún, cuando los resultados arrojan la mayoría utiliza los dispositivos para el entretenimiento, nos percatamos que en sus escuelas es casi nula la enseñanza para el correcto uso de los dispositivos electrónicos siendo solo el 8.1% los que han recibido alguna sugerencia para su uso.

En los resultados obtenidos, el 58.6 % de las respuestas nos muestra la falta de cursos o enseñanzas dentro de los planteles educativos respecto a cómo utilizar los dispositivos de manera eficaz y responsable, a pesar de que en las mismas

instituciones les dejan investigaciones o tareas redactadas en procesadores de textos (Word).

El 90.1% de las infancias muestran interés para que se les enseñe el uso correcto de sus dispositivos electrónicos; el 91.9% consideran importante su empleo, puesto que, ya no ven un mundo sin ellos, retomando sus respuestas de la última pregunta, mencionan que es aburrido si no tienen los aparatos, el mundo sería de una manera muy diferente, hasta sin sentido y sin poder obtener la información inmediata, también creen que sin ellos la convivencia tal vez mejoraría con las personas cercanas, que se tendría más tiempo libre, pero se repite más la idea de un mundo aburrido y sin chiste, cabe recalcar que repetidamente mencionan las plataformas de TikTok y YouTube.

Por ello, observamos diferentes problemas respecto a las infancias que si bien, consumen, utilizan y crean diferentes contenidos de las plataformas digitales (streaming, comunicación, redes sociales, educativas) es evidente que necesitan ser informados y orientados respecto a estos contenidos, para así, empezar a tener un pensamiento crítico, Además, el hecho de que utilicen los dispositivos electrónicos para diferentes actividades, no quiere decir que sepan utilizarlos de manera adecuada.

Otro dato alarmante encontrado, es el hecho de que el uso constante de los dispositivos electrónicos insta a que en su entorno haya diferentes problemáticas, tales como poca convivencia con sus familiares (57.4%), la falta de atención (18%) y el sentimiento de ser ignorado (10.34%), las peleas o discusiones y la falta de comunicación demuestra que los efectos pueden ser graves hasta generar conflictos directos.

Queremos Influir de manera positiva por lo menos en el 70% de las infancias, pero también, en un 50% de los tutores y de ser posible, el 30% en docentes de las instituciones educativas.

Análisis FODA:



Fuente: Elaboración propia.

Capítulo 4. Propuesta estratégica del Plan de Comunicación

4.1 Descripción y justificación de la estrategia comunicativa a implementar

Mediática: Uso de los medios de comunicación tradicional y de las Tecnologías de la Información y la Comunicación

Wolf (2002) menciona que “La teoría de los media resultante de los estudios psicológicos experimentales consisten sobre todo en la revisión del proceso comunicativo entendido como una relación mecanicista e inmediata entre estímulo y respuesta: evidencia la complejidad de los elementos que entran en juego con la relación entre emisor, mensaje y destinatario [...] Los mensajes de los media contienen particulares características del estímulo que interactúan de forma distinta con los rasgos específicos de la personalidad que integra el público” (p.156). Por lo que, es de suma importancia la constante supervisión de las madres, padres o cuidadores de las infancias estar al pendiente de los contenidos que buscan o reciben mediante sus dispositivos electrónicos, ya que estos pueden crear estimulaciones al recrear challenge o mensajes hasta imitar actitudes o comportamientos de emisores que no generan contenido adecuado a sus seguidores y mucho menos un pensamiento crítico al cuestionarse estos si son confiables o ponen en riesgo la vida de quien los ve.

DeFleur, et al (2006) afirman que “la comunicación interpersonal es el proceso de usar el lenguaje, así como señales o indicadores no verbales para enviar y recibir mensajes, que tienen la intención de despertar tipos especiales de significados. La comunicación interpersonal incorpora todos los conceptos verbales y no verbales, además de los principios del acto de escuchar” (p.100). Es por esto, que en nuestro plan de comunicación se diseñó un taller de manera presencial dirigido a infancias, en donde se utilizan los mensajes verbales y no verbales para evaluar en tiempo real la comprensión de las infancias, asegurando con esto que la educación mediática sea entendida, emocionalmente segura y ajustada a las necesidades de cada infancia, añadiendo un poco de lo que aprendimos en el

servicio social y recuperando lo más importante, que es la constante guía y el fomentar vínculos seguros con las infancias, además, el crear actividades lúdicas que les dejen conocimiento y diversión.

4.2. Objetivo general y particulares de diagnóstico

Objetivo General:

Explorar el nivel de educación mediática en infancias entre 7 y 11 años de las escuelas primarias Carlos Marx y Emilio Bravo de la Ciudad de México.

Objetivos particulares:

1. Informar a las madres, padres y cuidadores sobre el consumo mediático que hay en torno a las infancias
2. Conocer y analizar las prácticas más frecuentes que las niñas y los niños hacen con sus dispositivos electrónicos durante su tiempo libre
3. Orientar e informar a docentes la importancia de la educación mediática en infancias

4.3. Metas a corto, mediano y largo plazo

Corto

En esta etapa, buscamos despertar la curiosidad de los niños y las niñas para desarrollar su capacidad para pensar por sí mismos, todo ello de una forma divertida y participativa. Queremos que empiecen a preguntarse el porqué de las cosas que ven y escuchan en sus dispositivos electrónicos. Así, poco a poco, entenderán que los medios siempre tienen un propósito, ya sea contarnos algo, divertirnos o vendernos un producto. Además, nos gustaría que las infancias aprendieran a crear sus propias cosas, como un vídeo corto o un dibujo para subir a redes sociales. De esta manera, dejarán de ser simples espectadores para convertirse en creadores, dándose cuenta de todo el trabajo que hay detrás de un vídeo o una imagen. Sin dejar de lado las implicaciones de vulnerabilidad a las que los menores están expuestos a la red.

Mediano

En esta segunda etapa, profundizaremos en ese pensamiento crítico y creatividad que empezamos a trabajar antes, avanzando hacia un entendimiento más completo y un comportamiento adecuado en internet. Buscamos que sean capaces de decidir bien lo que comparten en sus redes, protegiendo así su información personal y su intimidad. También nos centraremos en enseñarles a ser amables y respetuosos con los demás en el mundo digital. Queremos que entiendan lo importante que es tratar bien a los otros, incluso cuando no los vemos cara a cara.

Largo

Finalmente, a largo plazo, nuestro objetivo es formar ciudadanos digitales que sean independientes, responsables y sepan protegerse. Queremos que sean capaces de analizar la información que encuentran por sí mismos, sin necesidad de que nadie les diga qué pensar. Les enseñaremos a detectar noticias falsas o engañosas, comprobando la información y buscando fuentes fiables, como periódicos o televisiones de confianza. Buscamos que aprendan a desconfiar un poco de todo lo que ven en internet. También queremos que aprendan a controlar el tiempo que pasan frente a las pantallas. Les mostraremos cómo darse cuenta de cuándo necesitan un descanso y les ofreceremos alternativas divertidas, como jugar fuera, leer o hacer manualidades. Queremos fomentar una vida equilibrada, donde la tecnología sea una herramienta útil, pero no una necesidad constante.

4.4. Beneficiarios del Plan de comunicación directos e indirectos

Beneficiarios directos: Niños y Niñas que estudian la educación básica, en las delegaciones Gustavo A. Madero y Azcapotzalco

Beneficiarios indirectos: Grupos primarios y secundarios

- Grupos primarios: Familia
- Grupos secundarios: Amigos y docentes

Interventoras: Jazmin Zamudio Mendez y Karina Tovar Pacheco licenciadas de la carrera de Comunicación y Cultura de la Universidad Autónoma de la Ciudad de México plantel Cuauhtémoc ubicada en la Alcaldía Gustavo A. Madero.

4.5. Descripción de los perfiles demográficos, socioeconómicos, psicográficos y políticos, entre otros, de los destinatarios, beneficiarios y/o públicos

Beneficiarios directos: Niñas y niños de 7 a 11 años, de las escuelas Carlos Marx y Emilio Bravo.

Beneficiarios indirectos: Grupos primarios y secundarios

Grupos primarios Azcapotzalco: En torno a la familia, se encontró que el 40.7% (54,550) tienen a una proveedora de familia, mientras que el 59.3% (79, 618) tienen a un hombre proveedor en esta alcaldía, los trabajos a los que dichas personas se dedican son en su mayoría al sector privado y paraestatal con un total de 304,071 personas de Azcapotzalco, con servicios privados no financieros (192,107 personas), seguido del comercio e industrias manufactureras. (INEGI, 2020)

Las viviendas cuentan con servicios de energía eléctrica, agua potable, drenaje, excusado o sanitario, con techos de materiales resistentes, de estas el 50.1% son viviendas propias, el 26% son alquiladas o rentadas, y como se había mencionado antes con los beneficiarios directos, estas viviendas cuentan con internet (79.1%), así como con el 64.8% tienen una computadora en su hogar, con pantalla plana (64.5%), y con celular el 92.5% de los habitantes de Azcapotzalco.

Grupos primarios Gustavo A. Madero: las personas de esta alcaldía trabajan en su mayoría en el sector privado y paraestatal (184,885 personas) seguido de servicios privados no financieros (69,100 personas) en la alcaldía, otro rubro importante para la Gustavo A. Madero es el comercio, con 68,701 personas dedicadas a este ámbito (INEGI,2020).

El 53.5% de las casas son particulares, mientras que el 21.9% son viviendas rentadas, de estas dos, cuentan con internet en casa (72.5%), computadora un 54.6%, teléfono fijo el 67.1%, dichos habitantes cuentan con pantallas planas 58.5%, y en su gran mayoría tienen teléfonos móviles (90.3%), otro servicio importante que tienen es la televisión de paga con un 42.4% (INEGI, 2020). Además, tienen servicios básicos, tales como agua, luz, drenaje, alcantarillado, refrigerador, lavadora, etc. (INEGI, 2020).

4.6. Descripción de los participantes. Actores involucrados: instituciones, grupos, asociaciones, etc.

Las primarias a las que va dirigido nuestro Plan de Comunicación, en primer lugar, la institución educativa ubicada en Azcapotzalco llamada “Carlos Marx” fundada el 1 de enero de 1989 (Escuelas Mex, 2023), cuenta con un total de 609 alumnos en sus 6 grados, divididos en 109 en tercer grado, 107 alumnos de cuarto grado, 109 de quinto año y por último 91 alumnos cursando el sexto año de primaria, la institución cuenta con internet, 21 computadoras, 24 aulas y 24 docentes (Escuelas Mex, 2023).

Por otro lado, la primaria “Emilio Bravo” ubicada en la alcaldía Gustavo A. Madero fue fundada el 1 de septiembre de 1982 (Escuelas Mex, 2023), esta institución académica cuenta con un total de 580 alumnos, en donde el tercer grado cuenta con 83 alumnos el cuarto grado con 87 pequeños, el quinto año con 106 alumnos y por último el sexto año cuenta con 89 alumnos. La primaria tiene acceso a internet dentro de sus instalaciones y cuentan con 35 computadoras, 21 aulas y 19 docentes. (Escuelas Mex, 2023).

4.7. Desarrollo de la estrategia a partir de un programa táctico (marco lógico)

Tabla 1

Objetivo General	Objetivos Específicos	Resultados esperados	Actividades
Explorar el nivel de educación mediática en infancias entre 7 y 11 años de las escuelas primarias Carlos Marx y Emilio Bravo de la Ciudad de México.	1. Informar a las madres, padres y cuidadores sobre el consumo mediático que hay entorno a las infancias	Que los beneficiarios desarrollen habilidades para la selección de contenidos que se presentan a través de los dispositivos digitales.	-Cartel -Infografía -Tríptico
	2. Conocer y analizar las prácticas más frecuentes que las niñas y los niños hacen con sus dispositivos electrónicos durante su tiempo libre.	Que los niños orienten su interés a otras actividades lúdicas diferentes a las del uso excesivo de dispositivos electrónicos.	-Taller -TikTok -Campaña publicitaria social
	3. Orientar e informar a docentes la importancia de la educación mediática en infancias.	Que se fomente la empatía y la ética del docente para contribuir al mejoramiento de las relaciones interpersonales de las infancias.	-Serie fotográfica -Sitio Web -Boletín informativo

Fuente: Elaboración propia.

4.8. Descripción de la estrategia con relación a las tácticas que se sugieren para llevarse a cabo

Tabla 2. Descripción de recursos indispensables para la posible implementación del plan de comunicación								
Estrategia 1: Informar a las madres, padres y cuidadores sobre el consumo mediático que hay en torno a las infancias								
Tácticas	R.H	R.M	R.T	R.E	T.I	T.E	T.C	Ejecutable
1	Comunicólogos	Hojas Impresora Cartuchos de tinta	Laptop Paquetería de Adobe Canva	\$2, 262	04/ 11 / 26	07 / 11 / 26	3 días	Cartel
2	Diseñadores	Hojas Plumas	Laptop Paquetería de Adobe Canva	\$3.022	14 / 01 / 26	17 / 01 / 26	3 días	Infografía
3	Diseñadores	Hojas Lápiz	Laptop Paquetería adobe Canva	\$2, 732	15/ 06 / 26	22/ 06 / 26	8 días	Tríptico

Fuente: Elaboración propia.

Descripción de recursos indispensables para la posible implementación del plan de comunicación								
Tabla 3: Conocer y analizar las prácticas más frecuentes que las niñas y los niños hacen con sus dispositivos electrónicos durante su tiempo libre								
Tácticas	R.H	R.M	R.T	R.E	T.I	T.E	T.C	Ejecutable
1	Comunicólogas Pedagogas	Hojas Lápices Impresora Cartuchos de tinta Sillas Mesas Marcadores Pizarrón	Laptop Paquetería de Adobe Canva	\$5, 676	24 / 05 / 26 31 / 05 / 26	24 / 05 / 26 31 / 05 / 26	3 días 1 día (2 horas)	Cartel del Taller
2	Editor de video	Hojas Plumas Lápiz	Laptop Paquetería de Adobe Canva Capcut	\$3, 050	02/ 07 / 26	09 / 07/ 26	8 días	Video TikTok
3	Fotógrafo Diseñadores	Mantas Impresoras Cartuchos de tinta	Laptop Paquetería de Adobe Canva	\$62, 000	13/ 10 / 25	27 / 10 / 25	15 días	Campaña publicitaria (MUPI y Vallas)

Fuente: Elaboración propia.

Descripción de recursos indispensables para la posible implementación del plan de comunicación								
Tabla 4: Orientar e informar a docentes sobre la importancia de la educación mediática en infancias								
Tácticas	R.H	R.M	R.T	R.E	T.I	T.E	T.C	Ejecutable
1	Diseñadores web	Hojas Pluma	Laptop Paquetería de Adobe	\$15, 736	15 / 06 / 25	22 /06/ 26	8 días	Sitio web
2	Fotógrafo	Impresora Papel fotográfico	Laptop Paquetería de Adobe	\$15, 000	09 / 04 / 26	23 / 04 / 26	15 días	Serie Fotográfica (Temporal)
3	Diseñadoras Comunicólogas	Hojas Plumas Lápiz	Laptop Paquetería de Adobe Canva	\$14,080	08 / 09 / 26	22 / 09 / 26	15 días	Boletín informativo

Fuente: Elaboración propia.

4.9. Criterios de viabilidad y factibilidad

La educación mediática es fundamental para las infancias de hoy. Pero ¿cómo podemos transformar esta necesidad del papel a la realidad? Ahí es donde entra en juego la viabilidad de este proyecto. Nos gustaría que examinemos si nuestro Plan de Comunicación es un objetivo alcanzable. Primero, contamos con el acceso a las plataformas que las infancias consumen (TikTok, YouTube, etc.) y siendo comunicólogas, tenemos las herramientas para crear contenido que sea de interés para las infancias. Con el uso de WhatsApp y correo electrónico, podemos crear mensajes para concientizar a tutores.

Por parte del presupuesto económico, no tenemos gran problema con eso, ya que nosotras actuaríamos como diseñadoras, creadoras de contenido en plataformas, y todo lo que se necesite para difundir la información necesaria para nuestro proyecto, por otro lado, el hecho de que cerca de las primarias que seleccionamos cuentan con pilares cerca, tenemos el espacio, la red de internet, los equipos y lo necesario para impartir los talleres que tenemos pensados, al conocer psicólogas sociales y pedagogas, contamos con el apoyo de esas áreas, para alcanzar un equipo multidisciplinario y poder crear contenidos divertidos e interactivos con el fin de darles herramientas para una educación mediática.

Un punto importante para la viabilidad es el interés que observamos en las infancias, tutores y docentes.

Por último, existen varias fuentes de financiamientos para este tipo de proyectos, tanto en organismos gubernamentales (Secretaría de Cultura de la CDMX, Secretaría de Cultura a nivel federal) y fundaciones privadas (Fundación SM, Fundación Atresmedia, Fundación AIEn, Nacional Monte de Piedad).

4.10 Elaboración del presupuesto. Descripción de los costos con relación a los recursos económicos

Tabla 5

Concepto	Recursos económicos	Tiempo de estimación de duración
Diseño de muestra	\$ 0	3 días
Estudio de trabajo de campo	\$ 1,000	5 días
Levantamiento de información del trabajo de campo	\$ 10, 000	15 días
Decodificación y resultados	\$ 2, 500	5 días.

Fuente: Elaboración propia.

4.11 Diseño de bocetos: talleres, guiones, soluciones mediáticas, actividades comunitarias, culturales, gestión de los recursos, aplicaciones telefónicas, etcétera

EJECUCIÓN ESTRATEGIA 1

Táctica 1: Cartel



Fuente: Elaboración propia.

Táctica 2: Infografía



Fuente: Elaboración propia.

Táctica 3: Tríptico

RIESGOS DEL USO EXCESIVO DE PANTALLAS

- Dificultades en la interacción social y diversas situaciones como la ansiedad o la depresión.
- Riesgo de ser víctima de violencia o extorsión, y de tener acceso a drogas y pornografía.

CONSEJOS PRÁCTICOS PARA CUIDADORES

- Defina zonas sin pantallas: Cree espacios y momentos "desconectados" (por ejemplo, dormitorios o comidas).
- Apague los dispositivos antes de irse a dormir: Una hora antes de dormir, evite estar expuesto a las pantallas. Los dispositivos no deben estar dentro del dormitorio.
- Dé prioridad al juego y a la actividad física: El deporte y el tiempo de juego no estructurado son fundamentales.

Las infancias se arriesgan a ser víctimas cibernéticas debido a que son más vulnerables al acecho y al acoso.

Problemas físicos al estar más de tres horas en dispositivos electrónicos (sedentarismo, problemas en dedos, articulaciones y tendones).

La influencia y la exposición desmedida a las redes sociales pueden generar un efecto perjudicial en la creación de la identidad de las infancias.

CONSUMO MEDIÁTICO EN INFANCIAS

GUÍA PARA PADRES

El entorno digital es parte de la vida de nuestras infancias, por ello es importante informarse y establecer normas para que su desarrollo sea sano.

INFORMACIÓN CLAVE Y CONSEJOS PRÁCTICOS

JUEGA CON TU PEQUE, NO SE LO DEJES TODO A LAS PANTALLAS

Fuente: Elaboración propia.

EJECUCIÓN ESTRATEGIA 2

Táctica 1: Taller



TALLER GRATUITO

HACIA UNA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

IMPARTEN: KARINA TOVAR Y JAZMIN ZAMUDIO

FECHA: 24 MAYO 2026

**HORARIOS: 10:00 A 12:00
Y 16:00 A 18:00**

**LUGAR: PILARES
REVOLUCIÓN**

**PENSAR CRÍTICAMENTE, HACER
CLIC SABIAMENTE**

**CALLE RÍO RIVERA S/N 1, COLONIA GUADALUPE VICTORIA, ALCALDÍA
GUSTAVO A MADERO**



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

PILARES

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México
NADA HUMANO ME ES AJENO

Fuente: Elaboración propia.

**TALLER
GRATUITO**



HACIA UNA ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA

IMPARTEN: KARINA TOVAR Y JAZMIN ZAMUDIO

FECHA: 31 MAYO 2026

**HORARIOS: 10:00 A 12:00
Y 16:00 A 18:00**

**LUGAR: PILARES EL
ROSARIO**



**PENSAR CRÍTICAMENTE, HACER
CLIC SABIAMENTE**

**AGRICULTORES 20, EL ROSARIO, AZCAPOTZALCO, 02100 CIUDAD DE
MÉXICO, CDMX**



GOBIERNO DE LA
CIUDAD DE MÉXICO

PILARES

UACM

Universidad Autónoma
de la Ciudad de México
NADA HUMANO ME ES AJENO

Fuente: Elaboración propia.

Táctica 2: TikTok



Fuente: Elaboración propia.

Táctica 3: Campaña Publicitaria Social



Fuente: Elaboración propia.

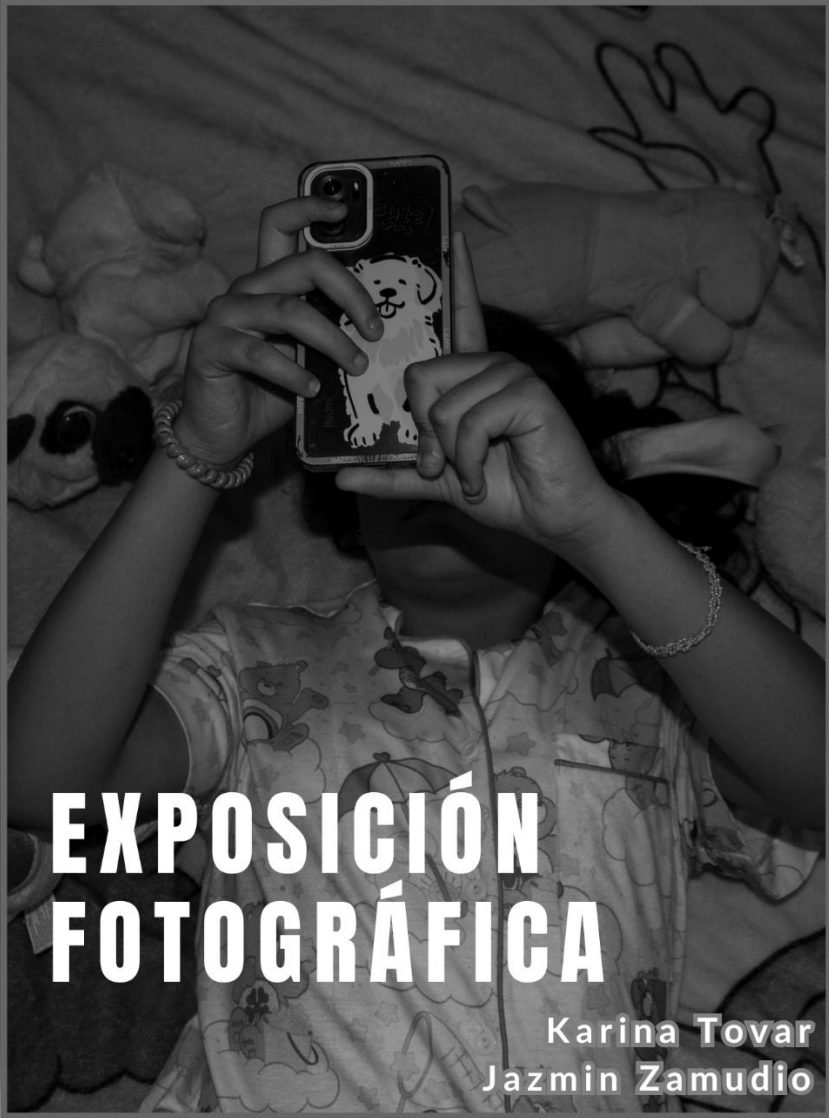
EJECUCIÓN ESTRATEGIA 3

Táctica 1: Página Web



Enlace: <https://alfabetizacion69.wordpress.com/>

Táctica 2: Exposición Fotográfica



**EXPOSICIÓN
FOTOGRAFICA**

Karina Tovar
Jazmin Zamudio

DETRÁS DE LAS PANTALLAS

Primaria "Carlos Marx"

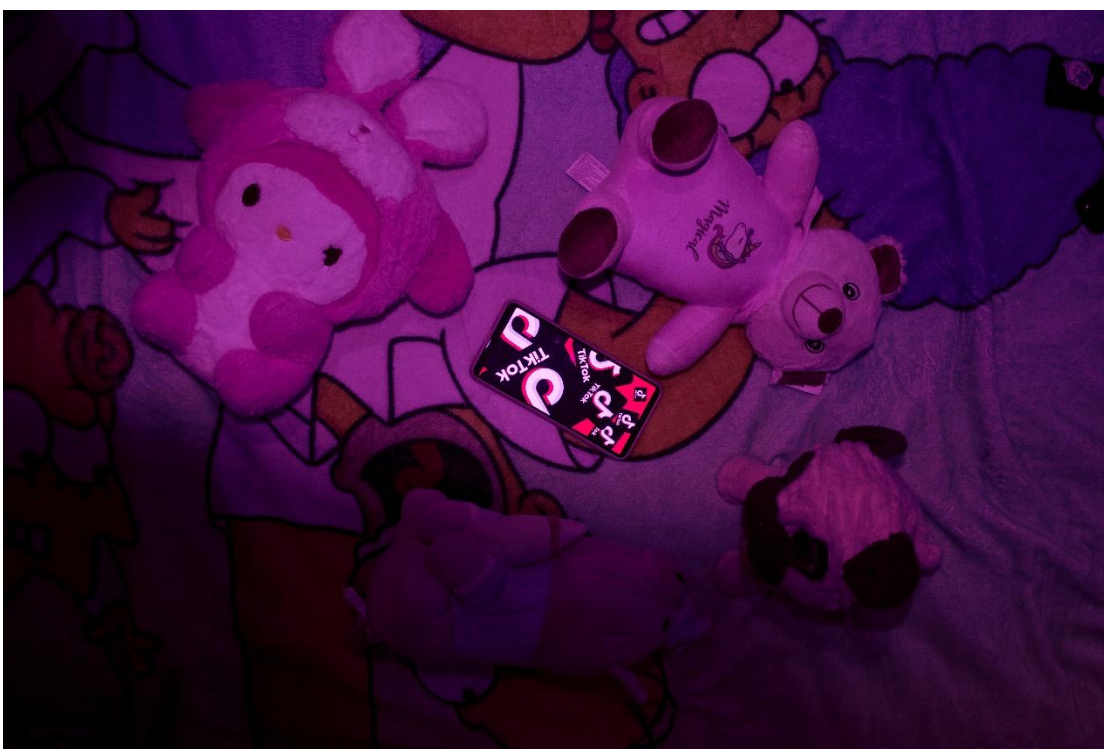
Avenida Miguel Hidalgo S/N, Santa Barbara, 02230 Ciudad de México, CDMX

Lunes 9 de marzo 2026 13:30 Hrs Entrada gratuita

Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.



Fuente: Elaboración propia.

Táctica 3: Boletín Informativo

BOLETÍN INFORMATIVO
ESCUELA PRIMARIA "EMILIO BRAVO"

EB

ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA EN INFANCIAS DE 7 A 11 AÑOS

¡PANTALLAS SIN PELIGRO! 3 PASOS CLAVE PARA LA ALFABETIZACIÓN DIGITAL INFANTIL

PUNTO 1:
ANÁLISIS CRÍTICO: CÓMO ENSEÑARLES A DISTINGUIR ENTRE PUBLICIDAD Y CONTENIDO.

PUNTO 2:
SEGURIDAD DIGITAL: CONSEJOS SOBRE LA PRIVACIDAD DE DATOS Y CONTRASEÑAS

PUNTO 3: CREACIÓN RESPONSABLE:
IDEAS PARA QUE LOS NIÑOS CREEN SU PROPIO CONTENIDO POSITIVO

[Alfabetización mediática en infancias](#) [LINK](#)

Fuente: Elaboración propia.

BOLETÍN INFORMATIVO

ESCUELA PRIMARIA "CARLOS
MARX"



ALFABETIZACIÓN MEDIÁTICA EN INFANCIAS DE 7 A 11 AÑOS

¡PANTALLAS SIN PELIGRO! 3 PASOS CLAVE PARA LA ALFABETIZACIÓN
DIGITAL INFANTIL

PUNTO 1:

ANÁLISIS
CRÍTICO: CÓMO
ENSEÑARLES A
DISTINGUIR
ENTRE
PUBLICIDAD Y
CONTENIDO.

PUNTO 2:

SEGURIDAD
DIGITAL:
CONSEJOS
SOBRE LA
PRIVACIDAD DE
DATOS Y
CONTRASEÑAS

PUNTO 3: CREACIÓN RESPONSABLE:
IDEAS PARA QUE LOS NIÑOS CREEN SU
PROPIO CONTENIDO POSITIVO

Alfabetización mediática en infancias

[LINK](#)

Fuente: Elaboración propia.

4.12. Cronograma. Descripción cronológica de las actividades o acciones planeadas

Cronograma 1

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN												
MES	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPTI	OCTUB	NOVIE	DICIE	ENERO	FEBRE	MARZO	ABRIL
TACTICA												
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												

Fuente: Elaboración propia.

Cronograma 2

CRONOGRAMA DE IMPLEMENTACIÓN												
MES	MAYO	JUNIO	JULIO	AGOST	SEPTI	OCTUB	NOVIE	DICIE	ENERO	FEBRE	MARZO	ABRIL
TACTICA												
1												
2												
3												
4												
5												
6												
7												
8												
9												
10												
11												
12												

Fuente: Elaboración propia.

5. Conclusiones

El plan brindó respuestas significativas, especialmente para preparar a la comunidad educativa, incluidos niños, maestros y padres, sobre el uso responsable y crítico de los medios de comunicación y las plataformas digitales. Los resultados obtenidos en ambas instituciones en CDMX reflejan información relevante sobre la capacidad de los niños para no reconocer fuentes de información, identificar contenidos engañosos y comprender los mensajes que reciben. Este progreso en el análisis crítico de los medios es un recurso valioso que afecta directamente su seguridad en línea, así como su desarrollo emocional y social.

También, nos ofreció datos importantes para fomentar la educación mediática entre niños de 7 a 11 años en dos escuelas primarias de la Ciudad de México. Este esfuerzo ha sido fundamental y transformador. El proyecto demuestra que, más allá de la tecnología misma, la alfabetización mediática y digital representa solo el inicio de un reto que enfrentan los niños en el siglo XXI, donde la falta de educación mediática impacta sus interacciones interpersonales.

Consideramos importante explorar esta problemática en un nivel personal con nuestras familias, con el fin de evidenciar el consumo de contenidos y sus interacciones cercanas. Este punto se analizó desde un enfoque micro hasta macrosocial. La experiencia en el servicio social al que nos inscribimos contribuyó en gran medida a entender mejor las relaciones entre las infancias y su conducta. Nos permitió observar cómo, a tan corta edad, se ven influenciados por el contenido que consumen y la manera en que desarrollan habilidades de pensamiento crítico en situaciones cotidianas. Al igual que el servicio social, el instrumento que se utilizó y los resultados obtenidos fueron cruciales para esta investigación, ya que permitieron identificar la relación que tienen las infancias con el uso de dispositivos electrónicos. También se lograron identificar las competencias que ya poseen en el uso de herramientas digitales, así como las limitaciones que enfrentan al interactuar con ellas.

Durante la realización del estudio, observamos que los padres, madres y cuidadores no controlan el uso de dispositivos electrónicos y no están presentes cuando los niños los utilizan. Resulta interesante descubrir cómo esto impacta sus interacciones tanto personales como grupales, ya que, en su mayoría, se sienten aburridos sin estos aparatos. Esto resalta la preocupante dependencia que tienen de la tecnología para mantener su sentido de pertenencia en el entorno social.

En este contexto, es crucial reflexionar sobre la manera en que se utilizan y se asimilan las nuevas tecnologías de información de un modo consciente. Contar con una comunicación efectiva en esta cultura digital es fundamental para su formación y sus relaciones.

La infraestructura de las escuelas "Carlos Marx" y "Emilio Bravo" pone de manifiesto una verdad evidente: la desigualdad digital no se refleja únicamente en la cantidad de dispositivos, sino también en la disponibilidad de espacios de mediación. La comunicación deja de ser un acto individual para transformarse en una experiencia social y colectiva. Un hallazgo esencial en este enfoque metodológico es la conexión empírica. Al seleccionar estas escuelas debido a vínculos familiares y experiencias personales, la investigación abandona la frialdad del "objeto de estudio" para adoptar la calidez del "sujeto conocido".

El propósito de evaluar el consumo de contenido digital y la supervisión de los padres responde a una necesidad social urgente: entender la soledad digital que enfrentan los niños. La comunicación en este marco no se reduce solo a la transferencia de información, sino a la calidad de la conexión establecida.

Aunque se utiliza un método cuantitativo que busca la precisión estadística, su propósito es intrínsecamente social. Los datos no se recolectan simplemente para contar, sino para dar visibilidad a patrones de conducta que de otro modo quedarían ocultos. Al examinar variables como género, grado y edad, la investigación intenta respaldar estrategias comunicativas que aseguren la protección de la integridad de los menores, fomentando una alfabetización digital que sea, ante todo, humana y segura.

El Plan de Comunicación no busca únicamente determinar "cuánto" contenido consumen los niños de Azcapotzalco y la GAM, sino "cómo" están habitando en el entorno digital. La investigación se convierte en una herramienta para el cambio social que reconoce que los niños de ambas escuelas necesitan ser parte de una comunidad activa, crítica y comunicativa.

La aplicación de la estrategia comunicativa va más allá de ser una solución técnica a la digitalización; es un compromiso social que reconoce la complejidad de las interacciones entre el emisor, el mensaje y el receptor. Los niños y niñas no son simplemente receptores pasivos; son individuos con características propias que interactúan con estímulos mediáticos capaces de influir en su comportamiento. Por lo tanto, la conclusión clave de esta estrategia es que la comunicación mediática debe estar acompañada de una supervisión afectiva, evitando que los dispositivos se conviertan en fuentes de riesgo o imitación de conductas dañinas.

Desde una perspectiva humanista, el plan trasciende la pantalla para enfocarse en la comunicación cara a cara. Al incorporar talleres presenciales, se convierte en el núcleo de la intervención. Esta decisión metodológica permite evaluar en tiempo real la comprensión y el bienestar emocional de los niños, garantizando que la educación mediática no sea una clase rígida, sino un intercambio lúdico y seguro. La comunicación, en este contexto, revive su esencia más pura, el fortalecimiento de lazos a través de la escucha activa y la orientación constante.

Al intentar informar a quienes cuidan y guiar a los educadores, el proyecto no se limita a "guiar al menor", sino que busca revitalizar el entorno comunicativo que lo acompaña. Los resultados abarcan desde el establecimiento de criterios para seleccionar contenido hasta el impulso de la empatía en los docentes, con el objetivo de generar un cambio en el entorno escolar y familiar. La utilización de diversas herramientas, como gráficos informativos, páginas web y campañas en TikTok, muestra una capacidad de comunicación que emplea los mismos medios utilizados por los niños para mitigar sus peligros.

Por último, el enfoque en la educación mediática en las escuelas seleccionadas no solo tuvo como meta recopilar datos, sino también fomentar un pensamiento crítico que permita a los niños cuestionar la veracidad de lo que observan. Esta iniciativa reitera que la comunicación es, ante todo, un proceso humano de acompañamiento, donde la tecnología debe contribuir al desarrollo integral de las personas y no al contrario, transformando el tiempo libre en una oportunidad para aprender, divertirse y, especialmente, para establecer conexiones auténticas entre las personas.

Jaz:

Para finalizar, me gustaría enfatizar el origen de este trabajo y lo que me deja el proyecto, el desarrollo de este plan de comunicación tiene un origen profundamente personal, la motivación para elegir este tema fue mi sobrina, al observar su realidad me hizo darme cuenta de que la protección y el liderazgo en el mundo digital es una necesidad urgente, y esto llevó mis intereses académicos y personales hacia la educación en medios. Desde mi carrera en comunicación y cultura, este proyecto y mi trabajo en servicio social fue un catalizador para entender que una comunicadora no sólo gestiona mensajes, sino que también facilita las herramientas para crear oportunidades. El contacto directo con infancias me dio la oportunidad de confirmar que la alfabetización digital es principalmente un derecho de la infancia. Pude observar que los niños y niñas ya viven en un entorno digital complejo y que el pensamiento crítico es la protección más eficaz que podemos ofrecerles contra la sobreexposición actual.

Aprendí lecciones invaluable realizando nuestro trabajo, estas van más allá de lo académico, como la capacidad para traducir la teoría en impacto social, aprendí a transformar conceptos técnicos en herramientas prácticas y sensibles. Una visión humanista de ser comunicóloga, en donde reafirmo que la comunicación debe tener un propósito y cuidar a los más vulnerables.

El compromiso de vida que llevo gracias a trabajar con infancias, con una fuerte convicción de seguir impulsando programas que permitan a las nuevas

generaciones dejar de ser consumidores pasivos y convertirse en usuarios conscientes y críticos de su propia realidad. Este proyecto no sólo completa un paso en mi formación, sino que también define el tipo de comunicóloga que quiero ser, una que usa su voz para proteger y empoderar a los demás, recordando el compromiso que tenemos con la sociedad, como universitarias, sintiéndome identificada, más que nunca con el lema de nuestra institución “Nada humano me es ajeno”.

Karina:

La realización de este plan representó un proceso de aprendizaje profundo que trascendió de las clases para convertirse en un compromiso personal y social. El origen de este proyecto nació de una inquietud muy cercana, observar a mi propia sobrina y notar cómo, a su corta edad, la tecnología ya formaba parte esencial de su vida. A partir de, esta experiencia familiar me abrió los ojos a una realidad que comparto con otras personas, donde las y los niños pasan cada vez más tiempo conectadas a dispositivos electrónicos y redes sociales. Al ver de cerca cómo estas dinámicas transforman las relaciones interpersonales de las infancias y cómo influyen en su entorno social, surgió en mí una preocupación genuina por la enorme exposición y los riesgos a los que se enfrentan cotidianamente en el entorno digital.

En este camino, el servicio social fue un enorme parteaguas ya que, me permitió ir más allá de la simple observación y me dio las herramientas prácticas para comprender a fondo el vínculo actual entre la infancia y los aparatos electrónicos. Gracias a esta etapa, pude entender que la tecnología no es buena ni mala por sí misma; es una herramienta que puede potenciar el desarrollo y las habilidades de las y los niños o afectar negativamente su vida diaria, dependiendo enteramente de cómo se use y del acompañamiento que reciban.

Finalmente, trabajar en este plan me brindó una valiosa experiencia práctica y los conocimientos necesarios para dar sentido a mi formación. Este aprendizaje me demostró que la carrera tiene un impacto real en la sociedad. Hoy me siento con el compromiso de ofrecer herramientas claras y útiles tanto a los niños y niñas como

a los padres, madres y cuidadores que muchas veces no saben guiar a sus hijas/os en la era digital. Más que el cierre de una etapa, considero que este trabajo es solo el inicio de un largo camino de investigación y apoyo que planeo seguir desarrollando.

6. Fuentes de consulta

- Aboites, H. (2012). El derecho a la educación en México: del liberalismo decimonónico al neoliberalismo del siglo XXI. *Revista mexicana de investigación educativa*, 17(53), 361-389. Recuperado en 29 de septiembre de 2023, Tomado de: http://www.scielo.org.mx/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1405-66662012000200003&lng=es&tlng=es
- Aguaded, Ignacio et al. (2015). La alfabetización mediática entre estudiantes de primaria y secundaria en Andalucía (España). *RIED-Revista Iberoamericana De Educación a Distancia*, 18(2), 275–298. Tomado de: <https://doi.org/10.5944/ried.18.2.13407>
- Aguirre Aguilar, G., (2019). Educación mediática en México: de la vulnerabilidad y riesgos entre usuarios de redes sociales. *Contratexto*, (32). Págs. 181-204. <https://doi.org/10.26439/contratexto2019.n032.4617>
- Altamirano, A. (2012). Alfabetización mediática y digital: Un reto para la escuela y la sociedad. *Comunicación y Pedagogía*, (262), 22-26. Tomado de: [\(PDF\) Estrategia para fortalecer el perfil de Alfabetización Mediática de Estudiantes y Docentes de Educación Superior](#)
- Amayuela Mora, G. (2017). Comunicación y su relación con la educación en el contexto universitario. *Alternativas en psicología*, 5(3). Págs. 8-19.
- Aparici, R. (s.f.). La educación para los medios de comunicación. Recuperado de: [LA EDUCACION PARA LOS MEDIOS DE COMUNICACION](#)
- Azcapotzalco - Información de la alcaldía. Población en México, México en Cifras (2023). Tomado de: Azcapotzalco- Información de la alcaldía - Población en México (poblacion.com.mx).
- Bailey, R., et al. (2023). “Escuelas Activas en Europa: una revisión de los hallazgos empíricos”.

Campos, F. (2008). Las redes sociales trastocan los modelos de los medios de comunicación tradicionales (63a ed.) Revista Latina de Comunicación Social.

Casas J, et al. (1993). El análisis de la realidad social. Métodos y técnicas de Investigación. Madrid: Alianza Universidad Textos, p. 141-70. Tomado de: La encuesta como técnica de investigación. Elaboración de cuestionarios y tratamiento estadístico de los datos (I) (sciencedirectassets.com).

Centro de Estudios Sociales y de Opinión Pública, "Antecedentes", en Educación [Actualización: 3 de marzo de 2006], en www.diputados.gob.mx/cesop/

Coca, D. M., & Montoya, P. G.-A. (2013). Cambio comunicativo en las nuevas metodologías didácticas. Estudios Sobre El Mensaje Periodístico, 19.

Comboni, S. & Juárez, J. (2016). La Constitución de 1917 y su influencia en la educación nacional contemporánea. Tomado de: <https://www.google.com.mx/url?sa=i&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=0CDcQw7AJahcKEwjQ9LOshsSBAXUAAAAAHQAAAAQAw&url=https%3A%2F%2Fargumentos.xoc.uam.mx%2Findex.php%2Fargumentos%2Farticle%2Fdownload%2F64%2F63&psig=AOvVaw3reV0LsLNfwOVOylZ4tH1w&ust=1695672440822681&opi=89978449>

Dattari, Carolina. (2017). "El Método Montessori: teoría de la educación". Universidad Gabriela Mistral. Págs. 1-13. Tomado de: https://d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net/54740567/Montessori_FINAL-libre.pdf?1508247624=&response-content-disposition=inline%3B+filename%3DEl%20Metodo%20Montessori%20TEORIA%20DE%20LA%20EDUCACION.pdf&Expires=1696797079&Signature=JHvgPxniyHsdgPxalCWBSyzg0Oj1JR07wzPDseFng-F8Gllifq6gXbkDOdMP2wq3ELyR2Ot4cxU2k7qi7PV~veg~2W~Sm4ZaV27TrctNk~lwGe5om1NcSgVsaccOSiKAV0yzjUo6SasO8ykpFzeBg14bacveOc~Zh-YYG~lnQJ3fTvm7rsrdrwiflgaopyueavQScLC41LMxVZ7qoZVSNvBjZhoJL-r3KU6o7D7M3RtVm7pBimbZXw5EYmUg~ASgEmEj4Aou2lePA6SmjBoO~jHt6gPi

- De Fleur M., Kearney P., Timothy G. Plax, De Fleur, M. (2006). "Comunicación interpersonal" en Fundamentos de la comunicación humana. 3ª ed. México. McGraw Hill [3a ed. en inglés, 2005]. (Pp 99-121).
- De La Fuente. et al. (2014). "COMUNICACIÓN Y EDUCACIÓN: APRENDIZAJES Y HERRAMIENTAS AUXILIARES" de MULTIDISCIPLINAS DE LA INGENIERÍA. Facultad de Ingeniería Mecánica y Eléctrica. Año II, No. 02, ISSN: 2395-843X. Tomado de: selection (1).pdf (uanl.mx).
- De Zumbiría Samper, Julián. (2006). "Los modelos pedagógicos: hacia una pedagogía dialogante". Colombia. Editorial Magisterio.
- Flórez, R. (2001). Evaluación pedagógica y cognición. Bogotá: McGraw-Hill.
- Franco, K. (2023). Acercamiento a la educación mediática en un jardín de niños y niñas de México durante el regreso a clases post pandemia. Tecnológico de Monterrey.
- Galvagno, L. G. G., Azzollini, S., & Elgier, Á. M. (2022). Asociaciones entre la exposición a medios electrónicos y comunicación durante la infancia temprana. Pensando Psicología, 18(1), 1. <https://doi.org/10.16925/2382-3984.2022.01.02>
- GAM - Información de la alcaldía. Población de México, México en Cifras (2023). Tomado de: Gustavo A. Madero- Información de la alcaldía - Población en México (poblacion.com.mx).
- Gamboa, C. Gutierrez, M. (2012). "PLANES Y PROGRAMAS DE EDUCACIÓN BÁSICA EN MÉXICO" Estudio Teórico Conceptual, de Antecedentes, Iniciativas Presentadas en la LXI Legislatura y Derecho Comparado. Tomado de: Microsoft Word - SAPI-ISS-56-12_Planes_y_Programas (diputados.gob.mx).
- García Aretio, L. (2014). Web 2.0 vs web 1.0. Tomado de: Evaluación de los aprendizajes en entornos virtuales (uned.es).

- García-Ruiz, R., Matos, A. P. D. M., Arenas-Fernández, A., & Ugalde, C. (2020). Alfabetización mediática en Educación Primaria. Perspectiva internacional del nivel de competencia mediática. Pixel-Bit, Revista de Medios y Educación, (58), 217-236.
- García-Ruiz, R., Ramírez García, A., & Rodríguez-Rosell, M. M. (2014). Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora= Media Literacy Education for a New Prosumer Citizenship. Educación en alfabetización mediática para una nueva ciudadanía prosumidora= Media Literacy Education for a New Prosumer Citizenship, 15-33.
- García y Brussinos (2014). Perfiles ideológicos de consumo mediático de española tomado de: educación | Definición | Diccionario de la lengua información política en Córdoba-Argentina. Anagramas - Rumbos y sentidos de la comunicación. 12(24). Págs. 95-118.
- González-Mohíno, M., Domenech, M. de los Á. R., Callejas-Albiñana, A. I., & Canalejo, A. M. C. (2023). Empowering Critical Thinking: The Role of Digital Tools in Citizen Participation. Journal of New Approaches in Educational Research, 12(2), 258. <https://doi.org/10.7821/naer.2023.7.1385>
- González, C. (2021). "Educación mediática: una necesidad en la educación para la vida. Propuesta de un programa de educación mediática creativa en Educación Infantil". Tomado de: uvadoc.uva.es/bitstream/handle/10324/50421/TFG-L3014.pdf?sequence=1&isAllowed=y
- Granja, D. O. (2015). El constructivismo como teoría y método de enseñanza. Sophía, 1(19), 93. <https://doi.org/10.17163/soph.n19.2015.04> https://doi.org/10.5209/rev_esmp.2013.v19.42037
- Guerrero Linares, D. M. (2019). Estrategia para la implementación de la educación mediática en escuelas públicas de nivel básico. RIDE Revista Iberoamericana Para La Investigación Y El Desarrollo Educativo, 9(18), 302 - 329. Tomado de: Estrategia para la implementación de la educación mediática en escuelas públicas de nivel

básico | RIDE Revista Iberoamericana para la Investigación y el Desarrollo Educativo.

Guerrero, M. Castillo, A. (2018). Alfabetización mediática en México. Revista Iberoamericana de Comunicación. Universidad Iberoamericana. Tomado de: pgomezzea,+06_Alfabetizacion_Guerrero-Castillo_RIC_35_35-77.pdf

Hernández, R. et al. (2018). Metodología de la investigación (Vol. 4, pp. 310-386). México: McGraw-Hill Interamericana. Tomado de: Sampieri-libre.pdf (d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net).

Hueso, A., Cascant, M. (2012). Metodología y técnicas cuantitativas de investigación. Tomado de: Cuadernos de Investigación en Proceso de Desarrollo (minedu.gob.pe).

IFT. (2023). EL USO DE LAS REDES SOCIALES ENTRE LOS MENORES DE EDAD PASÓ DE 39% EN 2017 A 69% EN 2022, REVELA INFORME DEL IFT. Tomado de: El uso de las redes sociales entre los menores de edad pasó de 39% en 2017 a 69% en 2022, revela informe del IFT. (Comunicado 39/2023) 25 de abril | Instituto Federal de Telecomunicaciones – IFT.

INEGI. (2020). Banco de indicadores. Tomado de: [Banco de indicadores \(inegi.org.mx\)](https://inegi.org.mx/banco-de-indicadores)

INEGI. (2020). Encuesta nacional sobre Disponibilidad de la Información en los Hogares. Tomado de: Comunicado de Prensa. Encuesta Nacional sobre Disponibilidad y Uso de Tecnologías de la Información en los Hogares, 2016 (inegi.org.mx).

Instituto de Investigaciones Jurídicas. Enciclopedia Jurídica Mexicana. (2002).

Islas, O. (2015). La ecología de los medios: metadisciplina compleja y sistémica. Palabra Clave, 18(4), 1057-1083. DOI: 10.5294/pacla.2015.18.4.5.

Latorre, M. (2018). Historia de las web, 1.0, 2.0, 3.0 y 4.0. Universidad Marcelino Champagnat, 1. Tomado de: 74_Historia_de_la_Web20190706-123188-141xd95-libre.pdf (d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net).

León, A. (2007). Qué es la educación. *Educere*, vol. 11, núm. 39, octubre-diciembre, 2007, pp. 595-604, Universidad de los Andes Venezuela. Tomado de: Redalyc. Qué es la educación.

Letras D-E. UNAM. Editorial Porrúa. México. Pág. 656. Tomado de: 2.pdf (unam.mx).

Lira, L. A. N., Lucas, D. M. G., Aliaga-Pacora, A. A., & Diaz-Dumont, J. R. (2020). Estrategias didácticas en el desarrollo del pensamiento crítico en estudiantes de educación básica. *Eleuthera*, 22(2), 31. <https://doi.org/10.17151/eleu.2020.22.2.3>

Lozano Rendón, J. C. (2007). Teoría e investigación de la comunicación de masas (2a ed.). Pearson Educación. Muppalla, S. K., Vuppapapati, S., Pulliahgaru, A. R., & Sreenivasulu, H. (2023). Effects of Excessive Screen Time on Child Development: An Updated Review and Strategies for Management [Review of Effects of Excessive Screen Time on Child Development: An Updated Review and Strategies for Management]. *Cureus*. Cureus, Inc. <https://doi.org/10.7759/cureus.40608>

Marin, D. (2015). La educación mediatizada. Distancias y aproximaciones conceptuales en las metodologías de mediatización del conocimiento. Págs. 41-53.

Martín-Barbero, J. (2003). De los medios a las mediaciones. Comunicación, cultura y hegemonía. Colombia: Editorial Gustavo Gili/Andrés Bello.

Masoumi, H. E., et al. (2017). “Patrones de desplazamiento de los niños a la escuela, peso corporal, factores espaciales y percepciones: una encuesta sobre nueve ciudades europeas”. Págs. 11, 52–75.

Mata, Maria Cristina (1999). De la cultura masiva a la cultura mediática. *Revista Diálogos de la Comunicación*, 56, 81-91.

Mera Mera, J. P. (2020). La importancia de la educación mediática en la enseñanza actual. Una propuesta de trabajo en el aula. Tomado de: <http://uvadoc.uva.es/handle/10324/41520>.

Mexicano. Tomado de: sistemaedumex09_01.pdf (sep.gob.mx).

- Montiel, C. (2022). ¿Por qué es necesario que niños, niñas y adolescentes accedan a la alfabetización digital? Tomado de: <https://www.amidi.org/alfabetizacion-digital-ninez-adolescentes/>
- Moreno R. (S/a). La educación rural posrevolucionaria. Tomado de: NUESTROS_SENDEROS_EN_EDUCACION libre.pdf(d1wqtxts1xzle7.cloudfront.net).
- Ortiz, A. (2023). Celulares y computadoras “con medida” presentan pocos riesgos para los niños y niñas. TecScience. Tomado de: [El uso del celular en niños: cuánto les afecta | TecScience](#)
- Planeación SEP. (2020). Secretaria de Educación Pública. Tomado de: CDMX.pdf (sep.gob.mx).
- Ponti, M., Bélanger, S. A., Grimes, R., Heard, J., Johnson, M., Moreau, E., Norris, M. L., Shaw, A., Stanwick, R., Lankveld, J. V., & Williams, R. (2017). Screen time and young children: Promoting health and development in a digital world. *Paediatrics & Child Health*, 22(8), 461.
- Prieto, E. (2023). Diferencias entre medios tradicionales y nuevos medios digitales. Tomado de: <https://es.snhu.edu/noticias/diferencias-entre-los-medios-tradicionales-y-los-nuevos-medios>
- Quiroz., M. T. (1997). Propuestas para la comunicación y la educación. *Comunicar*, 5(8). Págs. 31-48.
- Real Academia Española. (2023). Educación. En *Diccionario de la lengua española | RAE - ASALE*
- Romo-Sabugal, C. (2019). Nuevos docentes para la Nueva Escuela Mexicana. *Experiencias en la aplicación de la Nueva Escuela Mexicana*. México: Secretaría de Educación Pública.

- Rovira, Isabel. (2018). "Modelo pedagógico tradicional: historia y bases teórico-prácticas". Recuperado de: <https://psicologiyamente.com/desarrollo/modelo-pedagogico-tradicional>
- S/a. (2023). ESCUELAS MEX.com Carlos Marx. Tomado de: Carlos Marx CCT 09DPR1621B (escuelasmex.com).
- Salves, A. (2022). ¿Qué es un modelo educativo y que tipos existen actualmente? Recuperado de: <https://maplebearlatam.com/blog/2022/06/01/que-es-un-modelo-educativo-y-que-tipos-existen-actualmente/>
- Sánchez-Carrero, J. (2011). Introducción a la educación mediática infantil: el diseño del Storyboard. Revista De Comunicación De La SEECI, (24), 69–83. <https://doi.org/10.15198/seeci.2011.24.69-83>. Tomado de: Introducción a la educación mediática infantil: el diseño del Storyboard | Revista de Comunicación de la SEECI
- Santillán Vásquez, M. (13 de febrero del 2018). Medios emergentes: Entre la tecnificación, el entretenimiento y la política. Recuperado de <https://www.linkedin.com/pulse/medios-emergentes-entre-la-tecnificaci%C3%B3n-el-y-santill%C3%A1n-v%C3%A1squez/?published=t>
- Secretaría de Educación Pública (2015). Documento base: Educación Básica tomando de: base_educacion_basica.pdf (www.gob.mx).
- Secretaria de Educación Pública. (2000). La estructura del Sistema Educativo Kobayashi, J. et al. (1992). La educación en la historia de México. J. Z. Vázquez (Ed.). El Colegio de México, Centro de Estudios Históricos. Tomado de: pdf (jhu.edu).
- Secretaria de Educación Pública. (2023). La Nueva Escuela Mexicana (NEM): Orientaciones para padres y comunidad en general.
- Souza, J. (2013). Mediatización. La tecnicidad como mediación. Recuperado de: <file:///C:/Users/tovi/Downloads/Dialnet-Mediatizacion-5791061.pdf>

- Swider-Cios, E., Vermeij, A., & Sitskoorn, M. M. (2023). Young children and screen-based media: The impact on cognitive and socioemotional development and the importance of parental mediation. *Cognitive Development*, 66, 101319. <https://doi.org/10.1016/j.cogdev.2023.101319>
- Tapscott, D. Williams, A. (2006). "Los pioneros de la producción entre iguales" en Wikinomics. Portafolio/Paidós.
- Tayie, S. (2013). Los niños y la nueva alfabetización mediática: un caso de estudio egipcio. *Anàlisi: quaderns de comunicació i cultura*, (48), 0065-76.
- Thompson, John B. (1998). Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación. Buenos Aires: Paidós.
- Torres Rodríguez, C. V. (2020). Competencia mediática en niños y niñas de 7 y 8 años de edad del subnivel elemental de educación general básica Estudio realizado en el cuarto grado de la Unidad Educativa Antonio Nariño año lectivo 20192020 (Bachelor's thesis).
- UNESCO. (2011). *Alfabetización mediática e informacional: Currículum para profesores*. Tomado de: https://www.academia.edu/118059579/Estrategia_para_fortalecer_el_perfil_de_Alfabetizaci%C3%B3n_Medi%C3%A1tica_de_Estudiantes_y_Docentes_de_Educaci%C3%B3n_Superior
- Unicef. (2017). Estado Mundial de la Infancia 2017: niños en un mundo digital. Tomado de: estado-mundial-infancia-2017.pdf (unicef.es).
- Uriarte M. (2011). La alfabetización mediática como herramienta para formar niños competentes, críticos y alfabetas en medios (Master's thesis, Universidad Iberoamericana Ciudad de México. Departamento de Comunicación).
- Verón, E. (2005). Fragmentos de um tecido. São Leopoldo. Editora Unisinos.

Wolf, Mauro (2002), "Contextos y paradigmas en la investigación sobre los media. La corriente empírico-experimental", en Mauro Wolf, La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas, México, Paidós. En Antología pp. 155-188.