



## **FACULTAD DE CIENCIAS DE LA COMUNICACIÓN**

**Identificación de estrategias comunicativas y educativas aplicadas a la creación de una revista digital dirigida a niños en etapa escolar para las escuelas donde se emplee el proyecto “Edufuturo”. Plan piloto Escuela Fiscal Mixta “9 de Julio” de la ciudad de Cayambe.**

Trabajo de Titulación presentado en conformidad a los requisitos establecidos para optar por el título de Licenciado en Periodismo.

Profesor Guía  
Jesenia Calero

Autor  
María Paulina Jarrín

Año  
2011

## **DECLARACIÓN DEL PROFESOR GUÍA**

**“Declaro haber dirigido este trabajo a través de reuniones periódicas con el estudiante, orientando sus conocimientos para un adecuado desarrollo del tema escogido, y dando cumplimiento a todas las disposiciones vigentes que regulan los Trabajos de Titulación”.**

---

Jesenia Calero Torres

“Tecnóloga en Diseño Gráfico”

Número Cédula: 1713200267

## **DECLARACIÓN DE AUTORÍA DEL ESTUDIANTE**

**“Declaro que este trabajo es original, de mi autoría, que se han citado las fuentes correspondientes y que en su ejecución se respetaron las disposiciones legales que protegen los derechos de autor vigentes”**

---

María Paulina Jarrín

172048328-6

### **AGRADECIMIENTO:**

A Ariel, mi niño amado. Por sus risas y juegos, por sus abrazos y preguntas. Por cada sueño que comparte conmigo.

A Marcelo, la mano compañera. Por estar siempre dispuesto y siempre pendiente.

A mis padres, eternos ejemplos y eterno sustento.

A mi tía Loli, que con su incansable preocupación e incondicional apoyo han empujado este proyecto hacia delante.

A Fausto, Andrés, Natalia y Sandino, mis hermanos queridos, de los que siempre puedo aprender.

A mis sobrinos, Ernesto y Amelia, por dejarme verlos crecer, aprender y reír.

A mis cuñados, Christian, Majo y Denisse, por ser parte de esta familia grande. A Marcelo papá, a Loly, Alex y Monse, por su apoyo constante, y por llevarse mi cariño e invariable gratitud.

No puedo dejar de expresar mi sincero agradecimiento a Jesenia Calero, tutora del presente trabajo. Y a todos quienes forman la facultad de periodismo de la Universidad de las Américas.

#### **DEDICATORIA:**

A mis niños y los suyos. A Ariel mi ejemplo de la mezcla perfecta entre curiosidad, inteligencia, amor y sapiencia. A Sandino, mi niño grande, el sabio de sabios.

A Ernesto, el mejor hinchista, el mayor ejemplo de inocencia y ternura. A la princesa de la familia, Amelia, para que cada una de sus sílabas no dejen de ser grandes sueños.

A Macarena, Fernando José y Emilia, niños que me han permitido compartir sus ideas y que reciben con el más fresco espíritu todo el cariño que les guardo.

Este trabajo está dedicado a todos los niños y niñas de mi Ecuador, y a todos los que llevan en su actitud diaria la defensa de sus derechos. A todos quienes creen y promueven que cada vez que nace un niño, nace un ciudadano.

## RESUMEN

El presente trabajo busca encontrar las estrategias necesarias para responder ante un sector de la población dejado al margen de los medios de comunicación: los niños.

Un análisis del enfoque periodístico dado a los temas de la niñez en el Ecuador conforma la estructura para entender los principales problemas que existen tanto en el periodismo, como en la sociedad en general, al no poder entender que los niños y niñas son ciudadanos, con opinión y no objetos de una noticia, o una herramienta para apelar los sentimientos del público.

Determinando que es necesario establecer un medio de comunicación dirigido a niños, pero desde un enfoque de respeto a sus derechos, donde se muestre sus intereses y se escuche sus criterios.

La comunicación está cada vez más mediada por el Internet y su extenso espectro, se propone buscar una forma para juntar al periodismo para niños con la necesaria alfabetización digital, fusionando de esta forma a la tecnología con la comunicación, entrando necesariamente al campo de las TIC.

Dentro de la provincia de Pichincha desde hace más de 10 años se inició con el proyecto “Edufuturo”, mismo que implementó de infraestructura tecnológica a cada una de las escuelas fiscales de la provincia. Brindando a los estudiantes la facilidad de estar en contacto con la Red y sus posibilidades de aprendizaje.

Juntando la circunstancia creada por Edufuturo, con la necesidad de atender comunicativamente a la niñez, se genera la propuesta de elaborar una revista digital para niños en etapa escolar. Misma que cumpla con dos objetivos básicos: brindar a la niñez un espacio respetuoso de sus derechos donde informarse, y, a la par fortalecer la alfabetización digital en la provincia a través de la navegación de los niños y niñas por la revista digital planteada.

La denominación del proyecto es “Ideonautas”, nombre surgido de la concepción de navegar por las ideas. A partir de las herramientas tecnológicas, se busca aprovechar la multimedia, la hipertextualidad y la interactividad, tres herramientas que permiten establecer una comunicación con *feedback* y que responda a las exigencias de la niñez, sin olvidar las reglas de “usabilidad” dentro de la Web.

## ABSTRACT

This paper seeks to find strategies to respond to a sector of the population left out of the media: children.

An analysis of the journalistic approach given the issues of children in Ecuador forms the framework for understanding the main problems that exist in both journalism and society in general, unable to understand that children are citizens, with opinion, and not objects of a story, or a tool to appeal to public sentiment.

Determining the need to establish a media aimed at children, but from a perspective of respect for their rights, which show their interests and listens to their criteria.

Given the current circumstances, where communication is increasingly mediated by the Internet and its wide spectrum, it is proposed to find a way to raise children to journalism with the necessary technological literacy, thus merging the technology with communication, necessarily entering the field of ICT.

Within the province of Pichincha more than 10 years ago, it began with the project "Edufuturo," which implemented the technology infrastructure to each of the public schools of the province. Giving students the ease of being in contact with the network and its learning opportunities.

Joining the circumstances created by "Edufuturo", with the need to address children's communicative, generate a proposal to develop an online magazine for children in school age. That it meets two basic objectives: To provide children a friendly space where to be informed about their rights and, along strengthen digital literacy in the province through the navigation of children raised by the magazine.

The project title is "Ideonautas" name that comes from the design to navigate the ideas. From the technological tools, it seeks to leverage the multimedia, hypertext, and interactivity, three tools to establish communication with *feedback* and respond to the needs of children, without forgetting the rules of usability in the Web and those of ethic journalism.

## ÍNDICE

### Capítulo I

1. La Comunicación y la Educación se juntan para los niños: Estrategias Educomunicativas	01
1.1. Estrategias Comunicativas	01
1.2. Ubicación Conceptual	03
1.2.1. Lógica informativa	03
1.2.2. Lógica comunicativa	04
1.2.3. Operacionalización de la estrategia	05
1.3. Estrategias comunicativas en la educación	07
1.3.1. La unión de la comunicación y la educación	08
1.4. La Educomunicación	11

### Capítulo II

2. Los medios de comunicación se transforman en la era de la información	14
2.1. ¿Qué son las TIC?	15
2.2. Principales limitantes para el desarrollo de las TIC	16
2.3. Las TIC en el Ecuador	17
2.4. La Web 2.0	19
2.5. El Periodismo digital a la vanguardia de los medios de Comunicación	21
2.5.1. La hipertextualidad	23
2.5.2. La interactividad	24
2.5.3. La multitextualidad	24
2.6. Oportunidades y amenazas para el periodista digital	25
2.7. Los medios de comunicación digitales en el Ecuador	27
2.7.1. Versiones digitales de periódicos en Ecuador	28
2.7.2. Las radios ecuatorianas en la Web	32
2.7.3. La televisión en la Web	36
2.8. Medios de comunicación digitales para niños	39
2.8.1. Argentina, pionera en periodismo dirigido a niños	40
2.9. ¿Cómo comunicar a los niños en la Red?	45
2.9.1. Herramientas audiovisuales	49

### Capítulo III

3. Los niños escolares en la era de la información	54
3.1. Periodismo para niños	55
3.2. ¿Cómo aparece la niñez en los medios de comunicación del Ecuador?	58



3.3. Los derechos de niños, niñas y adolescentes en el Ecuador	62
3.4 Géneros periodísticos ¿Se adaptan a los niños?	67
3.4.1. Géneros informativos	68
3.4.2. Géneros de opinión	68
3.4.3. Géneros de interpretación	70
3.5. Los niños y los medios digitales	72
3.5.1. Seguridades o inseguridades ¿Qué brinda la Red a los niños?	72
<b>Capítulo IV</b>	
4. Edufuturo. Educación con herramientas para el futuro	75
4.1. ¿Qué es edufuturo?	76
4.2. ¿Qué beneficios ha traído a la educación la aplicación de programa edufuturo	78
4.2.1. Avance del proyecto edufuturo	79
4.3. Unidad educativa fiscal mixta 9 de Julio	81
4.3.1. Historia	81
4.3.2. Infraestructura	82
<b>Capítulo V</b>	
5. Metodología de la Investigación	84
5.1. Alcance	85
5.2. Determinación de parámetros	86
5.2.1. Población	86
5.3. Instrumentos de investigación	87
5.4. Mapa de localización	88
5.5. Elaboración de instrumentos de investigación	88
5.5.1. La entrevista	88
5.5.2. Sistematización entrevistas	90
5.5.3. La encuesta	92
5.6. Análisis de datos	93
<b>Capítulo VI</b>	
6. Propuesta de revista digital para niños en etapa escolar	105
6.1. Denominación del Proyecto	105
6.1.1. Presentación Logotipo	106
6.1.2. Bocetos	107
6.2. Duración del proyecto	109

6.3. Introducción	110
6.4. Justificación	111
6.5. Objetivos	113
6.5.1. Objetivo General	113
6.5.2. Objetivos específicos	113
6.6. Definición de Audiencia	114
6.7. Esquema de Navegación	114
6.7.1. Menú Principal	115
6.7.2. Menú Secundario	117
6.7.3. Zona de Contexto	118
6.7.4. Zona de Información	118
6.7.5. Zona de Acción y promoción	118
6.8. Diseño	122
6.8.1. Diagramación	122
6.8.2. Colores	124
6.8.3. Tipografía	125
6.9. Requerimientos funcionales	125
6.10. Presupuesto	125
6.11. Promoción	128
6.12. Banners promocionales	129
6.13. Alcance	131
6.14. Estudio de factibilidad	132
6.15. Conclusiones Generales	134
6.16. Recomendaciones Generales	137
6.17. Producto	139
Bibliografía	140
Anexos	146

## CAPÍTULO I

### LA COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN SE JUNTAN PARA LOS NIÑOS: ESTRATEGIAS EDUCOMUNICATIVAS.

El hombre es un ser eminentemente social, por su propia naturaleza y en pos de alcanzar sus metas y objetivos requiere de la comunicación con sus semejantes. Las personas necesitan compartir lo que observan, piensan, sienten y anhelan a través de un lenguaje, por eso la comunicación puede definirse como “la creación de sentidos compartidos a través de procesos simbólicos”<sup>1</sup>

Todos estos sentidos pueden ser aprendidos gracias al uso de estrategias comunicativas, mismas que por concepto responden a una teoría, pero que en aplicación se adaptan a diversas circunstancias, momentos y que, además, no necesariamente son aplicadas de manera premeditada. Pese a que sus efectos se potencian significativamente al emplearlas con un conocimiento de estrategia, y no exclusivamente por sentido común, cualidad valiosa, pero que podría resultar insuficiente si lo que se busca es conseguir el mayor impacto posible de un mensaje en el público escogido.

#### 1.1 Estrategias comunicativas

*La comunicación está directamente relacionada con el desarrollo, no sólo como aporte metodológico y auxiliar del mismo, sino, como objeto mismo de la transformación de la sociedad y de los sujetos que la componen*<sup>2</sup>

Los individuos tienen la necesidad de interactuar con sus semejantes, de construir relaciones con ellos y también con su entorno. El avance de la sociedad y el desarrollo principalmente tecnológico han dado un gran vuelco a la comunicación hacia los llamados “*mass media*” o medios masivos de

---

<sup>1</sup> Fonseca Socorro. “Comunicación oral” México. Pearson Education. 2000. Pág. 4

<sup>2</sup> Alfaro Rosa María “Una comunicación para otro desarrollo” México DF-México 1993. Pág. 79

comunicación. Estos se volvieron la ventana de la sociedad para poder conocer los acontecimientos que cada vez fueron adoptando un carácter más global.

Pero la comunicación, al llegar a los medios, se vio frente a la necesidad de desarrollar una serie de estrategias que permitían disminuir el ruido que pueda generarse entre el mensaje emitido y el receptor del mismo. Allí se empiezan a generar las estrategias comunicativas, mismas que pueden entenderse como “una serie de acciones, programadas y planificadas, que se implementan a partir de ciertos intereses y necesidades, en un espacio de interacción humana, en una gran variedad de tiempos”<sup>3</sup>

Según A. Weyser, la comunicación es siempre estratégica, en el sentido de que implica que quien comunica elige entre acciones alternativas en función de lo que pretende conseguir.

Al escoger entre diferentes formas de comunicar un mismo mensaje, ya se está empleando una comunicación estratégica, misma que puede potenciar la recepción del contenido del mensaje emitido.

De forma muy general, una estrategia comunicativa puede definirse como “la adopción de una determinada conducta comunicativa”.<sup>4</sup> La misma favorece el mantenimiento de la fluidez en la emisión y recepción continua de mensajes, evitando el rompimiento de los canales comunicativos.

Las estrategias pueden aplicarse en todo campo de las ciencias, en el caso particular de la comunicación, serán determinadas en base a la institución, organización o proyecto al que se deban. Pero siempre buscarán optimizar el manejo del lenguaje en sus diversas expresiones: oral, escrito, kinésico, simbólico, proxémico, etc.

---

<sup>3</sup> Galindo Cáceres Jesús. "Cultura de Información, Política y Mundos Posibles", en Culturas Contemporáneas. Revista de investigación y análisis. Número 3, época 2. Universidad de Colima. 1996.

<sup>4</sup> Igualada Belchi Dolores. "Estrategias comunicativas. La pregunta retórica del español!" España. Universidad de Murcia. 2002. Pág. 331

Para que las estrategias potencien la comunicación, es fundamental vincular la parte conceptual con la operativa, esto es el diseño y la planeación de difusión de la información que será emitida, con el fin de que circule en todos los niveles y direcciones a los que se busque alcanzar, de esta manera los actores pueden conocer, reconocer, comprender y finalmente aprehenderse del mensaje y del producto comunicativo que se les presente, posibilitando una convivencia, adaptación y habitabilidad entre los actores y la información presentada.

## **1.2 Ubicación conceptual**

La conformación de una cadena de actos comunicativos de manera estratégica implica una planeación previa, un orden, un principio de interés, de disposición, de intercambio y finalmente de compartir dicha información con un fin. La ubicación conceptual supone por tanto que cada elemento de la comunicación debe situarse en el momento preciso.

Una estrategia debe estar compuesta de dos lógicas, la informativa y la comunicativa. Es arriesgado dar una explicación por separado para definir la función de cada uno de estos términos, más aún si su articulación, dato-significado, constituyen el principio básico para la construcción de representaciones sociales.

### **1.2.1 Lógica informativa**

La función que desempeña la información dentro de una estrategia consiste en difundir los eventos o los sucesos, a partir de una selección de lugares y temas, además de determinar qué espacio ocupan en el hecho los diversos actores, hasta formar un mensaje. La lógica informativa por sí sola no constituye en sí misma una estrategia comunicativa, pero es la base sobre la cual se construirá el mensaje que se busca compartir.

La lógica informativa se ciñe a los principios de la objetividad entendida como mostrar los acontecimientos de la forma más honesta y real posibles. Además,

se preocupará de la circulación de dicha información, la cual permite el entendimiento, la coordinación y la reproducción de la misma.

### **1.2.2 Lógica comunicativa**

Por otra parte, la función de la comunicación se ubica en la intención de compartir o poner en común tal situación, esto es entrar en un proceso de medición, y de evaluación. En la lógica comunicativa como estrategia, existe la intención de generar marcos de referencia similares, en primera instancia entre él o los que emiten mensajes, para después generar el mismo proceso entre él o los que lo reciben. La intención de compartir una misma visión o modelo de acción o representación de la realidad es la finalidad de la comunicación.

“Un acto de comunicación entre dos personas es completo cuando éstas entienden, al mismo signo, del mismo modo”<sup>5</sup>

De ninguna manera buscando una sociedad homogénea, pues eso empobrecería a la comunicación en sí, pero buscando siempre puntos de partida consensuados que potencien el desarrollo de los ciudadanos como tal, y por tanto de sus sociedades. Pues desde los primeros días de existencia del ser humano, fue la capacidad de comunicarse intencionadamente lo que fue diferenciándolos de los animales. Permitiendo la asociación y así el desarrollo de las comunidades.

*Una estrategia comunicativa al centrarse en un principio de interacción, de entendimiento participativo y de diálogo, tiene que utilizar todos los niveles y tipos de comunicación existentes, para hacerla funcionar operativamente<sup>6</sup>.*

---

<sup>5</sup> Maletzke Gerhard. “Sicología de la Comunicación social” Quito- Ecuador. Editorial Quipus. 1992. Pág. 31

<sup>6</sup> Posada José. “Bruno Martínez en su Mandolina”  
<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/estrategia.htm>. 2010-07-24

### **1.2.3 La operacionalización de la estrategia**

Operativamente es preciso señalar cuáles van a ser los principios técnico-instrumentales para dar paso a una estrategia. Como primer punto se indicará que de forma general, existen cuatro formas diferentes de interacciones, de construir mensajes, de hacerlos distribuir, de mediarlos, tanto cognitiva como estructuralmente.

Uno de ellos es la “comunicación por asamblea”. En donde todos los miembros de la comunidad o sociedad se reúnen en una o varias ocasiones para intercambiar información. En esta forma de reunión, hay que identificar que sólo determinados actores comunicantes son elegidos para dirigirse a los demás.

Un segundo tipo es la llamada comunicación por emisarios, donde una persona es la encargada de difundir la información a los restantes miembros del colectivo.

El tercer tipo de comunicación es la red de distribución, donde la información es destinada a ciertos miembros del colectivo, elegidos en base a la posición que ocupa y las funciones que desempeña. Esta forma de comunicarse, llega a tener un modo excluyente.

El último tipo de comunicación es conocido como tecnológico, en éste, la información se construye a partir de una serie de mediaciones cognitivas y estructurales. Con ella se puede dirigir a sectores amplios de la sociedad, de manera indiscriminada. Los medios de comunicación parten de esta forma de interacción con el público, por ello su existencia es tan determinante en el avance de las sociedades, al masificar el acceso a diversos contenidos informativos.

*Cada tipo de comunicación es adaptable a los intereses de las organizaciones, debido a que cada una tiene medios o estructuras que permiten llegar la información requerida a todos los sectores, a demás de permitir la interacción, según sea el objetivo y el interés de la emisión.<sup>7</sup>*

Dentro de la comunicación estratégica se debe escoger la pertinencia en el uso de los medios de comunicación, la que se da a partir de la cantidad de información que éste pueda difundir y bajo qué características. También es necesario tomar en cuenta la disposición y el acceso que tiene el público a dicho medio.

Existen otros factores importantes que deben tomarse en cuenta para realizar una estrategia comunicativa, pero recordando que cada una debe adaptarse a los objetivos y metas del proyecto:

- La temporalidad informativa del medio.
- Velocidad de la información en su recepción.
- Intensidad y complejidad del mensaje
- Cualidades estéticas.
- Capacidad de retroalimentación.
- Reproducción del mensaje
- Formalidad en el envío de la información
- Costos

La pertinencia de los mensajes es fundamental en el diseño de estrategias de comunicación, debido a las diferentes posibilidades de adaptación a partir de los géneros literarios y de su narratividad. El discurso a distribuir es la materia prima, que sufrirá transformaciones en la estructuración del contenido. La información es modificada en su forma más que en el fondo, a partir de criterios técnicos y culturales, esto es niveles de conocimiento, entendimiento y aceptación, del público a quien va enviado el mensaje.

---

<sup>7</sup> Posada José. “Bruno Martínez en su Mandolina”

<http://www.razonypalabra.org.mx/antiores/supesp/estrategia.htm>. 2010-07-24



La última etapa al realizar una estrategia comunicativa es la evaluación, la cual se desarrolla en un proceso de investigación, que abarca tanto a los emisores de la comunicación, como los públicos consumidores y los proyectos a difundir.

A manera de breve síntesis, al hablar de estrategias comunicativas estamos hablando de potencializar los campos de acción de la comunicación. La manera más clara de hacerlo es: Elaborar una filosofía del proyecto, demarcando los objetivos y metas que se busque alcanzar, escoger los tipos de comunicación a usarse de acuerdo a la estructura y superestructura del público. Adaptar los mensajes a los destinatarios, no en su fondo, pero sí en su forma, de manera que alcance a los actores receptores. Implementar códigos de interacción con los actores receptores, determinar el tiempo y las etapas de la distribución del mensaje, y realizar un proceso de interacción con el público para retroalimentar los mensajes.

De esta forma cada información que sea emitida, poseerá la capacidad de afectar de mejor manera al público, permitiendo una comunicación horizontal y pertinente.

## **1.2 Estrategias comunicativas en la educación**

Las estrategias educativas están basadas en la optimización de los procesos de enseñanza y aprendizaje, mismos que forman el eje sobre el cual debe caminar el sistema de educación.

Pero tras estos dos términos que pudiesen sonar sencillos, se teje una entramada discusión que busca discernir el significado de cada uno. Así, bajo la visión pedagógica, que se tomará en este trabajo, el enseñar no supone la simple transmisión de conocimientos, al igual que aprender no supone la memorización de contenidos de manera lineal y acrítica.

*El sentido de la enseñanza depende del sentido que se le dé al aprendizaje y éste dependerá, en buena medida, de las actividades diseñadas para la enseñanza<sup>8</sup>.*

La educación estratégica por tanto supone el fortalecimiento de las facultades de desarrollar el pensamiento, el mismo que les permita ser autosuficientes, y además, capaces de dirigir su propio aprendizaje y procesos. Los aprendices deben tener la posibilidad de escoger diversas técnicas y formas de llevar a cabo la misma acción.

*La sociedad de la información que caracteriza al siglo que comienza, le plantea al sistema escolar nuevos retos, entre los que destaca el desarrollo de competencias y habilidades transferibles, como estrategia básica para propiciar la meta deseada de aprender a aprender<sup>9</sup>.*

En la actual dinámica educativa, el estudiante demanda más que información, la capacidad de entenderla y relacionarla. De organizarla y utilizarla. Estos son nuevos retos que pueden ser alcanzados bajo el uso de estrategias tanto educativas como comunicativas.

### **1.3.1 La unión de la comunicación y la educación**

La comunicación y la educación tienen la posibilidad de compartir y enseñar “sentidos”, y aprender de ellos de la misma forma.

Existe una intersección entre los dos términos, lo que implica que existe una interrelación entre ellos, misma que en otras épocas fue poco estudiada y poco fructífera.

---

<sup>8</sup> Ruvalcaba Herminia. “La enseñanza estratégica y la función del docente” <http://www.uag.mx/63/a26-02.htm> 2010-08-29

<sup>9</sup> Pozo Juan Ignacio, Monereo Carles “El aprendizaje estratégico” Madrid- España. Editorial Santillana. 2001. Pág. 4

- **Historia de la comunicación ligada a la educación**

*El desarrollo de cada una de las disciplinas, comunicativa y educativa, es tan diferente que podríamos decir que son opuestas en su evolución histórico social<sup>10</sup>*

La revista científica comunicar identifica 7 momentos determinantes en la historia en común de la comunicación y la educación.

- Siglo IV a.C. las clásicas filosofías educativas de Platón y Aristóteles influyeron de manera determinante en la perspectiva conservadora.
- Del siglo V al XIII, durante la época del oscurantismo, el pensamiento racional y científico se vio frenado por el cristianismo.
- Entre los siglos XIV al XVI hubo un período renacentista que implicó un resurgimiento de las ideas clásicas de los antiguos griegos.
- Durante el siglo XVII se consolida el ideal conservador en la Didáctica Magna expresada por Comenio, que implicó un gran progreso para la educación.
- En el siglo XVIII surgieron nuevas ideas científicas y tecnológicas impulsadas por el movimiento de la Ilustración, pero no abrazó a la educación en su totalidad, se inspiró en el régimen universitario propio de una élite. El estudio básico se mantuvo con la literatura cristiana.
- En el siglo XIX, el ideal educativo clásico se reformó con el pensamiento naturalista de Rousseau, así como con el de Dewey.
- Ya en el siglo XX, con las ideas sobre una sociedad desescolarizada de Illich, el ideal educativo se volvió incluso radical.

Pero la realidad a lo largo de todos estos siglos es que el pensamiento conservador ha sido la causa de un progreso más en teoría que en la práctica. Por su parte la comunicación, pese a existir desde la aparición misma del ser humano, ha sido estudiada principalmente a partir del surgimiento de los medios de comunicación alrededor de mediados del siglo XX.

---

<sup>10</sup>Alonso del Corral Aurora. “La intersección edu-comunicativa” Comunicar. Revista científica de Comunicación y Educación. 2004. Pág. 13

Tras siglos de desconexión, al menos teórica, la comunicación y la educación empiezan a trabajar en conjunto. Ya no solo mediante el uso de lenguajes, sino entendiendo al aprendizaje y a la enseñanza como procesos eminentemente comunicativos. A esto debe sumarse la expansión de las llamadas nuevas tecnologías para la información y comunicación (TIC).

- **Similitudes evidentes**

-El primer aspecto en que no puede negarse la relación entre estos dos términos es al verlos como “hechos sociales”, es decir, se deben al ser humano y a la relación de éstos con los demás.

-Ambos son intencionales, de manera conciente o no, la educación y la comunicación intervienen en la construcción de hechos sociales, de sentidos y símbolos dentro de la sociedad. Se habla por tanto, como anteriormente, de que ambas disciplinas poseen un uso de estrategias, para formar una relación entre los medios y los fines.

-Tanto en el caso de la comunicación como en el de la educación están preestablecidos los emisores y los receptores, pese a que los mismos son más funciones que personas.

-Ambas utilizan lenguajes y medios. El lenguaje y los medios de soporte son indispensables para la comunicación y también lo son para la educación.

-Es necesario señalar que además, las dos son procesos, sin un principio definido, ni un fin. Están siempre en constante retroalimentación, en un continuo avance a partir de diversos subprocesos. Por ello, a pesar de poder tener una planificación exacta, existen un sinnúmero de circunstancias que pueden variar los resultados en ambos casos.

-Utilizan información. “Información es un conjunto de mecanismos que permiten a un individuo retomar los datos de su ambiente y estructurarlos de manera

determinada, de modo que sirvan como guía de su acción”<sup>11</sup>. La información resulta entonces en no ser únicamente los datos, sino todo el proceso que generan, es decir todo lo que se hace y se construye con ellos.

-Por último, cabe señalar que una de las principales características que comparten la educación y la comunicación es que son procesos que requieren de interacción. La misma puede darse en diversas formas:

- Interdependencia física: Existencia de un emisor y un receptor para empezar un proceso comunicativo presencial o a la distancia en tiempo y espacio.
- Interdependencia de acción-reacción: Implica que el mensaje del emisor encuentre siempre una respuesta. Este proceso dependerá de la reacción que provoque la acción.
- Interdependencia mutua: La empatía es el factor principal de este tipo de interacción, permite la relación y compenetración humana. “Resulta ser un elemento fundamental en la dinámica comunicativa de los procesos educativos, para lograr el paradigma de una educación participativa y creativa”<sup>12</sup>

#### **1.4 La Educomunicación**

Al hacer referencia a la educomunicación se hace alusión a un cruce de dos campos de investigación y producción de conocimientos (la educación y la comunicación) que se nutren mutuamente, no solo a partir de las metodologías desarrolladas como se citó en páginas anteriores, sino también en cuanto a las potencialidades de intervención social que proponen.

De esta manera, la teoría de la educomunicación, permite ver al otro como ente generador y receptor de conocimiento, utilizando a la comunicación como

---

<sup>11</sup> Paoli J. “Comunicación e información: Perspectivas teóricas” México. Editorial Trillas. 1983. Pág. 15

<sup>12</sup> Alonso del Corral Aurora. “La intersección edu-comunicativa” Comunicar. Revista científica de Comunicación y Educación. 2004. Pág. 19

herramienta para lograr este fin dentro de la educación. Daniel Prieto Castillo sugiere en su libro “La Comunicación en la Educación”, que la pretensión de llevar al otro a pensar lo que se cree que debería pensar, sin escuchar cuáles son las ideas que éste aporta, de qué modo sus intervenciones enriquecen el intercambio, qué se puede hacer para que las ideas que se dan no le resulten tan extrañas e incompatibles con lo que él dice y piensa, no puede entenderse como comunicación, y menos aún como educomunicación.

Estos dos campos de la sociedad (educación y comunicación) se conjugan además, como procesos posibles solo dentro de la relación entre individuos, son procesos que se desenvuelven en su más amplia magnitud dentro de colectivos.

*Si una teoría no puede expresarse de manera sencilla para ponerla al alcance de cualquiera, tanto del ilustrado como del lego, pues entonces no es buena para ser introducida en situaciones pedagógicas. Esto no significa descalificar o relativizar el valor de la ciencia, solo significa que los lenguajes que ayudamos a construir en nuestros espacios pedagógicos no deben nunca ser resultado de la combinación de elementos ajenos a las vidas de los participantes del acto educativo<sup>13</sup>.*

Al conjugar, interrelacionar y hasta reconocer a la comunicación y a la educación, se concreta un marco de estrategias y de teorías necesarias para identificar cómo realizar una propuesta que permita utilizar este conocimiento en el desarrollo de un medio de comunicación, que puede satisfacer una necesidad creciente dentro de la actual dinámica social, que busca desde varias tendencias dar las oportunidades a todos los ciudadanos de estar informados y de ser actores dentro de la comunicación. Al hablar de comunicación, y más específicamente de periodismo en la sociedad, se puede identificar claramente que existe un grupo etéreo que no es cabalmente atendido por los medios de comunicación ecuatorianos. La educomunicación es una de las bases teóricas sobre las cuales asentar una propuesta de medio

---

<sup>13</sup> Conosur. “Qué es eso de la Educomunicación”  
<http://argentina.indymedia.org/news/2005/10/332263.php>. 2009-11-23

de comunicación dirigido a niños, al que puedan acceder como complemento a sus actividades educativas.

*La educomunicación es el campo de planeamiento y ejecución de políticas de comunicación educativa, teniendo como objetivo la planificación, creación y desarrollo de ecosistemas comunicativos mediados por el uso de tecnologías de la información y de los procesos de comunicación<sup>14</sup>*

---

<sup>14</sup> De Oliveira Osmar “Educomunicación” Lima- Perú. Secretaría Ejecutiva de FELAFACS. 2000. Pág. 139

## CAPITULO II

### LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SE TRANSFORMAN EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN

*“Cuando usted ha terminado el cambio, está acabado”*

Benjamín Franklin

Los medios de comunicación fueron, tras la invención de la imprenta de Gutemberg, los mayores precursores del acceso masivo a la información, reservada en sus inicios a muy pocas y privilegiadas manos.

Cuando el acceso a la información y al conocimiento se democratizó, creció proporcionalmente la demanda de derechos por parte de los ciudadanos, proceso que sigue su curso hasta nuestros días. Bajo esta premisa puede identificarse la importancia trascendental de los medios de comunicación en las sociedades, su auto-reconocimiento, su desarrollo y su conocimiento.

*El ser humano dispone de instrumentos biológicos de comunicación equivalentes a los que poseen otras especies, pero ha logrado multiplicar su capacidad sirviéndose de creaciones tecnológicas como el telégrafo, el teléfono, radio, televisión, cine, Internet, multimedia, hipertexto y todas las novedades que perfilan el nuevo siglo y milenio<sup>15</sup>.*

Hasta hace 20 años, se hablaba claramente de tres ramas de medios de comunicación, la prensa, la radio y la televisión. Pero el advenimiento de nuevas tecnologías ha diversificado ampliamente esta simple y poco acertada clasificación. En la actualidad la llegada y expansión continua del Internet hace necesario que los medios tradicionales y los emergentes vuelquen su atención al vasto espacio de la Red, donde pueden experimentar nuevas formas de comunicar y acceder al público, de recibir retroalimentación, y de no restringirse frente al espacio físico. Es allí donde las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC) llegan a su máxima expresión.

---

<sup>15</sup> Daza G., García L., Sierra L., Vargas M. “Competencias comunicativas: Escenarios de la comunicación”. Colombia. CEDAL Comunicación Educativa. 2000. Pág. 125-126



## 2.1 ¿Que son las TIC?

*Las Tecnologías de Información y Comunicación –TIC- se configuran como un catalizador de transformaciones sociales capaz de generar, a través del uso del Internet, un escenario transnacional de comunicaciones digitales dentro del sistema social análogo, expandiendo su acción más allá de una herramienta transmisora de información y transformándola en un factor para el desarrollo social<sup>16</sup>.*

Al hablar de TIC, se está uniendo tres palabras que juntas hacen referencia al desarrollo tecnológico de la informática, las telecomunicaciones y las tecnologías audiovisuales. Los que a su vez responden al avance en el Internet y a la realidad multimedia y virtual.

Estas tecnologías cumplen con un rol importante, nos proporcionan información, herramientas para su proceso y canales de comunicación.

De todos los elementos que integran a las TIC, es el Internet el más poderoso y revolucionario, que nos abre las puertas de una nueva era, la “Era Internet”, en la que se sitúa la actual “Sociedad de la Información”, o como diría Manuel Castells, “la sociedad en red”.

*“Internet nos proporciona un tercer mundo en el que podemos hacer casi todo lo que hacemos en el mundo real y además nos permite desarrollar nuevas actividades”<sup>17</sup>.*

El Internet, por tanto tiene la capacidad de funcionar como un medio de comunicación, que además es el de mayor crecimiento en las últimas dos décadas, pero en estos mismos años, también se vuelve evidente la gran brecha que existe sobre el conocimiento y acceso a esta herramienta y a las TIC que funcionan bajo su sistema.

---

<sup>16</sup> Cervino Mauro, Benalcázar Grace “Prólogo La construcción pública de las políticas para democratizar el uso de las TIC” Quito- Ecuador. FLACSO. Rispergraf. 2006. Pág. 13

<sup>17</sup> Majo Joan, Marques Pere “La revolución educativa en la era Internet” Barcelona- España. Ciss Praxis. 2008. Pág. 17

## 2.2 Principales limitantes para el desarrollo de las TIC

Si bien el crecimiento en la aplicación y conocimiento de las TIC es significativo incluso en los países con menos acceso tecnológico como el Ecuador, existen circunstancias generales que dificultan su difusión hacia la mayoría de la población. El Doctor Pere Marqués, docente de la facultad de Educación de la Universidad Autónoma de Barcelona (UAB) señala a las siguientes:

- **Problemáticas técnicas:** incompatibilidades entre diversos tipos de ordenador y sistemas operativos, el ancho de banda disponible para Internet (insuficiente aún para navegar con rapidez y visualizar vídeo de calidad on-line), la velocidad aún insuficiente de los procesadores para realizar algunas tareas (reconocimiento de voz perfeccionado, traductores automáticos...)
- **Falta de formación:** la necesidad de unos conocimientos teóricos y prácticos que todas las personas deben aprender, la necesidad de aptitudes y actitudes favorables a la utilización de estas nuevas herramientas, es decir la alfabetización en TIC.
- **Problemas de seguridad.** Circunstancias como el riesgo de que se produzcan accesos no autorizados a los ordenadores de las empresas que están conectados a Internet y el posible robo de los códigos de las tarjetas de crédito al comprar en las tiendas virtuales, frena la expansión del comercio electrónico y de un mayor aprovechamiento de las posibilidades de la Red.
- **Barreras económicas.** A pesar del progresivo abaratamiento de los equipos y programas informáticos, su precio aún resulta prohibitivo para muchas familias. Además, su rápido proceso de obsolescencia aconseja la renovación de los equipos y programas cada cuatro o cinco años.
- **Barreras culturales:** el idioma dominante en la Red es el Inglés, en el que vienen muchas referencias e informaciones de Internet (existen muchas personas que no lo conocen); la tradición en el uso de instrumentos tecnológicos avanzados (inexistente en muchos países poco desarrollados).

Además, se puede hablar de: abundancia en la información, generación de falta de credibilidad, propiedad intelectual de los contenidos, etc.

Estas son algunas de las dificultades en la expansión de las TIC, pero existen varias más, que pueden irse aplicando a las diversas circunstancias de cada región o país. De hecho, el 50% de la población mundial no ha usado el teléfono. Por lo que al hablar de TIC, también hablamos de exclusión y de injusticia social.

“La tecnología no significa necesariamente progreso; ofrece oportunidades pero también comporta nuevas problemáticas”<sup>18</sup>:

### **2.3 Las TIC en el Ecuador**

El Ecuador no está entre los primeros países en acceso a Internet y nuevas tecnologías en el mundo, tampoco en Latinoamérica. Sin embargo, es indudable el avance y el crecimiento de la demanda de estas herramientas en los últimos años. Según la Superintendencia de Telecomunicaciones (SUPTTEL), el crecimiento en la demanda en el país era del 150% anual a partir de la aparición de este servicio.

En 1996 se registró en el Ecuador el primer usuario de Internet, y desde entonces la penetración del Internet y otras tecnologías han aumentado sostenidamente.

Los datos más optimistas datan de un 15% de la población ecuatoriana con acceso a la Red.

En el Ecuador hay “2,34 millones de usuarios de Internet”<sup>19</sup>. Si bien este número aún es casi la mitad del promedio de penetración de [Internet en Sudamérica](#) que alcanza el 30%, Ecuador ha crecido un 236% en los últimos cuatro años.

---

<sup>18</sup> Briggs Mark “[Periodismo 2.0 Una guía de alfabetización digital](#)” Knight Foundation. Knightcenter.utexas.edu/journalism.php. 2010-09-01

<sup>19</sup> Consejo Nacional de Telecomunicaciones CNT. [www.cnt.gov.ec](http://www.cnt.gov.ec)

*En el primer mundo, los cambios en la educación en general se producen en gran parte por el desarrollo de las Tecnologías de la Comunicación e Información (TIC). En Latinoamérica y el Caribe, y en particular en Ecuador, esos cambios son asimétricos<sup>20</sup>*

La estructura institucional para generar políticas para la implementación de las TIC en la sociedad tiene principalmente tres niveles desde la lógica de la planificación en políticas públicas:

- En el primer nivel, se encuentra el Consejo Nacional de Telecomunicaciones (CNT), dedicado principalmente a establecer, en representación del Estado, las políticas públicas y normas de regulación.
- En el siguiente nivel, dedicado expresamente a la ejecución de las políticas de telecomunicaciones establecidas por el CNT, se encuentra la Secretaría Nacional de Telecomunicaciones.
- El tercer nivel, está a cargo de la Superintendencia de Telecomunicaciones, que se dedica principalmente al control y supervisión de los actores que intervienen en la realización de las actividades de telecomunicaciones.

Existe una falta de coordinación entre estos organismos para fines de implementación de políticas públicas de TIC, la misma que responde no solo a que operan prácticas de gestión centralistas en las telecomunicaciones, sino además:

*A la carencia de un mandato legal que ordene, bajo amenaza de sanción jurídica, la obligatoriedad de gestionar entre las instituciones del gobierno nacional y los gobiernos seccionales, de forma coordinada, colaborativa y/o cooperativa la implementación de las políticas públicas de telecomunicaciones<sup>21</sup>*

Pese a lo retrasado que puede estar el Ecuador en acceso a nuevas tecnologías de la información y comunicación, existen una serie de iniciativas que pretenden mermar la brecha digital, principalmente en las nuevas generaciones, las que tienen en su presente y futuro prácticamente la obligación de no ser analfabetos digitales, podemos mencionar tres que

---

<sup>20</sup> Beltrán Roberto “El profesor 2.0: actitud y aptitud intelectual” EducAcción Revista Pedagógica. Quito-Ecuador. Octubre 2010. Pág.18

<sup>21</sup> Jurado Romel “Diagnóstico de las Políticas de TIC en el Ecuador” Quito- Ecuador. FLACSO. Rispergraf. 2006. Pág. 35

simbolizan la importancia que se está dando desde el Gobierno Nacional y los seccionales al paso hacia la sociedad de la información.

El primer ejemplo son las escuelas del milenio, proyecto que propone crear instituciones educativas con tecnología de punta en sectores rurales del país, donde los niños tenían acceso nulo a estas herramientas.

En segundo lugar está el Proyecto del “Plan Amanecer” llevado adelante por el Ministerio de Telecomunicaciones con fondos provenientes del FODETEL (Fondo de Desarrollo de las Telecomunicaciones). Proyecto que busca beneficiar con acceso a nuevas tecnologías a 430 Centros Educativos en todo el país, 350 mil niños y 15 mil maestros se beneficiarían.

El tercer ejemplo, que es base para el presente proyecto, fue el primero de este tipo en generarse en el país. Es el programa del gobierno de la Provincia de Pichincha “Edufuturo”, que consiste en la implementación de ordenadores con acceso a Internet en todas las escuelas fiscales de la provincia, además, de crear un software que complementa la educación de los niños apoyándose en la multimedia. Desde la aprobación de la nueva Constitución, el proyecto pasó a ser responsabilidad del Ministerio de Educación.

Lo que se busca conseguir es que “Al final debemos lograr la integración curricular de las TIC y no realizar aplicaciones aisladas”<sup>22</sup>

## **2.4 La Web 2.0**

La Web 2.0 es un tipo de plataforma que permite la generación de contenidos por parte de los usuarios, de hecho para ser tal, los usuarios deben poder generar mediante sus acciones al menos parte de los contenidos que se publican. Pueden ser a manera de comentarios, de generación de hipertexto, de enlaces a redes sociales, etc.

En esta Web, se propone la apertura, la posibilidad de que la programación no esté cerrada a un solo generador de contenido, que demarque cómo el usuario debe mantener un acto comunicativo con el sitio Web, por el contrario, el modelo 2.0 propone al usuario que decida, que aporte, que genere y que

---

<sup>22</sup> Segovia Fausto “Uso de las TIC en el proceso de aprendizaje” EducAcción Revista Pedagógica. Quito-Ecuador. Octubre 2010. Pág.13

navegue a su ritmo, a su gusto y según sus intereses y necesidades. La Web 2.0 es un “software de código abierto que permite a los usuarios control y flexibilidad, estándares abiertos para permitir la nueva creación”<sup>23</sup>

En el modelo de la Web 1.0, un editor Web tenía la posibilidad de subir o cargar contenidos y con esta acción muchos usuarios podrían leerlo, y ese era el mecanismo de comunicación, no iba más allá, no estaba permitido. Por el contrario, el modelo 2.0 no solo consiente a aquellos usuarios comentar y agregar más al contenido publicado por el editor, sino que además ellos pueden también subir su propio contenido. La comunicación deja de ser de una vía, para convertirse en una con muchos caminos que están en constante construcción, posibilitando la retroalimentación y la funcionalidad de los contenidos.

Es destacable que existen sitios exitosos que contienen abundante información sin que sus editores hayan creado una sola de ellas como Wikipedia o YouTube, que además son dos de los más populares.

Francis Pisani en el número de diciembre de 2006 de Nieman Reports, la revista de periodismo de la Universidad de Harvard, escribió

*El cambio comienza en la periferia. Es allí donde la gente, nuestros lectores y espectadores, prueba nuevas prácticas. Es también donde su cultura emergente se está formando, una cultura en la cual ellos miran los medios desde una perspectiva diferente. Y así también el nuevo pensamiento de los periodistas necesita comenzar en la periferia, donde el cambio viene rápidamente entre la generación de usuarios más jóvenes, y mucho más lentamente para nosotros. Los lectores potenciales del mañana están usando la Web en formas que difícilmente podemos imaginar, y si deseamos seguir siendo relevantes para ellos, necesitamos entender cómo.*

Y el cómo está en buscar la forma de utilizar las opciones que nos permiten las plataformas 2.0, donde la comunicación con la periferia es posible, es real y además es necesaria.

No es comparable la comunicación directa con la mediada, sin embargo, ambas son necesarias en el desarrollo de la sociedad, pero la capacidad de

---

<sup>23</sup> Briggs Mark “Periodismo 2.0 Una guía de alfabetización digital” Knight Foundation. Knightcenter.utexas.edu/journalism.php. 2010-09-01

empoderar a la ciudadanía es una posibilidad que debe ser el objetivo de los comunicadores. Y la tecnología debe ser usada como una herramienta que posibilite y potencie esto.

## **2.5 El periodismo digital: a la vanguardia de los medios de comunicación**

*Los periódicos tuvieron un monopolio de sus mercados por décadas. Eso está terminando ahora, así que el truco consiste en crear nuevos mercados antes de que los viejos desaparezcan completamente. No necesariamente para reemplazarlos ahora mismo, sino para complementarlos y apoyarlos<sup>24</sup>.*

El avance del Internet y de las TIC en general, ha traído más de un cambio en la sociedad y por tanto en su forma de comunicarse, por ello los medios de comunicación están volteando sus miradas hacia las versiones digitales. Cada canal cuenta con su página Web, los diarios más importantes del país han generado su versión digital, como en el caso de elcomercio.com, catalogado como uno de los mejores diarios digitales de Latinoamérica.

Los medios de comunicación digitales traen nuevas dinámicas comunicativas, entre las que se destaca el cambio de papel de los lectores, que dejan de ser receptores pasivos de los mensajes. La plataforma digital, les permite crear, compartir y comentar contenidos.

Jay Rosen, profesor de periodismo de la Universidad de Nueva York y autor del blog Press Think, ha acuñado el concepto “La gente antiguamente conocida como la audiencia”.

El periodismo digital, tiene como base la misma premisa que esta profesión de forma “tradicional”, el informar, lo que cambia, y de forma radical es la forma de hacerlo y las posibilidades nuevas que se le brinda al público. El periodismo digital permite buscar retroalimentación, ser proactivos y generar comunicación entre el periodista y los ciudadanos.

Por otra parte, el periodismo digital tiene la capacidad de conjugar un mayor número de elementos, que en el caso de la radio sería exclusivamente el sonido, en la televisión el sonido y la imagen, y en la prensa, el texto y la

---

<sup>24</sup> Briggs Mark “Periodismo 2.0 Una guía de alfabetización digital” Knight Foundation. Knightcenter.utexas.edu/journalism.php. 2010-09-01

fotografía o ilustración. La tecnología digital los integra a todos. El reto es saber como armonizarlos, de manera en que no se conviertan en un ruido dentro de la comunicación, sino en un potenciador de la misma, en un complemento y en nueva información. Entonces se puede decir que se ha construido un mensaje informativo multimedia.

La investigación para mostrar como lograr dicha armonía sigue en proceso, pero existen ya ciertas normas básicas que sirven de guía, entre ellas están: la no redundancia o, al menos no de forma excesiva, la complementariedad entre los diferentes códigos que se utilicen, darle el protagonismo a aquel código que contenga el mensaje informativo más importante, etc.

*Internet es el tejido de nuestras vidas en este momento. No es futuro. Es presente. Internet es un medio para todo (...) esa tecnología es mucho más que una tecnología. Es un medio de comunicación, de interacción y de organización social<sup>25</sup>.*

A partir de esta frase de Manuel Castells, se puede establecer la importancia de la Red como medio de comunicación, y más aún como gestor de desarrollo de la sociedad, permitiéndole ser parte directa de la generación de noticias y receptando abundancia en la información. Cabe resaltar que muchas de las oportunidades del periodismo digital, pueden verse como amenazas, pues el fantasma de la desinformación y la manipulación aparecen con fuerza tras el Internet, dada la falta de regulaciones eficaces existentes para sus publicaciones, que a la par permite información rica y diversa, como inexacta y errónea.

Hay una frase que describe con suma precisión al periodismo digital de Ramón Salaverría, del Laboratorio de Comunicación y Multimedia de la Universidad de Navarra que dice:

“Internet tiene la inmediatez de la radio, la profundidad de los contenidos del periódico y el impacto de la imagen televisiva”.

El hecho es que se pueden juntar a todos los medios de comunicación tradicionales en el Internet, sin insinuar siquiera que él los reemplazará en el

---

<sup>25</sup> Castells Manuel “Internet y la sociedad Red”. México. Siglo Veintiuno Editores. 2002. Pág: 48



futuro, pues cada uno posee particularidades que en la actual sociedad los vuelve necesarios.

Pero para lograr un impacto en el público al que se dirige el periodismo digital es necesario conocer las potencialidades de este medio. Esa es la única manera de llevar la información a comunicación en su más amplia expresión.

Para comenzar, existen en la Red tres formas diferentes de publicar contenidos:

### **2.5.1 La hipertextualidad:**

*“Si el espacio es infinito estamos en cualquier punto del espacio. Si el tiempo es infinito estamos en cualquier punto del tiempo”.*

Jorge Luis Borges. El libro de arena

El hipertexto consiste en la organización de estructuras de lecturas que rompen con la linealidad. Es decir, la capacidad de conectar distintos textos entre sí, mediante los enlaces que permite que el lector realice una lectura acorde a sus propios intereses.

El hipertexto ha enriquecido la información, admitiendo que el informador tenga la posibilidad de utilizar una herramienta que permite contextualizar el mensaje informativo.

La hipertextualidad permite la organización de los contenidos en unidades de sentidos o “nodos” como se los conoce bajo el tecnicismo digital. Estos se conectan entre sí a través de enlaces o *links*. Cada uno de los nodos puede contener más de un enlace y además los mismos pueden ser presentados usando la multimedia. Es decir pueden ser contenidos escritos, auditivos, o visuales.

“La hipertextualidad se asemeja al modo en el que funciona el pensamiento humano, por asociación de ideas (...)”<sup>26</sup>

Los enlaces de hipertexto no deben ser colocados en exceso, ya que podría confundir y tomaría demasiado tiempo al lector.

---

<sup>26</sup> Espinoza Karelía. “Escribir para la Red. Una nueva forma de hacer periodismo” Venezuela. Universidad de Fermín Toro. Pág. 18

### **2.5.2 La interactividad**

La interactividad que permiten los medios digitales da al público la capacidad de dejar de ser un usuario pasivo, o un receptor de la información; por el contrario les ofrece la opción de elegir sus propios itinerarios de lectura y además, permite los diálogos con el productor de la información. Gracias a la interactividad existe el principio de acción reacción, que se pueden expresar con un clic, con un toque en la pantalla o incluso con nuestra voz, todo depende del equipo que se esté utilizando y del tipo de programación al que se está accediendo.

La interactividad también supone todo lo que el usuario puede utilizar o hacer dentro de un medio en línea para construir el mensaje que busca.

En síntesis la interactividad supone la cantidad de control que el usuario tiene sobre el contenido de una página o sitio en la Red.

*Cuánto más alto el grado de interactividad mayor es la complejidad del producto y por lo tanto exige mayor tiempo de desarrollo y tiene un más alto costo. Es por ello que el grado de interactividad a utilizar debe seleccionarse meditamente de acuerdo a los objetivos del proyecto<sup>27</sup>.*

### **2.5.3 La multitextualidad**

Es la capacidad de incluir la aparición de los medios radiales, televisivos y gráficos en el periodismo digital. Es decir que es el medio idóneo para poder articular mensajes que contienen textos, imágenes, sonidos, entre otros códigos, de manera unitaria, no sumándolos, más bien armonizándolos. Un texto se convierte así en muchos textos a la vez, logrando multiplicar las posibilidades informativas. La multitextualidad nace de la adecuada combinación de la estructura hipertextual.

Permite que los usuarios tengan una experiencia lo más cercana posible a la realidad. Valiéndose de cada una de las potencialidades de los formatos de contenidos.

## **2.6 Oportunidades y amenazas para el periodismo digital**

Según Daniel Prieto, un periodista digital:

---

<sup>27</sup> Díaz Noci Javier, Salaverría Ramón. “Manual de Redacción Ciberperiodística” Barcelona- España. Editorial Ariel S.A. 2003. Pág. 52

*Tiene que ser un buen reportero, un gran navegador pero especialmente un gran monitoreador, capaz de identificar el color de los hilos noticiosos apto para verificar la información, debe tener cuidado con los riesgos de la inmediatez, saber jerarquizar, dispuesto a lidiar con las herramientas multimedia, debe ser planificador, tiene que trabajar en equipo, asumir el medio digital y cortar los cordones con el formato de papel(!!!), debe tener muy presente al lector, su fin, su objetivo, pues en torno a ellos se levanta el contenido, debe conocer a la audiencia para poder tomar decisiones, por consiguiente tiene que tener una actitud abierta al usuario, capaz de diseñar flujos de información, pero sobre todo no debe tener miedo a los retos tecnológicos.*

Al aparecer una nueva forma de ejercer una profesión, ocupación o vocación, siempre existen una serie de amenazas que buscan negarse al cambio, al avance y a lo desconocido. Pero la comunicación, y más aún el periodismo no puede ser estático, debe evolucionar junto al público al que se debe. Toda circunstancia ofrece amenazas, pero también oportunidades. Si bien es necesario conocer ambas, hay que potenciar las segundas, recordando que el periodismo es una profesión que por sobre cualquier cosa debe hacerse con responsabilidad.

Según la revista EducAcción, de Grupo el Comercio, los riesgos más comunes son: la pérdida de identidad, el acoso digital, la distracción de las actividades educativas, los delitos informáticos y la manipulación. De forma general son estos los riesgos de quienes son usuarios de la nueva tecnología. Sin embargo en el caso de los niños como usuarios, Jacques Piette señala “los alumnos no perciben Internet de forma problemática (...) se percibe como una ventana al mundo...”<sup>28</sup>. Por ello es necesario señalar con mayor énfasis que existen amenazas relacionadas con la Red a las que se enfrenta un niño. Para evitarlas, es necesario que ellos vayan conociendo los sitios que son recomendables por su contenido y usabilidad, sin representarles un foco de posibles peligros. Mayor información al respecto puede ser encontrada en el Capítulo III, donde se abordan las seguridades de los niños en el Internet.

- 
- 28 Piette Jaques “La educación en Medios de Comunicación y las Nuevas Tecnologías en la escuela” Comunicar. Revista científica de Comunicación y Educación. 2000 Pág. 81

Por otro lado el mundo digital representa también ciertas amenazas para los creadores de contenidos o quienes deberían ser periodistas digitales. Los que al enfrentarse a un campo relativamente nuevo y con vertiginosos cambios, no pueden perder una sola actualización para poder cumplir con su labor de forma ética y eficiente.

El periodista Quim Gil señala las siguientes dificultades a las que se enfrenta el periodista digital:

- Abusos en los derechos de propiedad intelectual.
- Invasión de la intimidad
- Piratería
- Robo de información
- División Digital

Además hay una serie de requerimientos a los que se debe adaptar el periodista digital, mismos que pueden verse tanto como posibles amenazas o como oportunidades:

- La necesidad de aprender el uso y los beneficios de las nuevas tecnologías y los recursos de Internet.
- Aprender a ser cada vez más precisos, directos y sintéticos en sus trabajos.
- Respetar a nuestros lectores.
- Aprender que toda persona que sepa comunicar y tenga una noticia interesante que ofrecer a la audiencia es potencialmente un informador y ejerce un derecho a informar aunque no trabaje en ningún medio.
- Aprender a reconocer a aquellas fuentes fidedignas y serias, a separarlas de lo que es información no contrastada, imprecisa, no consecuente o falsa.

## **2.7 Los medios de comunicación digitales en el Ecuador**

En el Ecuador el primer medio de comunicación en lanzar su edición digital fue Diario Hoy, con un boletín informativo en el año de 1995. En un principio era con una estructura de sitio Web estático, y con poco flujo de información. Diario El Comercio tomó la posta un año más tarde con una página Web que escaneaba su edición impresa. Los parámetros de medición eran completamente diferentes a los actuales. “En el vertiginoso mundo de Internet cada día se plantean nuevas teorías que para la tarde ya encuentran su ocaso”<sup>29</sup>

Según el autor español José Luis Orihuela, es necesario tomar parámetros amplios de medición para evaluar la actuación de los medios digitales, como lo son: la interactividad, la personalización, la multimedialidad, la hipertextualidad, la actualización, la abundancia y la mediación.

### **2.7.1 Versiones digitales de periódicos en Ecuador**

Para analizar los medios de comunicación con plataforma digital del país, se han tomado como referencia a aquellos sitios que tienen un mayor número de visitas registradas por la página alexa.com.

Alexa es un sitio en la Red fundado en 1996, que contiene estadísticas y datos específicos sobre la audiencia o “tráfico” que posee un sitio Web.






En el Ecuador, Alexa realiza un ranking de 241 sitios en la Red, entre ellos el primer lugar en visitas no es la plataforma digital de un medio de comunicación, lo es la red social “facebook” y el buscador “Google”. Sin embargo podemos encontrar a decenas de medios de comunicación con sus respectivas estadísticas de visitas:

Como plataformas digitales de medios impresos, Alexa.com señala a los siguientes medios:

---

<sup>29</sup> Rivera Costales José. “Web 2.0 y medios de comunicación en Ecuador”.

<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/223-web-20-y-medios-.html>. 2010-09-06

- **Elcomercio.com**
  - 
  - **Rank:**16,790
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** el comercio, comercio ecuador, lotería de navidad, comercio
- **El Universo.com**
  - 
  - **Rank:**9,985
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** el universo, noticias ecuador, globos de oro, ecuador, noticias de ecuador
- **Hoy.com.ec**
  - 
  - **Rank:**35,982
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** recetas de cocina, recetas de comida, recetas de ensaladas, recetas de pollo, banco de guayaquil
- **Diario-extra.com**
  - 
  - **Rank:**345,446
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** extra, ecuador, extra.com, barriles de cerveza, extra com
- **Lahora.com.ec**
  - 
  - **Rank:**59,423
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** hora, noticias ecuador, ecuador, noticias de ecuador, quito ecuador

Según un estudio realizado por José Rivera para el Centro Internacional de Estudios Superiores para América Latina (CIESPAL) en el año 2010, es diario El Comercio “el medio digital más representativo del país, el que más innova y se acerca al cumplimiento de parámetros de la Web 2.0”. Ha realizado nueve rediseños. Publica notas que integran audio, video, fotografías y texto. Lo que aún no es común encontrar en los demás medios.

Gráfico 2.1 Portada diario El Comercio, plataforma digital.



Fuente: [www.elcomercio.com](http://www.elcomercio.com) 13-10-2010

El Comercio maneja con mucho cuidado la presentación de su periódico digital, utiliza los colores distintivos de su marca determinada por una armonía de análogos que van desde el celeste y sus tonos hasta oscurecerse y llegar al gris, para llegar al sobrio y elegante negro utilizado en sus textos.

Tiene un encabezado de publicidad que no interfiere en las noticias, no las opaca ni interrumpe su legibilidad. Utilizan una tipografía sin serif, que dinamizan la lectura junto con el tamaño adecuado de la fuente. Las noticias se presentan de forma ordenada.

Las imágenes están correctamente adecuadas en su tamaño para no perder calidad, con formato en jpg, que les permite ser nítidas y cargarse a velocidad.

Las noticias tienen contraste de fuente, gracias a la edición impresa. Aunque en el periódico digital se actualiza varias de las noticias al menos dos veces en el día de manera general y las que sean necesarias según los acontecimientos de manera particular.

Las secciones tienen una base del periódico impreso, pero la edición digital tiene varias opciones nuevas y más completas.

El Comercio además busca su inclusión en redes sociales como Facebook y Twitter, ampliando los medios para llegar con información a los usuarios. Posee un menú principal y uno secundario con abundantes secciones, por lo que llega a ser necesario buscar en más de una opción la información requerida.

En la imagen de la portada del sitio [www.elcomercio.com.ec](http://www.elcomercio.com.ec) se pueden visualizar las principales características de este medio, se ve que resulta un sitio escaneable, y con abundancia de información, pero que llega a provocar sectores un tanto recargados. Es necesario hacer *scrolling* para mirar la página completa, y existe un intento importante por hacer uso de la capacidad multimedial.

El sitio posee muchos espacios publicitarios, tantos que en su página de inicio es mayor la publicidad que los contenidos informativos.



Gráfico 2.2 Portada Diario El Universo. Plataforma digital



Fuente. [www.eluniverso.com](http://www.eluniverso.com) 13-10-2010

En la edición digital del Universo por ejemplo, es destacable el uso de la fotografía, cuenta con amplias galerías, pero no aprovecha en todas sus notas las potencialidades de la multimedia.

Los periódicos digitales en Ecuador no están utilizando en todo su potencial a la hipertextualidad, más bien la confunden con las “notas relacionadas”, que sí están presentes en sus ediciones

Cumplen con el concepto de abundancia de la información, y también actualizan sus noticias periódicamente.

Su diseño es más ordenado, y la lectura no es entorpecida por el exceso publicitario. Es posible escanear los contenidos con facilidad e incluye desde su página de inicio el enlace a redes sociales y canales RSS.

Sus colores son sobrios, enmarcados en una gama de azules y grises. Utilizan una tipografía sin *serif*, y su menú principal y secundarios son fácilmente identificables y más concisos que en el caso del comercio.com

Pero uno de los mayores problemas para los periódicos digitales de manera general es que no redactan para la Web, salvo en casos excepcionales.

Utilizan la misma redacción que se publica en el medio impreso, o una que no responda a las capacidades de los usuarios de la Web 2.0. El uso de la hipertextualidad no se presenta dentro de los contenidos, impidiendo el cumplimiento de una de las características base para el periodismo digital.

La interactividad se da en estos medios con la capacidad de ingresar a foros y comentar las noticias. También hay la opción de integrarse al RSS. Pero en el mayor número de casos es necesario registrarse para acceder a estas opciones.

Tabla 2.1 Desempeño en la Red de los periódicos digitales



	Interactividad	Multi-media	Personalización	Hipertextualidad	Actualización	Abundancia	Redes	Mediación
El Comercio	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO
El Universo	SI	NO	NO	NO	SI	SI	SI	NO
El Extra	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO
La Hora	NO	NO	NO	NO	SI	NO	NO	NO




Fuente: Autor

### 2.7.2 Las radios ecuatorianas en la Web

Las radios ecuatorianas con presencia en la Web cumplen con transmitir en tiempo real, pero no están adaptadas a las posibilidades de la multimedia.

Alexa.com permite obtener el *ranking* de las plataformas digitales de las radios ecuatorianas, escogiendo bajo este parámetro, como objetos de estudio a las siguientes:

- **Sonorama**
  - 
  - **Rank:**1,067,070
  - **Keywords:** sonorama, ecuador, ecuador quito, sonorama, fm radio
- **Cre.com.ec**
  - 
  - **Rank:**101,617
  - **Category:** World > Español

- **Keywords:** cre, noticias ecuador, ecuador, aer ecuador, noticias de ecuador
- **multimedios106.com**
  - 
  - **Rank:**511,713
  - **Keywords:** ecuador, registro civil ecuador, radio en vivo, maria belen, snacks
- **Ecuador Inmediato**
  - 
  - **Rank:**31,885
  - **Keywords:** ecuador, ecuador inmediato, negocios rentables en ecuador, noticias ecuador, síntomas de la gripe porcina
- **Radiosucres.com.ec**
  - 
  - **Rank:**902,096
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** sucres, ecuador, radio capital en vivo, radio deportes, noticias ecuador

“En el campo de la innovación digital una de las radios que más esfuerzos ha puesto en presentar contenidos y estructura con mayor adaptación Web es Multimedios 106”<sup>30</sup>

Gráfico 2.3 Portada medio de comunicación Multimedios 106



Fuente: [www.multimedios106.com](http://www.multimedios106.com) 10-13-2010

<sup>30</sup> Rivera Costales José. “Web 2.0 y medios de comunicación en Ecuador”.

<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/223-web-20-y-medios-.html>. 2010-09-06

Esta radio se rediseñó en el año 2009, por lo que es la que más se preocupa por cumplir con criterios como la usabilidad para el usuario, tiene contenidos en forma abundante y también está integrada a redes sociales como Facebook o Twitter.

Utiliza la herramienta del podcast en algunos de sus contenidos y tiene una sección de video, poco utilizada y poco actualizada, pero está dentro de su estructura.

Multimedios 106 posee un diseño visual que puede dificultar el escaneo de contenidos. Hay abundancia en la información y facilita el escuchar su transmisión con acceso directo a información audible mediante el *podcast*.

Como en varios casos de sitios Web de medios de comunicación, el azul es el color base, la tipografía es sin serif, tanto en títulos como en contenidos.

No hay abundancia en las imágenes ni contexto en las mismas. Y su menú principal y secundario no es muy claro y presenta un conflicto con la usabilidad del sitio.

Gráfico 2.4 Portada radio Sonorama, plataforma digital.



Fuente: [www.sonorama.com.ec](http://www.sonorama.com.ec) 13-10-2010

Otra de las radios que presenta un nuevo diseño es radio Sonorama. Muestra una página que luce dinámica, sus contenidos están organizados de forma clara, la navegación se presenta estructurada.

Lo más destacable en este medio es su abundancia informativa, y que están actualizando las noticias cada quince minutos. Cuenta con galerías fotográficas con un correcto uso de la imagen para la Web.

Se visualiza como un sitio moderno, con colores llamativos y contrastados. Y con un diseño menos lineal y monótono que otros sitios Web.

Su menú principal y secundario son muy claros y ordenados. Permiten el acceso directo a la información que el usuario requiera. Los contenidos son escaneables y el sitio en general no es recargado.

El mayor inconveniente con radio Sonorama en Internet es que no utiliza los *podcast*, sino que demanda un hardware específico y programas de reproducción para poder escuchar su transmisión y contenidos. Esto, pese a su diseño y demás cualidades frena de manera importante el acceso al sitio, pues su usabilidad queda en entredicho para un grupo de usuarios.

Dentro de esta sección, es importante recalcar la presencia del sitio de Ecuador Inmediato, el que no cuenta con frecuencia abierta de radio sino que solo transmite por Internet. A pesar de ello es la radio en Internet más visitada. Presenta abundante información y una estructura poco moderna, pero ordenada y escaneable.

Tabla 2.2 Desempeño en la Red de las radios digitales

	Interactividad	Multi-media	Personalización	Hipertextualidad	Actualización	Abundancia	Redes	Mediación
Sonorama	NO	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
CRE	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO
Ecuador Inmediato	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO
Multimedios 106	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO
Sucre	NO	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO

Fuente: Autor

### 2.7.3 La televisión en la Web

Los canales tradicionales de televisión son los que menos preocupación muestran por el mundo digital en el Ecuador, su aparición en la Red se limita a sitios Web institucionales, donde promocionan su programación regular y presentan algunas opciones de interactividad como preguntas a los usuarios.

Alexa.com muestra las estadísticas de los sitios en la Red de estos medios, permitiendo escoger como objetos de análisis a los siguientes, no solamente por su nivel de tráfico, sino por las características de sus versiones digitales, las mismas que determinan el comportamiento del usuario en gran medida.






- **Teleamazonas.com**
  - 
  - **Rank:**155,734
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** teleamazonas, ecuador tv, ecuador en vivo, teleamazonas en vivo, ecuador
- **Ecuavisa.com**
  - 
  - **Rank:**116,501
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** ecuavisa, ecuavisa.com, ecuador, ecuador tv, tv ecuador
- **Tctelevision.com**
  - 
  - **Rank:**964,379
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** television, tc television, tc
- **Rts.com.ec**
  - 
  - **Rank:**961,948
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** rts, ecuador, quito ecuador, rts online, ecuador de
- **Rtu.com.ec**
  - 
  - **Rank:**202,580
  - **Category:** World > Español
  - **Keywords:** ecuador tv, ecuador, rtu, noticias ecuador, bandera del ecuador

Gráfico 2.5 Portada página web de Ecuavisa



Fuente: [www.ecuavisa.com](http://www.ecuavisa.com) 13-10-2010

La página más visitada es la de Ecuavisa, que si bien presenta gran cantidad de publicidad de su programación, también muestra abundancia en la información. Contiene notas de política, economía, deportes, entretenimiento, etc. Todo desde su página de inicio. Utiliza dentro de su información el submenú de notas relacionadas, pero no de hipertexto, característica que se repite en otras páginas. Cuenta con links hacia facebook y twitter, preguntas interactivas y conexión RSS.

Presenta la opción de programación por regiones y muestra avances de sus principales novelas o series.

Su diseño es dinámico, escaneable y colorido. El uso del menú principal y secundario es adecuado y claro para los contenidos que presentan.

Los videos dentro del sitio demoran en cargar, y esto dificulta el acceso a todas las aplicaciones disponibles.

Dentro de los sitios de canales de televisión ecuatoriana existen esfuerzos destacables. Tanto la página de TC Televisión como la de RTS, no cuentan con links directos hacia redes sociales, sin embargo, TC cuenta con una amplia zona interactiva y de foro. Pese a no ser el sitio más visitado, está dando una

gran importancia a la interactividad con los usuarios de manera directa. En la mayoría de páginas de canales de televisión, la información es demasiado sintética, como se leen por los presentadores de noticias. Y no presentan hipertexto, ni siquiera en muchos casos notas relacionadas.

Gráfico 2.6 Portada página web Teleamazonas



Fuente: [www.teleamazonas.com](http://www.teleamazonas.com) 13-10-2010

Es el caso de Teleamazonas, que pese a realizar una reestructuración en el año 2010 de su sitio Web, continúa presentando falencias importantes. Su diseño es adecuado a su contenido. Es ordenado y escaneable. Está enlazado a redes sociales, a RSS y cuenta con preguntas interactivas. Pero la publicidad de su propia programación, esencialmente de sus novelas ocupa la página de inicio. Los contenidos informativos son breves y sin hipertexto. No hay un uso de la fotografía con contexto y presenta además problemas de conexión lenta por el peso de los videos como en el caso de Ecuavisa y los demás medios. Si bien esto se debe a que la mayoría de conexiones a Internet en Ecuador no son de velocidades superiores a los 256 kb por segundo, los sitios deben adaptarse a sus usuarios.



Tabla 2.3 Desempeño en la Red de los sitios web canales de televisión

	Interactividad	Multi-media	Personalización	Hipertextualidad	Actualización	Abundancia	Redes	Mediación
Ecuavisa	SI	SI	NO	NO	SI	SI	SI	NO
Tele-amazonas	SI	SI	NO	NO	SI	NO	SI	NO
TC TV	SI	SI	NO	NO	SI	SI	NO	NO
RTS	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO	NO
RTU	NO	NO	NO	NO	SI	SI	SI	SI

Fuente: Autor

## 2.8 Medios de comunicación digitales para niños

De forma simple puede concluirse que son las nuevas generaciones las que mayor contacto tendrán con el mundo digital, y por tanto con los medios de comunicación que allí residan. Pese a este hecho, existen un sinnúmero de páginas de juegos, de consulta, de entretenimiento en general para niños, niñas y adolescentes, pero no existe un medio de comunicación que haya sido pensado de forma digital, con contenidos periodísticos que no violenten los derechos garantizados por el actual Código de la Niñez y la misma Constitución del Ecuador.

Y que además, permita a los niños el familiarizarse con el uso y las aplicaciones de la Web 2.0, logrando de esta forma conectar a la niñez ecuatoriana con una de las herramientas más importantes para su presente y futuro.

Los ejemplos de medios de comunicación para niños existen en decenas de países alrededor del mundo, entre ellos Gran Bretaña, Rusia, Holanda, España, Francia, La India, y varios países más. Pero Latinoamérica resulta retrasada en la atención a este sector étéreo de la sociedad que al menos en el Ecuador representa al 35% de la población total. “..El tema del periodismo para niños es una veta de investigación casi virgen para los especialistas en comunicación, lingüística y pedagogía en mi país y en toda América Latina”<sup>31</sup>

<sup>31</sup> Vecco Alejandra, “Kids News, el periódico para niños”. Crítica Argentina. 2007

En Ecuador, existen en la actualidad las condiciones para que se genere un medio de comunicación dirigido a niños en etapa escolar, gracias al proyecto edufuturo que permite que cada niño en las escuelas públicas cuente con acceso a Internet, y por tanto tenga la posibilidad de visitar un sitio Web diseñado como un medio de comunicación para ellos. Una serie de expertos en comunicación señalan la necesidad de que las nuevas generaciones se familiaricen con la lectura diaria de información, y la Web permite cumplir con este cometido de la manera más dinámica, entretenida y profunda.

Mucho se habla sobre la democracia y la inclusión social, pero desatender este sector vital de la sociedad implica una falta de visión y de vocación para el desarrollo.

*A los grandes medios periodísticos se les llena la boca hablando de la problemática infantil y adolescente, pero pocos se han planteado la posibilidad de que el periodismo forme parte de la afición, vocación y compromiso de ese sector poblacional<sup>32</sup>.*

Existe un país en América Latina que es pionero en el periodismo dirigido a la niñez, de hecho son los creadores de “Billiken”, la primera revista de habla hispana para niños, Argentina.

### **2.8.1 Argentina, pionera en el periodismo dirigido a niños**

La comunicación en Argentina, y en particular, las investigaciones al respecto estuvieron influidas por la serie de condiciones de producción en las que emergieron.

Los estudios en un principio eran fuertemente mediados por la metodología de “*mass communications research*”<sup>33</sup>, pero pronto empezó a surgir una avanzada crítica, inspirada en la teoría de la comunicación de la escuela de Frankfurt, que combina los postulados de Marx, Hegel y Freud, que marcó a la comunicación en este país y en general en América Latina.

---

<sup>32</sup> Del Huerto Melibea. “Periodismo de niños y para niños” Chile. Diario del Aire N° 1422. 2009

<sup>33</sup> Teoría funcionalista, propugnada por el sociólogo norteamericano C.R. Wright. Lo principal dentro de la comunicación es favorecer el funcionamiento del sistema.

Entre la década de los sesenta y setenta, tres factores fueron el motor de la investigación comunicativa: ideología, poder y comunicación abordados desde una perspectiva semiótica, sociológica pero fundamentalmente política y económica.

Argentina vivió una serie de dictaduras militares de carácter represivo, que frenaron el avance abierto de la comunicación y de todo texto que podía ser considerado revolucionario, en todo campo.

*Las universidades fueron intervenidas, las ciencias sociales y la filosofía fueron especialmente acorraladas. Sus planes de estudios y contenidos fueron manoseados y bastardeados<sup>34</sup>.*

Pero a partir de 1985, cuando se abrió la carrera de comunicación en la Universidad de Buenos Aires (UBA), la investigación comunicativa retomó su curso. La sed de democracia de este pueblo favoreció la perspectiva pluralista de los comunicadores, que en los mejores casos han resultado en importantes publicaciones, libros, corrientes de pensamiento y hasta en medios de comunicación.

“Pensar la comunicación es imprescindible pero también lo es, generar propuestas de acción”<sup>35</sup>.

Y eso ha hecho este país del Sur, crear, actuar y proponer. Hay una serie de medios que sirven para ilustrar como ejemplos de tal argumento. Se tomará dos:

---

<sup>34</sup> Emanuelli Paulina. “Investigación de la comunicación en Argentina- Reflexiones sobre la investigación crítica” Universidad de Córdoba. Argentina.  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/16paulina.html>. 2010-09-06

<sup>35</sup> Ibid

Gráfico 2.7 Revista argentina Billiken



Fuente: [www.billiken.com.ar](http://www.billiken.com.ar) 29-08-2010

Billiken es una revista argentina dirigida a niños creada hace 91 años por el periodista uruguayo Constancio Vigil. Desde su primera publicación en noviembre de 1919, hasta la actualidad, es editada por Editorial Atlántida. Están cerca de los cinco mil números.

Esta revista organiza sus contenidos de forma que logran trabajar junto a la escuela, facilitando material gráfico para los estudiantes, hablando de personajes históricos y de fechas importantes, acorde al calendario.

Además, Billiken presenta historietas, cuentos, personajes de ficción, juegos, curiosidades, en las últimas ediciones ha incorporado una sección para hablar de cine, música y televisión.

La revista es tradicional y muy popular en toda Argentina y circula también en Uruguay. Cuenta con una versión Web pensada en aprovechar los recursos digitales, y presenta la posibilidad de que pueda ser visitada desde cualquier parte del mundo en la dirección [www.billiken.com.ar](http://www.billiken.com.ar).

Su diseño es original y elaborado con minuciosidad. Cuenta con personajes que identifican a la revista y que son parte de los contenidos de la misma. Contrasta sus colores para hacer más llamativa la página, pero mantiene una línea gráfica propia.

El menú principal muestra sus cuatro secciones de manera original y clara. No demora en cargar sus contenidos, los mismos que son concisos y adaptados al público al que se dirigen.

La publicidad sin embargo, opaca en varias ocasiones su diseño y claridad. Está presente con abundancia y sin un orden establecido. No es además exclusivamente publicidad de productos o servicios para niños.No es necesario el uso constante del *scrolling* para visualizar los contenidos.

Gráfico 2.8 Periódico argentino para niños Kids News



Fuente: [www.kidsnews.com.ar](http://www.kidsnews.com.ar) 29-08-2010

Sebastián Nazareno Pereyra, junto a un grupo de comunicadores crearon el primer periódico dirigido a niños en Argentina. Su nombre es Kids News y circula de forma quincenal. Este tabloide es de distribución gratuita, y busca

topar temas de actualidad que regularmente no se dirigirían a niños, pero de forma dinámica y clara.

La filosofía de este periódico es ser “el paso previo a la lectura de diarios y, por eso, nuestra misión es que los chicos se familiaricen con los contenidos y los formatos de los diarios tradicionales, pero con un periódico pensado para ellos”, así lo señala Alejandra Vecco, quien luego de dirigir por varios años la revista Billiken es la actual directora de Kids News.

El objetivo de este proyecto es fomentar la reflexión en los niños y adolescentes, presentarles hechos en contexto, ya que en los diarios tradicionales no se considera la posibilidad de no comprender ciertos acontecimientos o términos que se utilizan de manera regular. Pues los niños entienden que existe una pérdida de empleos en el país, pero no por eso saben qué es el índice de población económicamente activa.

Su estructura es como la de un diario, dividido en secciones como actualidad, internacional, deportes, etc. Pero la redacción es diferente, además incluye un glosario que favorece la lectura comprensiva.

Su diseño es muy ordenado, claro y lineal. Utiliza colores pasteles, con algunos tonos para resaltar títulos o ideas importantes. Maneja no solo ilustraciones como el caso de Billiken, sino también fotografías editadas para la Web.

También hay una importante presencia de publicidad, pero sin que interrumpa con la visualización de contenidos.

El menú muestra siete secciones, pero hay ocasiones en que alguna de ellas no presenta contenido interno.

A partir de estos ejemplos se puede concluir que se puede hacer un medio de comunicación para niños, pero éste no puede ser concebido desde una lógica adultocéntrica. Es necesario identificar cuáles son las estrategias que pueden favorecer la comunicación mediada con los niños.

## 2.9 ¿Cómo comunicar a los niños en la Red?

El periodismo debe manejar por regla general varios elementos como la claridad, la concisión, la exactitud y la verosimilitud. Tales características son necesarias para cualquier forma de este ejercicio profesional. No es diferente por tanto si se refiere a un determinado sector etéreo.

“Lo contrario de la sencillez es lo artificioso. Deben evitarse todas las palabras que no se usan en una conversación”<sup>36</sup>. Y es justamente una conversación lo que se necesita entablar con los niños para que exista comunicación circular, que es la que permite realizar un periodismo con enfoque de derechos; sin generalizaciones, pero con un contexto, sin estigmatizaciones, sino con ciudadanía. La Red es un espacio idóneo para esta forma de periodismo, y por tanto de comunicación, que reconozca el papel de los medios de comunicación como defensores de los derechos humanos, por tanto como servidores de la ciudadanía.

El cómo comunicar a los niños en la Red, parte de los mismos principios de cómo comunicar a sujetos de derechos, a actores sociales, a ciudadanos, y sobre todo a seres humanos, dándoles el espacio y reconocimiento a las ideas y opiniones que la niñez busque compartir. Y sobretodo partiendo de sus intereses, y no de aquellos que los adultos consideran apropiados para ellos.

El Internet presenta una cantidad excesiva de información, no toda es exacta, ni cierta; lo que se configura en un “pero” dentro de la Web, más aún si se busca compartir contenidos con niños. Por ello la rigurosidad en las informaciones que se les presente a través de la Red no puede ser menor a la establecida para los demás medios de comunicación.

---

<sup>36</sup> Marín Carlos. “Manual de Periodismo” México. Editorial Grijalbo. 2004 Pág. 48

“Escribir para la Web significa, en gran parte, regresar a dos de las bases del oficio periodístico: la buena redacción y la buena edición”<sup>37</sup>.

Los textos deben ser escritos para la Red, no pensarlos en papel y trasladarlos, pues esto quita las posibilidades que el campo digital abre para los contenidos. No se debe pensar solo en un texto aislado, sino en la sinergia de lenguajes que son posibles. Es necesario pensar en la interactividad, en el hipertexto, y claro en el uso de multimedia. Más aún si se está dirigiendo a niños, cuya atención es necesaria captar y luego mantener.

Otro aspecto fundamental de los contenidos presentados en el Internet es la entrada de cada página, que debe mantener una estructura reconocible y que permita una correcta “usabilidad”<sup>38</sup>

Todo niño que ingrese a un sitio Web debe encontrar de manera sencilla y clara lo que busca. Deben resaltar claramente los temas de interés que capten su atención y que motiven su navegación. Para ello es necesario considerar diferentes patrones de lectura:

- **Patrón de lectura en F**

Según el investigador Jacob Nielsen, quien utiliza la tecnología “*Eye Track*” para Norman Group, el usuario realiza un escaneo del sitio que visita. El movimiento de sus ojos develan un desplazamiento horizontal en la parte superior de la página, de izquierda a derecha, luego regresa y realiza un movimiento vertical, hay un segundo movimiento horizontal pero más corto que el primero, y termina con un nuevo desplazamiento vertical.

---

<sup>37</sup> Franco Guillermo “¿Cómo escribir para la Web? Universidad de Texas. Estados Unidos. Centro Knight Para Periodismo en las Américas. Pág. 28

<sup>38</sup> La usabilidad es definida por la International Standards Organization (ISO) como “la efectividad, eficiencia y satisfacción con la que un grupo de usuarios específicos puede realizar un conjunto específico de tareas en un ambiente particular.



Gráfico 2.9 Patrón de lectura en F



Fuente: fondo [www.chicosnet.com.ar](http://www.chicosnet.com.ar) Señalización: Autor

Si bien la lectura en F es la más usual, existen otros patrones importantes. Entre ellos se destacan 2 formas de lectura rápida o escaneo de las páginas en Internet. Una en forma de E y otra en forma de L invertida. Estas formas alternas de desplazamiento visual responden al mismo principio del detallado en el patrón de F. En E se hace al final de la página un último escaneo similar al paso 4 del gráfico. En el caso de L invertida es la cabecera, junto con la parte derecha donde se concentra la atención del usuario. Este patrón es menos común que los dos anteriores.

Para facilitar la llamada usabilidad de un sitio en el Internet concebido para niños es necesario optimizar los recursos y potenciar las habilidades de lector activo mediante el rompimiento de la estructura lineal de los textos.

Otras opciones para escribir en la Red:

- Utilizar subtemas dentro de un mismo texto para dar dinamismo y a la par continuidad.
- Utilizar la enumeración dentro del texto si éste me lo permite. Este método facilita el escaneo y la lectura.

- Utilizar cuadros laterales o gráficos
- Las imágenes utilizadas deben ser significativas y no usadas en exceso. (interrumpen flujo de navegación)
- Las técnicas multimedia son muy importantes en un sitio para niños, pero no deben caotizar espacios ni congestionar la Red.
- Evitar la repetición de textos. (no volver a decir lo que ya está en el título o sumarios)
- Pensar en presencia dentro de buscadores. Uso de palabras claves

*Cada página puede ser breve y, sin embargo, el hiperespacio (ciberspacio) puede contener mucha más información de la que sería viable en un artículo impreso<sup>39</sup>*

Queda evidenciado que para escribir para niños lo necesario es ser más cauteloso aún al momento de escoger temas, frases, párrafos y palabras; gráficos y fotografías. Pues cada uno de estos elementos puede significar el seguimiento u abandono del sitio por parte del niño.

En la concepción de un sitio Web es necesario recordar que cada elemento debe comunicar algo, y su presencia no debe interrumpir a los demás, sino complementarlos.

Para comunicarse con la niñez desde un sitio Web es necesario considerar que son ellos quienes deben verse reflejados desde la planificación hasta la ejecución y seguimiento de toda plataforma. Pero sin duda lo más importante, que constituye uno de los ejes de la presente investigación es pensar en una agenda informativa desde los niños, donde sus opiniones sean consultadas y sus reflexiones compartidas con los demás.

Todas las consideraciones deben ser tomadas en cuenta para realizar un sitio Web que funcione como un medio de comunicación para niños, más lo primordial como se expuso es respetarlos, no concibiéndolo como un espacio de publicidad y de distracción, sino como un lugar de expresión. “La propuesta

---

<sup>39</sup> Op. cit. 34 Pág. 83

comunicacional busca ver, descubrir y re-encontrar a las niñas, niños y adolescentes (...) con derechos y responsabilidades y capacidad de participación activa”<sup>40</sup>

### **2.9.1 Herramientas audiovisuales**

*Por el hecho de residir en computadores, este tipo de contenidos tiene la facilidad de permitir la inclusión de medios múltiples de manera simultánea, destacando particularmente los audiovisuales. Es por eso que lo normal es encontrar en este tipo de espacios información textual acompañada por documentos de audio, imágenes, video y gráficos interactivos que acompañan y complementan la experiencia que recibe el usuario*<sup>41</sup>

Al pensar en la elaboración de un medio de comunicación en la Web, dirigido a niños deben tomarse en cuenta tanto los aspectos visuales como los de navegación y de contenido. En cuanto a la apariencia del sitio hay que establecer cómo va a manejarse la fotografía, la animación, los textos, el audio y los videos que pueden presentarse en esta plataforma.

Para garantizar la facilidad en la navegación hay que realizar un esquema de la misma, dónde se establezca la forma en que las páginas van a estar relacionadas entre sí. Los colores y tipografías que se utilicen deben responder no a gusto personal, sino a la carga simbólica que conllevan y a cuánto favorezcan la lectura de los usuarios. Los colores principalmente tienen un efecto psicológico reconocido. Los sitios Web no serían la excepción.

En el caso de sitios Web dirigidos a niños la tendencia es clara. Uso de colores fuertes. Está presente en la vestimenta de los niños, en sus juguetes, en los alimentos prefabricados para ellos, y también en los sitios definidos en la Web como “infantiles”. Por tanto los colores a utilizarse deberán ser fuertes y con contrastes.

---

<sup>40</sup> Cueva Rebeca. “Ejerciendo el Derecho a la Comunicación” Informe Red ACNNA 2005-2006. Ecuador. Hojas y Signos. 2007

<sup>41</sup> Camus Juan Carlos “Tienes 5 segundos” [www.tienes5segundos.cl](http://www.tienes5segundos.cl). Pág. 18. 2010-07-21

La revista Billiken utiliza este tipo de colores, al igual que la revista ecuatoriana Elé o el español Buscapiés. Todos los elementos audiovisuales son de gran importancia, pero no se puede olvidar que es necesario equilibrarlos con la funcionalidad del sitio planteado.

### **Las fotografías**

La comunicación por imágenes es tan antigua como la verbal, es decir aparecen junto al ser humano. En los años actuales es posible afirmar que no es fácil imaginar un espacio sin una imagen comunicándonos algo.

Por tanto las imágenes o fotografías son de importancia crucial dentro de cualquier sitio Web, varios estudios han demostrado que su proceso de edición es vital para su mejor funcionamiento. “Los usuarios se interesan por imágenes que sean de buen tamaño (sobre 350 pixeles de ancho) o que muestren rostros”<sup>42</sup>.

Los formatos que nos permiten una óptima y rápida visualización de las imágenes sin congestionar el servidor son JPG y PNG. La resolución que habitualmente se utiliza para versiones impresas es de 300 dpi, pero dentro de la Web se usará una de 72 dpi.

Los sitios en la Red para niños, al igual que las versiones impresas de revistas para este grupo basa sus contenidos en el uso de la imagen, por lo que se puede identificar que al dirigirse a este grupo etéreo debe darse preponderancia a las imágenes, ya que el ejercicio de la lectura en la niñez no es tan rápido y dinámico como para generar textos extensos sin apoyo icónico. Por ello cada contenido debe estar necesariamente acompañado por al menos una imagen, que deberá tener una lectura que explique su contenido, de esa manera se aprovechará la mirada que se atrajo para aumentar la información proporcionada y se cumplirá con uno más de los parámetros de accesibilidad universal.

Para ello, también se debe dar una descripción de lo que la imagen muestra, puede darse una idea del contenido como se lo haría en una edición para radio.

---

<sup>42</sup> Camus Juan Carlos “Tienes 5 segundos” [www.tienes5segundos.cl](http://www.tienes5segundos.cl). Pág. 89. 2010-07-21

Para la edición fotográfica el programa escogido es Adobe PhotoShop, mismo que posee todas las opciones para adaptar una imagen a la Web, potenciando su presentación, sus colores, su brillo, su contraste, su tamaño y resolución.

No está demás recalcar que dentro de cualquier sitio Web es necesario respetar la legalidad y ética del uso de imágenes sobre la niñez y adolescencia, puesto que el presente trabajo contempla como eje el enfoque de derechos, está es parte vital.

### **Uso de animaciones:**

Jacob Nielsen planteó en una investigación realizada en el año 2000 que el 99% de las interfaces que realizaron aplicaciones en Flash generaron problemas de usabilidad.

Si se hace referencia a sitios Web dirigidos a niños, el uso de animaciones podría parecer inminente, pero no es así. Kids News o Buscapiés no utilizan este recurso, por el contrario páginas de juegos como la de Cartoon network las utiliza en abundancia.

Las animaciones son un recurso más del lenguaje digital, y como tal deben ser utilizadas como una forma más de comunicar. Hay que reconocer que al poseer un mayor peso que las imágenes o el audio pueden congestionar el servidor e interferir con el concepto de usabilidad mencionado anteriormente.

Por tanto el uso de animaciones será estrictamente el necesario según el contenido que se busque comunicar.

Es notable dentro del uso de las animaciones el señalar que su visualización no depende de la plataforma que se utiliza.

Al presentar este recurso frente a un usuario es necesario proveerle también de opciones para que éste controle el volumen, la pausa, etc. Como si se tratase de un video.

El programa utilizado para realizar este recurso es Flash, uno más de los programas del paquete Adobe. Flash permite la realización de objetos animados, a más de presentar la posibilidad de realizar botones interactivos que permitan la toma de decisiones del usuario.

## **Audio**

*La consideración más relevante a tener en cuenta es que el uso de archivos y audio y video no sólo es apoyada sino que es recomendada debido al interesante aporte que ambos soportes entregan a la experiencia del usuario que consume contenidos.*<sup>43</sup>

El audio debe ser, al igual que las diferentes herramientas citadas anteriormente, pensado para la Web, es decir, su producción y post producción deben incluir una grabación y edición que permita su correcto funcionamiento en a través de un ordenador. El usuario debe poder manipularlo.

El formato más recomendado por su compatibilidad con todos los servidores y por su reducido peso es el MP3.

El audio cumple con una función comunicativa complementario en un sitio Web, y además es recomendable que éste pueda ser utilizado por personas con capacidades distintas. Una persona impedida de usar su vista, puede acceder a cualquier contenido a través del sonido.

## **Video:**

El uso del video dentro de las Web cumple con varias características expuestas en el uso de animación. El video posee un peso muy grande para ser reproducido con facilidad en la Red. Para posibilitar su uso se debe editar el contenido dentro de un formato que permita su compresión.

Formatos como MP4, Quick Time, AVI o MPEG pueden llegar a comprimir hasta el 95% al video, pero esto afecta la calidad de las imágenes, por lo que la mejor opción es no recargar de este recurso a la página. Más aún al tratarse de un sitio Web pensado para niños.

El cargado de un video puede demorar varios minutos dependiendo su tamaño y duración, además de la velocidad del servidor en que se busca abrir, por ello es necesario ubicar este elemento exclusivamente donde sea indispensable.

---

<sup>43</sup> Op cit. 41 Pág. 92

Enlaces hacia videos de páginas como Youtube pueden ser una opción, ya que ésta permite subir videos y adaptarlos a las necesidades del sitio al que se desee enlazarlo.

Para cumplir con las normas de accesibilidad los videos y el audio deben contar, al igual que las imágenes, con un texto alterno que describa el contenido.

## CAPÍTULO III

### LOS NIÑOS ESCOLARES EN LA ERA DE LA INFORMACIÓN

Como se mencionaba en páginas anteriores, son los niños quienes nacieron junto con la era de la información y además tecnológica o digital como la llama José Luis Orihuela. Por tanto quienes más información van a producir y recibir de los medios digitales. A la par son ellos quienes carecen de participación dentro de los contenidos del periodismo ecuatoriano.

Los medios tradicionales encuentran en la actualidad gran competencia por parte de sus propias versiones digitales, más actualizadas, que pueden encontrar soporte en todos los elementos multimedia y que además permiten empoderar al usuario, dejando de considerarlo un receptor pasivo. Debido a estas circunstancias el periodismo de los grandes medios se ve avocado a situar sus esfuerzos en sus ediciones en línea, pues la supervivencia exige la capacidad de adaptación, y es allí a donde apuntan quienes a decir del periodista y escritor, Gabriel García Márquez, ejercen “el oficio más bonito del mundo”.

Los medios de comunicación, catalizadores de la información hacia la sociedad, no siempre han demostrado una actitud por esencia democrática y participativa. Lo que ha provocado que existan grupos en la sociedad que no sean ni actores, ni fuentes de la información. Invisibilizando sus circunstancias, y realidades. Son los niños uno de ellos.

No hay espacio en los medios tradicionales para este sector de la población, tampoco hay espacio en los medios digitales, una de las razones es que “existen enormes vacíos en la formación de periodistas en los temas de niños, niñas y adolescentes (...) La agenda diaria cae en los mismos tópicos y lugares comunes”<sup>44</sup>.

---

<sup>44</sup> Buitrón Rubén Darío. “La Prensa ¿Cosa de niños? Informe Red ACNNA 2005-2006. Ecuador. Hojas y Signos. 2007



Pero la expansión y creciente masificación de las nuevas tecnologías para la información y comunicación (TIC) permiten el escenario para la generación de participación de este grupo etéreo. Y sobretodo la apertura de espacios comunicativos que permitan el acceso a una información realizada en un marco de respeto a sus derechos, que fomenten además la lectura y la familiarización de los escolares con los medios de comunicación y las herramientas tecnológicas.

### **3.1. Periodismo para niños**

*Nuestra profesión necesita nuevas fuerzas, nuevos puntos de vista, nuevas imaginaciones, porque en los últimos tiempos ha cambiado de una forma espectacular<sup>45</sup>.*

Pese a que el periodismo y junto a él, los medios de comunicación no han realizado suficientes investigaciones para alcanzar a atender desde un enfoque de derechos a la niñez y adolescencia, es innegable que están presentes, en su entorno familiar, en la escuela y hasta en su intimidad.

Así, los medios de comunicación son parte de la vida de los niños, a la cabeza está la televisión, que es ya campo de estudio para pedagogos, profesores e incluso pediatras por el área de influencia que puede ejercer en los niños. Actualmente, no es descabellado el decir que el Internet está convirtiéndose en otro de los pasatiempos más comunes para este sector de la población, y que por tanto mayor atención requiere en su preparación por el libre acceso que los menores de edad pueden tener al él de manera indiscriminada.

Si bien las formas tradicionales de medios de comunicación no han tenido como su público objetivo a la niñez, estos han sido un nexo entre las diversas realidades y su propio entorno. “Los medios de comunicación, y más

---

<sup>45</sup> Ryszard Kapuscinski. “Los cínicos no sirven para este oficio”. Barcelona- España. Editorial Anagrama. 2002. Pág. 31

recientemente las Nuevas Tecnologías, han modificado la manera de construir el saber, el modo de aprender, la forma de conocer”<sup>46</sup>.

Los medios son parte de la educación de los niños, los que además, según el último dato arrojado por CEPAL, pasan de dos a seis horas de cada día en contacto directo con los medios de comunicación, principalmente la televisión en Ecuador y en Latinoamérica.

Por tanto, el contacto entre niños y medios existe, pero no así el apropiado manejo de los contenidos que consume este sector. Y tampoco está presente la participación de los niños, niñas y adolescentes como fuentes ni de sus propios intereses.

*Es lamentable que el gran periodismo haya dejado al margen de su proyección empresarial a los más jóvenes. Grandes diarios como El País, en España, de contrastada calidad y amplísima audiencia, sólo utilizan las secciones infantiles como reclamo publicitario, lo que Miño llama consignas marketineras, con un muestrario de contenido en sus exiguos suplementos semanales tan monótono como superficial*<sup>47</sup>.

Una serie de movimientos y organizaciones defensoras de la niñez han sido los precursores de entender a los niños como ciudadanos, es decir sujetos de derechos y obligaciones. Con la capacidad de ser gestores de su propio desarrollo si el Estado logra cumplir con sus obligaciones. Se deja de lado la visión del niño como un “proyecto de adulto”, reconociendo sus capacidades y no solamente sus debilidades, en las que lamentablemente se afincaron las informaciones relacionadas con este grupo.

En la encuesta “Mi Opinión Sí Cuenta” realizadas por Defensa de los Niños Internacional (DNI-Ecuador), junto con el Instituto Nacional de Niño y la Familia, INNFA, se encontraron respuestas sobre la percepción de este sector frente a

---

<sup>46</sup> Murdochowicz Alexandra. “Los medios de comunicación y la educación: Un binomio posible”. Revista Iberoamericana de Educación. N° 26. Edición de la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos). 2001

<sup>47</sup> Del Huerto Melibea. “Periodismo de niños y para niños” Chile. Diario del Aire N° 1422. 2009

los errores más frecuentes que cometen los medios de comunicación al tratar su temática.

Los niños se ven como:

- 1) Un instrumento de publicidad que obliga a los padres a comprar lo que los medios sugieren a los niños.
- 2) Un adorno para embellecer a una ciudad, una propaganda o cualquier programa televisivo, mientras se les niega la posibilidad de una participación real.
- 3) La fuente de noticias de página roja, como el escándalo tras el cual se los coloca como objetos de protección sin que su opinión interese.
- 4) Objeto de caridad, de misericordia y dádiva, pero ausente de respeto.
- 5) Instrumento de propaganda política con lindos discursos sobre su futuro y fotos con los candidatos en campaña electoral, pero sin que su voz sea escuchada.
- 6) Si tuviesen una discapacidad cognitiva o un retraso mental, de manera que hasta el tono de voz se transforma para hablar a estos “seres subdesarrollados”.
- 7) Elemento sustancial del discurso sobre sus derechos, pero con la contradicción del permanente incumplimiento en la práctica.

Las respuestas citadas, entre otras, resultan inquietantes al detenerse en la idea de que los medios de comunicación deben ineludiblemente ser los principales defensores de los derechos humanos, con mayor razón del grupo etéreo considerado como prioridad nacional según la Constitución vigente.

### **3.2 ¿Cómo aparece la niñez en los medios de comunicación del Ecuador?**

“La acelerada velocidad eclipsó esa necesidad de hacer un periodismo responsable, desde la gente y para la gente”<sup>48</sup>

Para dar cifras a las respuestas de los niños se citará a la Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes (ACNNA), organización no

---

<sup>48</sup> Buitrón Rubén Darío. “Panorama de los Medios de Comunicación del Ecuador”. Informe ACNNA 2005-2006. Ecuador. Hojas y Signos. 2007. Pág. 13

gubernamental que se dedica a monitorear el tratamiento que desde los distintos medios de comunicación, principalmente la prensa, se da a los temas en relación al sector de la población mencionado.

El último informe emitido por ACNNA es el resultado del monitoreo de los años 2007-2008. Donde se evidencian los datos que los mismos niños ya hicieron obvios con sus respuestas a la encuesta de DNI Ecuador.

Pese a ser el sector de la población con mayor número de habitantes, la niñez y la adolescencia según dicho informe ocupa apenas el 5% de las notas publicadas por 11 medios impresos.

Mediáticamente los niños “son objetos de protección”, lo que causa una visión poco objetiva y muy generalizada de este sector. Ellos son víctimas, o beneficiarios, y en extremos casos hasta victimarios. Casos de violencia sexual, intrafamiliar o discapacidad son los que más presentan niños.

Esa es la realidad que se aprehende de la niñez, no permitiendo que se asuman como actores sociales y que la sociedad lo haga también. Convirtiendo a este grupo en ciudadanos escuchados y revalorizados. De hecho, en solo el 1% de notas, los niños son consultados como fuentes. Y es el género de la noticia el utilizado en más del 80% de las veces.

*La comunicación y participación son parte de un proceso de formación y fortalecimiento de actores, son prácticas potenciadoras de las capacidades de niños, niñas, y adolescentes<sup>49</sup>.*

Estos son algunos ejemplos del tratamiento que se da a los contenidos sobre la niñez y adolescencia en los medios impresos del país, se podrá encontrar los ejemplos completos en la zona de anexos.

### **Los niños, abusados en las guerras**

DIARIO EL COMERCIO

Publicado el 5/28/2008

*Niños y adolescentes son víctimas de abusos sexuales por parte de integrantes de fuerzas de paz y trabajadores de entidades humanitarias, que los someten a violaciones, prostitución y esclavitud sexual, advirtió ayer la ONG británica Save the Children.*

*Una niña de 13 años describió cómo 10 miembros de la fuerza de paz de*

---

<sup>49</sup> Cueva Rebeca. Directora ACNNA. “Presentación Informe 2007-2008” Ecuador. Hojas y Signos. 2009  
Pág. 5

Naciones Unidas la violaron en un campo cerca de su vivienda en Costa de Marfil, y la dejaron sangrando y vomitando en el lugar.

### **Este año, 434 niños han sido abandonados**

DIARIO EL HOY

Publicado el 15/11/2008 | 00:01

#### **Las leyes no sancionan a los responsables y se muestran obsoletas para garantizarles un hogar a los infantes**

El centro, que atiende a pequeños en condición de abandono, actualmente acoge a 25 niños menores de 2 años, quienes fueron rescatados de parques, basureros, hospitales o entregados a la institución.

Además, Celi advirtió que una pareja debe probar que es apta para adoptar un menor.(GM/MET)

### **Niños asesinan a amigo ahorcándolo**

DIARIO EL HOY Publicado el 26/10/2007 | 00:00

Una moneda de ¢25 fue el detonante del primer caso que se registra en el país de asesinato cometido por un niño. La víctima: un infante de 4 años con quien los menores homicidas jugaban al sur de Quito.

El pequeño Bryan fue encontrado la madrugada del martes, a cuatro cuadras de su casa, con fuertes golpes en su cuerpo y con una soga atada al cuello.

El menor les contó que sus primos, Xavier y el hermano mayor (también llamado Bryan) le dijeron que habían visto a unos jóvenes golpeando al niño y que al parecer estaba muerto.

Inmediatamente la Policía tomó contacto con los padres de Xavier y Bryan D., de 7 y 9 años, respectivamente, para que los niños vuelvan a relatar lo que supuestamente habían visto el lunes por la mañana.

Durante esta, el pequeño asesinado habría caído al suelo, lo que habría sido aprovechado para enrollarle una soga al cuello y ahorcarlo.

### **Debut y despedida para asaltante juvenil**

DIARIO EXTRA 26 de enero 2011

Se puso a jugar al pillo y acabó preso

*El detenido, de 15 años, asaltó un autobús. El populacho lo persiguió y él intentó repelerlos a punta de plomo.*

*Corría con desesperación para huir del populacho enardecido que lo perseguía para lincharlo.*

*Al verse acorralado disparó en varias ocasiones el arma que llevaba en sus manos contra sus perseguidores, quienes finalmente lo alcanzaron y le propinaron una golpiza.*

*Aproximadamente a las 11:00 la turba agredía con rabia al joven delincuente, y antes de que lo mataran los agentes de la Policía Nacional intervinieron.*

En estos ejemplos se puede evidenciar que las notas relacionadas con la niñez y adolescencia no se apegan a las normas éticas para tratar su temática, no se visibilizan opiniones de niños salvo como testimonios sensacionalistas. Se recurre con frecuencia a mostrarlos como víctimas o victimarios, y se utiliza un lenguaje poco acertado para referirse a ellos como menores, pequeños, etc.

Existen, además, imprecisiones como hablar de “niños homicidas o ataques sin remordimientos”. Cuando el término apropiado es el de niño, niña o adolescente transgresor. También se relata sobre menores abandonados o incluso de “el pequeño asesinado”.

Los ejemplos citados no vislumbran un contexto en la información, pues se presentan como contenidos particulares que no responden a una problemática. No se presenta a los niños como ciudadanos. Las noticias sobre la niñez y adolescencia se hacen presentes cuando son muy llamativas como en casos de violaciones de sus derechos, los cuales no son respetados tampoco en el caso de los medios de comunicación.

Existen también productos enfocados en la niñez ecuatoriana. Un ejemplo es la revista La Cometa, que circula como suplemento de Diario HOY, y que además cuenta con su respectiva página Web.

Lastimosamente este sitio cuenta exclusivamente con narraciones cortas, con poquísimos datos y muy superficiales. Sus secciones son variables, y es muy difícil encontrar a un niño como protagonista de una historia. No hay opiniones, o comentarios.

Cae además en apropiación de estereotipos, como el mostrado en su portada de la edición 801 a una niña maquillada y vestida con un traje rosado. La Cometa titulaba “El encanto de las niñas”.

Según el informe de ACNNA hay aún más problemas, entre ellos:

- El manejo informativo no promueve la vigilancia y exigibilidad de los derechos, es decir que los medios no están denunciando la violación de los mismos, sino un caso aislado que es de interés temporal. No plantean reivindicaciones.
- El 60% de las notas relacionadas a la niñez y adolescencia son breves. La longitud promedio es de ocho líneas o dos párrafos. Impidiendo un manejo contextualizado y analítico del tema.
- Las notas, en su mayoría absoluta, solo muestran a la niñez urbana, provocando una mayor invisibilización de los sectores rurales, indígenas y de otras localidades.
- No existe un adecuado uso de la imagen del menor dentro de los medios de comunicación. Se violenta su espacio íntimo garantizado por el Código de la niñez y la misma Constitución, o se cae en el uso de imágenes descontextualizadas y que refuerza los estereotipos.
- En conclusión, no existe un enfoque de derechos en el tratamiento de la mayoría de los contenidos sobre la niñez y adolescencia.

*Abrir los medios a la participación directa de niños y adolescentes, es parte de la democratización de la comunicación, que debe permitir la voz de los que no tienen voz, de los que ven que, en especial los grandes medios, solo reproducen lo que es de interés del poder al que por lo general se pertenecen los propietarios de esos medios<sup>50</sup>*

---

<sup>50</sup> Isch Edgar. Ponencia en jornadas de Comunicación y responsabilidad social. Medios de Comunicación, niñez y adolescencia. Ecuador. Observatorio ciudadano de la comunicación. 2006

El Ecuador está reprobado al hablar de cumplimiento de derechos de este sector de la población, con una calificación por debajo del cinco sobre diez según el Observatorio de los Derechos de la Niñez y Adolescencia, y si bien no son los medios quienes violan sus principales derechos humanos, se vuelven cómplices de esta realidad al no darles una voz y al no ser un verdadero canal de gestión de la participación ciudadana.

### **3.3 Los derechos de niñas, niños y adolescentes en el Ecuador**

Según ACNNA, cerca del 40% de la población ecuatoriana son niños, niñas y adolescentes. Cada día 18 mueren antes de cumplir los 5 años por causas prevenibles. 860 mil crecen en una cultura de castigo físico. 345 mil sufren desnutrición, 57 mil niños en edad de hacerlo no asisten al primer año de educación básica. 12 mil adolescentes son madres cada año, etc.

Los derechos de los niños, niñas y adolescentes han sido históricamente materia de lucha y esfuerzo por lograr una concienciación tanto a nivel de la sociedad como de todas las Instituciones públicas, no gubernamentales e internacionales que logren un acuerdo en torno a la generación de leyes y artículos que permitan su ejecución y cumplimiento.

En el Ecuador, los niños desde 1989 tienen derechos reconocidos por la ley, se exige que todas las medidas adoptadas por un Estado en relación con los niños debieran tener como consideración fundamental favorecer sus intereses. Los niños tienen los mismos derechos fundamentales y libertades públicas que tienen los adultos.

En la mayoría de los países, se exige una protección para los niños contra toda clase de maltrato y se pide para éstos un nivel de vida adecuado, una buena formación, asistencia sanitaria e incluso diversión.

- *“Los menores tienen derecho a buscar, recibir y utilizar la información adecuada a su desarrollo.*
- *Los padres y tutores, o los poderes públicos velarán porque la información que reciban los menores sea veraz, plural y respetuosa con los principios constitucionales.*
- *Las administraciones públicas incentivarán la producción y difusión de materiales educativos y otros destinados a los menores, que respeten*



*los criterios enunciados, al mismo tiempo que facilitarán su acceso a los servicios de información, documentación, bibliotecas y demás servicios culturales.*

- *Para garantizar que la publicidad o mensajes dirigidos a menores, o emitidos en la programación dirigida a estos, no les perjudique moral o físicamente, podrán ser regulados por normas especiales”<sup>51</sup>*

La nueva Constitución del Ecuador prioriza el tratamiento de la niñez y adolescencia en forma integral, dentro de un proceso de desarrollo, y maduración que potencie sus destrezas y habilidades en cada ámbito de su vida cotidiana.

La comunicación, sin lugar a objeción es parte del diario vivir de todo ciudadano, partiendo de que cada espacio es un canal comunicativo. De allí es preciso el entender que son los medios de comunicación quienes más irrestricto respeto deben tener con su responsabilidad social al emitir contenidos; más aún si son dirigidos a la niñez.

El nuevo marco legal “amplía el reconocimiento a niños, niñas y adolescentes como protagonistas de hoy, como sujetos de derechos ahora, no como actores del futuro”<sup>52</sup>

Los contenidos que son dirigidos hacia los niños o que aborden su temática tiene un marco jurídico que protege a los menores, pero cuando la noticia está en juego, los medios no siempre escogen mantener un enfoque de respeto hacia la niñez.

La sección quinta de la Constitución del Ecuador en su artículo 45 dice:

- Las niñas, niños y adolescentes tienen derecho a la integridad física, y psíquica; a su identidad, nombre y ciudadanía; a una salud integral y nutrición; a la educación, y cultura, al deporte y recreación; a la seguridad social; a tener una familia y disfrutar de la convivencia familiar y comunitaria; a la participación social; al respeto de su libertad y

---

<sup>51</sup> Álvarez del Río Miguel y Román Mariano, “Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios” Madrid- España. EGRAF S.A. 2005. Pág. 9

<sup>52</sup> Secretaría de los Pueblos, Movimientos sociales y Participación ciudadana. Articulado pertinente a las niñas, niños y adolescentes. Quito. Ecuador. PROSAR. 2009. Pág.11

dignidad; a ser consultados en los asuntos que les afecten (...) El Estado garantizará su libertad de expresión y asociación.

En el artículo 46, numeral 7 expone:

- El Estado adoptará medidas que aseguren la protección frente a la influencia de programas o mensajes, difundidos a través de cualquier medio, que promuevan la violencia o la discriminación racial o de género. Las políticas públicas de comunicación priorizarán su educación y el respeto a sus derechos de imagen, integridad y los demás específicos de su edad (...)

Es destacable que el Ecuador fue uno de los países pioneros en establecer y suscribirse a acuerdos que posibiliten y aseguren el ejercicio de ciudadanía de la niñez y adolescencia. Pero ello no significa hasta el momento que se esté dando cumplimiento a las disposiciones antes mencionadas.

Según ACNNA, existe un bajísimo interés por generar noticias referentes a la niñez, y a sus diversas problemáticas.

Existen conquistas y nuevas políticas públicas en torno a los menores de edad. Están los Consejos Consultivos de la niñez y adolescencia, el Observatorio de medios, la Secretaría de los Pueblos y Movimientos sociales y Participación ciudadana, la Agencia de comunicación de niñas, niños y adolescentes (ACNNA), y otros organismos que velan por el cumplimiento de los derechos de este sector.

Pero desde los medios de comunicación no se han generado nuevas propuestas que busquen incluir a los niños en sus agendas y dentro de sus públicos objetivos. Tratando además siempre cada tema desde el enfoque de derechos, es decir desde el respeto al ser humano que hay detrás de cada historia, a su contexto y su opinión.

Desde el Código de la Niñez y adolescencia firmado en el 2003 por el entonces Congreso Nacional, se establece a los niños, niñas y adolescentes como sujetos de derechos en primera instancia. En su primer capítulo se establecen las disposiciones generales, en el segundo sus derechos de supervivencia, en el capítulo tres, sus derechos relacionados con el desarrollo, donde se estipula

entre otros aspectos, el fomentar el ejercicio de una ciudadanía plena en una sociedad libre, democrática y solidaria. Desarrollar su pensamiento crítico y autónomo, pero principalmente se estipula que:

*Los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a buscar, y escoger información, y a utilizar los diferentes medios y fuentes de comunicación (...)*<sup>53</sup>

Además el Estado según el Código prohíbe:

- La circulación de publicaciones, videos o grabaciones dirigidos a la niñez y adolescencia que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo (...)
- La difusión de información inadecuada para niños, niñas y adolescentes en horario de franja familiar (...)
- La circulación de cualquier producto destinado a niños, niñas y adolescentes, con envoltorios que contengan imágenes, textos o mensajes inadecuados para su desarrollo.

En el capítulo IV, el Código de la niñez y adolescencia estipula las leyes de derecho de protección. Donde queda claro que se debe proteger la imagen y la identidad de todo menor que se encontrare en situación de riesgo, particular que resulta ser uno de los mayores inconvenientes con los medios de comunicación.

*Se prohíbe la publicación de noticias, reportajes, crónicas, historias de vida o cualquier otra expresión periodística con imagen o nombres propios de de niños que han sido víctimas de abuso o maltrato” o que permitan su identificación o individualización u otra referencia del entorno en que se desarrollan*<sup>54</sup>

Finalmente, el Capítulo V expresa los derechos de participación de la niñez y adolescencia. En estos artículos se garantiza su libertad de expresión, su derecho a ser consultados y su derecho a la libertad de pensamiento.

---

<sup>53</sup> Código de la niñez y adolescencia. Libro Primero. Registro Oficial 737. Quito- Ecuador. Enero del 2003.

<sup>54</sup> Código de la niñez y adolescencia. Libro Primero. Registro Oficial 737. Quito- Ecuador. Enero del 2003.

Existe un marco legal que regula y tipifica el tratamiento de la información de y para niños. Pero siguen siendo expuestos a escenas de violencia, dolor, racismo, machismo y demás manifestaciones de enfermedades del sistema y la sociedad. Sin siquiera tener una alternativa, un medio que piense en ellos, sin adulto-centrismos, sin propuestas de marketing implícitas o explícitas, sin vulnerar sus derechos, pero mostrando su voz y su capacidad de opinar y de escoger lo que quieren y no quieren ver, leer o escuchar.

“No es solo a quién cubrir y a quién no. Es cómo hacerlo, cómo buscar la verdad, cómo llegar a ella con armas éticas, honestas y transparentes”<sup>55</sup>

### **3.4 Géneros periodísticos ¿Se adaptan a los niños?**

El término de géneros periodísticos fue acuñado por primera vez por Jaques Kayser en 1952, quien bajo este concepto determinaba la clasificación de los contenidos de la prensa.

Pero no son otra cosa sino formas diferentes de narrar, que han ido cambiando junto con la realidad de la sociedad.

En los siglos XVI, XVII y XVIII la información estuvo marcada por la política y la teología. Sin embargo, el siglo XIX empezó a tener un nuevo enfoque, el de la economía y de importantes avances tecnológicos e industriales. A partir de allí, se empezó a separar la información entre “noticias y opiniones” (*news and comments*) que un siglo antes el Daily Courant de Inglaterra había implantado tímidamente.

Esta separación entre opiniones y noticias, propia del periodismo inglés, reinó hasta entrado el siglo XX y separó a dos grandes géneros: informativo y opinativo. Pero en este mismo siglo, impulsado por la revista norteamericana “Time” aparece en escena un nuevo género, el de interpretación. Este género a decir de Gargurevich, periodista e historiador del periodismo peruano, se afianzó en la II Guerra Mundial por la necesidad de explicar los datos y cifras que eran cuantiosas durante esta época. Había pues que interpretar la información, que darle un mayor contexto y un hasta un análisis.

---

<sup>55</sup> Buitrón Rubén Darío La Prensa ¿Cosa de niños? Informe ACNNA 2005-2006. Ecuador. Hojas y Signos. 2007

En la actualidad existe más de una clasificación para los géneros utilizados por el periodismo, pues el uso de los mismos ha ido dejando de ser tan estructurado y formal, para empezar una época de tendencias más diversas que han dado lugar a la hibridación de las formas de narración. El chileno John Müller señala que "hoy, cuando se habla de géneros periodísticos, se hace referencia a un verdadero caos de tipologías que incluye denominaciones ambiguas, inciertas y en la mayoría de los casos -por esas mismas razones- incoherentes".

Sin embargo, la clasificación más difundida desde el siglo pasado es la de géneros informativos, de opinión e interpretativos y es también la que permite conocer la naturaleza de cada uno, y reconocerlos sin entrar en relativismos.

### **3.4.1 Géneros informativos**

Relata los hechos, tal cual el periodista los percibió. No se detiene a añadir opiniones o interpretaciones de lo sucedido. Se apoya en el uso de datos y cifras. Dentro de este género se puede incluir a la nota o noticia, la crónica, la entrevista y el perfil. Este género busca el mayor grado de objetividad.

- **La noticia.**- Una nota informativa tiene como eje el siempre responder a 6 preguntas fundamentales: ¿Quién? (sujeto), ¿Qué? (hecho), ¿Cuándo? (tiempo), ¿Dónde? (lugar), ¿Por qué? (causa) y ¿Cómo? (modo).
- **La entrevista.**-Se utiliza para obtener datos específicos sobre un tema, hecho o persona. Por ello requiere que quien la vaya a realizar se haya preparado con información del tema, de manera que tenga un cuestionario tentativo que guíe esta conversación. La entrevista al ser publicada debe respetar exactamente las palabras del entrevistado, no sacarlas de contexto, y mucho menos alterarlas.

### 3.4.2 Géneros de opinión

Este género permite que el periodista o su respectivo medio de comunicación emitan sus ideas o posición frente a un tema, acontecimiento o suceso. No responde por tanto únicamente a los hechos, o datos, sino a circunstancias, axiología e ideología tanto del periodista como de su respectivo medio. El género opinativo permite la formulación de juicios de valor

Incluye: el editorial, la columna o artículo, la caricatura de opinión, el comentario y la crítica. Todas estas formas exigen un nivel muy alto de responsabilidad y de conocimiento previo. A decir del Doctor Juan Cueva Jaramillo, quien en vida fue articulista de diversos medios ecuatorianos y docente universitario, “este es un periodismo de segundo nivel”.

- **Editorial.-** Representa a la opinión del medio de comunicación. Siempre hace referencia a un tema coyuntural, muy actual. Buscando que el público conozca la opinión del medio, y en el mejor de los casos apoye a la misma, gracias al poder de los argumentos utilizados. Son por naturaleza serios y sobrios. Es redactado de manera general por el director del medio o por especialistas en algún tema, pero la responsabilidad de lo dicho en él es del medio en general.
- **El artículo.-** O también conocido como columna representa a una opinión personalizada, individual y de responsabilidad única del autor. Marca un estilo propio según quien lo realiza y requiere de una investigación previa. “Casi siempre es realizado por un “invitado de lujo de la empresa periodística (...) Cuenta -o debiera contar- con absoluta libertad para tratar los temas que quiera”<sup>56</sup>
- **Caricatura.-** Es una de las más dinámicas y modernas formas de expresión de la opinión a través del humor. La caricatura también se apoya en la ironía o el sarcasmo para emitir juicios de valor respecto a

---

<sup>56</sup> Marín Carlos “Manual de Periodismo” México. Editorial Grijalbo. 2004. Pág. 32.

una temática definida. Esta forma de opinar está editorializada, por lo tanto representa también el pensamiento del medio.

- **Crítica o comentario.**- Es realizado por un especialista en una temática determinada, como el cine o la música. Representa la posición e ideas del autor, y es él quien firma y se responsabiliza por el contenido.

### 3.4.3 Géneros de interpretación

Pone énfasis en el ¿por qué? Y ¿para qué? Esta forma de expresión del periodismo se consolida por la necesidad de hacer que la información sea inteligible para el público. Se ubica entre el género informativo y el de opinión, ya que no se ciñe estrictamente a los datos, pero tampoco presenta opiniones subjetivas. El periodismo de interpretación presenta distintos escenarios, diferentes versiones o enfoques. Es el género que más atiende al contexto de los hechos, busca dar la mayor cantidad de elementos que permitan que el público entienda la problemática planteada. Se puede ubicar dentro de este género al análisis, la crónica y el reportaje, pese a que estos dos últimos calzan de manera exacta en el término de híbridos. Ya que se valen de diversas formas de narrar para construir historias.

- **Análisis.**- El analizar supone la deconstrucción de un tema para volver a estructurarlo por etapas, de manera que se vaya entendiendo cada variable del tema expuesto. Es utilizado en temas o muy extensos, o que se presten a confusión. Permite encontrar o entender la esencia del hecho.
- **La crónica.**- Debe su nombre a la narración cronológica que se daba de los hechos. Actualmente lo esencial en ella es contar una historia apelando a todas las sensaciones que el lenguaje pueda generar. La descripción es el arma fundamental de este género. Si bien no hay una opinión explícita, los cronistas reflejan sus impresiones.
- **El reportaje.**- Este es el encargado de plantear una temática bajo diversas aristas, mismas que forman un todo que permite entender lo

expuesto. Se vale del uso de diversas formas de narrar, puede incluir a la misma crónica o a la nota informativa, pero tiene una mayor profundidad con el valor de diversas fuentes. Es el género que mayor información puede abarcar.

Los géneros periodísticos existen prácticamente a la par que el periodismo, y si lo que se busca es la familiarización de los niños, niñas y adolescentes con éste, es necesario su uso.

Como se aclaró previamente, existe en la actualidad una mayor apertura para narrar de diversas maneras, aprovechando el dinamismo del lenguaje y el enriquecimiento que puede provocar la unión de varias formas de contar. Lo esencial es enfocar a los estudiantes de educación básica como el público al que se quiere informar, logrando una adaptación del lenguaje que no signifique su empobrecimiento, sino la capacidad de ser aprehendido de forma natural.

Existe, además, la posibilidad que brinda la Web 2.0 no solo de generar un lenguaje dinámico y expresivo gracias a los diversos géneros periodísticos, sino la posibilidad de juntarlo con medios audiovisuales que enriquezcan aún más a cada contenido.

Por tanto el periodismo no es el problema frente a la niñez, lo que debe cambiar es el enfoque de la información, y la visión sobre todos los actores sociales.

Cada medio está comprometido con temas que su filosofía trata como importantes. En el caso de generar un medio de comunicación digital para escolares, la idea sería romper con el estereotipo repetido tanto de la niñez como seres que proteger, y darles una visión de actores y decisores dentro de la sociedad.

Se puede utilizar géneros periodísticos, pero no solo para narrar crónicas o noticias, sino como herramienta para visibilizar y subir el volumen de las voces que exigen atención. Para contar sus historias y para interpretar sus intereses



debe escribirse no desde una visión de adulto que supone conocer más que los niños, sí desde una perspectiva de periodista, que escucha a sus fuentes y las respeta como actores sociales.

### **3.5 Los niños y los medios digitales**

Según Microsoft, el mayor crecimiento en la población que accede al Internet es de preescolares, y la conexión en las escuelas es mayor con el paso del tiempo. Sucede lo propio en el Ecuador, donde a nivel escolar cada año se busca integrar más a la tecnología y por ende al Internet en las actividades curriculares. Para ello se han generado planes como “Edufuturo”, “Quitoeducanet” y las escuelas del milenio.

Los niños se familiarizan de forma rápida con las nuevas tecnologías. Según la psicóloga de la Fundación Hermano Miguel, Beatriz Paz, existe una nueva forma de convivir con los avances tecnológicos, en los niños resulta casi increíble el manejo que tienen del Internet y los celulares por ejemplo. La doctora señala que la mente de los niños tiene una apertura diferente a los cambios y ello favorece su contacto con la dinámica digital.

#### **3.5.1 Seguridades o inseguridades ¿Qué brinda la Red a los niños?**

Bajo ningún término se afirma que la comunicación mediada por la Red puede o deba sustituir a la directa, la que brinda posibilidades de socialización que ningún medio puede reemplazar. Pero es innegable también que el contacto de los niños con el Internet se da cada año a edad más temprana. Y que si bien supone riesgos derivados del poco control que existe sobre los contenidos, el Internet es una realidad del presente de las nuevas generaciones. El reto está en que se presenten contenidos atractivos y de calidad a los niños, evitando que migren a espacios que puedan ser potencialmente riesgosos.

El primer paso cuando se inicia el contacto de los niños con la Red es estar en compañía de sus padres o maestros, los que irán explicando las posibilidades y límites que debe tener la navegación, de la misma manera que se les enseña a no hablar con personas extrañas o a no visitar lugares riesgosos.

*Las reglas para los niños deben ser similares a las que se acuerdan a la hora de comenzar a manejarse solos por las calles. No hablar con extraños; no brindar datos personales -en ningún caso- a desconocidos; no entrar en sitios de chat o foros; saber que quienes firman mensajes pueden estar mintiendo<sup>57</sup>.*

Lo mejor es que tanto padres como maestros y los mismos niños conozcan a qué peligros se enfrentan al realizar una navegación en el Internet.

Según el Departamento de Investigaciones del IAC - Instituto Argentino de Computación y la División Inteligencia Informática de la Policía Federal existen los siguientes riesgos:

- Fácil acceso para los niños a áreas que no son apropiadas o son abrumadoras.
- Información "en línea" que fomenta el odio, la violencia y la pornografía.
- Anuncios clasificados intensivos que engañan y bombardean al niño con ideas nocivas.
- Invitación para que los niños se inscriban para ganar premios o se unan a un club que requiera proveer información personal o del hogar a fuentes desconocidas.
- El tiempo excesivo que se pasa frente a la computadora es tiempo perdido para el desarrollo de las destrezas sociales.

Según Castells existen otras problemáticas asociadas:

- Grandes desigualdades, pues muchos no tienen acceso a las TIC. Aparece una nueva brecha tecnológica que genera exclusión social.
- Dependencia tecnológica: creencia de que las tecnologías solucionarán todos nuestros problemas.

---

<sup>57</sup> Bacher Silvia. Ser niño en Internet. La Nación. Argentina. <http://www.lanacion.com.ar/858778> 2010-09-15

- Necesidad de una alfabetización digital para integrarse en la nueva sociedad.
- La problemática que supone el exceso de información en la Red, que muchas veces es simplemente "basura" que contamina el medio dificultando su utilización.
- Problemas de acceso a la intimidad, accesos no autorizados a la información.

Frente a estos riesgos podría afirmarse que el Internet provoca más problemas que soluciones, pero esa no es la idea. Sí lo es el generar propuestas que permitan una navegación más segura y que cada vez pueda ser utilizada por mayor cantidad de personas, en todo el mundo.

La primera conclusión es que la alfabetización digital no debe ser solo para niños, sino también para padres y maestros que puedan guiar en la calificación de los contenidos.

El presente proyecto busca integrar un medio de comunicación digital para niños con la escuela, por lo que la seguridad no sería un potencial problema, tomando a la escuela como un lugar seguro para la navegación. Pero es necesario que quien está en la Red sepa que la información personal no debe ser dada por este medio, y entender que como en todos los medios de comunicación, tampoco el Internet tiene siempre la razón, o más aún la verdad.

Pero la seguridad que sí brinda el Internet es la de ser una herramienta necesaria en el ámbito profesional, personal y por ende comunicativo de la sociedad. Y pese a que la navegación conlleva ciertos riesgos, es imposible que ellos supongan el aislamiento de las nuevas generaciones frente a la Red.

## CAPÍTULO IV

### EDUFUTURO: EDUCACIÓN CON HERRAMIENTAS PARA EL FUTURO

*Concebimos pues, los medios de comunicación que realizamos como instrumentos para una educación popular, como alimentadores de un proceso educativo transformador*<sup>58</sup>

A lo largo de los capítulos previos se ha evidenciado la forma en que se ha ido transformando la comunicación, por tanto también los medios de comunicación, y como causa y consecuencia también la sociedad. Frente a esta realidad las formas establecidas dentro de la educación escolar también buscan responder a las nuevas dinámicas y a las posibilidades de uso de nuevas herramientas. Las TICs entre ellas se configuran como las de mayor expansión e impacto dentro del sistema educativo.

A la par de la nueva reforma curricular, empezó a gestarse Edufuturo. Proyecto que en primera instancia impulsó el acceso a la tecnología de los niños, niñas y adolescentes de las escuelas públicas de Pichincha, y en segundo lugar promueve el uso de un Software que estimula el aprendizaje en las diferentes asignaturas.

Edufuturo presenta las posibilidades para proponer crear un medio de comunicación dirigido a niños, desde un enfoque de derechos, al que puedan tener acceso constante y gratuito. Favoreciendo la inclusión de este sector etéreo como actores sociales activos y como fuentes de información. A la par de incentivar la familiarización con las herramientas de la Web 2.0. De esta manera proponer una opción para atender dos elementos rezagados en la sociedad ecuatoriana, de gran importancia para el presente y futuro, el periodismo para niños y la alfabetización tecnológica.

“Hay que recordar siempre que el periodismo es, ante todo, un acto de servicio. Es ponerse en el lugar del otro, comprender lo otro. Y, a veces, ser el otro”<sup>59</sup>.

---

<sup>58</sup> Kaplún Mario. “Una Pedagogía de la Comunicación” Madrid-España. Ediciones de la Torre. 1998. Pág. 17

<sup>59</sup> Tomás Eloy Martínez. Decálogo del periodismo. Charla informal con redactores del Diario La Nación. Argentina 18 de febrero de 2010.

#### 4.1. ¿Qué es “Edufuturo”?

Edufuturo es un programa de aplicación de las Tecnologías de Información y Comunicación (TIC) a la educación. Fue desarrollado por la Prefectura de Pichincha, a través de su Dirección de Educación.

El programa busca, primero, democratizar el acceso a las tecnologías en la provincia, además, crear una familiarización de docentes y estudiantes con estas herramientas y el fomento en la creación de nuevos sitios Web que permitan potenciar el desarrollo académico y social de los niños.

Con este fin se propende la capacitación de educandos y educadores en la aplicación de TICs, que a decir de los creadores de este programa marcan una diferencia entre las Instituciones Educativas con acceso a las ellas.

El sitio Web [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com) ha obtenido 2 premios internacionales, en el 2002, en las categorías “Industria” e “Iniciativa educativa”, por parte de la Internet Society y en el 2006, fue premiado como Mejor Iniciativa en TIC's del Ecuador, en la categoría Usuarios e Industria, otorgado por la ISOC y Corpece. Estos premios se han otorgado entre varias otras nominaciones a nivel internacional, dando una garantía amplia a la calidad y necesidad de implementar este programa en la educación.

*Estas tecnologías se encuentran aún en expansión pero están marcando a las nuevas generaciones desde las edades más tempranas, convirtiendo su uso en un requisito de la vida cotidiana<sup>60</sup>.*

Desde este programa, se reconoce el cambio inevitable que está causando en la educación el uso y desarrollo de estas nuevas tecnologías. Toda la información que se posee en la actualidad pasa directa o indirectamente a través de una computadora, y esta tecnología sigue en expansión.

El proyecto Edufuturo además de otorgar a cada Institución educativa pública de la provincia ordenadores e Internet, generó un Software que está directamente relacionado con los contenidos de cada nivel de instrucción básico. Que además es interactivo y respetuoso de los derechos de los niños, niñas y adolescentes. Por tanto los contenidos se ajustan a las actividades académicas que los niños realizan a lo largo del año lectivo.

*Este software se caracteriza por presentar material educativo*

---

<sup>60</sup> Dirección de Educación de la Prefectura de Pichincha. [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com). 2010-02-10

*contextualizado a las características de la población ecuatoriana, de forma lúdica y asequibles a niños y niñas de hasta 12 años<sup>61</sup>.*

Edufuturo se marcó como primer objetivo la formación al docente, ya que si ellos no poseen el conocimiento necesario, no serán capaces de impartirlo a sus alumnos. El docente es el primero que requiere un involucramiento con las tecnologías.

*La formación de los docentes en la aplicación de las TIC's debe realizarse desde planteamientos pedagógicos que garanticen la incorporación de estas herramientas a la realidad de las instituciones educativas<sup>62</sup>.*

El segundo objetivo de edufuturo fue enfrentarse a las diferencias existentes entre centros que poseen infraestructura y equipo convencional adecuado frente a otros que carecen de ellos, frente a esta realidad la Prefectura de Pichincha entregó equipos de igual calidad a las escuelas fiscales y fiscomisionales de la provincia que se benefician de este programa.

Edufuturo buscó que la tecnología forme parte de las actividades académicas regulares de estas Instituciones, convirtiendo a la tecnología en un elemento central del ambiente escolar.

Este Software utiliza recursos animados en dos y tres dimensiones, intentando responder a los intereses del público al que se dirige: los niños.

Edufuturo también contaba con un sitio Web, a través del que se podía tener acceso a tres diferentes lugares, el primero, la sección de educación, que motivaba el uso de herramientas tecnológicas para la información y la comunicación. El segundo, la sección cultura, donde se daba una mirada a las nacionalidades y regiones del Ecuador, buscando difundir valores identitarios.

Además, a través de [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com) se podía acceder a una biblioteca virtual en línea, donde textos podían ser leídos a través de la pantalla del computador.

En conclusión, edufuturo buscó ser un facilitador en el acceso a los recursos que ofrecen las TIC's. Y aquí entra en conexión con la educomunicación, ya que este programa trató de ser un "modelo basado en el aprendizaje a través de la investigación y la construcción del conocimiento en forma cooperativa,

---

<sup>61</sup> Dirección de Educación de la Prefectura de Pichincha. [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com). 2010-02-10

<sup>62</sup> Op. cit.

para que los alumnos puedan profundizar en el aprendizaje de los contenidos que deben adquirir”<sup>63</sup>.

De esta manera el programa aspiraba a que el conocimiento deje de ser lento, escaso y estático, y además buscaba que la escuela como espacio físico no sea el único lugar de aprendizaje, sino que los estudiantes puedan acceder al conocimiento en cualquier lugar y momento.

Los diseñadores responsables de este proyecto fueron “Pentaedro” empresa de Diseño Integral. Esta empresa tiene más de 8 años de experiencia y se especializa en el uso apropiado de medios y nuevas tecnologías.

Pese a que edufuturo fue un proyecto que se gestó y empezó durante la prefectura de Ramiro González, y que continuó durante el período de Gustavo Baroja, es el Ministerio de Educación quien actualmente está a cargo del mismo, pues según el nuevo marco Constitucional la educación debe ser atendida por el Estado a través de esta dependencia.

#### **4.2 ¿Qué beneficios ha traído a la educación la aplicación de Edufuturo?**

Según Damián Villalba, Coordinador Pedagógico del Programa Quito Educa Net, en una hora usando Internet se puede aprender tanto o más que en una semana completa de clases. Sucede que mientras los niños navegan en la Red, cuentan con una libertad mayor para escoger contenidos según sus intereses, y por lo mismo se potenciará su capacidad de entendimiento y aprehensión de la información.

Poseen además, la capacidad de abstraerse de un espacio en el que comparten con alrededor de 40 niños más a un solo profesor. A la poco probable oportunidad de aclarar todas sus dudas o de comentar sus ideas.

*Estos programas de educación multimedia fueron creados tomando en cuenta los contenidos, destrezas y ejes transversales de la reforma curricular ecuatoriana de tal manera que siempre estén acordes a lo que los alumnos y alumnas reciben en sus clases.*

*El uso regular del software entregado por edufuturo, junto con el uso del Internet tiene efectos positivos dentro de la formación de los estudiantes, quienes han mejorado su capacidad de concentración y atención<sup>64</sup>. Uno de los factores más importantes de Edufuturo es que*

---

<sup>63</sup> Op cit.

<sup>64</sup> Cuesta Gabriel. Pentaedro. [www.pentaedro.com](http://www.pentaedro.com). 2010-11-02

busca romper con la brecha digital en la provincia de Pichincha, brindando la posibilidad a todos los niños que acceden a una educación básica gratuita a compartir con las herramientas tecnológicas, conociendo su funcionamiento y aprovechando las destrezas que permite aprender y aplicar.

Edufuturo no ha traído solamente beneficios para los educandos, también los educadores han sido vistos como eje fundamental en el desarrollo de ese proyecto. Las capacitaciones a profesores y administrativos en el uso de las TIC son constantes y evita la resistencia por parte de los docentes a los vertiginosos cambios tecnológicos y comunicativos.

#### **4.2.1 Avance del proyecto Edufuturo**

Según el actual prefecto del Gobierno de la Provincia de Pichincha Gustavo Baroja, Edufuturo alcanzó a todas las escuelas públicas de la provincia, sin excepción alguna, mientras el proyecto estaba en manos de este Gobierno, pero a partir de su entrega al Ministerio de Educación del Ecuador, no han existido actualizaciones del software, ni nuevos emprendimientos con este programa.

María José Carrión, asesora de la Ministra de Educación del Ecuador, Gloria Vidal, reconoce que edufuturo ha sido dejado de lado por las necesidades básicas que posee el área educativa a nivel nacional. Si bien admite la importancia de la alfabetización tecnológica y de la necesidad de iniciativas como esta para mejorar la calidad de la educación, dice que lastimosamente no han podido aumentar la aplicación de Edufuturo a nivel de todo el país. Por ahora, recalca se han mantenido trabajando en la nueva ley de educación, que entrará en vigencia de ser aprobada por la Asamblea Nacional. En ella se incluye el fomento a las TIC en la educación ecuatoriana, lo que para ella constituye el marco legal apropiado para destinar recursos para este fin.

A pesar de este aparente abandono, las escuelas de Pichincha continúan utilizando el software de Edufuturo, así como las computadoras con acceso a Internet. Dentro de la Escuela Fiscal Mixta 9 de Julio, se utilizaba tanto a la Red como a los CD Rooms de Edufuturo en diversas asignaturas, pues las horas de computación no abastecen la curiosidad de los niños por estas herramientas tecnológicas.



El software entregado a las escuelas continúa funcionando, pero el sitio Web de Edefuturo ha sido suspendido desde el mes de febrero. El Ministerio de Educación no ha destinado recursos para el mantenimiento del mismo, pese a que los niños de las escuelas fiscales de Pichincha lo utilizaban con regularidad.

Edefuturo por tanto dejó un acceso masivo al Internet en las escuelas fiscales de Pichincha, un software temático para cada nivel de educación básica, pero ya no está presente dentro de la Red. Dejando un espacio vacío. Pues los niños no reconocen otro sitio Web desarrollado en el Ecuador dedicado a ellos. Además, Edefuturo no logró traspasar las fronteras de la provincia de Pichincha, dejando a la mayoría de la niñez ecuatoriana aún alejada del acceso a una tecnología que se va transformando en una más de sus necesidades básicas insatisfechas.

### **4.3 Unidad Educativa Fiscal Mixta 9 de Julio**

La escuela “9 de Julio” es una de las primeras instituciones educativas en utilizar Edefuturo dentro de sus aulas, en la educación de los niños. Está ubicada en el cantón Cayambe de la provincia de Pichincha. Por ello fue escogida para establecer el plan piloto del presente proyecto valiéndose de su infraestructura y tomando a sus estudiantes como la población de estudio.

#### **4.3.1 Historia**

Esta Institución educativa remonta sus inicios a principios del siglo XIX, con la llegada del liberalismo al Ecuador, En el año de 1895 se conformó como “Escuela Fiscal Popular”. Algunos años después, durante el Gobierno Nacional del General Eloy Alfaro, cambió su nombre al de “Escuela Superior Eloy Alfaro”.

A partir de 1913, la escuela empieza un duro período de cambios, que incluyeron la pérdida del lugar donde funcionaba. La escuela se vio forzada a arrendar por casi 10 años.

Finalmente, en 1923, en la ciudad de Quito se eleva a escritura pública el contrato de compra venta del terreno donde hasta la actualidad funciona dicha Institución. Por resolución ministerial número 293 se otorgan las escrituras a la escuela, por un valor total de 8000 sucres, dinero que es cancelado por la

colecturía de Instrucción Pública de Pichincha, con cargo a fondos especiales destinados a implementación de locales escolares.

La construcción de la escuela tardó en finalizar por falta de fondos, pero se concluyó en el año de 1928 gracias a las colaboraciones de dos ciudadanos cayambeños, los señores Gabriel García Alcázar y Virgilio Jaramillo, quienes en total donaron 32000 sucres, que junto a 5000 otorgados por el Gobierno Nacional, costearon la edificación del plantel.

Con la construcción finalizada en 1928, la escuela adopta su actual nombre, "Escuela 9 de Julio". Que funcionó como escuela exclusivamente de niños hasta la reforma ministerial que dispuso que su educación sea mixta desde el año de 1992.

El licenciado Fausto Jácome es su actual Director, y cuenta con el apoyo de 28 docentes permanentes que cuentan con una asociación de maestros con personería jurídica aprobada por el Ministerio de Bienestar Social en 1998.

La escuela tiene un total de 900 alumnos desde el primer año de educación básica, hasta séptimo. Y su demanda es más alta todavía, pero su espacio y cantidad de maestros no alcanzan a satisfacer las peticiones de cupos.

#### **4.3.2 Infraestructura**

La escuela cuenta con varias edificaciones que suman un total de 36 aulas. Cuatro laboratorios y un área de recreación de aproximadamente 350 metros cuadrados. Además está el área administrativa donde funciona la Dirección, la colecturía y la secretaría. También tiene un departamento médico con una enfermera y una odontóloga.

Considerando a las Ciencias Naturales de gran importancia en la formación integral de la niñez y adolescencia, la escuela cuenta con un laboratorio de ciencias, donde se practica una metodología de práctica y experimentación. Este laboratorio se utiliza como el lugar para realizar experimentos y verificar la teoría, favoreciendo la comprensión global de los temas de estudio.

Este laboratorio cuenta con un espacio amplio, suficientes mesas de trabajo para atender a cerca de 40 estudiantes por clase, buena iluminación y ventilación. Además de elementos químicos y reactivos que permiten las prácticas.

Gracias al esfuerzo y gestión de las autoridades de la Institución, el Gobierno de la Provincia dotó de dos laboratorios de computación, ambos cuentan con servicio de Internet, y además pueden utilizar el software de Edufuturo en las diferentes asignaturas.

*Se han detectado efectos positivos en la velocidad lectora, aumento de la comprensión y disminución de errores de pronunciación, aumento del vocabulario y mejor desempeño en álgebra<sup>65</sup>*

Cada laboratorio cuenta con un computador para cada estudiante, lo que pese a la cantidad de niños permite una enseñanza personalizada y una mayor familiarización con esta herramienta tecnológica. Los niños no son espectadores de lo que muestra su profesor como pocos años atrás, sino que ellos mismos manejan cada máquina, aprendiendo desde a prenderla y apagarla, hasta a ingresar búsquedas en Internet y participar de forma interactiva con la tecnología.

Uno de los laboratorios mantiene Internet alámbrico, mientras el otro tiene banda ancha, por lo que la velocidad de navegación es variable de uno a otro. Pero esto no impide el funcionamiento de ambos y la complacencia de los alumnos con sus horas semanales de computación.

---

<sup>65</sup> Paredes Nelson “Bodas de Diamante Escuela Fiscal Mixta 9 de Julio” Cayambe- Ecuador. Imprenta del Gobierno de la Provincia de Pichincha. 2003 Pág. 15

## **CAPÍTULO V**

### **METODOLOGÍA DE LA INVESTIGACIÓN**

Esta investigación se realizó tras encontrar que un sector o grupo étnico de la sociedad ecuatoriana no está atendido por los medios de comunicación bajo un enfoque de respeto a sus derechos. Se pudo descubrir este inconveniente gracias a la observación y monitoreo de los medios de comunicación, de su tratamiento de contenidos para y sobre la niñez. Se utilizó a la deducción e inducción de datos, conclusiones y recomendaciones que permitieron que se vislumbre una propuesta para solucionar el problema, lo que se intenta es que los niños puedan acceder a un medio de comunicación que favorezca su desarrollo emocional y educativo.

Para investigar las estrategias de comunicación y educación requeridas para el desarrollo de una revista digital para niños en etapa escolar es necesario empezar con un estudio exploratorio, que permita mediante la observación directa, no participativa, determinar las características generales que competen a la investigación, tales como infraestructura del plantel, el avance tecnológico, familiarización de sus estudiantes con el Internet, etc. Se observará de forma estructurada a los medios de comunicación, tradicionales y a los de plataforma digital del Ecuador, para poder anotar sus características principales y sus puntos de acción y enfoques con respecto a la niñez.

Esta investigación prosiguió con una observación, estructurada y no estructurada, con documentación bibliográfica que versó sobre la temática planteada y el diálogo del que se recogieron diversas opiniones e ideas sobre el problema encontrado.

Se utilizó una metodología que partió de un enfoque mixto, que garantizó el más alto grado de integración y fusión entre las características cualitativas y cuantitativas.

El enfoque cuantitativo fue utilizado al momento de escoger una población y una muestra representativa de la misma que sería investigada para la obtención de datos mediante una encuesta de 13 preguntas cerradas, que posteriormente fueron analizadas estadísticamente para llegar a conclusiones que determinaron gran parte de la propuesta presentada.

Se usó el modelo cualitativo al elegir sujetos de estudio o una unidad de análisis, para lo cual se realizaron entrevistas semiestructuradas con preguntas abiertas que reportaron opiniones e información necesarias que fueron analizadas. Tras este proceso se completó la propuesta con ponencias especializadas.

El diálogo semiestructurado se ajusta a las necesidades de la presente investigación. Se buscará el diálogo con informante clave, como expertos en periodismo para niños, profesores, psicólogos infantiles, periodistas de medios tradicionales con quienes dialogar sobre el papel de los niños como generadores y receptores de información.

La documentación es parte vital de la investigación, ya que permite obtener el marco teórico sobre el cual se fundamentará la propuesta de la revista digital para niños escolares. La documentación se realiza con la indagación de diferentes tipos de documentos como libros, análisis, tesis, periódicos, revistas, informes y todo documento que posibilite una recopilación completa de datos para poder identificar los puntos clave del problema planteado y sus posibles escenarios.

Este proceso hace uso de una lógica deductiva, ya que a partir de las generalidades encontradas se llega al caso específico de la propuesta de revista digital para los niños de la Escuela Fiscal Mixta 9 de Julio

### **5.1. Alcance:**

Con la información recogida mediante las técnicas de observación, diálogo y documentación se podrá realizar un acercamiento a las características de las variables planteadas, sus especificidades y sus manifestaciones. Alcanzando el estudio exploratorio descriptivo que permita analizar las posibilidades de incorporar a la educación de los niños de la Escuela Fiscal Mixta 9 de Julio una revista digital, que potencie su manejo del Internet, a la vez que incentive la lectura de contenidos periodísticos realizados para ellos. El estudio descriptivo permitirá profundizar en los intereses de los niños y de las estrategias comunicativas y educativas aplicables a su realidad.

## 5.2 Determinación de parámetros:

### 5.2.1 Población

La población para este trabajo de investigación está compuesta por los niños y niñas que estudian en la Escuela Fiscal Mixta 9 de Julio, de la ciudad de Cayambe, provincia de Pichincha. Con edades que fluctúan entre los 6 y 12 años de edad.

Esta institución es una escuela fiscal que ofrece sus servicios de forma totalmente gratuita para sus estudiantes que son en su mayoría niños de hogares de clase económica media baja y baja. Sus accesos a la tecnología se dan principalmente dentro de la Institución educativa.

Representa a una población que a pesar de no estar plenamente familiarizada con el uso del Internet tiene acceso al mismo, factor que pretende ser explotado con la revista digital para niños.

Esta Institución tiene un total de 867 alumnos en educación básica, los que son la población de estudio para la presente investigación. Las encuestas y observaciones a realizarse en esta población son viables gracias a la apertura de las autoridades de la Institución y de la Prefectura de Pichincha a proyectos que complementen su programa "Edufuturo".

#### Muestra:

- $n = \frac{N}{\frac{E^2 (N-1) + 1}{0.0009 (866) + 1}}$
- $n = \frac{867}{1.7794}$

**Total = 487.24**

Se aplicarán 487 encuestas entre los alumnos de educación básica de la Escuela Fiscal Mixta 9 de Julio.

## 5.3 Instrumentos de Investigación:

Para esta investigación se aplicarán encuestas de opción múltiple, que permitan obtener información complementaria a la observación, indagando en

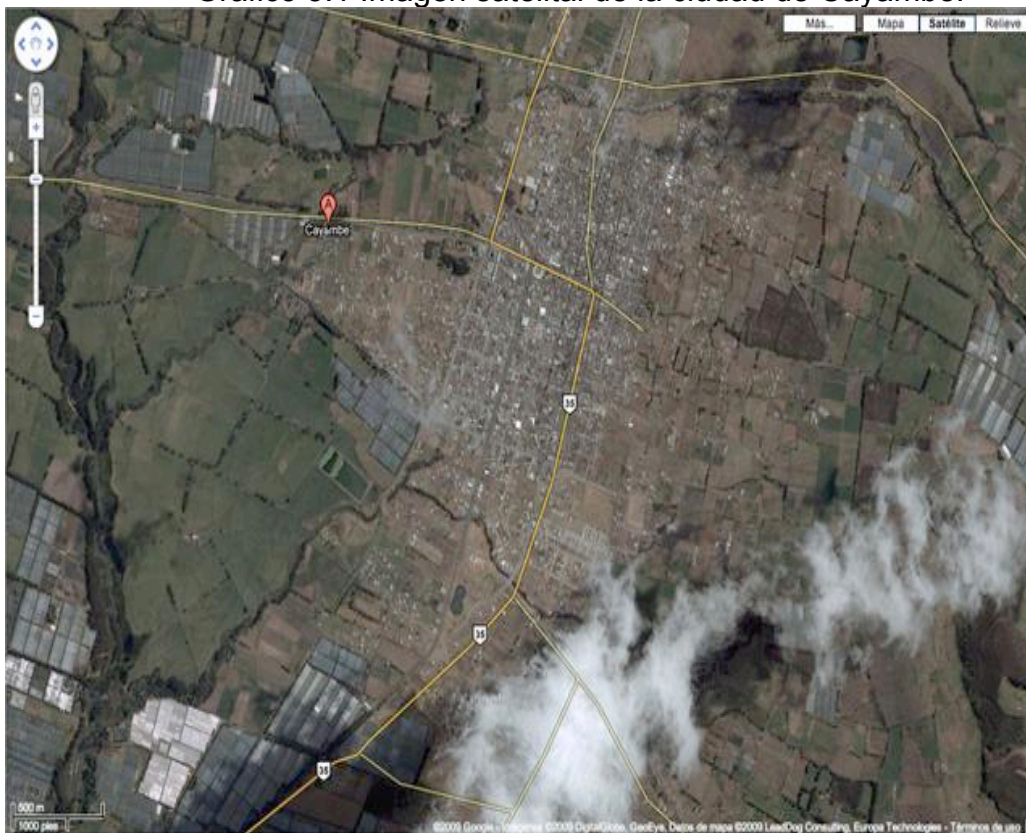
las actitudes y hábitos de la población investigada, o los niños en etapa escolar. Entrevistas semiestructuradas para determinar los temas sobre los cuales se requiere la guía y el asesoramiento de un entrevistado experimentado y conocedor de un tópico requerido, como periodistas, pedagogos o psicólogos infantiles; expertos en medios de comunicación digital, o de defensores de los derechos de los niños dentro de la comunicación.

El fichaje como instrumento para facilitar la recolección de información será utilizado dentro de toda la búsqueda documental, para así mantener un orden dentro de la información recabada.

Además toda la investigación utilizará como instrumento de recolección de información a la grabadora, que permite tener un registro completo de las declaraciones de los entrevistados, una cámara fotográfica que potencia la observación y ayuda a graficar la problemática planteada. Y una filmadora, que permita registrar momentos claves dentro de la investigación. De manera que no se pierda ni el registro audible ni el visible de la investigación.

## 5.4 Mapa de localización:

Gráfico 5.1 Imagen satelital de la ciudad de Cayambe.



Fuente: Google Earth. 2010

## 5.5 Elaboración de los instrumentos de investigación:

Se elaboraron entrevistas de preguntas abiertas para 4 expertos y encuestas de preguntas cerradas para los niños.

### 5.5.1 La Entrevista:

Según Julián Pérez Valdez, periodista cubano, el género de la entrevista busca mostrar al público aspectos poco conocidos sobre la personalidad o la forma de pensar de una persona respecto a un tema, lo que hace que el entrevistador, ineludiblemente, deba conocer de antemano con precisión y profundidad, sobre la persona a quien va a entrevistar, pues de esa forma podrá lograr un trabajo de calidad que resulte llamativo, interesante y diferente en relación con otros de su mismo género.

La entrevista debe ser, en la mayoría de los casos, breve y su lenguaje objetivo y directo, ya que el periodista no debe opinar o hacer juicio sobre lo que dice el



entrevistado, solo se debe limitar a preguntar, con interrogantes cortas, inteligentes y concretas, así como cuidar que las respuestas sean claras.

Al periodista le está permitido debatir la respuesta, pero siempre con miras a hacer otra pregunta y dejar clara la posición del entrevistado.

La entrevista es un juego de preguntas y respuestas que tiene por objetivo el de exponer, mediante las palabras del entrevistado, hechos, razones u opiniones sobre un tema determinado, de forma que el oyente, televidente o lector, pueda llegar a una conclusión.

De ahí, que para lograr lo que se quiere en cada respuesta sea indispensable saber preguntar y demostrar con ello, en cada entrevista, que el periodista es digno rival en lo que algunos autores han denominado “noble duelo” entre quien pregunta y quien responde.

- **Tipos de entrevistas**

Según los especialistas existen tres tipos de entrevistas: De personajes, de actualidad y de opinión.

Entre las de personaje aparecen las de Personalidad (lo que interesa es el entrevistado), Retrato (el entrevistador pinta una imagen lo más cercana posible del entrevistado), y Biográfica (relata la vida del personaje, vivencias y anécdotas)

Aquí aparecen también la Psicológica (considerado test psicoanalítico) De declaración (interesa el tema de la entrevista) De ocasión (sobre un tema de actualidad u ocasional) y de pasatiempo (es una charla larga e informal).

Para este estudio se utilizan las entrevistas de Declaración, pues lo necesario es conocer los argumentos sobre el tema planteado.

- **Entrevistados:**

**Beatriz Paz:** Psicóloga clínica. Atención a menores en la Fundación Hermano Miguel, responsable del área de psicología en la casa hogar "Albergue la Dolorosa" asistiendo a niños y sus familiares que se encuentran en situación de riesgo (alcoholismo, hogares violentos, extrema pobreza, abandono, etc.)

**María José Carrión:** Ex Asambleísta por la Provincia de Pichincha. Actual Asesora de la Ministra de Educación, Gloria Vidal.

**Rebeca Cueva:** Directora de la Agencia de Comunicación de niños, niñas y adolescentes (ACNNA) que realiza un monitoreo constante del tratamiento que dan los medios de comunicación nacionales a la temática de la niñez y adolescencia. Cuentan con el auspicio de UNICEF y la Red Andi.

**Guenrig Silva:** Diseñador Web, experiencia en ilustración de libros para niños. Trabaja en realización de juegos de computadora en la empresa Blue Lizard.

#### **5.5.2 Sistematización de las entrevistas**

- No existe en el Ecuador un medio de comunicación dirigido a niños y niñas desde un enfoque de respeto a sus derechos. Lo que existe son productos para niños.
- Los medios de comunicación del Ecuador ayudan en la generación de visiones estereotipadas de la niñez y adolescencia, mismas que no son extrapolables a la realidad de este grupo etéreo.
- La información presentada en los medios de comunicación sí pueden afectar en la educación y el desarrollo emocional de la niñez, que cada vez destina más tiempo al contacto con ellos.
- Existe una falta de preparación en los comunicadores en las temáticas concernientes a los niños, lo que genera un inadecuado tratamiento informativo.
- El mayor problema del periodismo frente a la niñez es el desconocerlos como actores sociales, ciudadanos. Verlos como objetos de noticia, no como actores de las mismas.

- En un medio de comunicación para niños, deben ser ellos quienes propongan las temáticas. No deben decidir los adultos que deben o no conocer.
- El periodismo enfocado a la niñez debe mantener los mismos estándares de rigurosidad que si fuese para adultos, pero debe entender que su responsabilidad es aún mayor.
- El ser un periodista con “enfoque de derechos” implica el reconocimiento de los ciudadanos como seres humanos, no como víctimas o victimarios de la sociedad.
- El Internet de ser aprovechado de manera adecuada presenta grandes oportunidades para la niñez, para favorecer su desarrollo integral y potenciar sus habilidades comunicativas y su alfabetización digital.
- La educación en TICs se vislumbra como una necesidad elemental dentro de la educación básica del país.
- Los elementos básicos para el desarrollo de contenidos digitales para niños son la sencillez, la concisión y el conocimiento de las herramientas tecnológicas que permiten optimizar la aprehensión de la información, su profundización y la participación activa del usuario.
- La educación y la comunicación están íntimamente relacionadas. Más aún a partir del desarrollo de las TIC, que permiten una nueva visión más participativa de ambas áreas cognitivas.
- La niñez ecuatoriana conoce sus derechos, pero los medios de comunicación deben ser un soporte para su empoderamiento y su demanda.
- En el Ecuador debe generarse un medio de comunicación que respete a los niños y niñas como ciudadanos, que enfoque sus intereses, que no los victimice, ni los juzgue. Que los muestre.

### **5.5.3 Encuesta:**

La encuesta se tomará a partir del concepto emitido por la página especializada en la realización de las mismas, llamada GestioPolis, que se encuentra disponible en la Red. Se entenderá por tanto a la encuesta como la técnica cuantitativa que consiste en una investigación realizada sobre una muestra de sujetos, representativa de un colectivo más amplio que se lleva a cabo en el contexto de la vida cotidiana, utilizando procedimientos estandarizados de interrogación con el fin de conseguir mediciones cuantitativas sobre una gran cantidad de características objetivas y subjetivas de la población.

#### **Ventajas:**

- Técnica más utilizada y que permite obtener información de casi cualquier tipo de población.
- Permite obtener información sobre hechos pasados de los encuestados.
- Gran capacidad para estandarizar datos, lo que permite su tratamiento informático y el análisis estadístico.
- Relativamente barata para la información que se obtiene con ello.

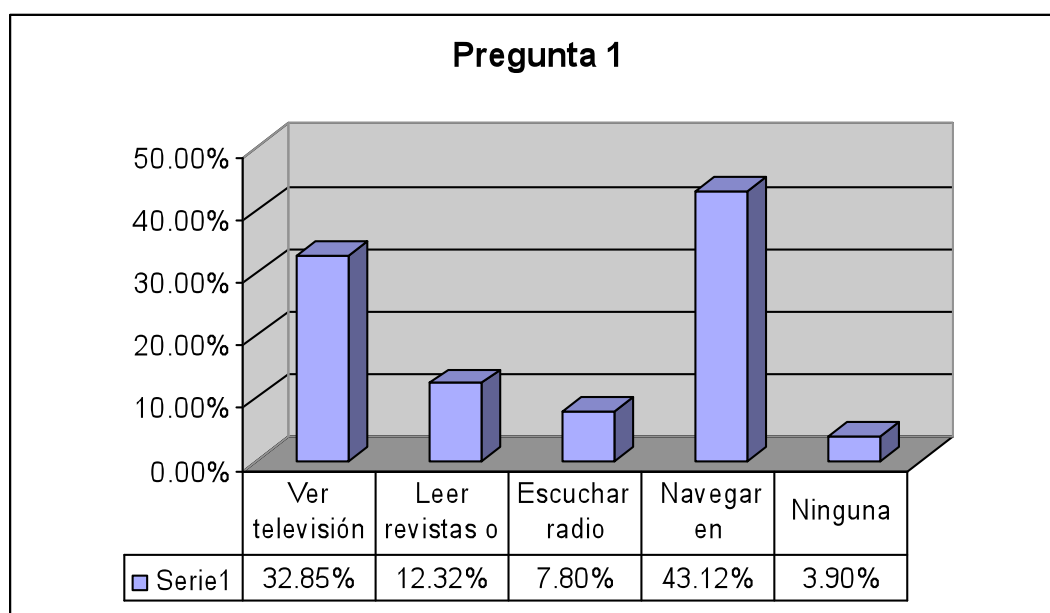
#### **Inconvenientes:**

- No permite analizar con profundidad temas complejos (recurrir a grupos de discusión).

El Cuestionario es el instrumento de la encuesta y es un instrumento de recogida de datos rigurosamente estandarizado que operacionaliza las variables objeto de observación e investigación, por ello las preguntas de un cuestionario son los indicadores.

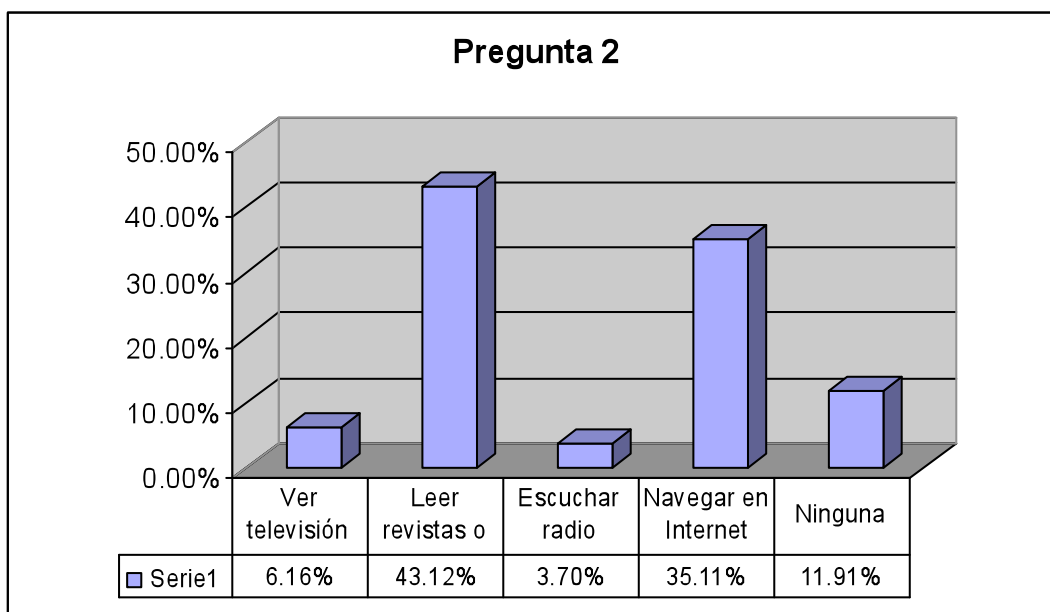
## 5.6 Análisis de datos:

¿Cuál de estas actividades realizas más en tu tiempo libre?



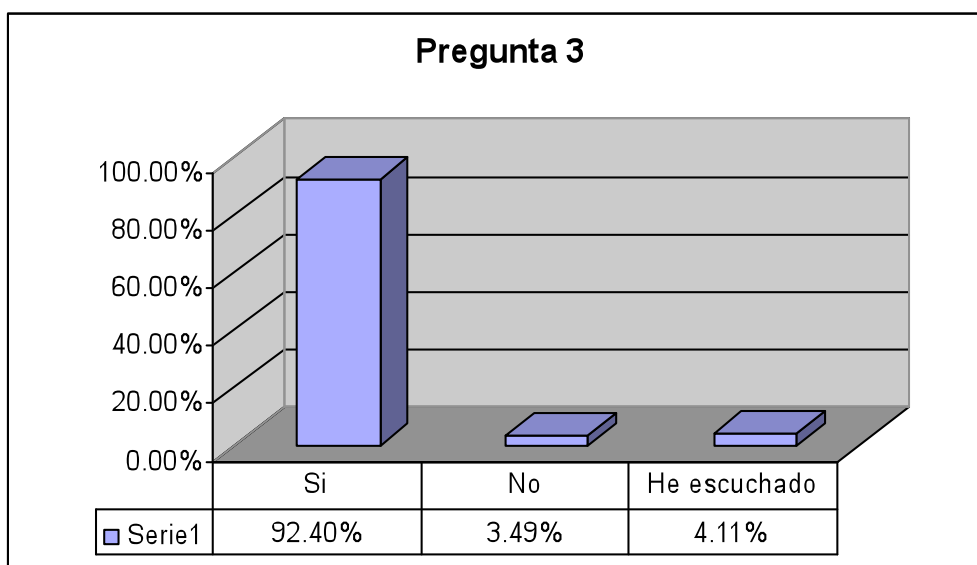
El navegar en Internet se sitúa como la principal ocupación de los niños, pese a los limitantes de acceso y manejo de esta herramienta, el 43.12 % afirma que usa la Red en su tiempo libre, porcentaje seguido por la televisión. Casi la totalidad de encuestados invierte su tiempo en los medios de comunicación.

### ¿Realizas alguna de estas actividades en la escuela?



Un porcentaje bajo de niños invierte su tiempo libre en leer revistas o periódicos, pero esta actividad con los medios de comunicación es la más común dentro de la escuela. El 43.12% afirma que realiza esta actividad dentro de su Institución, el Internet también es una actividad recurrente (35.11%), por lo que el navegar en la Red es una actividad tanto académica como un pasatiempo para los niños.

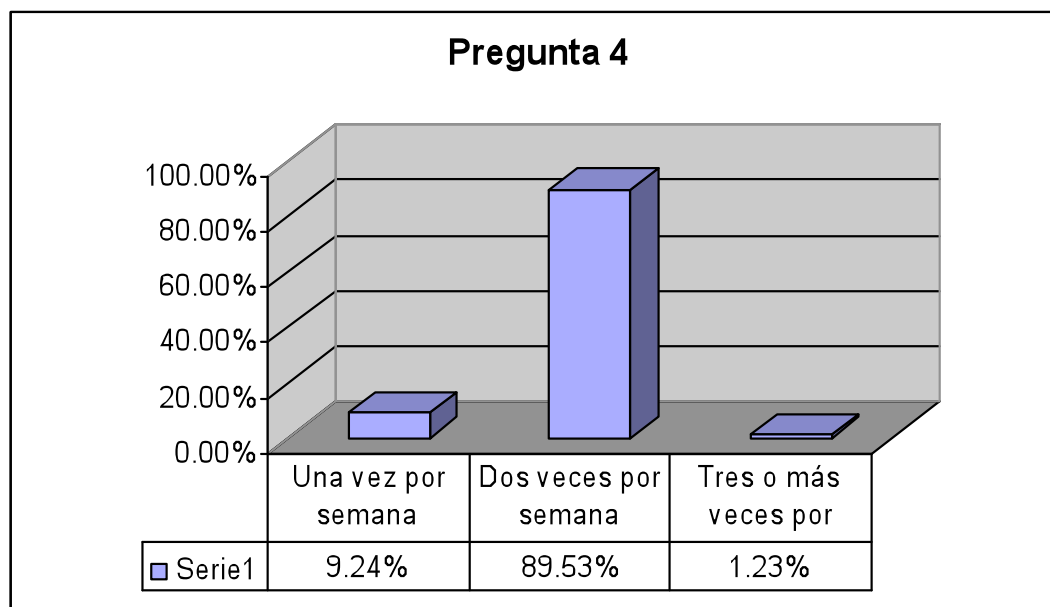
### ¿Conoces del programa Edufuturo?



Cerca del 93% de niños y niñas afirman conocer al programa edufuturo, y el 4% al menos han escuchado algo sobre él, por lo que se puede afirmar que

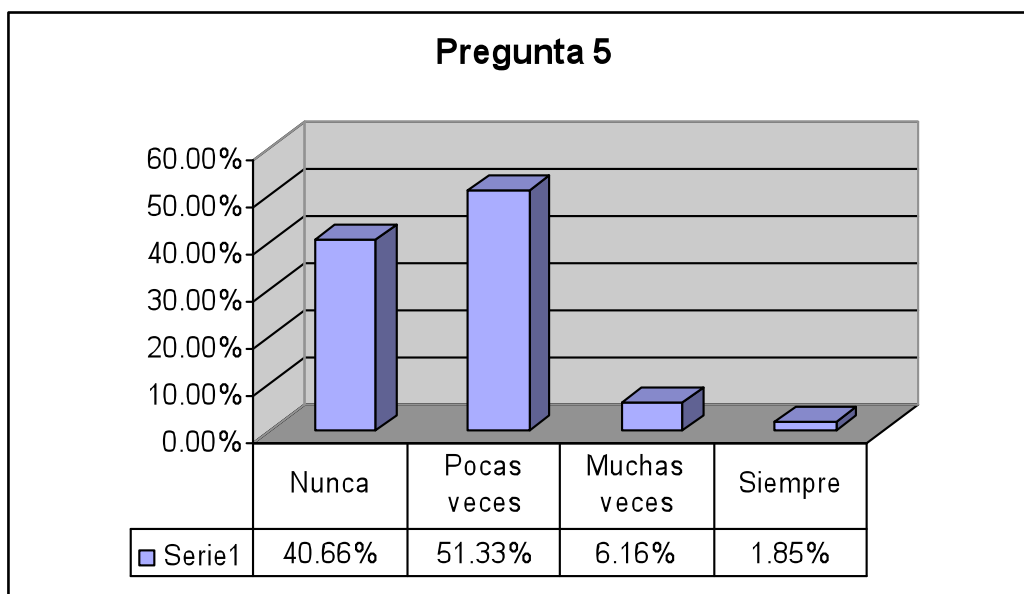
este programa ha alcanzado a casi la totalidad de los estudiantes escolares con su tecnología y software.

#### ¿Utilizas el programa Edufuturo dentro de la escuela?



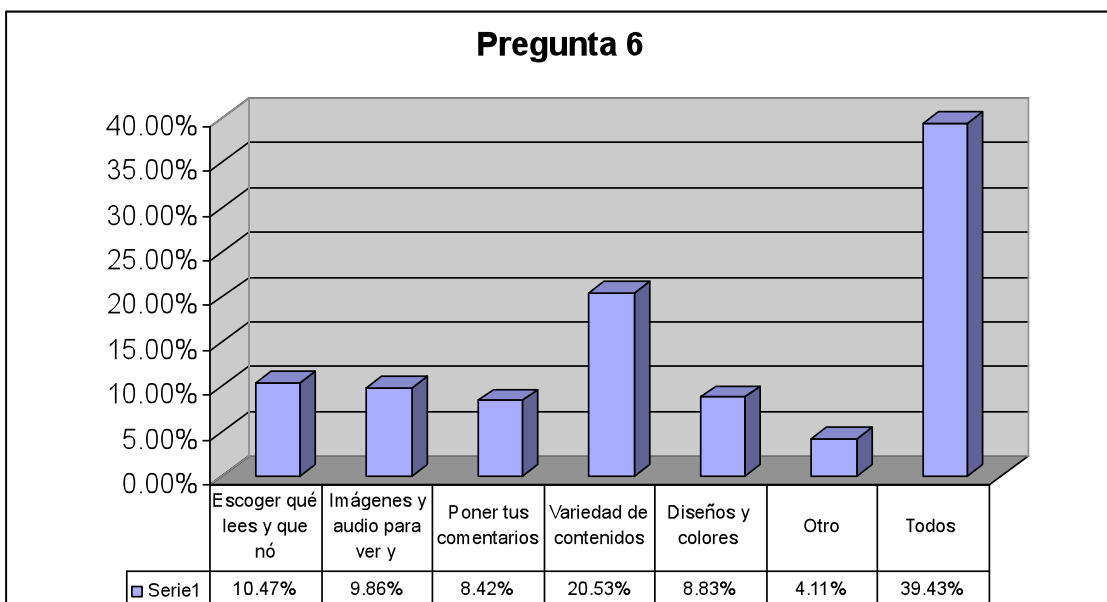
Con una total mayoría de respuestas afirmativas (89.53%) de que el uso de edufuturo es de dos veces por semana, se determina que este programa es parte ya de las actividades académicas regulares de los niños y niñas, por lo que su acceso a la Red se da con regularidad, permitiendo la familiaridad de los niños con esta herramienta tecnológica.

### ¿Utilizas durante el fin de semana el programa Edufuturo?



El fin de semana no es el lapso de tiempo en que los niños y niñas utilizan con regularidad Edufuturo, la mayoría lo hace pocas veces, o nunca. Por lo que se puede identificar que este software está entendido como una actividad académica, al igual que su sitio Web, que pese a ser conocido por los estudiantes no es visitado fuera de la escuela.

### ¿Qué es lo que más te gusta del Internet?

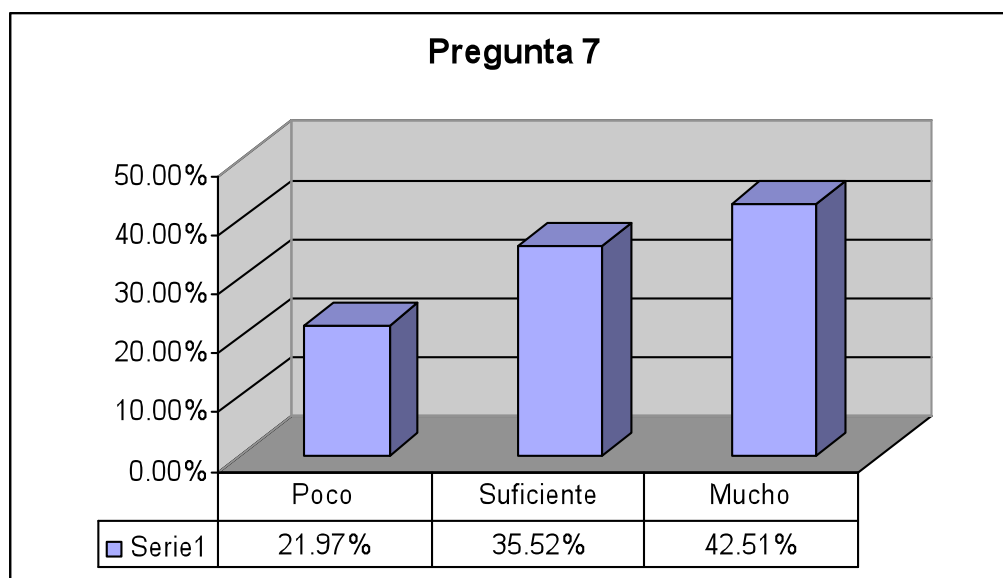


Los niños y niñas se sienten atraídos por las posibilidades de los contenidos en la Red, la variedad de contenidos, la posibilidad de decisión y los diseños son



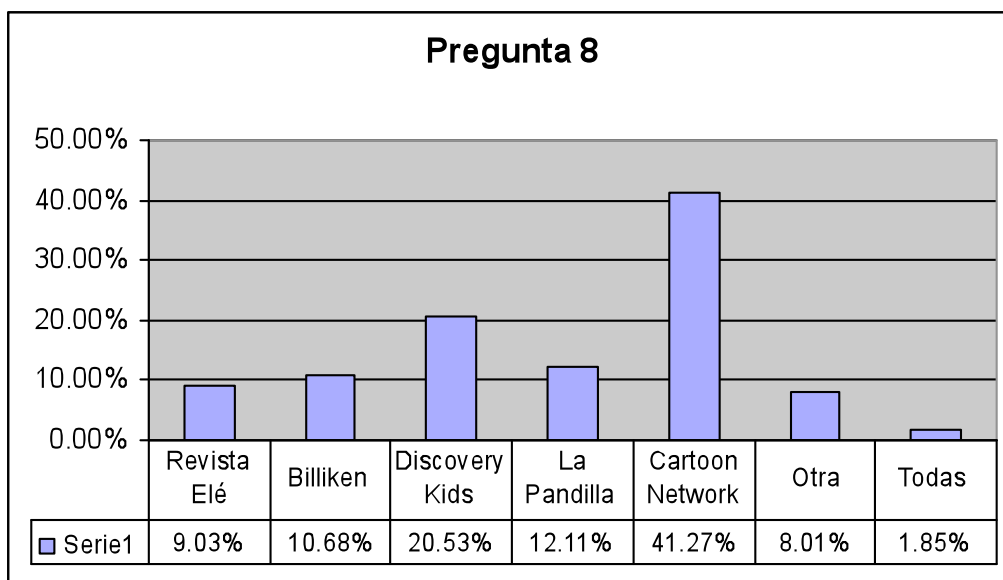
los aspectos más mencionados. Pero el ítem que señala todas las características es el más escogido por los estudiantes, por lo que se concluye que las potencialidades del Internet deben ser aprovechadas y optimizadas para atraer y mantener la atención de los niños.

### ¿Crees que sabes utilizar el Internet?



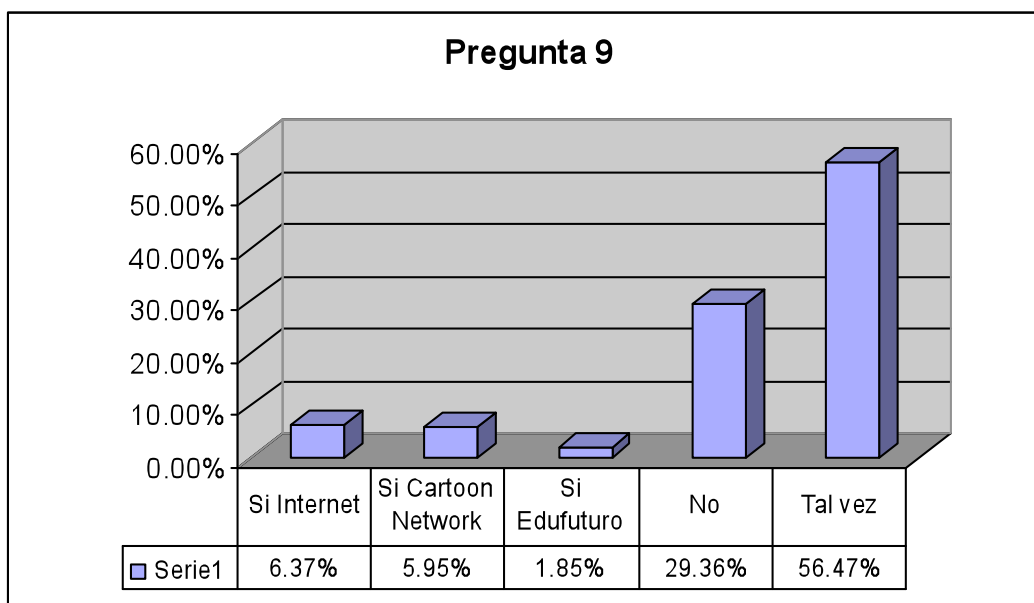
La totalidad de los encuestados afirma conocer el manejo del Internet, los niños reconocen que en la mayoría de casos lo conocen poco o apenas lo suficiente para emprender una navegación, pero existe un porcentaje muy considerable que cree conocer mucho el manejo de esta herramienta (42.51%). Queda evidenciado que existe una brecha en el manejo tecnológico, pero también que cada vez existe una mayor alfabetización digital.

**¿Has visitado alguno de estos sitios dirigidos a niños en Internet?**



Ampliamente existe un mayor acceso de los niños a sitios Web conocidos a través de juegos o dibujos animados como *Cartoon Network* y *Discovery Kids*, estas páginas centran su contenido en juegos interactivos, y son publicitadas en la televisión. Con porcentajes menores se encuentran los sitios de la revista La Pandilla, Elé y Billiken, que no son divulgadas a través de otros medios en el Ecuador.

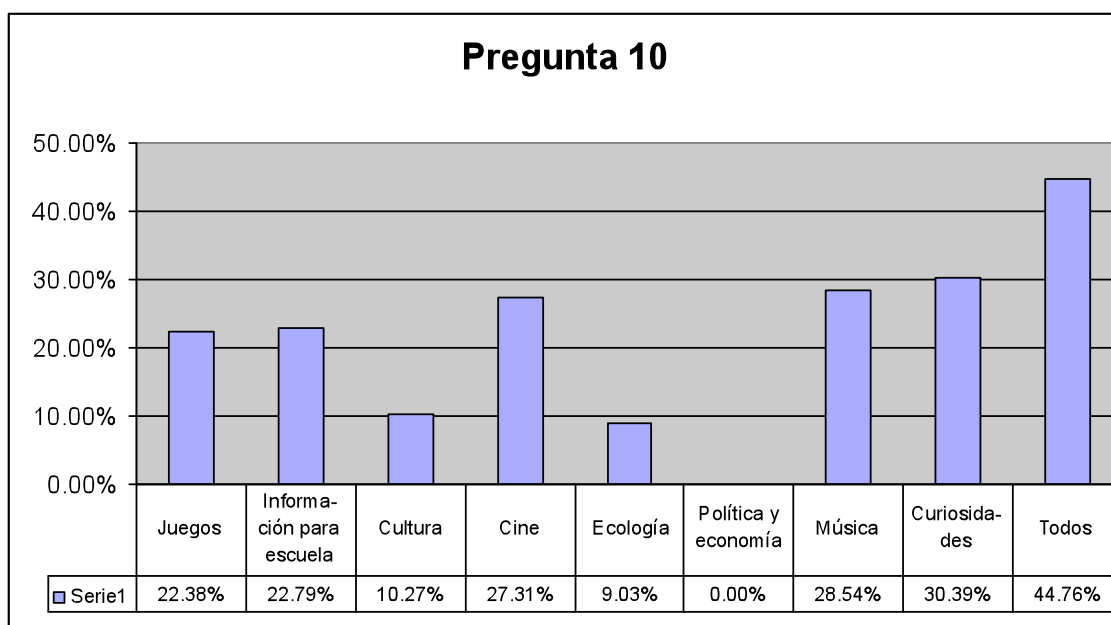
**¿Crees que existe en el país un medio de comunicación dirigido a niños?**



Esta pregunta es una de las más concluyentes dentro de la presente investigación, pues corrobora la idea de que no existe un manejo adecuado de

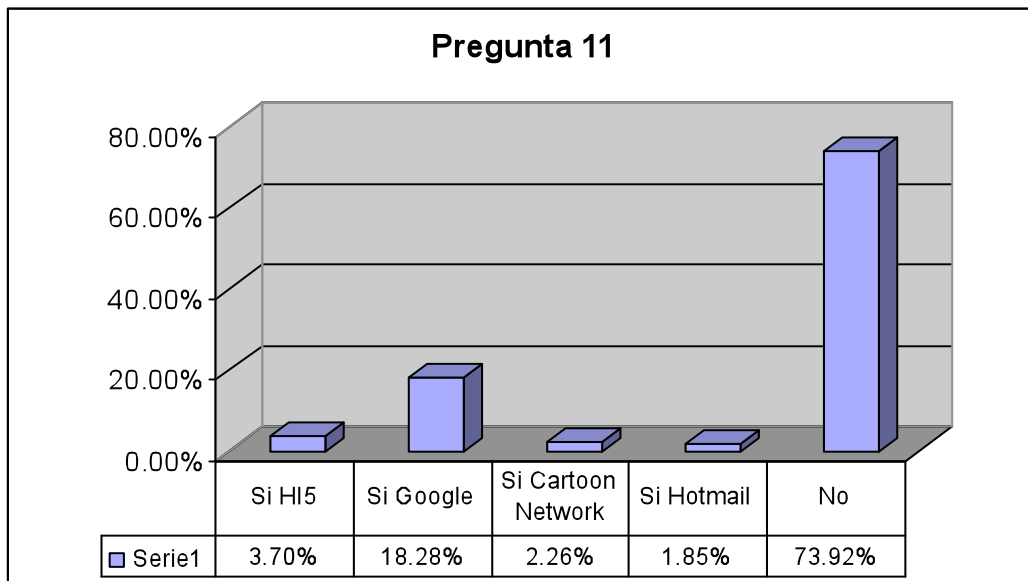
los medios de comunicación de los contenidos dirigidos a niños o sobre ellos, pues los estudiantes consultados afirman en su mayoría no saber si existe o no un medio para niños en el país. El 29.36% cree que no existe, y quienes creen que sí, afirman que es el Internet en general o el medio de comunicación *Cartoon Network*, el que pese a estar dirigido a niños compete contenidos exclusivamente de entretenimiento.

**¿Acerca de qué te gustaría tener más opciones de sitios en Internet?**



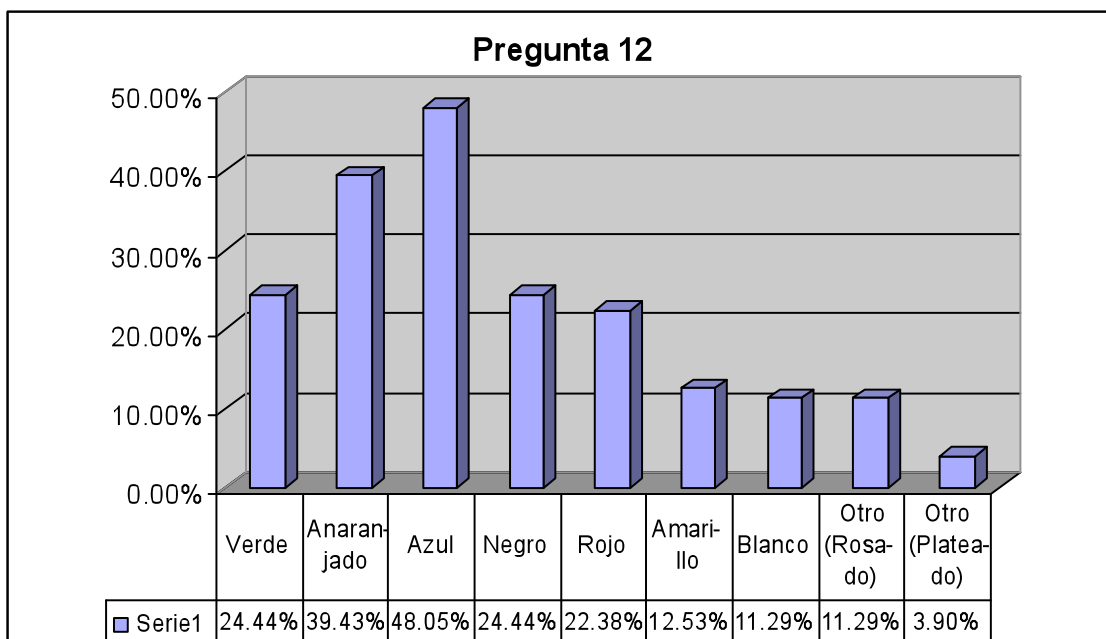
Se puede identificar que el tipo de contenidos que buscan los niños en la Red son variados y no organizados en una sola estructura de sitio Web, por lo que una revista es una opción para abordar de manera adecuada todos los temas seleccionados por los estudiantes. El ítem que señala a todos los contenidos es el que logra la mayor votación casi el 45%. De manera individual es el cine, las curiosidades y la música los temas en que los niños presentan mayor interés.

**¿Existe algún sitio en Internet que conozcas que te dé toda esa información?**



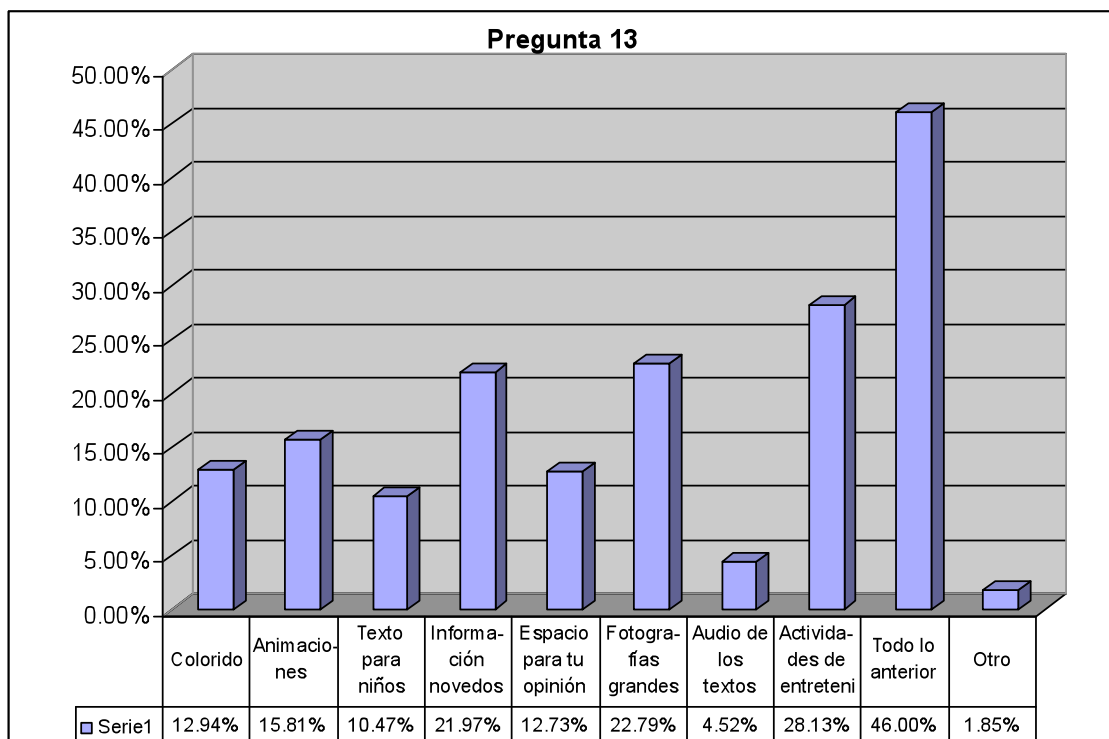
El 74% de los niños creen que no existe dentro de la Red un sitio que les ofrezca información o aplicaciones sobre todos los contenidos mencionados, por lo que la generación de una revista digital dirigida a niños proporcionaría la ocupación de un vacío dentro de los sitios Web. Los niños que piensan que sí existe un sitio en la Red que les proporcione esa información creen que éste es el de *Cartoon Network*, o el de *Google*, *Hi 5* o *Hotmail*. Sitios que excepto el primero no son plataformas para niños, y que no contienen este tipo de información dentro de un solo sitio.

### ¿Qué colores quisieras que tenga un sitio en Internet para niños?



Los niños consultados escogen más de un color para un sitio Web dirigido a ellos, el azul y anaranjado es el más votado. Se concluye que un sitio en la Red para niños debe estar pensado con colores fuertes y con contrastes que potencien su visualización e impacto. Las combinaciones sin embargo deben responder a una combinación que genere armonía e impacto, y seguir los requerimientos del diseño Web.

## ¿Qué características te gustaría que tenga un sitio para niños en Internet?



Los niños y niñas muestran interés fundamental en todas las características que pueda tener un sitio Web hecho para ellos, el diseño y las aplicaciones son tan importantes como los contenidos de texto y gráficos. Se concluye que los niños conocen las posibilidades que brinda el Internet para realizar un sitio Web para niños, y el cumplimiento de esas características son las que demandan. El ítem menos votado que refiere al audio es el que menos interés muestra, pese a ello es de gran importancia para personas con discapacidades visuales.

## Recomendaciones:

- Dado el porcentaje de niños que dedican al Internet parte de su tiempo libre, es necesario primero continuar con programas que acorten la brecha digital en los niños y niñas. Además, se requiere de sitios en la Red que ellos puedan visitar sin afectar sus derechos o vulnerar su sensibilidad.
- En vista de que el leer revistas o periódicos y el Internet son objeto de estudio dentro de la escuela, estas herramientas comunicativas deben entender a los niños y niñas como uno de sus públicos, y aprender a dirigirse de manera adecuada hacia ellos y hacia su temática.
- El programa Edufuturo es ampliamente conocido por los estudiantes investigados, por lo que su contenido y continua actualización es importante dentro del desarrollo de competencias educomunicativas y tecnológicas.
- Pese a que los niños conocen Edufuturo no lo visitan regularmente fuera de la escuela, se recomienda que se proponga un sitio en la Red que contenga temas de interés para los niños, desde un enfoque de derechos, al que ellos accedan en cualquier momento.
- Los niños y niñas dan una importante valoración a las aplicaciones que permite acceder el Internet. Es recomendable que un sitio dirigido a este grupo etéreo potencie su alcance usando las diversas maneras de comunicar posibles y en la interactividad que permite la Red.
- Es recomendable que se continúe con el proceso de familiarización con las herramientas tecnológicas de los niños en las escuelas, pues pese a que la mayoría cree utilizar de manera eficiente el Internet, esta tecnología está en continuo cambio.
- El sitio Web más visitado por niños es el de *Cartoon Network*, por lo que es recomendable tomar ciertos ejemplos de éste, identificando los

puntos de interés de los niños y niñas, pero manteniendo las diferencias de fondo respectivas.

- Se recomienda el desarrollo de un medio de comunicación claramente dirigido a la niñez, pues la mayoría de ellos no sabe si existe un medio de comunicación de esta naturaleza. Realidad alarmante al saber que está en el mercado más de un ejemplo de revistas para niños, pero este grupo no las entiende como tal.
- Al desarrollarse un sitio en la Red dirigido a niños en edad escolar, se recomienda que aborde temas como el cine y la música, y temas curiosos, no se puede dejar de lado la información para la escuela y los juegos. Los niños no creen que ningún sitio les brinde estos contenidos.
- Es recomendable que un sitio Web para niños tenga contrastes en los colores de su diseño. Es recomendable que se utilice colores como azul, anaranjado o verde que son los que un mayor número de niños escogió.



## **CAPÍTULO VI**

### **PROPUESTA DE REVISTA DIGITAL PARA NIÑOS EN EDAD ESCOLAR**

#### **6.1 Denominación del Proyecto**

Jacques Piette, profesor del Departamento de Letras y Comunicación de la Universidad de Sherbrooke en Canadá, afirma que ya no se puede identificar a la escuela como la principal fuente de información de los estudiantes, y que la sociedad de la información requiere de nuevas relaciones de éstos con los medios de comunicación.

Por esta razón, es necesario pensar más allá de las barreras físicas y conceptuales de lo que representa la escuela para los niños. Un medio de comunicación dirigido a ellos debe considerar las realidades que viven, bajo su punto de vista y en base a sus circunstancias. Adaptando, además, dicho medio a las actuales exigencias de la sociedad.

Partir de las ideas de la niñez debe ser la base de los contenidos de la revista digital planteada. En base a ellas es posible ir identificando los intereses, las necesidades y las potencialidades comunicativas que los niños y niñas buscan experimentar.

El nombre con que se conocerá a la propuesta de revista digital para niños es “Ideonautas”. Nombre que representa el navegar por las ideas, que es justamente lo requerido para experimentar una comunicación con la niñez.

Este nombre surge de la palabra *ideo*, que provienen del término *idear* “Imaginar, pensar, formar en la mente la idea de una cosa”.<sup>66</sup> Unido a “nauta”, palabra en latín que se utiliza en el español con un significado de navegar o navegante.

Por ello “Ideonautas” es la revista que busca navegar por las ideas de la niñez, para a partir de ellas comunicarse con este grupo etéreo hasta el momento desatendido por el periodismo. El nombre cumple además con las teorías de usabilidad dentro de la Web, ya que en primer lugar está disponible, es corto y castizo, por lo que no representa culturas ni idiomas ajenos y que sean difíciles de recordar o escribir.

---

<sup>66</sup> Pequeño Larousse Ilustrado. Buenos Aires- Argentina. 1999

Ideonautas tampoco hace referencia a términos absolutamente adjudicados a la niñez, pero que a decir de ACNNA son ofensivos y que minimizan como “peques, menores, chiqui, mini”, ni terminaciones como “itos o illos”.

De esta forma “Ideonautas”, es la denominación propuesta para la revista digital para niños. Nombre que cumple con las exigencias del enfoque de derechos, así como de la usabilidad Web y además permite un diseño novedoso e interesante para la niñez.

### **6.1.1 Presentación del logotipo**

Para realizar el logotipo de Ideonautas fue necesario el considerar aspectos relacionados a la presente investigación, lo cual permitió establecer los colores más llamativos para los niños, así como una correcta tipografía.

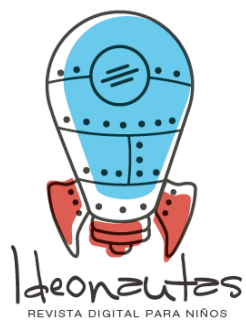
En el isotipo se busca comunicar un viaje a través de las ideas, usando el foco como ícono de éstas, combinándolo con el imaginario de un cohete.

Por otro lado, la tipografía que se utiliza debe complementar al isotipo, dándole movimiento y dinamismo

### 6.1.2 Bocetos de logotipo

Gráfico 6.1 Fases escogitamiento logotipos Ideonautas

#### Primera fase.-



#### Segunda fase.-





### **Fase final**

Se escogió esta opción por ser la más conceptual y llamativa. Simplifica de manera correcta el viaje por las ideas, de manera infantil y clara.



Fuente: Autor

### **Diseño**

El diseño se concibió desde un esquema conceptual, conjugando dos símbolos para obtener un significado. El primero es el foco= idea. Y cohete= viaje.

Como resultado se conceptualiza los símbolos en el “viaje por las ideas”,

### **Cromática**

Se utilizan dos colores, el celeste y el amarillo. El primero simbolizando a la tecnología, al cielo y a la tranquilidad, encontrando su relación estrecha con el concepto deseado. Y el amarillo que genera una imagen de luz, de calor. Dando la calidez al logotipo, y conjugándose de manera adecuada con el celeste.

Además se usó al blanco, que es la ausencia de color, permitiendo dar fuerza y contraste a los demás colores, brindando orden y pureza al diseño.

1	Cian : 97,5 Magenta: 20,2 Amarillo: 20,1 Negro: 4	2	Cian : 0 Magenta: 19 Amarillo: 100 Negro: 15	a	Cian : 0 Magenta: 10 Amarillo: 100 Negro: 0
---	--	---	---	---	--

El resultado es un logotipo con un concepto claro, limpio y llamativo.

### Tipografía:

Para Ideonautas se utilizó una tipografía “Philly Sans” misma que tiene movimiento, dinamismo y claridad. Es un tipo de letra llamativo y que se empata al público objetivo: Los niños.

**ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ**

En el slogan se utilizó letra tipo “Augie”, tipografía informal pero escaneable y clara.

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ  
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz  
0123456789

### 6.2 Duración del proyecto

La idea de este proyecto surge hace 18 meses, con el objetivo de dar a la niñez del Ecuador un medio de comunicación que los represente, que muestre sus intereses y lo haga desde un enfoque de derechos, esto, junto a la visión de coadyuvar hacia la transición a una era digital. La duración posterior a la ejecución de este proyecto busca ser indefinida, ya que las necesidades tecnológicas cada día son más exigentes y por tanto el proyecto debe avanzar junto a este vertiginoso esquema.

### 6.3 Introducción

A través de cada uno de los instrumentos de investigación utilizados en la presente tesis, se evidenció la necesidad de proponer la creación de un medio de comunicación dirigido a un sector etéreo hasta el momento no incluido en las Agendas de los medios de comunicación. Para Rubén Darío Buitrón, editor de opinión de diario El Comercio, la niñez aparece en los medios más por

buena voluntad que por un conocimiento de los propios periodistas de su temática y del tratamiento adecuado de la misma.

No existe un correcto uso de la imagen, de los términos y de los derechos de ciudadanía de los niños y niñas del Ecuador. Todo ello pese a existir la normativa legal pertinente para proteger a este sector de contenidos transmitidos, por cualquier canal, que vulneren su desarrollo integral o los pongan en situación de riesgo.

El monitoreo de los medios impresos y de televisión realizados por la Agencia de Comunicación de niños, niñas y adolescentes (ACNNA), eleva notas de alerta cada día sin excepción, de contenidos que quebrantan los derechos de la niñez y adolescencia.

Atender a esta parte de la población, es el primer propósito de la presente investigación. Hacerlo con contenidos que fomenten su desarrollo integral, mediante el uso adecuado de términos, de contextos y de temas, así como de la imagen y el lenguaje, permitiendo la asimilación de cada información. Todo ello tomando siempre como fuente principal a las propias voces de los niños, a los que se les ha acostumbrado a leer, ver y escuchar cómo los adultos opinan sobre su temática, sobre sus intereses y sus necesidades, además de sobre sus derechos y responsabilidades.

Por otra parte, esta propuesta busca contribuir a la alfabetización tecnológica que está en ciernes en el Ecuador, y que ocupa un lugar importante en la preparación académica y funcional de los niños y niñas.

Para ello se plantea a “Ideonautas”, medio de comunicación dirigido a niños en etapa escolar que tenga una plataforma digital. El Internet es un espacio que permite la generación de un sitio Web con las características antes mencionadas, pero también potencia el uso de diversas formas de comunicar que facilitan la captación de los mensajes emitidos.

De esta forma, una revista digital, que es el medio que se propone, busca servir a la niñez como un medio de comunicación, mientras los familiariza con el uso de la Red y sus formas de comunicar hipertextual, interactiva y multitextual.

## 6.4 Justificación

*El periodismo no es un circo para exhibirse, sino un instrumento para pensar, para crear, para ayudar al hombre en su eterno combate por una vida más digna y menos injusta*<sup>67</sup>

Según el Instituto Nacional de Estadística y Censo (INEC), los niños y niñas representan a más del 35% de la población total del Ecuador, quienes viven una serie de realidades ajenas a sus derechos y por tanto a su desarrollo integral. Sin embargo, acorde a los datos extraídos de la presente investigación, la mayoría de ellos no reconocen a ningún medio de comunicación como especializado o dirigido a la niñez.

No hay un medio de comunicación que los informe, que muestre su opinión, que investigue su situación y que promueva la exigencia de una serie de derechos alcanzados en materia legal, pero que no terminan por ser plasmados en la sociedad ecuatoriana.

Una de las causas que provocan esta percepción en la niñez sobre los medios de comunicación es la falta de conocimiento de los propios periodistas del tratamiento adecuado de los temas sobre este sector de la población, además de no considerarlos como un blanco comercial, excepto en el tema de la publicidad. Así los niños han quedado al margen de los medios, enmudecidos, invisibilizados y a decir de Rebeca Cueva, Directora de ACNNA, además estigmatizados con realidades descontextualizadas.

Bajo esta serie de argumentos se propone la creación del primer medio de comunicación digital dirigido a la niñez en el Ecuador. En el mundo existen varios ejemplos, pero no en el país. Evidenciando dos falencias latentes dentro de la atención prioritaria que debe existir para este sector etéreo. Falta de estrategias de alfabetización digital y de acortamiento de la brecha digital, así como desatención por parte de los medios de comunicación a la temática de la niñez bajo un enfoque de derechos.

La etapa escolar de los niños comprende un período óptimo para su familiarización con la tecnología, que en el marco de las sociedades actuales

---

<sup>67</sup> Martínez Tomás Eloy. “Periodismo y Narración: Desafíos para el siglo XXI” [www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org)  
2010-02-18

debe ser parte de su cotidianeidad, así como también permite potenciar el interés por la lectura y la información.

Los medios de comunicación sí han volteado su mirada a las versiones digitales, pero dejando al margen una vez más a los niños y niñas, los que en mayor medida estarán inmersos en una sociedad tecnológica.

El presente trabajo propone recordar que el periodista es un servidor más de su sociedad, y sus ciudadanos. La niñez en su calidad de actores activos, decisores y poseedores de derechos y responsabilidades requiere de un canal para informarse y escucharse, para opinar y criticar; donde se respete su integridad emocional, psicológica e incluso física.

Para ello se formula la opción de generar un medio de comunicación dirigido a niños en etapa escolar, con una plataforma digital que permita su distribución gratuita y fomente la alfabetización tecnológica de la niñez, mientras les sirve como canal comunicativo.

La revista digital es el formato propuesto por cuanto permite la unión entre temáticas diversas que se encontraron como de interés general de la niñez investigada, además de funcionar de manera adecuada para potenciar las aplicaciones posibles dentro de la Web 2.0; permitiendo una sinergia de lenguajes y de generadores de contenidos.

## **6.5 Objetivos**

### **6.5.1 Objetivo General**

- Generar una revista digital para niños en etapa escolar bajo un enfoque de derechos, que potencie el desarrollo integral de la niñez y coadyuve en el proceso de alfabetización tecnológica, sin representar un costo económico para los niños o sus familias.

### **6.5.2 Objetivos Específicos**

- Establecer un medio de comunicación para niños en etapa escolar al que puedan acceder gracias a la implementación tecnológica del programa Edufuturo como plan piloto en la escuela fiscal 9 de Julio.
- Determinar las estrategias comunicativas y educativas idóneas para ser aplicadas en el desarrollo de una revista digital dirigida a niños en etapa escolar.



- Establecer requerimientos técnicos y funcionales para desarrollar una revista digital en la Web 2.0. de forma que resulte atractiva para el público escogido.
- Identificar los contenidos de interés para los niños y niñas, que pueden ofrecerse desde una revista digital.
- Potenciar la participación de la niñez y su autoreconocimiento mediante su inclusión como generadores de información y de opinión.
- Brindar a la niñez un espacio seguro donde navegar dentro de la Red.
- Instaurar un sitio Web para niños a manera de revista digital sin bombardeo publicitario.

## **6.6 Definición de Audiencia**

La revista digital para niños está dirigida a la niñez en etapa escolar, sus edades fluctúan entre los 6 y 12 años. Su objetivo principal es llegar a los estudiantes de la escuela fiscal 9 de Julio de la ciudad de Cayambe, donde se aplicará como plan piloto, para posteriormente llegar a una audiencia que englobe a los niños y niñas de todas las escuelas fiscales de Pichincha, donde pueden acceder al Sitio Web de la revista a través de la tecnología dotada por el programa edufuturo. Dada la existente brecha digital en el Ecuador, es recalable la posibilidad que brinda la escuela gratuita para acceder a la Red, y a través de ella a la revista para niños. Evitando que las condiciones económicas sean un impedimento real para el acceso a este medio de comunicación.

Al ser una revista digital que estará disponible en la Red, no existe una frontera en la audiencia. Cada niño que quiera acceder a ella podrá hacerlo a través del Internet.

## **6.7 Esquema de Navegación**

Para establecer el sistema de navegación es necesario plantearse qué secciones se van a incluir, es decir, separar en unidades lógicas los

contenidos, para posteriormente determinar qué páginas van a depender de cada una de dichas secciones.

Existen varias consideraciones que tomar en cuenta al pensar en un esquema de navegación, ya que de éste dependerá la mayor parte de la usabilidad de cada sitio Web.

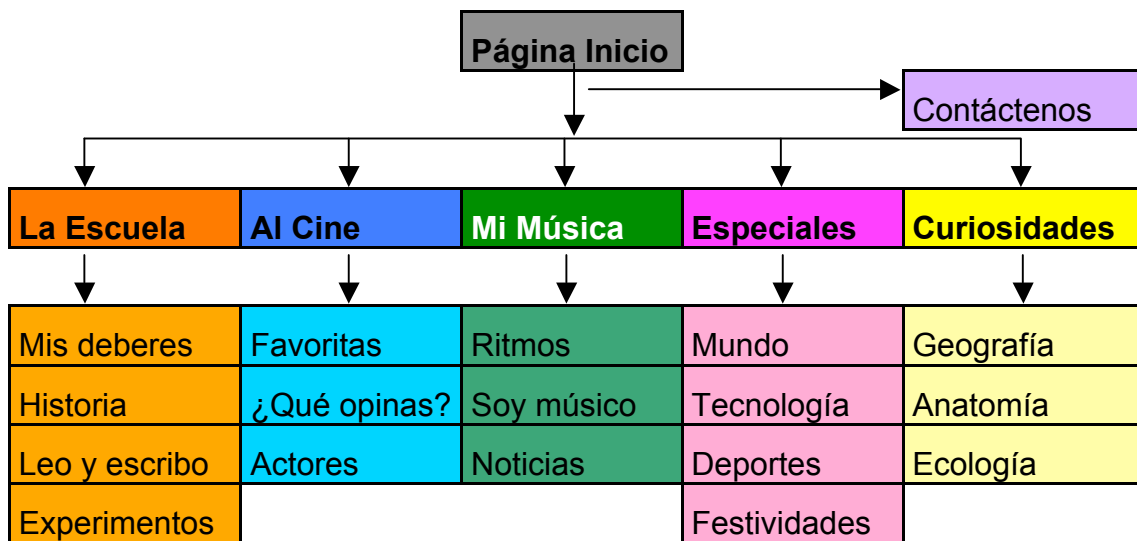
En primer lugar el esquema de navegación debe ser prácticamente obvio y reconocible para usuarios expertos como para novatos.

Debe tener un atractivo visual que resulte un gancho para el usuario, pero de manera ordenada y funcional.

Por último, entre las principales funciones del esquema de navegación, está el ofrecer más de una ruta o trayectoria para acceder a los contenidos.

En el caso de Ideonautas el esquema de navegación propuesto es sencillo y ordenado de la siguiente manera:

Cuadro 6.1 Esquema de navegación Ideonautas



Fuente: Autor

### 6.7.1 Menú Principal

De acuerdo a la investigación y al monitoreo de sitios para niños, se seleccionaron 5 secciones, número que permite la fijación de la atención y a la vez una variedad de contenidos.

Los niños investigados demostraron un claro interés por conocer sobre diversos temas, que se tomaron en consideración también para elaborar las secciones de Ideonautas.

La Escuela - Al Cine - Mi Música - Especiales - Curiosidades

**La escuela.-** Dentro de esta sección se buscará abordar temas que sean complementarios a los contenidos del p $\acute{e}$ nsum curricular de las escuelas. Es decir brindar informaci $\acute{o}$ n que la ni $\acute{n}$ ez pueda utilizar para estudiar, para hacer sus deberes y para ampliar conocimiento espec $\acute{i}$ fico por ejemplo fechas hist $\acute{o}$ ricas, grandes personajes, ciudades, diferentes culturas, etc. Adem $\acute{a}$ s incluir $\acute{a}$  una p $\acute{a}$ gina para presentar escritos de los ni $\acute{n}$ os, cuentos, leyendas, sumarios de libros que puedan descargar para su lectura.

Los informes, las noticias y las entrevistas y las cr $\acute{o$ nica s ser $\acute{a}$ n los principales g $\acute{e}$ neros que se utilicen dentro de esta secci $\acute{o}$ n.

**Al Cine.-** Las pel $\acute{i}$ culas fueron el mayor inter $\acute{e}$ s de la ni $\acute{n$ ez investigada, existe una gran variedad de films dedicados a este grupo et $\acute{a}$ reo, y pese a ser limitado el acceso a los cines, no lo es la adquisici $\acute{o}$ n de pel $\acute{i}$ culas, incluso las de estrenos. Por ello los ni $\acute{n}$ os ecuatorianos demuestran un inter $\acute{e}$ s acentuado en este tema. Ideonautas pretende proporcionar dentro de esta secci $\acute{o}$ n contenidos que permitan a los ni $\acute{n}$ os estar informados sobre lo que ven y ver $\acute{a}$ n. Esta secci $\acute{o}$ n tiene como base a las cr $\acute{i$ ticas y comentarios de los usuarios.

Los g $\acute{e}$ neros period $\acute{i$ sticos utilizados en ella ser $\acute{a}$ n la noticia, cr $\acute{o$ nica, cr $\acute{i$ tica y el perfil. Otros g $\acute{e}$ neros como la entrevista o el an $\acute{a$ lisis se utilizar $\acute{a}$ n tambi $\acute{e}$ n, pero solo en casos particulares.

**Mi m $\acute{u}$ sica.-** La m $\acute{u}$ sica se erigi $\acute{o}$  como otra secci $\acute{o}$ n debido al inter $\acute{e}$ s que genera en los ni $\acute{n$ os, ya otros sitios Web como el argentino Chicos.net la tiene dentro de su Men $\acute{u}$ .

Mi M $\acute{u}$ sica tiene como objetivo el que la ni $\acute{n$ ez comparta sus criterios y sus gustos dentro de este tema. Es importante generar contenidos sobre el tipo de m $\acute{u}$ sica que escuchan los ni $\acute{n$ os y ni $\acute{n}$ as ecuatorianos. Conocer qu $\acute{e}$  les comunica y por qu $\acute{e}$  la escogen.

Cr $\acute{o$ nica s, entrevistas y breves informes aparecer $\acute{a}$ n en esta secci $\acute{o}$ n.

Esta sección también debe proponer grupos musicales o melodías, mediante la posibilidad de escuchar nuevos ritmos a través del podcast.

**Curiosidades.-** La versatilidad de esta sección es lo que la hace tan interesante para la niñez. La posibilidad de conocer datos novedosos, graciosos y hasta difíciles de creer es el objetivo de este elemento. Dentro de ella se pueden tratar todos los temas, pero de manera más dinámica y concisa. Datos interesantes sobre anatomía, geografía o ecología se incluyen en esta sección.

**Especiales.-** Esta es la sección que permite tratar temas a profundidad y con mayor extensión. Aquí se tratarán tópicos que por su importancia y extensión necesitan ser conocidos por la niñez en un aspecto más amplio y completo.

Dentro de esta sección se tratará un tema principal a manera de reportaje, y los demás como notas informativas.

El mundo y la naturaleza, la tecnología, las festividades y los deportes serán la materia de esta sección.

Todas las secciones están basadas en un enfoque de derechos, que abordan temas de interés de la niñez de manera respetuosa, dinámica y activa. Utilizando el periodismo no solo como fuente de conocimiento, sino como puntal ético de reconocimiento de la audiencia electa.

### **6.7.2 Menú Secundario**

El menú secundario permite la apropiada subdivisión de las secciones por temas. Para facilitar la usabilidad de Ideonautas, se opta por desplegar dicho menú al posicionar el *mousse* en una de las secciones del menú principal. Esta estructura permite englobar gran variedad de tópicos dentro del menú secundario, sin saturar al sitio, y sin desordenarlo. El menú secundario se despliega en forma vertical, va apareciendo según el movimiento del usuario por el menú principal. Ocupa la parte superior de la cada página, lo que acorde al patrón de lectura en F es recomendable para dinamizar un sitio web y captar la atención.

El menú secundario de Ideonautas está conformado por 17 subtemas que son abarcados por las 5 secciones de la revista digital.

Cada sección tiene un máximo de cuatro ítems que se despliegan como menú secundario. El caso de la sección “La Escuela” y “Especiales” son las de mayor variedad de contenidos, por ello cada una cuenta con 4 recuadros en el despliegue del menú secundario.

En el caso de las secciones “Al Cine”, “Mi Música” y “Curiosidades”, cada una envía al usuario a un menú secundario con 3 opciones diferentes.

De esta forma el menú secundario es manejado de manera estratégica para permitir un escaneo del sitio y un rápido y fácil acceso al contenido que el usuario requiera.

Este tipo de despliegue es utilizado en sitios para niños como la revista argentina, Billiken.

### **6.7.3 Zona de Contexto**

Una zona de contexto permite guiar al usuario, permitiéndole conocer con mayor o menor facilidad dónde se encuentra. Sirve además para diferenciar una sección de la otra. Por ello la zona de contexto muestra elementos característicos de la sección y también elementos comunes de todo el sitio Web. En Ideonautas se busca que exista esta zona con un carácter interactivo. Mostrando de esta forma el nivel de importancia de las opiniones y decisiones que tome el usuario dentro de este sitio, además de brindarle alternativas adecuadas a su desarrollo integral.

### **6.7.4 Zona de Información**

En esta zona, como su nombre lo indica se colocan los contenidos que busca comunicar el sitio Web, en este caso, Ideonautas a través de la zona de información propone una jerarquización de la información. La ubicación, el tamaño del título, el tipo de letra, etc. son elementos que permiten esta función. La zona de información está formada por una sola columna, que favorece la lectura y el orden. Permite que el usuario se concentre en cada tema sin desviar su atención.

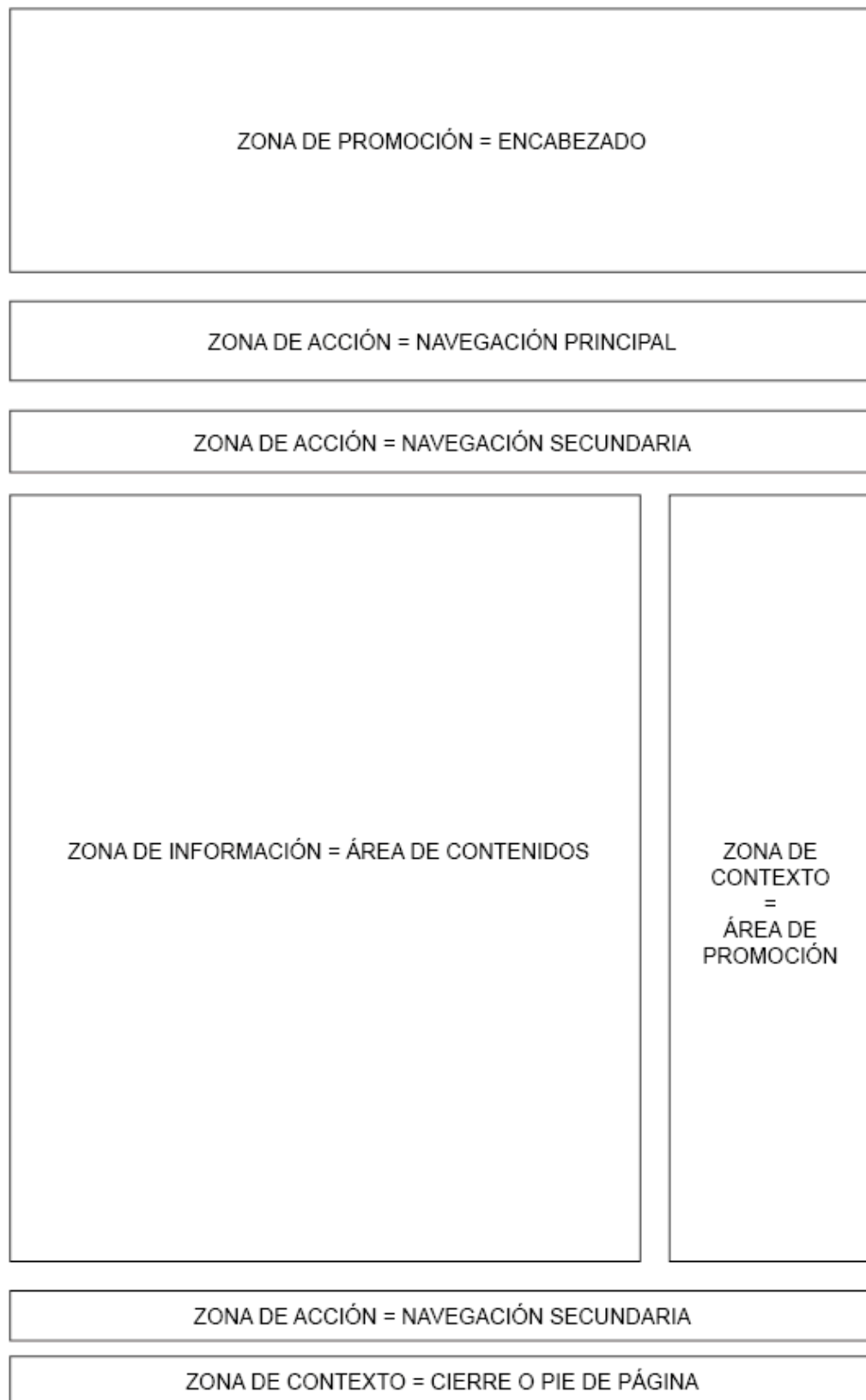
### **6.7.5 Zona de acción y de promoción**

Esta zona tiene una importancia superlativa dentro de Ideonautas, ya que al ser un sitio enfocado en la niñez, debe proveer a los usuarios de un orden y una programación clara y objetiva. La zona de acción está conformada por los enlaces o botones que sirven dentro del sitio Web para generar una acción. En esta zona es necesario ubicar la menor información posible, pues el usuario busca en ella solo íconos o botones que le permitan navegar con facilidad y potenciar la usabilidad de Ideonautas.

La promoción de Ideonautas es únicamente sobre los contenidos y la imagen de la revista ante la niñez. Al no concebir a Ideonautas como un espacio lucrativo, se evita el contacto de los niños con la publicidad comercial que puede mostrarlos de manera inadecuada y estereotipada. Llegando a convertirlos en un objetivo del mercado.

De esta forma, lo más destacado en el sitio de Ideonautas es su propio logotipo, buscando generar una recordación y un posicionamiento en este grupo de la sociedad.

Gráfico 6.2 Zonas principales sitio web Ideonautas



Fuente: Autor

Sitio Web:

Gráfico 6.3 Visualización portada Ideonautas





Fuente: Autor

## **6.8 Diseño**

El diseño tomó como base a la usabilidad del sitio Web. Cuiéndose a los factores investigados y a la necesidad de generar un sitio llamativo e interesante, sin agregarle peso que dificulte la navegación de los usuarios.

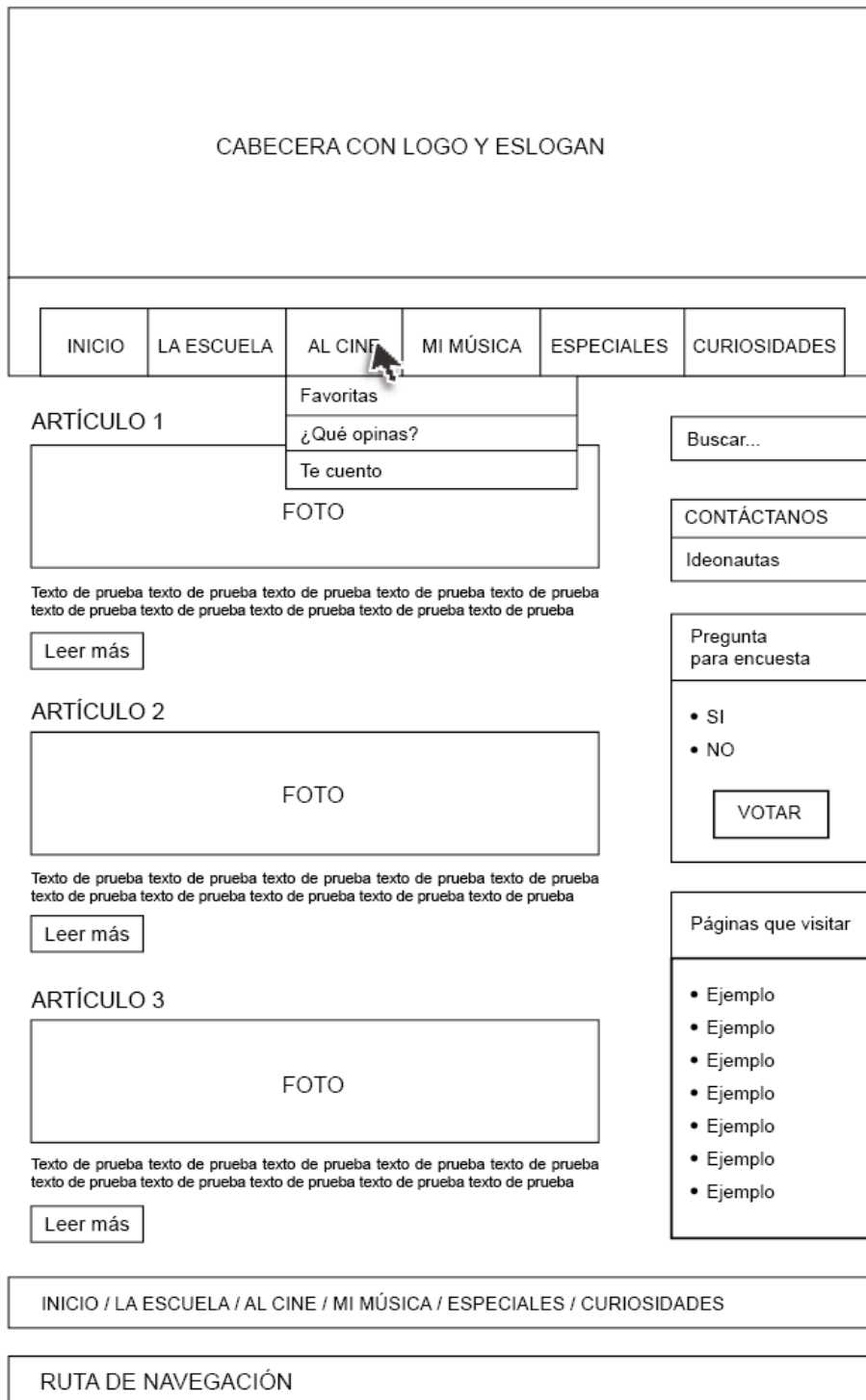
### **6.8.1 Diagramación**

Dentro de la diagramación se consideró el uso de dos columnas. Una destinada a los contenidos y la otra a la interactividad de Ideonautas.

Cuenta con un logotipo y eslogan ubicados en la cabecera, bajo el cual se ubicó al menú principal, del que se despliega el menú secundario de cada sección.

Acorde a lo estipulado en los manuales de usabilidad Web, se repitió el menú principal al final de la página. Seguido por una ruta de navegación que facilita la ubicación del usuario.

Gráfico 6.4 Diagramación Ideonautas



Fuente: Autor

Sitio Web:

Gráfico 6.5 Visualización diagramación



Fuente: Autor

### 6.8.2 Colores:

Como se mencionó con anterioridad, los sitios para niños y niñas mantienen un patrón del uso de colores que contrastan fuertemente. Los colores pueden representar el primer atractivo visual para un niño que se convierte en usuario. Ideonautas por tanto maneja una gama de colores que incluye a dos primarios: el cyan (azul) y el amarillo. Y por otro lado tenemos al verde que es el color que se forma al unir a ambos. Las tonalidades de azul son determinantes en toda la

comunicación del diseño. Este color fue además el que mayor votación obtuvo en la encuesta realizada a niños en edad escolar.

Los colores de Ideonautas hacen, además, el contexto para un sitio con entorno natural y amigable, con un tinte ecológico, tema de interés para la niñez actual.

### **6.8.3 Tipografía:**

La tipografía utilizada para la zona de acción y en los titulares es Comic Sans, tipografía sin serif con un estilo informal y dinámico que está por defecto en todos los computadores, por lo que no genera problemas de usabilidad. Mientras que para los contenidos informativos se utiliza Arial, tipografía que favorece la lectura por su orden y claridad. También sin serif.

El tamaño de la letra varía desde 13 puntos en los contenidos, hasta 28 puntos en los titulares. Se toma en cuenta estos tamaños, relativamente elevados, por favorecer la lectura y el escaneo de la página para los niños y niñas.

### **6.9. Requerimientos Funcionales**

- Herramientas del periodismo digital
- Programación distintos formatos
- Diseño Web
- Fotografía
- Recursos animados
- Videos
- Teoría del color
- Investigación
- Marco Jurídico

### **6.10 Presupuesto y Financiamiento**

Dentro del presupuesto que deberá ser destinado al desarrollo de la revista digital para niños Ideonautas deberá considerarse que el costo de un medio de comunicación exclusivamente a través de la Red implica gastos ampliamente inferiores a los de los medios tradicionales, sean impresos o audiovisuales.

La polifuncionalidad de un periodista digital es el primer paso para eliminar gastos que dificulten la ejecución del proyecto. Este profesional está en capacidad de generar y editar sus contenidos, tanto escritos, como de audio, video o de la fusión de los mismos. Además de conocer cómo utilizar las herramientas tecnológicas necesarias para cargar dichos contenidos hasta un sitio Web, administrarlo y darle mantenimiento y periódica actualización.

El Internet brinda entre una de sus diversas posibilidades la opción de generar una programación preestablecida a través de plataformas como Joomla o Word Press, mismas que eliminan la dificultad de un periodista digital para programar su sitio en la Red. Joomla por ejemplo permite realizar una plantilla que al ser cargada a este programa, queda automáticamente disponible en la Web con toda la programación necesaria.

Joomla o Word Press pueden ser utilizadas siempre que el sitio Web no contenga elementos altamente específicos.

La compra de un dominio y un “hosting” se la puede realizar de manera simultánea a través del Sitio Web [www.godaddy.com](http://www.godaddy.com). Mismo que ofrece paquetes de estas dos herramientas por un solo precio. Para Ideonautas es necesario el adquirir un paquete que incluya 10 Gigas de almacenamiento, espacio ampliamente suficiente para las necesidades del proyecto, junto con el dominio [www.ideonautas.com](http://www.ideonautas.com) .

Cuadro 6.2 Presupuesto y Financiación

Concepto	Costo mensual	Costo Anual
Hosting y Dominio	4.2075	50.49
Periodista Digital	400	4800
Desarrollo diseño	20.83	250
Programación Joomla	0	0
Laptop HP G62 Intel Dual 2*2+ Web Cam	62.41	748.92

Cámara Cannon Powershot sd1300Is 12.1 Mp	19.16	229.92
Grabadora digital Sony Icd-Px820 2G	8.75	105
Disco duro externo Samsung 500G	7.91	94.92
Internet banda ancha CNT	22	264
Teléfono celular inteligente con plan	54.88	658.56

<b>TOTAL</b>	USD 600.14	USD 7201.81
--------------	------------	-------------

Costo extra por promoción (una sola vez):	1200 USD
<b>Desglose:</b>	
Banner promocional La Pandilla (cuarto de página)	450 USD
Banner promocional La Cometa (cuarto de página)	400 USD
Impresión 2000 afiches A3	400 USD

Fuente: Autor

Dentro del presupuesto no se incluyen gastos en oficinas o papelería, impresiones y servicios básicos por considerar que el periodista digital no necesita un lugar fijo para trabajar, pues la presencia mundial del Internet le permite realizar su trabajo desde diferentes lugares y horas. Sin necesitar el alcanzar un estudio de grabación o una sala de redacción totalmente equipada para ejercer su profesión.

El lanzamiento del proyecto es factible gracias a la apertura de Organizaciones no Gubernamentales como ACCNA y UNICEF, preocupadas del desarrollo integral y el cumplimiento de derechos de la niñez. De igual manera, el financiamiento estará a cargo de la Dirección Provincial de Educación, y el Gobierno de la Provincia de Pichincha. Organismos gubernamentales que dentro de sus funciones tienen el promocionar proyectos que demuestren su validez para el desarrollo de la sociedad. El Ministerio de Educación, a través de su Dirección Provincial requiere emprendimientos como Ideonautas para dar

cumplimiento a la nueva Ley de Educación, misma que garantiza la inserción de TICs en la educación pública del país.

El bajo costo del presente proyecto, gracias a la tecnología y a las competencias del periodista digital, hacen que el mismo sea financiable bajo el apoyo de estas instituciones. Tomando en cuenta que los gastos del primer año serían mayores a los subsiguientes, pues el equipo técnico no será desechable, más únicamente requerirá mantenimiento.

### **6.11 Promoción**

La promoción de Ideonautas tiene dos ejes fundamentales. En el primero se propone una publicidad generada por el contacto directo con los niños, el mostrar sus historias, las de su compañero o la de su conocido genera una expectativa corroborada dentro del presente plan piloto, donde los niños de la escuela 9 de Julio se interesaron mucho en Ideonautas porque veían a su escuela reflejada, a su equipo de fútbol o a información sobre su barrio o cantón.

Por ello se propone como primera forma de promoción al contacto directo con las fuentes.

Por otro lado existe un vacío generado por la reciente cancelación del sitio Web de Edufuturo, por lo que las escuelas fiscales de Pichincha quedaron sin la opción de visitar este sitio como actividad académica o extracurricular. Ideonautas tiene la opción de ocupar el lugar dejado por edufuturo, gracias al apoyo del Ministerio de educación, del Gobierno de la Provincia en su plan de alfabetización digital, y de las mismas autoridades de las escuelas, que ven en esta revista digital un espacio alejado de los peligros de la Red para sus estudiantes.

No se consideró la promoción a través de medios invasivos como las cadenas de mails a través de bases de datos, ya que la filosofía de este producto comunicativo no responde a estas prácticas.

Lo que sí se propone realizar es una promoción a través de productos comunicativos que por años han tenido presencia en las familias ecuatorianas, como revista La Pandilla, que circula con Diario El Comercio, los días sábados,

o La Cometa de Diario Hoy. Para estas revistas se generará un banner promocional para la portada interna.

También en la Red se buscará promocionar a Ideonautas, a través del sitio Web del Ministerio de Educación, de la Prefectura de Pichincha y de ACNNA. Ya que padres y profesores pueden ser considerados como aliados en la difusión de Ideonautas.

Se colocará un afiche tamaño A3 en la cartelera de los Colegios de Pichincha, con información básica de la página, resaltando su dirección electrónica.

### 6.12 Banners promocionales

Los banners buscan guardar un diseño que permita generar recordación y familiaridad con Ideonautas y su gráfica. Mostrando de manera simple y llamativa que pueden visitar a [www.ideonautas.com](http://www.ideonautas.com) para acceder a la primera revista digital para niños.

#### Banner La Pandilla y La Cometa:

Gráfico 6.6 Vista Banner horizontal Ideonautas



Fuente: Autor



**Banner Sitios Web:**

Gráfico 6.7 Vista banner vertical Ideonautas



Fuente: Autor

## Afiche promocional:

Gráfico 6.8 Afiche Ideonautas



Fuente: autor

### 6.13. Alcance

Los contenidos deberán ser presentados de manera bimensual, para generar visitas continuas de los usuarios, a la vez que brindando el tiempo necesario para que ellos naveguen por todos los contenidos, pero sin generar desactualización de temas y de comentarios. Al hacer una revista bimensual, es posible además sujetarse al financiamiento limitado, atendiendo la abundancia de contenidos propuestos de manera integral.

A pesar de que el sitio debe ser actualizado de manera integral cada dos meses, es necesario realizar un mantenimiento más frecuente, evitando la aparición de comentarios ajenos a la naturaleza de la revista, explorando el correcto funcionamiento de los hipervínculos y de la navegación en general.

## **6.14 Estudio de factibilidad**

### **Análisis del Campo de fuerza (F.O.D.A):**

#### **Fortalezas:**

- Ser la primera revista digital para niños y niñas desarrollada en el Ecuador
- Manejo de multimedia, entregar periodismo multitextual.
- Estar a disposición gratuita y constante de los usuarios.
- Formato pensado en la niñez, permitiendo captar su atención con temas de su interés, presentados acorde a los requerimientos de la Web 2.0.
- Alta calidad de diseño, de contenidos y enfoque de derechos.
- Conexión con el área académica que permite que Ideonautas forme parte de cualquier clase.
- Mantenimiento de una línea editorial abierta a todos los temas generados desde todos los sectores de la población que sean de interés para los escolares.
- La niñez será lectora y generadora de contenidos, permitiendo que ellos sean la principal fuente de atracción para cada uno y su entorno hacia Ideonautas.

#### **Oportunidades:**

- Mercado insatisfecho y no atendido como es el de la población de niños y niñas del Ecuador.
- La existencia de proyectos gubernamentales que permitieron acortar la brecha digital.
- La demanda de interactividad de los niños con las nuevas TICs.
- Bajos costos en la creación y mantenimiento de un medio de comunicación digital.
- La escasez de medios de comunicaciones digitales o tradicionales libres de publicidad y bajo un enfoque de derechos.
- Con la desaparición del sitio Web de Edufuturo, Ideonautas es el único sitio con contenidos adaptables al desarrollo de las diferentes materias en la escuela.

#### **Debilidades:**

- Falta de experiencia en el periodismo digital.
- Ausencia de juegos digitales creados por Ideonautas
- Limitantes en el nivel de promoción en la Red, no uso de técnicas invasivas.
- No utilizar una base de datos, pues no son compatibles con el enfoque de derechos en la niñez.

#### **Amenazas:**

- Falta de confianza en propuestas nuevas y sin fines de lucro.
- La existencia de una brecha digital importante dentro del país.
- Existencia de una competencia, que pese a no ofrecer lo mismo, es atractiva para los niños. Las páginas de juegos, aptos o no para la niñez.
- Ausencia de hábitos de lectura en la niñez ecuatoriana.
- Prohibiciones por parte de padres hacia los niños que usan el Internet, al considerarlo un medio peligroso.

#### **Conclusión**

El análisis demuestra que con las fortalezas y oportunidades con que cuenta el presente proyecto es posible el contrarrestar las debilidades y amenazas del mismo. El proyecto responde a más de una necesidad absolutamente comprobada a lo largo de la investigación realizada, cumpliendo parámetros de calidad y de viabilidad.

#### **6.15 Conclusiones Generales**

- La Comunicación es un factor determinante para el desarrollo de todos los ámbitos en que el humano actúa como ser social.
- Sin la ayuda de la comunicación, el hombre hubiese tenido pocas posibilidades de sobrevivir. De esta manera la ausencia de prácticas comunicativas suponen una amenaza constante para el desarrollo de la sociedad.

- Los niños y niñas del Ecuador representan a más del 35% de la población nacional, sin embargo apenas un 1% de la información está dedicada a su temática.
- La inseparable unión entre la educación y la comunicación como procesos desde la antigüedad, presentan un marco idóneo para proponer que es necesario implementar de actos comunicativos participativos a la educación ecuatoriana.
- En las últimas décadas, la sociedad mundial, ha sido testigo de una expansión vertiginosa de las Tecnologías de la Información y Comunicación (TIC), lideradas por el advenimiento del Internet.
- Concientes de la necesidad de adaptación de los medios tradicionales al mundo digital, éstos han generado sus versiones digitales, hechas sin aprovechar las totalidad de herramientas tecnológicas y bajo el formato de un medio impreso o audiovisual.
- En el Ecuador existe una brecha digital de considerable magnitud, ocupamos los últimos lugares a nivel mundial en acceso tecnológico. Pese a ello se han generado una serie de iniciativas y proyectos que han mermado esta diferencia. Tenemos a Edufuturo, a Quitoeducanet, a las escuelas del milenio, etc.
- Gracias al acceso tecnológico que existe en las escuelas fiscales de pichincha, los niños y niñas de esta región cuentan con un contacto constante con la Red, que les permite adquirir una habilidad necesaria para su presente y futuro.
- El Internet se ha desarrollado hasta alcanzar niveles muy altos de interactividad con los usuarios. Así la Web 2.0 se configura como la plataforma que permite la generación de contenidos por parte de los usuarios, manteniendo una comunicación más horizontal.
- Pese a que la Red puede resultar peligrosa para un niño o niña sin supervisión, también es una puerta hacia la información y la

participación. Por ello es necesario generar sitios Web amigables con la niñez, que no les representen una amenaza.

- El periodismo para niños es un área de la comunicación poco explorada por periodistas y sus empresas, generando una desinformación en las temáticas que les respecta o un tratamiento inadecuado para su desarrollo integral.
- El tratamiento de temas de la niñez y adolescencia requiere de un profesional que mire al niño o niña como un ciudadano, como actor social y como una voz autorizada para hablar sobre temas de su interés.
- En el Ecuador no se cumplen con varios de los derechos básicos de la niñez, sin embargo los medios de comunicación abordan esta realidad sin un manejo desde el enfoque de derechos. Vulnerando de esta manera nuevamente a este grupo etéreo.
- Los niños no reconocen en el Ecuador a ningún medio de comunicación como dirigido a ellos, por lo que es un grupo de la sociedad que ha sido dejado al margen de la comunicación mediada, invisibilizando sus intereses y acallando sus voces.
- El Internet brinda la posibilidad de generar un medio de comunicación dirigido a niños, que llegue a ellos de forma gratuita gracias al proyecto edufuturo que los dotó de la tecnología necesaria.
- Un medio de comunicación para niños en la Red brinda la posibilidad de solucionar dos problemáticas del país, la necesidad de alfabetización digital de las nuevas generaciones, mientras se ve y se muestra a la niñez como actores de la sociedad, con ideas, con opiniones, con necesidades e intereses diferentes a las de los adultos.
- Al pensar en un medio digital dirigido a la niñez, se considera a las herramientas tecnológicas como vitales para su aprovechamiento integral, brindando a los niños contenidos de manera interactiva,

hipertextual y con uso de la multimedia. Todo bajo un respeto a sus derechos.

- Ideonautas es la revista para niños propuesta, misma que consta de 5 secciones donde se abordan los temas que la presente investigación develó como sus intereses. Mostrando a los niños un periodismo que los respeta y los considera la fuente principal para su información.
- Ideonautas presenta la oportunidad de ser una página visitada como soporte para el pénsum de estudios dentro de las escuelas, como medio de comunicación de los niños y como espejo que refleje sus ideas y sus opiniones.
- Ideonautas empezó como un medio de comunicación para niños que funcionaría en complemento al sitio Web del proyecto edufuturo, mismo que contaba con temas educativos, identitarios y culturales, pero que no tenía un formato periodístico ni interactivo. Lastimosamente en el transcurso de la presente investigación, el sitio [www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com) fue cancelado. De esta manera Ideonautas se yergue como la única opción de sitio Web ecuatoriano para niños, bajo un respeto cabal a sus derechos.
- Ideonautas tiene la oportunidad de llenar el vacío generado por la cancelación de Edufuturo, que era utilizado dentro de las escuelas fiscales en sus horas de computación.

## **6.16 Recomendaciones Generales**

- Es de importancia superlativa el brindar a los niños y niñas un medio donde puedan informarse y donde sean visibilizados sin estereotipos, sensacionalismos o victimizaciones.
- Los niños deben ser reconocidos por todos los medios de comunicación del país como actores sociales, deben ser consultados en los temas de su interés.
- Es necesario que los periodistas tengan una preparación para tratar la temática de la niñez de forma respetuosa, desde un enfoque de derechos que no vulnere su integridad física o emocional.
- Al realizar periodismo para niños es vital el reconocer las premisas inculcadas en la cátedra sobre los comunicadores: Se debe ser objetivo (entendido como equilibrado), conciso, preciso y sobre todo ético, para responder a los intereses comunes de los usuarios, lectores, escuchas o televidentes.
- Es recomendable el desarrollar un sitio Web con formato de medio de comunicación para niños, que permita a este grupo el conocer el espacio infinito de la información virtual, así como potenciar su participación social y crítica.
- Es necesario conocer los riesgos que conlleva el uso de la Red, para de esta manera presentar un producto que no vulnere la privacidad de la niñez, brindándoles un sitio seguro donde buscar información.
- La comunicación, y específicamente el periodismo es una forma de empoderar a la niñez de sus propias oportunidades y capacidades, invisibilizadas por falta de profesionalismo y responsabilidad social.
- El periodismo no debe seguir de espaldas ante un grupo etéreo que no se siente representado, ni visibilizado dentro de los medios de comunicación actuales.



- Es recomendable que surjan iniciativas que promuevan la alfabetización digital en la niñez, ya que esta es una herramienta necesaria para su desarrollo integral y oportunidades.
- La Red es recomendable como plataforma para un medio de comunicación para niños por facilitar de esta forma su distribución, su gratuidad, su espacio, su multitextualidad y sobretodo por la posibilidad de generar comunicación circular y sin jerarquías.
- Es recomendable para Ideonautas, la revista digital propuesta para atender comunicativamente a la niñez, el formar una relación con las escuelas, donde además de encontrarse los estudiantes, existe la infraestructura tecnológica necesaria.
- Ideonautas debe tratar los temas que se visibilizaron como intereses de la niñez tras la investigación realizada, aprovechando las posibilidades de la Web 2.0 y generando un espacio comunicativo para los niños, donde adquieran un hábito de lectura, de información y de participación social necesarios para una sociedad que exija sus derechos y respete sus diferencias.

## BIBLIOGRAFÍA

### Libros:

- ACNNA “La niñez y adolescencia en los medios impresos del Ecuador”. Ecuador. Hojas y Signos. 2007
- ACNNA “La niñez y adolescencia en los medios impresos del Ecuador”. Ecuador. Hojas y Signos. 2009
- ALFARO Rosa María “Una comunicación para otro desarrollo” México.1993
- ÁLVAREZ del Río Miguel y Román Mariano, “Programación Infantil de Televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios” Madrid-España. EGRAF S.A. 2005
- BUITRÓN Rubén Darío. “La Prensa ¿Cosa de niños? Informe Red ACNNA 2005-2006. Ecuador. Hojas y Signos. 2007
- CASTELLS Manuel “Internet y la sociedad Red”. México. Siglo Veintiuno Editores. 2002
- CERVINO Mauro, BENALCÁZAR Grace “Prólogo La construcción pública de las políticas para democratizar el uso de las TIC” Quito-Ecuador. FLACSO. Rispergraf. 2006
- Código de la niñez y adolescencia. Libro Primero. Registro Oficial 737. Quito- Ecuador. Enero del 2003.
- CUEVA Rebeca. “Ejerciendo el Derecho a la Comunicación” Informe Red ACNNA 2005-2006. Ecuador. Hojas y Signos. 2007
- DAZA G., GARCÍA L., SIERRA L., VARGAS M. “Competencias comunicativas: Escenarios de la comunicación”. Colombia. CEDAL Comunicación Educativa. 2000
- DE OLIVEIRA Osmar “Educomunicación” Lima- Perú. Secretaría Ejecutiva de FELAFACS. 2000

- DÍAZ Noci Javier, SALAVERRÍA Ramón. “Manual de Redacción Ciberperiodística” Barcelona- España. Editorial Ariel S.A. 2003
- ESPINNOZA Karelia. “Escribir para la Red. Una nueva forma de hacer periodismo” Venezuela. Universidad de Fermín Toro
- FONSECA Socorro. “Comunicación oral” México. Pearson Education. 2000
- FRANCO Guillermo “¿Cómo escribir para la Web?” Universidad de Texas. Estados Unidos. Centro Knight Para Periodismo en las Américas
- Fundación HOY en la Educación “Guía Didáctica Prensa-Escuela” Ecuador. Edimpress S.A. 1997
- IGUALADA Belchi Dolores. “Estrategias comunicativas. La pregunta retórica del español” España. Universidad de Murcia. 2002
- JURADO Romel “Diagnóstico de las Políticas de TIC en el Ecuador” Quito- Ecuador. FLACSO. Rispergraf. 2006
- KAPLÚN Mario. “Una pedagogía de la Comunicación” Madrid-España. Ediciones de la Torre. 1998
- MAJO Joan, MARQUES Pere “La revolución educativa en la era Internet” Barcelona- España. Ciss Praxis. 2008
- MALETZKE Gerhard. “Sicología de la Comunicación social” Quito-Ecuador. Editorial Quipus. 1992.
- MARÍN Carlos. “Manual de Periodismo” México. Editorial Grijalbo. 2004
- PAOLI J. “Comunicación e información: Perspectivas teóricas” México. Editorial Trillas. 1983

- PAREDES Nelson “Bodas de Diamante Escuela Fiscal Mixta 9 de Julio” Cayambe- Ecuador. Imprenta del Gobierno de la Provincia de Pichincha. 2003
- POZO Juan Ignacio, MONEREO Carles “El aprendizaje estratégico” Madrid- España. Editorial Santillana. 2001
- RYSZARD Kapuscinski. “Los cínicos no sirven para este oficio”. Barcelona- España. Editorial Anagrama. 2002
- Secretaría de los Pueblos, Movimientos sociales y Participación ciudadana. Articulado pertinente a las niñas, niños y adolescentes. Quito. Ecuador. PROSAR. 2009

#### Revistas:

- GALINDO Cáceres Jesús. “Cultura de Información, Política y Mundos Posibles”, en Culturas Contemporáneas. Revista de investigación y análisis. Número 3, época 2. Universidad de Colima. 1996.
- ALONSO del Corral Aurora. “La intersección edu-comunicativa” Comunicar. Revista científica de Comunicación y Educación. 2004
- BELTRÁN Roberto “El profesor 2.0: actitud y aptitud intelectual” EducAcción Revista Pedagógica. Quito-Ecuador. Octubre 2010
- PIETTE Jacques “La Educación en Medios de Comunicación y las Nuevas Tecnologías en la escuela” Comunicar. Revista científica de Comunicación y Educación. 2000
- SEGOVIA Fausto “Uso de las TIC en el proceso de aprendizaje” EducAcción Revista Pedagógica. Quito-Ecuador. Octubre 2010
- MONTOYA Narváez Ancízar “Nuevas Tecnologías de comunicación” Signo y Pensamiento. Nº 41. 2002

- MURDOCHOWICZ Alexandra. “Los medios de comunicación y la educación: Un binomio posible”. Revista Iberoamericana de Educación. N° 26. Edición de la OEI (Organización de Estados Iberoamericanos). 2001

#### Artículos de Periódico.

- DEL HUERTO Melibea. “Periodismo de niños y para niños” Chile. Diario del Aire N° 1422. 2009
- VECCO Alejandra, “Kids News, el periódico para niños”. Crítica Argentina. 2007
- ISCH Edgar. *Ponencia en jornadas de Comunicación y responsabilidad social. Medios de Comunicación, niñez y adolescencia. Ecuador. Observatorio ciudadano de la comunicación. 2006*
- TOMÁS Eloy Martínez. Decálogo del periodismo. Charla informal con redactores del Diario La Nación. Argentina 18 de febrero de 2010.

#### Documentos de Internet:

- BACHER Silvia. Ser niño en Internet. La Nación. Argentina. <http://www.lanacion.com.ar/858778> 2010-09-15
- BRIGGS Mark “Periodismo 2.0 Una guía de alfabetización digital” Knight Foundation. [knightcenter.utexas.edu/journalism.php](http://knightcenter.utexas.edu/journalism.php). 2010-09-01
- CAMUS Juan Carlos “Tienes 5 segundos” [www.tienes5segundos.cl](http://www.tienes5segundos.cl) 2010-07-21
- Consejo Nacional de Telecomunicaciones CNT. [www.cnt.gov.ec](http://www.cnt.gov.ec)

- Conosur. “Qué es eso de la Educomunicación”  
<http://argentina.indymedia.org/news/2005/10/332263.php>. 2009-11-23
- CUESTA Gabriel. Pentaedro [www.pentaedro.com](http://www.pentaedro.com). 2010-11-02
- Dirección de Educación de la Prefectura de Pichincha.  
[www.edufuturo.com](http://www.edufuturo.com). 2009-12-10
- EMANUELLI Paulina. “Investigación de la comunicación en Argentina- Reflexiones sobre la investigación crítica” Universidad de Córdoba. Argentina.  
<http://www.ull.es/publicaciones/latina/a1999bno/16paulina.html>.  
2010-09-06
- POSADA José. “Bruno Martínez en su Mandolina”  
<http://www.razonypalabra.org.mx/anteriores/supesp/estrategia.htm>.  
2010-07-24
- RIVERA Costales José. “Web 2.0 y medios de comunicación en Ecuador”.  
<http://www.ciespal.net/mediaciones/index.php/investigacion/223-web-20-y-medios-.html>. 2010-09-06
- RUVALCABA Herminia. “La enseñanza estratégica y la función del docente” <http://www.uaq.mx/63/a26-02.htm> 2010-08-29
- MARTÍNEZ Tomás Eloy. “Periodismo y Narración: Desafíos para el siglo XXI” [www.saladeprensa.org](http://www.saladeprensa.org) 2010-02-18

## **ANEXOS**

Por favor marca con una X la respuesta de tu elección:

**1.- ¿Cuál de estas actividades realizas más en tu tiempo libre?**

Ver televisión  Escuchar radio   
Leer revistas o periódicos  Navegar en Internet

**2.- ¿Realizas alguna de estas actividades en la escuela?**

Ver televisión  Escuchar radio   
Leer revistas o periódicos  Navegar en Internet

**3.- ¿Utilizan dentro de la escuela el programa edufuturo?**

Una vez por semana  Dos veces por semana   
Tres o más veces por semana

**4.- ¿Utilizas en tu casa o el fin de semana el programa edufuturo?**

Pocas veces  Muchas veces  Siempre

**5.- ¿Qué te gusta más del Internet?**

Poder escoger que lees y que no   
Las imágenes y audio que puedes ver y escuchar   
Que puedes poner tus comentarios   
Que existe mucha variedad de contenidos   
Los diseños y los colores   
Otro \_\_\_\_\_

**6.- ¿Crees que sabes utilizar el Internet?**

Poco  Suficiente  Mucho

**7.- ¿Has visitado alguno de estos sitios dirigidos a niños en Internet?**

Revista Elé  La Pandilla   
Billiken  Cartoon Network   
Discovery Kids  Otra \_\_\_\_\_

**8.- ¿Crees que existe en el país algún medio de comunicación dirigido a niños?**

Si  ¿Cuál? \_\_\_\_\_ No  Tal vez

**9.- Te gustaría tener más opciones de sitios en Internet sobre**

Juegos  Ecología   
Información para la escuela  Política y economía   
Cultura  Música   
Cine  Curiosidades   
Todos los anteriores   
Otro \_\_\_\_\_

**10.- ¿Existe algún sitio en Internet que conozcas que te dé esa información?**

Si  ¿Cómo se llama? \_\_\_\_\_ No

**11.- ¿Qué colores quisieras que tenga un sitio en Internet para niños?**

Verde  Rojo   
Anaranjado  Amarillo   
Azul  Blanco   
Negro  Otro \_\_\_\_\_



**12.- ¿Cómo te gustaría que sea un sitio para niños en Internet?**

- |                              |                          |                                       |                          |
|------------------------------|--------------------------|---------------------------------------|--------------------------|
| Colorido                     | <input type="checkbox"/> | Con espacios para dejar tus opiniones | <input type="checkbox"/> |
| Con animaciones              | <input type="checkbox"/> | Con fotos grandes                     | <input type="checkbox"/> |
| Con textos hechos para niños | <input type="checkbox"/> | Con audio sobre los textos            | <input type="checkbox"/> |
| Con información novedosa     | <input type="checkbox"/> | Con actividades de entretenimiento    | <input type="checkbox"/> |
| Con todo lo anterior         | <input type="checkbox"/> | Otro_____                             |                          |

## **Entrevista Rebeca Cueva Directora ACNNA**

### **1.- ¿Qué es el enfoque de derechos?**

El enfoque de derechos es la forma como se trabaja, se proyecta se plantea el reconocimiento de la niñez y adolescencia como sujetos sociales de derechos. Que sean reconocidos como seres humanos con voz, con voto, y no uno para ganar en las urnas, sino que deben ser parte de la toma de decisiones, deben ser parte en la elaboración, en la planificación en la proyección. Y claro el enfoque de derechos es una relación justamente con derechos, es una relación de igual a igual, es una relación de respeto. De conocerlo al otro, de reconocerlo como sujeto y no como objeto. Porque qué es un objeto, es algo manipulable, usted lo toma, lo pone aquí, lo mueve allá... Pero si usted reconoce al otro, usted no manipula, usted no incide, sino que escucha. Ese es el reto, aprender a partir del otro, ponerse en los zapatos del otro. Ese es el enfoque de derechos por el que tanto ACNNA pelea.

### **2.- ¿Qué hace mal el periodismo frente a la niñez y adolescencia?**

Yo creo que desconocer a la niñez y adolescencia como sujetos sociales en primer lugar. Son objetos de noticia, son noticia cuando han sido víctimas de alguna vulneración de sus derechos. Mientras la niñez y adolescencia y en general toda la ciudadanía seamos parte de los medios de comunicación como víctimas, victimarios o como beneficiarios; porque también ese es el otro lado, eso no es un enfoque de derechos. No es dar una dádiva, dar caridad, decir yo resuelvo los problemas dando programas, tomen platita y eso... No, es reconocer al otro como una persona que tiene poder de decisión, poder para proponer.

Entonces cuáles son los errores, son esos: Presentar a la niñez y adolescencia como víctimas, inclusive ensalzando y manejando mucho la dramatización. "Hay pobrecito, cómo le pasa eso" Eso es buscar la solidaridad social en base a la humillación, a lo lastimero, a la indignidad. Entonces son víctimas, pero también victimarios. "¡Adolescentes asesinos!" Por Dios, eso no se puede decir. O son beneficiarios, los pobrecitos que reciben ayuda.

Esos son los primeros errores, además no hay investigación, se plantean problemáticas sin haber investigado, sin un tratamiento adecuado de esta temática. No hay fuentes informativas y a veces no se contrastan enfoques. Tenemos una sola versión, y lastimosamente es una versión también manipulada. A los medios de comunicación les interesa que nosotros tengamos una sola versión, y eso no está bien. De ahí viene toda esta bronca de que todos tenemos derecho a la expresión e información, pero cómo mismo es esto, porque no es el derecho del medio de comunicación de decir lo que les parece, es el derecho de la ciudadanía de que los medios comiencen a hacer un trabajo adecuado.

### **3.- ¿Cuáles son los avances que ha tenido el enfoque a temas de la niñez desde que realizan su monitoreo?**

Creo que ha habido muchos cambios importantes, y no creo que sea por el monitoreo. Yo creo que hay avances también porque hay leyes, y se ha buscado la forma de que se apliquen. Hay instituciones que están haciendo un trabajo interesante al respecto. Por último lo que se busca es la sanción. Entonces los medios de comunicación sí han bajado por ley, porque ya no tienen que presentar a niños, niñas y adolescentes que han sido vulnerados, no tiene que aparecer su nombre, su imagen. Ahora igual lo siguen haciendo.

Ha habido un incremento de notas sobre niñas, niños y adolescentes, pero yo sí creo que paulatinamente hay un porcentaje de un 10% de las 200 notas que aparecen que ya tienen investigación. Si están escuchando un poco a ACNNA. Nosotros estamos proponiendo temáticas, investigaciones, ellos están escuchando, están haciendo. Pero

también hay crisis internas en los medios de comunicación, ha habido muchos cambios de periodistas, muchos han salido por situaciones económicas, los medios mismos, ahora están viviendo una situación complicada. Pero si creo que hemos tenido alguna incidencia.

**4.- ¿Qué hace falta, en tu opinión, para que los medios de comunicación respeten cabalmente los derechos de los niños, niñas y adolescentes en el país?**

Creo que falta mucho, muchísimo. Hay leyes, pero lo primero y más importante es que si todas esas leyes se cumplieran estuviéramos en otro país. Si a nivel familiar, personal se tuviera otra reacción, otra relación con la niñez y adolescencia, viviéramos en otro país, no un país imaginario, ni un país como otro. No, no estoy poniendo de modelo a otro país. Yo creo que si la niñez y adolescencia fuera respetada, fuera reconocida, fuera incluida, si la actitud, inclusive de ustedes los jóvenes, de los adultos, de los adultos mayores en relación a la niñez y la adolescencia fuera otra, yo creo que viviríamos, en realidad los guaguas vivirían ejercicio de derechos. Porque claro, a veces decimos "Hay los niños no tienen que comer", pero hay niños que tienen sus necesidades básicas cubiertas, están comiendo, están bajo un techo, están estudiando, pero sus relaciones familiares son deplorables. Entonces yo sí creo que hay un problema muy grave y es que no hay respeto, no hay respeto. Y mucho más ahora con este boom de la situación económica. Vivimos un "yo subo y me importa un rábano el resto" Hay un brote muy fuerte del individualismo.

Si hubiera leyes y se aplicaran, maravilla. Pero creo que si comenzara a existir otra actitud de las relaciones sería lo mejor. Porque no solo es la relación con la niñez, que sí es la menos reconocida. Pero los jóvenes tampoco tienen espacios, son perseguidos, es increíble. Los adolescentes son criminalizados. Si tú tienes un piercing, eres alguien de quien hay que tener cuidado, si actúas de una manera diferente, libre, hay que cuidarse. Entonces no hay respeto, no hay reconocimiento, no hay escucha. Eso pasa en los hogares, en los colegios, en la escuela, universidades, pasa en todo lado.

Yo me pongo a pensar cuántas veces tus padres respetaron tu forma de pensar, cuánto peleaste por ponerte tu piercing, cuánto peleaste por pintar tu cuarto como a ti te gusta. Cuántas veces escucharon lo que opinas. Entonces si uno revisa desde su vida personal cuántas veces fue escuchado y respetado, y cuántas veces uno fue feliz. Seguro que muy pocas. Y eso tomando en cuenta a familias que tienen un nivel socioeconómico que difiere de la pobreza real. Anda a pensar que encima de todo eso no comes, no estás saludable, no tienes dónde vivir, estás humillado, estás denigrado... Y eso es lo que se ve en los medios de comunicación, que pueden ser maravillosos aliados para pelear, para demandar, para que vivamos, todos, un país diferente. Y mucho más si eres además de guagua, afroecuatoriano, si eres indígena, si no eres bonito... Estás en crisis.

**5.- ¿Crees que existe un medio de comunicación dirigido a niños en el país? ¿Por qué?**

No, ninguno. Y una cosa que hay que tener cuidado es confundir los productos para los niños. Pero quiénes lo hacen: los adultos, cómo se manejan: adultizados. No es una voz libre. Pero que es lo que se piensa, "estamos haciendo un programa para jóvenes" Y perdona, pero yo no creo que los jóvenes sean tan banales en que te importa lo que piensa Brad Pitt, no te importa. A ti como joven te importan muchas cosas, pero eso no está en los medios de comunicación. Y a los guaguas yo creo que los tratan como a bobos.

Entonces existen de lo que se ve, pero lo que yo pienso es que no existen. Tú puedes decir pero hay medios que tienen revistas juveniles o infantiles, hay programas hechos

para niños, pero perdóname, los ridiculizan, los humillan, los minimizan, los agreden. Si yo fuera un niño, un adolescente me sentiría molesta de cómo nos hacen ver.

#### **6.- ¿Cómo crees que debería manejarse un medio de comunicación para la niñez?**

Lo primero y más importante es que la niñez y la adolescencia sea quien proponga, maneje y ponga lo que se quiera tratar. Y no adultizados, no porque lo dice un niño o un adolescente está bien porque hay muchos niños, jóvenes con los que no te sientes identificado porque hablan como adultos. Sino cuál es el mejor estudiante, el que es más profesor, el que más repite lo que dice el profesor, cuál es el mejor hijo, el más parecido a su mamá o a su papá, y cuál es el mejor trabajador, el que hace lo que el empleador le dice.

Entonces uno de los primeros parámetros es que esté construido desde y con niñez y adolescencia. Debe tener programas que a ellos les interese, no lo que los adultos digamos. Porque se me ocurre que yo puedo ser una mamá con una visión súper antigua, y estoy en contra de un programa en especial que a los jóvenes les guste. Entonces haber un ratito, sentémonos a conversar con los jóvenes, a escuchar qué quieren ellos por qué les gusta. Por que tampoco creamos esa cuestión de que todo lo que ven, van y repiten. Como si fueran tan faltos de criterio, o cerebros vacíos. Cuántas veces se ha analizado que lo que están viendo combinado con una familia violenta, con una sociedad violenta te produce eso. Y por último dices sí, esa forma la reproduzco y claro, mato a mi mamá, y no es que el programa te lo dijo, sino que te hartaste de tu mamá, tu mamá te está violentando. Y no estoy a favor de eso por favor. Es cómo eso se esta tratando, y cuál es la solución "programas educativos" pero cómo deben ser hechos los programas educativos: construidos y pensados para ti, y te prometo que van a ser vistos, porque están hablando de ti, de lo que a ti te gusta, de lo que a ti te interesa.

#### **7.- ¿Consideras que el Internet (de masificarse su alcance) es un espacio apropiado para ejercer una comunicación más horizontal con la niñez?**

Yo creo que el Internet es una maravilla, creo que la Red es una maravilla. Pero también son elementos que te pueden afectar. Hay muchos segmentos de trata de personas, de meterte en redes de explotación sexual. Hay que tener cuidado, pero yo creo, como te dije, que el Internet es una maravilla. Pero me parece que hay que ir construyendo con los involucrados, con su incorporación, con su inclusión; un nuevo imaginario de la niñez, porque los guaguas son otra cosa, no lo que te están vendiendo los medios de comunicación, que te vende todo este tipo de programas enlatados, cargados de estereotipos. Así estamos construyendo estereotipos de niños, de jóvenes, pero es por que ellos no tienen espacio para buscar su identidad. Por que eso es algo que hasta que te mueres estás construyendo.

Me parece entonces que el Internet si es una opción, es una muy buena opción, pero debe ser manejada con cuidado, porque pueden ser atrapados también los guaguas, entonces puede construir muchas cosas, pero también las puede destruir. Entonces sí debe haber una vigilancia al Internet, porque ahí esta la pornografía infantil.

#### **8.- De existir un medio de comunicación dirigido a la niñez. ¿Debería estar exento de publicidad?**

Yo creo que hay que tener cuidado con eso de la publicidad, creo que es el tipo de publicidad el problema. Porque qué es lo que está haciendo la publicidad. Verte como un objeto de compra, no les vales más para nada. Yo creo que hay que empezar a trabajar en un tipo de publicidad donde se reconstruya: cultura, te reconozcas tú como mestizo. Entonces yo creo que debe haber una publicidad donde te reconozcas tú en base a tu cotidianidad, a tus formas culturales, a tu lengua, a tu identidad. Entonces

yo creo que hay que rescatar ese tipo de publicidad, donde se reafirme formas de valores sociales como el respeto al otro. Y una publicidad que no esté centrada en la venta del producto, sino en recuperar la identidad, y por último si esa publicidad te vende un producto, pero cumpliendo con lo dicho antes.

**9.- Dentro de un medio de comunicación para niños. ¿Qué precauciones debe tomarse con las imágenes y fotografías?**

Por ley no se pueden usar imágenes de la niñez o adolescencia que esté en situación de riesgo. Por ejemplo tú no puedes mostrar a una chica que ha sido encontrada en asuntos de explotación sexual, que ha sido maltratada, o de chicos que estén en conflictos con la ley. No puedes usar esas imágenes. Pero que hacen los medios de comunicación: tapan a la niña y le preguntan a la mamá, y te dicen en el barrio la Prosperina. Más o menos solo falta decirles en la casa tres, alado de no sé cuánto. Pero está tapada la niña. Eso no debes hacer. Las imágenes deben usarse siempre y cuando no hayan derechos vulnerados y no sea para publicidad, a menos que sea autorizado por el mismo menor y sus padres. Porque eso es el otro lado, no sé si has visto estos concursos horribles de las “princesitas de navidad”, las humillan. Deberían meterles presos, son unos dementes.

Por otro lado, en una imagen hay que pelear mucho por una imagen con dignidad, con identidad. Si tú eres afroecuatoriana, no tienen porqué maquillarte para que parezcas aria, o si eres indígena, no tienen porqué cambiar tu vestimenta. Tampoco hay que folclorizar. Los guaguas deben aparecer como son en cada reportaje. Si yo te hago una nota a ti yo no te pido que cambies tu forma de vestirte, eso debe ser una regla. Yo no vengo, te cambio, te maquillo, te hago, te vendo, porque no eres mercancía.

**10.- ¿Qué tan empoderada de sus derechos se vislumbra a la niñez ecuatoriana?**

Yo creo que a nivel país ha habido tanta propaganda sobre los derechos, que si vos le preguntas a cualquier guagua cuáles son sus derechos, te puede recitar todos. Se los saben, pero los adultos no estamos exigiéndolos, y lo más triste de todo es que ellos no los están ejerciendo. Ha habido una muy buena campaña de que todo el mundo sepa sus derechos, pero no los vivimos. Si hablamos de empoderamiento, no existe, ellos mismo no los exigen, aunque desde mi punto de vista no son ellos quienes deben hacerlo sino los llamados a protegerlos, los adultos.

**11.- ¿Crees que hay temas sobre los que no debería tratar un medio de comunicación para niños y niñas?**

Obviamente yo sí creo que hay que tener cuidado con todo lo que tiene que ver con violencia, yo creo que debe haber censura con imágenes o sexualidad que caiga en un nivel de pornografía. Creo que la censura debe darse en base a sus edades, porque claro, también sus derechos son progresivos. Pero el problema es que cuántas madres o padres acompañan a los hijos en lo que están viendo. Cuántas madres, padres conectan al hijo en la telenovela que están viendo. Muchos guaguas ven telenovelas y para mí las telenovelas son una deformación de la realidad porque te están vendiendo una cenicienta en este siglo, te están vendiendo la violencia, los carteles y toda esta porquería que le estamos comprando a Colombia es eso, una porquería. Tú ves en la novela, ves en las noticias, ves por aquí, por acá, entonces estás construyendo una forma de vida, un imaginario. Y eso sustentado en una crisis familiar, económica, social, de relaciones; es un caldo de cultivo para cualquier cosa. Por eso debe cuidarse muchísimo como se hace el tratamiento, y sí debe haber censura, pero una censura donde no esté la doble moral, una censura donde no estén todos esos religiosos, políticos, guaguólogos, y toda la gente que tiene doble moral. Y

cuál es la doble moral, yo puedo defender derechos, pero llego a mi casa y masacro a mis hijos. Entonces deja no más, no me defiendas.

**12.- ¿Cuál es la función de los Consejos de la Niñez? ¿Cómo se conformaron?**

Los Consejos de la niñez son una instancia que debe regular y debe velar por los derechos de la niñez y la adolescencia. Se formaron, como parte de estas leyes. Pero claro, la pregunta del millón es cuántas de estas leyes se aplican en estos Consejos. Hay niños dentro de los Consejos consultivos, que no son lo mismo. Estos son instancias de jóvenes y de la niñez y adolescencia que deben ser consultados para la toma de decisiones. El problema es que no hay una verdadera participación. Entonces son un grupo de guaguas adultizadas, no todos por suerte, que manejan las leyes, se las saben súper bien, pero no tienen la cercanía. Entonces los niños no se sienten representados por ellos. Entonces es un espacio que me parece muy chévere, pero debería ser de verdad: democrático, abierto, participativo, que participen todos, aunque no estés adoctrinado. La Biblia de estos guaguas no deben ser las leyes, deben ser ellos, su forma de vestir, de actuar de sentir, de pensar.

**13.- ¿Junto a quién o a qué Instituciones trabaja ACNNA en beneficio de la niñez y adolescencia?**

Nuestros maravillosos aliados estratégicos son UNICEF y PLAN Internacional. Ellos son con quienes trabajamos. Y claro nos aliamos con organizaciones. El Ministerio de Educación no trabaja con nosotros, pero estamos en proceso.

## **Entrevista Diseñador Web**

### **1.- ¿Cuáles son las nuevas posibilidades que brinda la Web 2.0 en el diseño de un sitio Web?**

Un sitio Web 2.0 permite a sus usuarios interactuar con otros usuarios o cambiar contenido del sitio web, en contraste a sitios web no-interactivos donde los usuarios se limitan a la visualización pasiva de información que se les proporciona, dado esto, las posibilidades son amplias pero deben usarse adecuadamente según los requerimientos y necesidades.

### **2.- ¿Cómo puede favorecer esta plataforma a la creación de un sitio especializado para niños?**

Muchos utilizan ya recursos de la Web 2.0 como vídeos de YouTube que insertan en sus blogs, utilizan imágenes libres procedentes de almacenes online como Flickr o insertan presentaciones multimedia que también pueden compartir desde sus blogs. Todo esto sirve a estudiantes en proyectos de investigación guiada como en las Webquest.

### **3.- ¿Qué importancia tiene la estructura de navegación en un sitio Web dirigido a niños?**

Es lo más importante al empezar a diseñar un web, pues desde el nacimiento del proyecto puedes estructurar la información de acuerdo a tu grupo objetivo en este caso niños donde lo más sencillo y evidente es lo mejor.

### **4.- ¿Cómo puede potenciarse la “usabilidad” de este sitio, sin caer en un diseño poco atractivo?**

Usable no significa feo, con el criterio definido y las herramientas necesarias se puede hacer algo muy atractivo y funcional, formas básicas y colores bien escogidos pueden darnos la interfaz necesaria y entendible pero agradable al mismo tiempo.

### **5.- ¿Qué tipografías son recomendables para utilizar en un sitio Web para niños? ¿Por qué?**

Definitivamente tipografías sin serif, cual específicamente no lo se, depende del arte dispuesto alrededor de todo el site, personalmente me gusta usar en este tipo de sites Arial Black en botones grandes, este font 'grueso' ayuda a la lectura en títulos cortos y es bastante atractiva, para contenidos extensos puede usarse Verdana de unos 11 px que nos da lectura aceptable y es bastante común en computadores personales.

### **6.- ¿Cuánto puede ganar el diseño de un sitio Web con aplicaciones multimedia?**

Usado con tino y buen gusto mucho puede ganar, pero si es sobre saturado su uso o implementas alguna aplicación multimedia impactante pero que no aporta realmente o no tiene cabida en el diseño global no servirá de mucho e inclusive le restara al sitio en vez de enriquecerlo.

### **7.- ¿Pueden ser perjudiciales?**

Si no está acorde al diseño gráfico global del sitio y pesa demasiado será definitivamente perjudicial.

### **8.- ¿Cómo puedo evaluar el diseño de un sitio Web?**

Barra de navegación principal clara y limpia, disposición de contenidos textuales en espacios funcionales y no tan cargados, vínculos entre contenidos bien ubicados y claros, herramientas multimedia usados adecuadamente y características usuales de web como buscadores. En fin cada proyecto difiere de otro pues un sitio web informativo no tiene la misma estructura que uno de servicio u otro de posicionamiento de marcas o entretenimiento.

### **9.- ¿Qué tan importante consideras el generar un personaje que identifique un sitio Web para niños?**

Si el concepto comunicacional define que necesitas crear uno por supuesto que será importante, si por el contrario la imagen gráfica planteada no amerita el uso de un personaje, crearlo sería forzado.

### **10.- ¿Qué tan frecuentemente debería actualizarse un sitio Web concebido como una revista digital para niños?**

Realmente eso dependerá de la rotación y generación constante de nuevos contenidos, la frecuencia de actualización también la dispone el plan general de mercadeo o posicionamiento de la revista.

### **11.- ¿Por qué factores está determinado el uso del color en el diseño Web?**

Grupo objetivo, necesidad comunicacional y la intención de resaltar determinados contenidos.

### **12.- ¿Existe una forma recomendable para combinarlos?**

Existen armonías agradables predeterminadas que sabes que funcionan en diferentes ambientes, pero también depende gustos y mercadeo.



**13.- ¿Hasta cuántos ítems son recomendables en el Menú principal de navegación? (Pensando en niños de 8 a 12 años)**

Mi humilde opinión es de aproximadamente 4 más o menos, dependiendo de la naturaleza de la información se pensaría en quitar/aumentar o también estructurar subtemas.

**14.- ¿Deben repetirse el Menú principal en la parte inferior de cada página?**

Estándares internacionales lo exigen pero personalmente pienso que si vale la pena incluirlos por no excluir anchos de banda limitados, computadores inferiores o su funcionalidad en dispositivos móviles que solo captan textos.

**15.- ¿Al ser un sitio Web para niños, que tan recomendable es hacer la página principal larga (que necesiten hacer "scrolling") o es mejor regirse a lo que se ve en la pantalla?**

Depende del contenido, si es necesario debe implementarse, un niño debe estar familiarizado con estos elementos de navegación según su edad o familiaridad con el internet.

## **Entrevista María José Carrión Asesora Ministerio de Educación**

**1) El gobierno de la Provincia impulsó el proyecto “Edufuturo”, mismo que pasó a manos del Ministerio de Educación conforme lo establecido en la nueva Constitución ¿Cuál es el estado actual del proyecto?**

En efecto, la competencia del proyecto “Edufuturo” pasó a manos del Ministerio, sin embargo las prioridades impuestas por la realidad, no nos han permitido asumir el proyecto con la urgencia que amerita. Esperamos que el 2011 sea el año para desarrollar el proyecto; existe la voluntad política de hacerlo.

**2) ¿Se planea extender el proyecto edufuturo al resto del país?**

Desde luego, pero habrá que estudiar presupuesto en mano las etapas para su implementación. Si bien hoy en día la capacitación en TICs es indispensable, debemos reestructurar el modelo educativo en primera instancia. Esa es la meta de la ley de educación que pronto entrará en vigencia.

**3) ¿Desde el Ministerio de Educación se considera como prioritaria la incorporación de TICS (Tecnologías de la Investigación y Comunicación) en la educación?**

Una vez que se aprueba la Ley de Educación se trabajará en las Tecnologías de la Información y Comunicación con la celeridad que exigen los nuevos tiempos. Son prioritarias, como en el país lo son un sinnúmero de elementos más.

**4) ¿Existen nuevos emprendimientos en esta área que permitan la incorporación de la niñez y adolescencia en una “era tecnológica”?**

Es política del gobierno de la Revolución Ciudadana el dotar a todas las instancias del aparato público de tecnología de punta. Mayor relieve adquiere la obligación de modernizar los mismos de la educación primaria y media, para sentar las bases de demandas en la población que tengan directa relación con las eras tecnológicas. Recibimos colaboraciones importantes además de

empresa privada. De esta forma se está buscando que cada niño en el Ecuador conozca por ejemplo un computador y el Internet.

**5) ¿Cómo se prepara a las autoridades y docentes de instituciones educativas en el uso de herramientas tecnológicas?**

Una vez que ha sido institucionalizada la evaluación de los docentes, vamos obteniendo datos y nos permitirán preparar de manera adecuada a quienes deberán transmitir las bondades de la tecnología. El manejo de TICs es uno de los nuevos requerimientos para todos los docentes, por lo que se han dictado ya talleres en el tema, pero estos deben empezar a ser más regulares.

**6) ¿Cómo considera que está evolucionando la educación en el país?**

A partir de las políticas de la Revolución Ciudadana, la Educación es un proceso sin cuya reestructuración no sería posible un nuevo país. Por eso tenemos todo un plan de desarrollo, que cuenta con los recursos económicos y la decisión política para mejorar sustancialmente la educación pública, aumentar la parte educativa y mejorar las condiciones de los maestros, etc. Las escuelas del milenio en su sentido son indicativos de lo que consideramos deberá ser la Educación.

**7) ¿Cree que los medios de comunicación influyen en la educación de los niños, niñas y adolescentes?**

Los medios de comunicación especialmente los audiovisuales, no solo que influyen en la formación de los niños, niñas y adolescentes, sino que modelan sus comportamientos. De ahí la imperiosa necesidad de una ley que regule los contenidos de lo que transmitan esos medios.

**8) ¿Se plantea desde el Ministerio de Educación una problemática entre los medios de comunicación y el tratamiento de temas sobre la niñez y la adolescencia?**

Sí, claro, porque los medios privados tienen una agenda política diametralmente opuesta a la del Gobierno actual. Una agenda que prioriza el lucro, la difusión de modelos de comportamiento destinados a incrementar el consumismo. La exposición de temas sexistas y violentos también nos preocupa y los horarios que de alguna manera ya han sido regulados.

**9) La Constitución y el Código de la Niñez y Adolescencia establecen normativas rigurosas en el tratamiento de temas sobre este grupo etéreo. Sin embargo desde los medios de comunicación tradicionales no se evidencian política de real inclusión y respeto a los niños. ¿Existe alguna propuesta o proyecto para impulsar la participación activa y la opinión en los niños en el Ministerio de Educación?**

La eliminación de intereses ajenos a la comunicación en la elaboración de sus políticas, será un factor importante para la participación activa de este segmento tan importante de nuestra población. Se han impulsado en todo este Gobierno la existencia de instituciones creadas en favor de la niñez, conformada por ellos y que tenga la facultad de opinar en lo que les respecta. Para nuestro Ministerio, y para todos quienes creemos en la ciudadanía de la niñez es evidente que queda mucho por hacer, pero hay la voluntad política y ese es el primer paso.

**10) ¿Cree que es un momento oportuno para proponer la creación de un medio de comunicación dirigido a niños en etapa escolar con un “enfoque de derechos”?**

Siempre será oportuno organizar un medio de comunicación dirigido a niños en etapa escolar. El Código de la Niñez y Adolescencia determina la vigencia de muchas garantías que deberán ir aterrizando en la realidad para que sea efectiva la participación de niños y adolescentes en la comunicación.

**11) Dadas las condiciones que presta edufuturo y las actuales dinámicas tecnológicas ¿considera que la plataforma digital puede ser la más adecuada para un medio de comunicación para niños?**

Es posible que se pueda combinar las formas más tradicionales de comunicación con las nuevas tecnologías. Será sin embargo necesario un estudio técnico para plasmar un medio de comunicación para niños.

**12) ¿Podrá este sitio web pensado en forma de revista digital para niños trabajar en conjunto con las instituciones educativas?**

Desde luego, estamos capacitando personal, apto para emprender en el tema de las plataformas digitales; es la educación del futuro, una posibilidad inmensa de suceder el conocimiento, y no podemos desaprovecharla. De surgir iniciativas fuera del Ministerio, estamos dispuestos a establecer relaciones de trabajo en áreas de estas consecuencias.

Como parte de la ley de educación que entrará en vigencia, es necesario que el Ministerio de Educación tome en cuenta todo este tipo de iniciativas, o emprenda propias.

Nos gustaría mucho conocer sobre este tipo de emprendimientos que respondan a varias necesidades de la niñez, y a la par de la educación ecuatoriana.

## **Entrevista a psicóloga clínica Beatriz Paz**

### **Psicóloga de la Fundación Hermano Miguel de la ciudad de Quito**

#### **1.- ¿Cuál es su labor en la fundación Hermano Miguel?**

Principalmente lo que yo hago es dar terapia psicológica a niños y adultos que han sufrido la pérdida de alguna de sus extremidades, pues esta fundación colabora a la sociedad con prótesis y rehabilitación. Pero también atendemos a cualquier persona que solicite una cita particular en los días martes y jueves.

#### **2.- ¿Qué casos se ven con frecuencia en la consulta particular?**

Han aumentado mucho los casos de terapia de parejas o familiares, ya que cada vez en los hogares la separación está más presente. También recibo varios casos de niños con dificultades de aprendizaje y de disciplina.

#### **3.- ¿Cree que los medios de comunicación pueden influir en estos casos?**

Sí, puede influir en la medida de que nos están mostrando realidades diferentes a las propias, y la respuesta de las personas a las mismas dependerá del grado de fortalezas y debilidades que posea. La información inadecuada y en exceso produce una sobre estimulación en los niños que puede causar trastornos emocionales, en el sueño, etc.

#### **4.- ¿Qué efectos puede tener en los niños esta sobre exposición a las imágenes o contenidos presentados?**

La televisión principalmente y general los medios de comunicación muestra muchos estereotipos, violencia y situaciones irreales que no favorecen el correcto entendimiento de la vida de los niños. Depende la identificación que ellos realicen de los mensajes expuestos. Un niño tímido por ejemplo buscara un personaje que supla sus debilidades. En definitiva los efectos dependerán de las posibilidades emocionales del menor.

#### **5.- ¿En cuánto a la publicidad, qué puede causar?**

Por ejemplo, un niño introvertido podría hacer una identificación con algún elemento de publicidad que le dé fortaleza y por ende insistirá en poseerlo o en comprarlo, porque ya pasaría a formar parte de algo que suple su necesidad emocional.

Un chico delgado (y si ese es un conflicto para él) se enganchará con una publicidad que le ayude a resolver su falencia.

Por otra parte en el momento de asumir ya en la realidad, la actitud o conducta vista en los medios, y no tener el resultado esperado puede provocar en el menor la sensación de incapacidad de minusvalía y provocar de igual forma conductas violentas.

#### **6.- ¿Ha generado algún cambio en los niños el mayor contacto con los medios de comunicación?**

El número de horas sí influye por cuanto los menores se convierten en

observadores de realidades distantes, en espectadores sin posibilidades de cambiar esa realidad que les viene ya lista con la solución incluida. Pero el estímulo-mensaje queda enganchado en las emociones de los niños con las cuales puede hacer identificaciones y asumirlas como suyas en caso de así requerirlas.

A más tiempo de presentación de estímulo más posibilidades de identificación con el estímulo.

#### **7.- ¿Qué deben hacer los padres para neutralizar estos efectos?**

Los programas ya vienen listos, realmente el contenido de ellos no puede ser cambiado, entonces se debe dosificar y delimitar los programas que ven los chicos. Existen en la actualidad series con mensajes adecuados que favorecen el desarrollo de los niños. Ser positivos.

#### **8.- ¿Qué debería tener un contenido para niños?**

Principalmente debería basarse en situaciones reales, en condiciones cotidianas y sin sobredimensionar los estímulos para que el niño haga una identificación real de su propia realidad. El programa debe tratar valores familiares, fraternales, sociales que pueden ayudar al menor a una mejor vinculación. Debe sentirse capaz de ser un actor social o un receptor activo de los mensajes.

#### **9.- ¿Qué debe hacerse con un niño que tomó un mensaje inadecuado de algún medio?**

Los padres deben darle criterios de realidad, es importante que cuando el padre observe una actitud repetitiva de un niño en razón de identificarse demasiado con un personaje o una situación mediática. También es importante que el niño aprenda por sí mismo a diferenciar los contenidos. Terapéuticamente los niños asisten al psicólogo cuando hay situaciones agresivas entre hermanos, compañeros, desórdenes en el sueño por la sobre estimulación de los niños producida por imágenes explícitas o violentas y en la noche se predisponen al miedo. Esta consulta es muy frecuente.

#### **10.- ¿Deben los padres controlar que sus hijos no vean programas no aptos para niños?**

Deberían, es una responsabilidad familiar de un rol materno o paterno adecuado. Ahora los padres ven a la televisión como una segunda mamá o una niñera que puede permitir a los padres descansar, pero es importante filtrar estos programas por la salud interna de los chicos.



### **Tips para el manejo periodístico con enfoque de derechos**

Reciban un cordial saludo de quienes formamos parte de la Agencia de Comunicación de Niñas, Niños y Adolescentes (ACNNA). Un proyecto de Fundación Yupana, en alianza estratégica con Plan y Unicef, Ecuador. ACNNA trabaja en dos ejes estratégicos: la cualificación del manejo informativo con enfoque de derechos de niñez y adolescencia y el ejercicio del derecho a la participación de las niñas, niños y adolescentes.

Como parte del primer eje, y es el que en esta ocasión nos acerca a ustedes, ACNNA realiza un monitoreo especializado y diario a medios de comunicación impresos y los noticieros de cinco canales de televisión con el fin de analizar los imaginarios que se construyen sobre niñez y adolescencia en la opinión pública. A partir de los resultados del monitoreo se desarrolla el proceso de formación presencial y virtual con las y los periodistas para incidir en la calidad y frecuencia de la información sobre niñez y adolescencia.

A continuación les presentamos algunas sugerencias que pueden aplicarse para incorporar el enfoque de derechos de niñez y adolescencia en su trabajo periodístico diario:

### **ALGUNAS CONSIDERACIONES PARA ENTREVISTAR A NIÑOS, NIÑAS Y ADOLESCENTES**

Entrevistar a los niños y niñas impone las mismas reglas y técnicas básicas utilizadas con los adultos, aunque varían algunas formas y métodos.

Los niños, niñas y adolescentes son conscientes de las cosas que pasan en la sociedad en la que viven, y tienen algo que contar. Aquí algunas recomendaciones:

Todos los niños, niñas y adolescentes tienen derecho a la privacidad. No deben ser entrevistados si no quieren y tampoco deben ser publicados sus nombres o detalles que contribuyan a identificarlos si ellos no lo desean o si puede ponerlos en peligro o dañarlos.

Preséntese ante las y los menores de edad, cuénteles dónde trabaja y qué hace; explíqueles cuál es el objetivo de la entrevista, por qué y para qué les va a entrevistar y dónde va a salir publicada la nota.

Cerciórese que los niños, niñas y adolescentes aprueben que lo que digan sea publicado.

Explíqueles el funcionamiento del equipamiento técnico (cámaras de fotos, grabadores o videos), en caso de que se utilice durante la entrevista

Disponga de la mayor cantidad de tiempo posible.

Cuente con el permiso o autorización de los padres, escuela o la organización contactada para entrevistar a las y los menores de edad.



Utilice espacios pequeños y con privacidad. Ubíquese a la misma altura que el niño o niña; evite sillas que lo coloquen en una posición distinta al resto; no hable con el chico o chica por “encima del hombro”.

Consúlteles cómo quieren ser nombrados en la entrevista, si con sus nombres o nombres ficticios, y si quieren ser fotografiados. Es necesario explicarles que en una foto pueden ser identificados. La oportunidad del anonimato puede, en ocasiones, permitirles expresar sentimientos u opiniones que de otro modo no se atreverían a decir.

Adapte el lenguaje a las niñas, niños y adolescentes. Utilice explicaciones simples y claras que puedan ser entendidas por todos. Las preguntas deben ser claras y abiertas. Otorgue el tiempo necesario para que las respondan.

Es preferible hacer preguntas precisas sobre lo que alguien hizo o dijo, antes que indagar sobre las sensaciones experimentadas por el niño. Si el niño, niña o adolescente se siente cómodo, revelará cómo se siente pero puede sentirse presionado con preguntas directas sobre sus sentimientos.

## **LAS PALABRAS NO SON INOCENTES... Términos Peyorativos**

El uso del lenguaje, la elección de determinadas palabras y las expresiones cargadas de sentido en las noticias pueden favorecer la promoción de los derechos del niño, niña o adolescente, pero también cercenarlos.

El tratamiento periodístico de temas complejos, como la explotación y el abuso sexual, la pobreza o la delincuencia, entre otros, reproduce muchas veces estigmatizaciones y desigualdades existentes en la sociedad.

Los niños, niñas y adolescentes, lejos de ser responsables de la situación que atraviesan, son víctimas. La prensa debe esforzarse por adoptar un lenguaje inclusivo y respetuoso con ellos y ellas.

“Menor” o “menores” son aún las palabras más utilizadas en los medios de comunicación para referirse a niñas, niños y/o adolescentes, particularmente en los titulares. Estas palabras son consideradas como peyorativas pues se refieren a un lenguaje Judicial y Policial que se empleaba casi exclusivamente para referirse a los menores de edad que se encontraban en situación irregular o de potencial criminalidad. En el sentido estricto de la palabra, ésta cae en un lenguaje discriminatorio pues es sinónimo de pequeño y se refiere a que es inferior a otra cosa en cantidad, intensidad o calidad; siguiendo esta lógica se consideraría que las niñas, niños y adolescentes son personas “incompletas” y solo se completarían cuando adquieran la mayoría de edad.

Hablar de “menores” no es solo un error en el uso de las reglas del lenguaje, porque utiliza un adjetivo como si fuese un sustantivo, como una reducción de la definición legal de “persona menor de edad”, sino que reafirma una frontera de desigualdad social que divide arbitrariamente a la infancia en dos universos: los “niños” y los “menores”.

Las niñas, niños y adolescentes son sujetos de derechos, y el asumir este estatus social, en el sentido más óptimo denota no sólo un cambio de terminología sino una evolución ideológica respecto a cómo la sociedad concibe a este sector poblacional que tiene los mismos derechos desde el momento de la gestación

<b>Listado de palabras peyorativas utilizadas en medios en el Ecuador</b>	<b>Temas en los que se utilizan</b>	<b>Términos con enfoque de derechos</b>
<b>Término peyorativo</b> Abandonados / abandonadas	Tercer Sector	Niños, niñas y adolescentes en situación de abandono
Asesinos	Tercer Sector	Niñas, niños, adolescentes trasgresores
Callejeras / callejeros	Drogas, Abuso sexual, comportamiento	Personas en situación de calle
Chiquilines	Deportes y recreación, Tercer sector, Salud	Niñas, niños
Chiquita /chiquito	Deportes y recreación, Salud	Niñas, niños

Ciego / ciega	Discapacidad	Persona con discapacidad visual
Contagiadas contagiados	/ Salud	Niñas, niños, adolescentes con enfermedad. En caso de presentar VIH, el término adecuado es infectado con VIH.
Delincuentes	Comportamiento	Niñas, niños, adolescentes infractores
Discapacitadas discapacitados	/ Discapacidad, Tercer sector	Persona con discapacidad física
Drogadictas drogadictos	/ Comportamiento, Drogas, Medidas de Reinserción social, Salud.	Dependiente de drogas
Mendigas / mendigos	Abandono situación de la calle, Drogas, Medidas de reinserción social.	Personas en situación de calle

- Andalucía para niños

- Aprende jugando

- Aula Infantil

- Capitán Net

- Charona

- Chavales

- Chicomanía

- Chicosnet

- Contenidos

- Diccionario infantil multilingüe

- Disney

- Disney Blast España

- Educalia

- Educar-ar

- El caserón de Milagros Oya

- El huevo de chocolate

- El Rinconcito

- Infantilweb

- Internenes

- La Guardería

- Las Tres Mellizas

- Los Lunnis

- Menudos

- Nicolás

- Pequeño Thyssen

- Pequeños grandes amigos

- Portal Del Menor

- †IZA.net

- Truskylandia

- Universo de los niños

- Yupinitos

<http://sapiens.ya.com/eninteredvisual/infantiles.htm>