



Universidad del Azuay

Facultad de Filosofía, Letras y Ciencias de la Educación

Escuela de Comunicación Social

“Efectividad del Cómic en Revistas Infantiles Educativas”

Trabajo de graduación previo a la obtención del título de

Licenciado en Comunicación Social y Publicidad

Autores: Andrea Belén Alvarracín Espinoza

María José González Ávila

Director: Máster Ana María Durán González

Cuenca – Ecuador

2015

Dedicatoria

Dedicamos esta tesis a todos los niños que aportaron en nuestra investigación con su gran talento, cariño y muchas sonrisas.

Agradecimiento

No ha sido nada fácil llegar hasta el final de esta increíble etapa pero fue la compañía de Dios la que nos mantuvo firmes todas las noches de trabajo y en los caminos que recorrimos para conseguir este logro. Gracias a nuestras familias por todo el sacrificio que hicieron para darnos la oportunidad de cumplir nuestros sueños. A nuestros amigos, compañeros y profesores que nos formaron con importantes conocimientos, experiencias y ocurrencias.

¡De corazón gracias!

Resumen

La presente investigación tiene el fin de comprobar la efectividad del cómic en las revistas infantiles locales que son distribuidas en distintas instituciones educativas particulares y fiscales en los quintos años de educación básica.

Para ello, con base en el marco teórico desarrollado, se realizó el análisis de contenido de las revistas, se efectuaron grupos focales a los estudiantes y entrevistas a profundidad a los docentes y a profesionales vinculados con el tema.

El resultado de este trabajo permite plantear conclusiones en torno a la efectividad del cómic y los diferentes factores que inciden en los procesos de recepción y aprendizaje por parte de los estudiantes.

ABSTRACT

The objective of the present research is to prove the effectiveness of comic characters in children's magazines which are distributed in different private and public educational institutions in the fourth year of elementary school.

For this purpose, a content analysis was conducted on the magazines, and focus groups with students and relevant teachers and experts were held.

The results of the research allow for the proposal of conclusions around the effectiveness of comic characters and the different factors that influence students' reception and learning processes.

Translated by


Ing. Melita Vega

August 14, 2014



ÍNDICE

CAPÍTULO 1:	10
1. Educomunicación	10
1.1. El Cómic	19
1.1.1. Historia del cómic latinoamericano	19
1.1.2. Concepto de cómic	20
1.2. Revistas educativas infantiles locales	20
1.3. Entrevistas con profesionales	21
1.4. Metodología y técnicas para la investigación	25
1.5. Población y muestra	28
CAPÍTULO 2	29
2. Análisis de las revistas	29
2.1.1. Revista Infantil Chispiola	30
2.1.2. Revista Mercurito	31
2.1.3. Revista Panas	32
2.1.4. Muestra (Revistas)	34
2.1.5. Datos generales de las revistas	35
2.1.6. Conclusión del contenido de las revistas	36
2.3. Análisis integral de los elementos del cómic	37
2.3.1. Revista Elé	38
2.3.2. Revista Súper Pandilla Verde	41
2.3.3. Revista Panas	45
2.3.4. Revista Mercurito	47
2.3.5. Revista Infantil Chispiola	50
2.4. Análisis del contenido	54
2.4.1. Publicaciones y segmentos	58
2.4.2. Módulos	60
2.4.3. Porcentajes	62
2.5. Desarrollo de actividades de trabajo en equipo	66
2.5.1. Distribución	66
2.5.2. Actividades en clase	67
2.6. Resultados de la revista Panas	68

2.7. Resultados de la revista Mercurito	70
2.8. Resultados de la Revista Infantil Chispiola.....	72
2.9. Efectividad del cómic – Opiniones de profesionales.....	74
2.9.1. Escuela Ciudad de Cuenca	74
2.9.2. Instituto Educativo Bilingüe Hogar y Escuela INHEBYE	75
2.9.3. Escuela Ricardo Muñoz Chávez	76
2.9.4. Unidad Educativa Sagrados Corazones	77
2.9.5. Unidad Educativa Fe y Alegría	78
3. Conclusiones y recomendaciones.....	79
4. Bibliografía	85
5. Anexos	89

Introducción

El objetivo de esta investigación fue analizar la efectividad del cómic utilizado como estrategia de educomunicación en revistas dirigidas a niños de 9 a 10 años, de escuelas urbanas de la ciudad de Cuenca.

Al hablar específicamente de los medios impresos (revistas infantiles) que son nuestro punto de investigación, es primordial mencionar que en la ciudad son tres las revistas más reconocidas por parte del público infantil. (Revista Panas, Mercurito, Revista Infantil Chispiola).

Es por esto que hemos escogido a la “Efectividad del cómic en las revistas infantiles” como nuestro tema principal de tesis, ya que deseamos conocer si los temas, historias y valores presentados en dichas revistas son receptados y entendidos de la mejor forma por los alumnos que las utilizan.

Lo primero en realizarse fue el buscar un marco teórico que fundamente toda esta investigación y así entender más ampliamente el camino que traza la educomunicación en la vida estudiantil.

Más adelante se pudo entrevistar a profesionales especializados en la educación y desarrollo infantil, a los representantes de cada revista y a sus diseñadores gráficos respectivamente, para saber cuál es su punto de vista al momento de introducir estos materiales en las tareas y proyectos escolares.

Tras recibir una respuesta favorable por los entrevistados y conscientes de que la educomunicación toma un rol importante en el crecimiento metodológico de los estudiantes, se tomó a la investigación cualitativa como nuestro punto de partida para los siguientes pasos de este estudio.

A continuación se realizó el análisis de contenido de las revistas para llegar a conocer su temática, y mediante aquello se escogió al tema VALORES como el más coincidente y más representativo para que sea nuestro enfoque central en la futura indagación.

Luego de ello se realizaron equipos de trabajo basándonos en las teorías presentadas en el Capítulo 1 sobre Jean Piaget con el Constructivismo y Daniel Prieto Castillo con La Mediación Pedagógica, en donde los estudiantes desarrollaron actividades con historias que incluían valores y se pudo demostrar la efectividad del cómic al momento de interactuar y conocer su punto de vista mediante una exposición en carteleras, donde ellos daban a conocer el mensaje aprendido expuesto en las tres revistas respectivamente.

Finalmente se mantuvo un tiempo de calidad con los estudiantes en donde se pudo observar su interés por estos materiales dentro del aula, dándole más relevancia a la parte gráfica (cómic) que al texto.

Siendo así se consiguió comprobar que el cómic utilizado en las revistas infantiles educativas alcanza mayor nivel de efectividad ya que el niño se envuelve en la historia, se identifica con los personajes y recepta el mensaje con mayor claridad.

Las conclusiones y recomendaciones las podemos evidenciar al final de este trabajo.

CAPÍTULO 1:

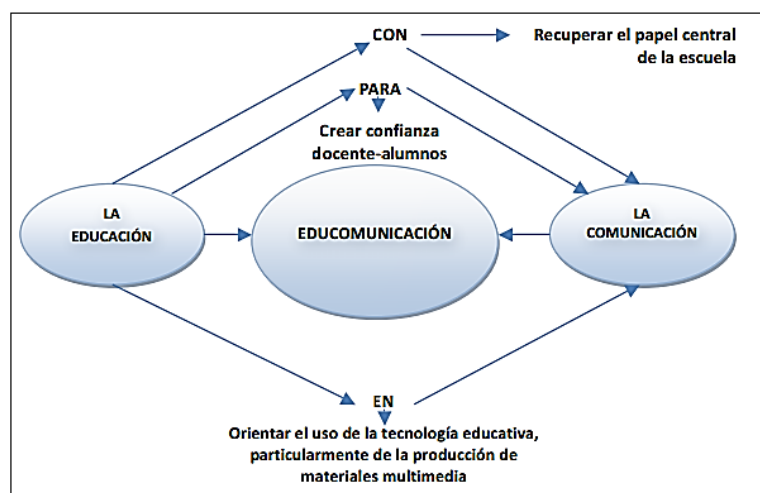
1. Educomunicación

Actualmente la sociedad está enfrentando varios cambios tecnológicos y comunicativos, por lo que cada ser humano se ve en la necesidad de mantenerse actualizado y preparado para poder receptar y utilizar de forma responsable toda la información que los medios de comunicación le ofrecen para adaptarla así a su estilo de vida, ya sea de forma productiva como para su crecimiento intelectual y emocional.

Es por esta razón que es casi imposible separar a estas dos herramientas que son la educación y la comunicación, educomunicación, principalmente en la enseñanza de los estudiantes hoy en día.

Julio Jiménez Vargas y Jazmín García Aquino, citan dentro de su artículo científico a Mata con la siguiente definición: La educomunicación “podría definirse como una educación CON/PARA/ EN la comunicación”. (Jiménez y García)

Educación en la comunicación entendida como un aspecto de la tecnología educativa, es decir, usar los medios de comunicación en el proceso de enseñanza-aprendizaje. (Mata 2)



Se conoce que la educomunicación es el proceso de aprendizaje que fomenta la enseñanza íntegra a través de distintos medios de comunicación. Educomunicación también es la interacción de la comunicación en la educación, según la UNESCO esta ha sido reconocida como “educación en materia de comunicación” incluye “todas las formas de estudiar, aprender y enseñar”, en el contexto de la utilización de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas científicas. (Revolución Educativa UPN)

Francisco Quirós, en su artículo científico Pedagogía de la Comunicación de desarrollo local, publicado en la biblioteca digital e-libros, cita a los autores Castillejo y Sarramona para indicar que “la comunicación educativa consiste en la eficaz transmisión de información de un polo a otro de la relación comunicativa, orientado al ordenamiento de las relaciones personales entre los educandos y el docente, y a la modulación transmisora de la información”. (Quiroz 42)

En el caso de nuestro estudio se ha observado que varias instituciones aún utilizan como método de enseñanza exclusivamente charlas magistrales, en las que el alumno limita su grado de conocimiento al momento de enfrentarse al tema expuesto. Sin embargo, la codificación y decodificación del mensaje durante el aprendizaje son necesarias para tener un óptimo entendimiento de conceptos. Como indica Emilio Redondo en su libro Educación y Comunicación:

El contenido de la comunicación puede imponer límites a la misma. Basta con que sea desproporcionado, que desborde la capacidad de asimilación del sujeto que ha de recibirlo. Todo un principio fundamental de la pedagogía está ordenado a la previsión y remedio de esta limitación,

dosificando y presentando convenientemente el contenido de la educación, de forma que su asimilación sea posible por parte del educando. (Redondo García)

Daniel Prieto Castillo, escritor argentino, considerado uno de los mayores expertos en América Latina en temas de comunicación y educación y, Francisco Gutiérrez, destacado educador español, en su artículo La Mediación Pedagógica mencionan lo siguiente:

La función mediadora de la pedagogía tiende un puente entre el educando y el conocimiento, entre lo que se sabe y lo que no sabe, entre sus experiencias y los conceptos, entre su presente y su porvenir, dotando de sentido al acto educativo. El educador es concebido como asesor pedagógico, como mediador que debe facilitar el autoaprendizaje, la construcción de conocimientos, la actitud investigativa y la participación del educando, contribuyendo a que la educación se experimente como una actividad lúdica, creativa y placentera. (Malagón Terrón, La Mediación Pedagógica 177)

Es importante destacar el papel que desempeñan los educadores en la vida del estudiante ya que se han dejado en el pasado aquellos días en los que era común que únicamente el maestro hable y los alumnos escuchen, en donde no se podían debatir criterios ni expresar una postura ante un tema tratado en el salón de clases; hoy en día se han generado nuevas metodologías de enseñanza, las cuales han permitido que los estudiantes puedan acceder a un proceso participativo y beneficioso para su aprendizaje.

Durante el desarrollo de esta investigación se desea demostrar lo planteado anteriormente, la ampliación del conocimiento del estudiante a través de nuevos

métodos de enseñanza, y el estudio de las tres revistas infantiles educativas son prueba de ello.

Con la aparición de este material de estudio, promovido por empresas locales que han descubierto la necesidad presentada por los niños en el ámbito escolar, el profesor se convierte en un mediador pedagógico utilizando los diferentes medios de comunicación y en este caso las revistas, para poder transmitir un mensaje claro mediante la recepción positiva de contenidos por parte del estudiante. Evidentemente no se trata de incrementar el trabajo del educador, más bien, los medios de comunicación están destinados a complementar el saber de cada guía y aportar en el despertar de conocimientos de cada estudiante mediante actividades lúdicas y creativas.

Antonio Fera Moreno en su artículo: Medios de comunicación en educación infantil y primaria, indica que la educación en materia de comunicación ha de implementarse en primaria a través de un marco global en torno al área de conocimiento del medio y en función de tres modelos diferentes que el autor describe a continuación:

1. A través de la elaboración y desarrollo de unidades didácticas que contemplen la comunicación social como temática central, objeto de conocimiento y elemento globalizador del proceso de enseñanza-aprendizaje.
2. Con la elaboración y desarrollo de unidades didácticas que se centren en cualquier temática del área del conocimiento del medio y que utilice los medios de comunicación como recurso, auxiliar, es decir, como material curricular con las implicaciones específicas que confiere el uso de los medios y tecnologías de la información y de la comunicación.

3. Dedicando un espacio y tiempo concreto al tratamiento y uso crítico, creativo, investigativo y lúdico de la comunicación social en forma de taller, aula, rincón específico, donde se realizarán actividades específicas correspondientes: hemeroteca, fichero de noticias, producción propia de medios, etc. (Feria 16)

En la actualidad existen diversas formas para emitir información con la finalidad de entrar de manera activa en la mente de los estudiantes. La construcción de los mensajes es esencial al momento de comunicar, ya que la formación del educando depende del grado de recepción de la información emitida, es por ello que se han establecido distintos métodos de enseñanza.

Por otra parte "el constructivismo piagetiano", que adopta su nombre de Jean Piaget, es el que sigue más de cerca las aportaciones de ese pedagogo, particularmente aquellas que tienen relación con la epistemología evolutiva, es decir, el conocimiento sobre la forma de construir el pensamiento de acuerdo con las etapas psicoevolutivas de los niños. (Concha 2)

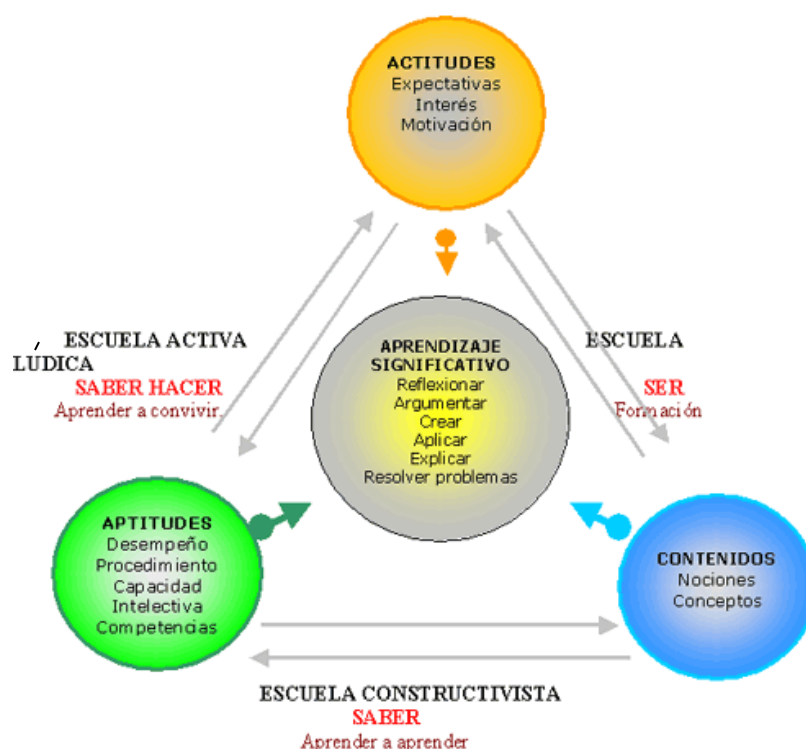
El constructivismo piagetiano tuvo un momento particularmente influyente durante las décadas de 1960 y 1970, impulsando numerosos proyectos de investigación e innovación educativa. Para Piaget, la idea de la asimilación es clave, ya que la nueva información que llega a una persona es "asimilada" en función de lo que previamente hubiera adquirido. Muchas veces se necesita luego una acomodación de lo aprendido, por lo que debe haber una transformación de los esquemas del pensamiento en función de las nuevas circunstancias. (Concha 2)

Como consecuencia de esa concepción del aprendizaje, el constructivismo ha aportado metodologías didácticas propias como los mapas y esquemas conceptuales, la idea de actividades didácticas como base de la experiencia educativa, ciertos

procedimientos de identificación de ideas previas, la integración de la evaluación en el propio proceso de aprendizaje, los programas entendidos como guías de la enseñanza, etc. (Concha 4)

Es por eso que, según la teoría del constructivismo según Jean Piaget, se optó por la realización de los equipos de trabajo con las revistas infantiles para que fueran los mismos alumnos quienes creasen el mensaje que les dejó la lectura después de haberse enfocado en el tema “valores” específicamente.

Al final fueron ellos mismos quienes dibujaron, pintaron y construyeron el conocimiento, para después de eso poder exponerlo en cartelera a sus demás compañeros sobre qué fue lo que aprendieron con el material y de qué forma lo pueden aplicar en sus vidas diarias.



Román Gubern, en su libro La Mirada Opulenta menciona que el ser humano es primordialmente un animal visual, y dentro de la misma edición cita al autor Dodwell quien dice que el 90% de la información de un hombre normal procede de sus canales ópticos. La percepción visual no es un fenómeno estático ni estable, sino una vivencia sensorial evolutiva, sobre todo en la edad infantil. (Gubern 15)

Según expone Pilar Pérez Herrero, en su artículo Hacerse con los medios. Estrategias educomunicativas para el milenio:

Partiendo siempre desde una perspectiva creativa y lúdica —el juego es uno de los instrumentos de aprendizaje más antiguos que se conoce—, buscamos el desarrollo personal y social de los receptores. Perseguimos convertirlos en verdaderos comunicadores; esto es en receptores con capacidad potencial para actuar como emisores en el modelo de comunicación social. (Pérez 4)

A través de los distintos métodos aplicados en el aula de clase, se han implementado actividades artísticas como el dibujo o interacciones con imágenes que presentan distintas situaciones cotidianas con lecciones o consejos a seguir.

Pérez también recalca al cómic como un género muy motivador para algunos alumnos, ya que el desarrollo de historias en forma de secuencia es ideal para jóvenes creativos a los que les entusiasma dibujar. (Pérez 6)

La creatividad y el ingenio con el que diseñan los humoristas gráficos de diarios y revistas, permiten que los lectores lleguen a una reflexión autónoma sobre los problemas de la realidad social que se encargan de reflejar. El humor puede ser analizado aquí como un

instrumento de comunicación sumamente eficaz que permite altas dosis de libertad en la lectura del mensaje. (Pérez 7)

En Cuenca, por ejemplo, existen medios de comunicación impresos que se interesan en contribuir en la formación intelectual del niño a través de la entrega de revistas educativas, las mismas que usan al cómic para transmitir conocimiento y enriquecer emocionalmente con mensajes positivos.

José Ignacio Aguaded, Presidente del Grupo Comunicar de la Universidad de España, en su artículo: La educomunicación, una apuesta de mañana, necesaria para hoy, manifiesta que la presencia de los medios a nivel social es especialmente sensible a las nuevas generaciones. De estas complejas relaciones de los niños y jóvenes con los medios de comunicación, surge la necesidad de planificar y proyectar una educación para el conocimiento de estos nuevos lenguajes indagando y reflexionando sobre cómo la educación, en general, y la enseñanza en particular han de responder el papel central que los medios de comunicación juegan en la vida de los jóvenes. (Aguaded 3)

El mismo autor enfatiza también en que las altas tasas de dedicación a los medios y la creciente saturación de éstos en la sociedad contemporánea es quizás la primera y principal causa que justifica que éstos no estén ausentes, o mejor, totalmente ignorados en los centros educativos. La cantidad de horas de consumo de cualquier niño o joven de hoy en cine, televisión, radio, revistas, ordenadores, publicidad, videos, etc. es realmente abrumador.

Es decir, la preocupación no gira solo en torno al tiempo dedicado a las nuevas tecnologías como una manera de distracción en el diario vivir, sino que el impacto ha sido tal, que la experiencia personal de cada individuo ha llegado a depender de los medios y se ha saturado de los mismos.

Víctor Amar en su artículo: La Educación en medios digitales de comunicación, cita al catedrático español Jurjo Torres, quien reflexiona lo siguiente:

Este autor nos invita a reflexionar sobre qué enseñamos y cómo lo enseñamos, además de a quién y dónde, así como para qué. En este sentido, no queremos cargar de más responsabilidades al profesorado que interactúa en el aula... simplemente, apuntaremos que hemos de admitir como docentes que los tiempos han cambiado y, con ello, también el currículo y las responsabilidades de y con relación a éste y, por supuesto, con la propia comunidad educativa y, asimismo, nuestro sentido en la sociedad. (Amar)

A pesar de que hoy en día la mayor parte de la población tiene acceso a Internet, es importante motivar a la nueva generación a mantener contacto con los medios impresos, ya que de esta forma el lector llega a conectarse de manera más personal con la información presentada físicamente, siendo este un punto a favor en esta investigación.

1.1. El Cómic

Ana María del Castillo Olivares, profesional de medios de difusión en Madrid, España, habla sobre los antecesores de la historieta, mencionando que es inevitable nombrar a los antiguos egipcios, que representaban muchos de sus mitos en dibujos y jeroglíficos que realizaban sobre hojas de papiro, y también hacían murales en forma de tira, que incluían imagen y texto.

En este caso el cómic infantil tiene más de un siglo de historia. Fue en Estados Unidos, en 1896, donde se publicó el primer suplemento infantil con historietas en un periódico, aunque se atribuye al suizo Rodolfo Toepffer (1799-1846) la invención de la historieta ilustrada. (Del Castillo Olivares Miranda 24)

1.1.1. Historia del cómic latinoamericano

La revista digital The Cult menciona parte de la historia del cómic en Latinoamérica. Las primeras historietas propiamente dichas aparecen durante los años diez del siglo XX. Son las tiras de Viruta y Chicharrón (1912), en las cuales se advierte el nebuloso convencionalismo de la viñeta, aún no del todo definida en el tebeo local. (E. Fernández 3)

Además Fernández menciona que con los años treinta llega la posibilidad de las primeras tiras en color. En el ámbito del humor gráfico, sobresale Joaquín Salvador Lavado “Quino”, que trascenderá el marco argentino con Mafalda (1964), una tira de notable alcance ideológico, pese a la aparente inocencia de sus protagonistas.

Finalmente otro país muy representativo del cómic iberoamericano es México, en donde encontramos, en los años diez del siglo XX, las primeras historietas publicadas en la prensa. Como es habitual, el material difundido por los periódicos mexicanos es, fundamentalmente, estadounidense. (E. Fernández 5)

1.1.2. Concepto de cómic

Javier Coma, en su libro Diccionario de Los Comics: La Edad de Oro señala que el cómic es la narrativa mediante secuencia de imágenes dibujadas. (Coma 9). Por otra parte está María Victoria Aguiar, que en su definición no solamente toma en cuenta al gráfico en sí, más bien mezcla dos elementos importantes para brindar un concepto más completo, en su libro Cultura y Educación en la Sociedad de la Información, cita a Elisabeth K. Baur, quien indica que el cómic es una forma narrativa, cuya estructura no consta solo de un sistema, sino de dos: lenguaje e imagen. (Aguiar 134)

1.2. Revistas educativas infantiles locales

En la ciudad de Cuenca existen algunas revistas infantiles, de las cuales dentro de esta investigación se analizaron tres, por ser las más importantes ya que llegan mayoritariamente a las aulas escolares y son utilizadas por los maestros en distintas escuelas. Tenemos las revistas Panas y El Mercurito, este par viene incluido como suplementos en la circulación dominical de los diarios El Tiempo y El Mercurio, respectivamente, y la Revista Infantil Chispiola, distribuida de forma gratuita en escuelas pertenecientes a un proyecto educativo impulsado por un grupo de personas vinculadas al magisterio, que trabaja conjuntamente con empresas e instituciones locales como ELECAUSTRO, ETAPA, Empresa Eléctrica, entre otras.

Panas, es una revista infantil orientada a educar de manera divertida y lúdica a los pequeños lectores, proporcionando contenidos acordes a la malla curricular del Ministerio de Educación. Como aporte adicional genera colecciones de láminas educativas, para apoyar las necesidades didácticas, es así que ya se ha editado la serie de geografía con la colección Conociendo mi País. (El Tiempo)

Mercurito, dedicado a los niños también contiene amenidades, juegos, cuentos, ciencia, relatos históricos y actividades para los menores. (El Mercurio)

La Revista Infantil Chispiola, representada por la empresa editora Publigestión, que a través de la revista ejecuta algunos programas educativos que pretenden desarrollar aprendizajes significativos en temas como la prevención de impactos ambientales negativos, la optimización de recursos como el agua y la luz eléctrica, los derechos de los niños, la integridad de la familia, la no discriminación, el cuidado de la salud, la alimentación sana, etc. Las tres revistas son solicitadas por los docentes de la mayoría de instituciones educativas, con el fin de que éstas sean un soporte en el aprendizaje de los estudiantes y a su vez puedan realizar tareas con este material didáctico.

El afán de las tres es captar la atención de los niños en cuanto a los dibujos y caricaturas utilizadas dentro del diseño de las revistas, los colores llamativos y mensajes con ideologías positivas, pensando siempre en la aportación cognitiva hacia los niños, ¿Pero qué tan eficiente es llegar a un público infantil de esta manera?

1.3. Entrevistas con profesionales

Es conveniente empezar con una entrevista a un personaje que ha cambiado la historia en cuanto a las revistas infantiles educativas en nuestra ciudad. El 28 de octubre de 1962, Julio Tamayo, docente escolar, fundó el primer periódico local para niños MI ESCUELITA que se distribuyó durante casi 50 años en varios planteles educativos de la ciudad.

Julio Tamayo¹ menciona que uno de sus objetivos principales de este material era que los estudiantes coleccionaran todas las ediciones entregadas mensualmente, por su contenido rico en datos históricos, principios y valores.

Lucía Tamayo, hija del autor indica que los diarios infantiles no deben contener exceso de texto ya que por lo general no será leído. La mayoría de personas y en especial los niños no comienzan la lectura de un editorial si se encuentran solamente con letras. Ella señala que el gráfico es también un lenguaje, un paratexto que aporta para que la imaginación del niño se expanda, y el maestro con su habilidad pueda darle otro giro a la historia, tomando como base el gráfico. Finalmente señaló desde su perspectiva y experiencia que lo aconsejable es manejar 60% texto y 40% imagen.

Pues bien, para tener una idea clara sobre el peso que puede tener el cómic en los procesos educativos, Clara Misrachi y Felipe Alliende en su artículo científico La historieta como medio educativo y como material de lectura mencionan que los libros de historietas y las tiras cómicas publicadas por los periódicos constituyen uno de los géneros más leídos en la actualidad. (Misrachi 1)

Además creen conveniente tener en cuenta que, cualquiera que sea el medio que se utilice para entregar un determinado contenido, caben dos aproximaciones típicas frente a él:

- por vía racional, sistemática, discursiva y abstracta;
- por vía emocional, asistemática, anecdótica y concreta.

La mayoría de las historietas apelan solamente a la segunda vía, pero es perfectamente posible una combinación de ambos modos de aproximación. (Misrachi 2)

¹ Entrevista realizada el miércoles 24 de julio de 2013, en el domicilio del Sr. Julio Tamayo

En la entrevista con Ximena Vélez², Máster en Educación Inicial, ella indica que un cómic debe tener un componente afectivo con el niño, de lo contrario pasa desapercibido, convirtiéndose solo en un personaje presente. Respecto al tema expresa lo siguiente:

Si el personaje le invita al niño a realizar alguna actividad, él lo va a hacer porque se va a sentir identificado. Al cómic hay que volverlo importante para el infante. En el caso de las revistas, el error es que tratan de crear personajes que influyan en los niños pero no lo logran o no saben cómo hacerlo, ya que no le dan un valor al elemento. Los profesores deben encargarse de que el cómic llegue a sus alumnos, que ellos le den el valor afectivo ya que si no existe esta interacción que genere el componente significativo, será un elemento desconocido y sin importancia.

El cómic debe estar acompañado de un componente, una orden, una consigna ya que si el niño solo observa la imagen del personaje en todas las hojas, no le va a dar mayor significado, es por esto que es importante que se sepa de la historia del personaje, que narre de donde viene y de esta manera, el niño analizaría si el cómic es más que una simple imagen, es decir, hay que humanizar al personaje para volver su presencia más significativa. Es fundamental conocer poco a poco la historia del protagonista y que éste nos cuente sobre ciertas actividades que realiza, por ejemplo, salir o tomarse fotos y en general, actividades de la vida cotidiana. El receptor se sentirá identificado.

² Entrevista realizada el martes 7 de mayo de 2013, en las instalaciones de la Universidad del Azuay.

Frederic Wertham, psiquiatra estadounidense, en su obra Seduction of the innocent, demuestra el poder que tiene la historieta y reafirma a través de una variedad de ejemplos clínicos la influencia de los cómics en actitudes de niños con problemas. (Wertham 4)

Dicha investigación hace énfasis en el cómic como un medio de comunicación con una capacidad magna de estimular creencias, actitudes y conductas entre sus lectores infantiles, favoreciendo la utilización del mismo en revistas educativas para la formación de los niños.

Diana Avila Sarmiento³, Licenciada en Ciencias Humanas de la Educación (Parvulario), maestra del tercero de básica de la Escuela Fiscal Ciudad de Cuenca, señala que el trabajo realizado con las revistas El Mercurito, Panas o Chispiola, es óptimo para el aprendizaje de sus alumnos.

De acuerdo con su criterio, los temas cívicos, científicos y tecnológicos ayudan al niño a conocer sobre su entorno y su cultura, a su vez puede compartir esa información adquirida con los padres de familia que en algunas ocasiones desconocen sobre ciertos temas.

Además hace énfasis en que las revistas mencionadas anteriormente no solo satisfacen las necesidades del alumno, sino también las de los docentes, ya que este material es de gran utilidad para los trabajos y proyectos en clase por los temas relevantes que presentan.

Según su experiencia insiste en que las edades más aconsejables para trabajar con este material didáctico están entre los 8 a 10 años, por el hecho de su estructura gráfica, temática y la gama de colores. Estos niños se sienten atraídos por los dibujos y

³ Entrevista realizada el miércoles 8 de mayo de 2013, en la escuela fiscal mixta Ciudad de Cuenca.

la variedad de actividades, además de que reciben ayuda en casa provocando el involucramiento familiar.

Al contrario de los niños más grandes, que ya no se sienten tan cómodos al trabajar con este material, ya sea por la carga de materias más fuertes, y otras prioridades y ocupaciones escolares, se optó por buscar una metodología recomendable para los estudiantes que están involucrados en esta investigación.

1.4. Metodología y técnicas para la investigación

Los pasos a seguir básicamente fueron los siguientes: conversar con expertos en la materia, analizar el contenido de las revistas, tomar de referencia revistas homólogas muy representativas a nivel nacional, seleccionar los segmentos más coincidentes para saber cuáles son los más efectivos, y finalmente dividir dichos segmentos y escoger los más representativos para concluir con las recomendaciones más factibles. Más adelante se explica a profundidad cada uno de estos pasos.

Tras analizar lo expuesto por César Augusto Bernal en su libro Metodología de la Investigación, determinamos a la investigación descriptiva como la más apropiada para nuestro estudio siendo una metodología netamente cualitativa, debido a que tratará de enfocarse en la efectividad del cómic infantil en los niños que trabajan con este material en sus escuelas para transmitir conceptos. De acuerdo con Cerda citado por Bernal, él menciona que una de las funciones principales de este tipo de metodología es la capacidad para seleccionar las características fundamentales del objeto de estudio. (Bernal 112)

Es fundamental que se apliquen grupos focales en los centros educativos en los que se llevará a cabo la investigación con el fin de observar el comportamiento de cada

participante a través de la entrega de los suplementos infantiles y su respectivo análisis mediante una conversación.

El siguiente cuadro muestra la estructura a seguir basándose en cada uno de los objetivos específicos.

OBJETIVO	ESTRATEGIA	ASPECTOS A DETERMINAR
1. Determinar de qué forma los niños entran en contacto con la revista.	Entrevistas a profundidad a educadores y profesionales con el fin de obtener información precisa acerca del tipo de revistas con las que se trabajan en el aula.	-Determinar si los niños revisan las revistas con los padres en sus hogares. -Conocer si examinan la revista en el aula en trabajos grupales o de manera individual. -Reconocer si los niños buscan la revista de forma espontánea.
2. Analizar qué enfoque tienen cada una de las revistas en cuanto a su estructura (temas, colores, dibujos).	Examinar ejemplares de cada una de las revistas y elaborar un análisis de contenido para conocer con detalle la forma en la que está estructurada.	-Conocer qué contenidos tienen espacios mayoritarios en cada una de las revistas. -Encontrar los contenidos coincidentes entre las tres revistas. -Definir características de los personajes representativos de cada una de las revistas.

3. Determinar los conocimientos que adquieren los niños después de haber leído las revistas.	Aplicación de grupos focales y observación participativa en una dinámica infantil que permita analizar el comportamiento de los niños.	-Determinar los temas de mayor interés para los niños. -Determinar lo que más recuerdan con respecto a los temas expuestos en las revistas. -Consultar qué fue lo que aprendieron y lo que desearían seguir viendo en las revistas.

1.5. Población y muestra

Para el análisis de contenido en las revistas se realizó primero una investigación para saber cuáles son los temas más coincidentes, los de mayor interés, los más entendibles y los más recordados por los estudiantes.

En cuanto a la población está representada por los niños y niñas de quintos y sextos de básica de las escuelas urbanas del cantón Cuenca. Se contará con el análisis de cinco establecimientos educativos, tanto particulares, fiscales como fisco misionales de la ciudad de Cuenca.

El siguiente cuadro contiene información fundamental para el desarrollo de la investigación, la misma que fue obtenida a través de un funcionario del Ministerio de Educación.

ESTABLECIMIENTO	TIPO DE ESCUELA	PARROQUIA	No. ALUMNOS
Escuela Sagrados Corazones	Particular	San Sebastián	522
Escuela Ciudad de Cuenca	Fiscal	Yanuncay	533
Escuela Ricardo Muñoz	Fiscal	Totoracocha	796
Escuela INEBHYE	Particular	Huayna Cápac	82
Escuela Fe y Alegría	Fiscomisional	Huayna Cápac	623
TOTAL			2133

CAPÍTULO 2

2. Análisis de las revistas

Después de haber realizado una aproximación conceptual a la educomunicación, haber definido claramente al cómic y de acuerdo a la metodología planteada anteriormente, se puede dar paso al análisis de cada una de las revistas escogidas para este estudio. Es por esto que el presente capítulo tiene el objetivo de analizar la estructura de cada una de las revistas.

Para esta investigación se considera fundamental la aplicación de las siguientes herramientas:

- Entrevistas personales con los productores de cada una de las revistas para conocer sobre los objetivos que pretenden, así como las características particulares en cuanto a su producción y distribución, al igual que entrevistas personales con cada diseñador responsable de los ejemplares de estudio para conversar sobre la estructura y diseño de Panas, Mercurito y Revista Infantil Chispiola respectivamente, así como las influencias que han tenido de distintos autores o diseñadores que trabajan sobre el uso del cómic en revistas infantiles.
- Análisis de contenido con el objetivo de conocer a profundidad cada segmento del material de estudio y su estructura en general.

2.1. Entrevistas a los propietarios y diseñadores de cada revista

2.1.1. Revista Infantil Chispiola

2.1.1.1. Lcda. Diana Arévalo

En la entrevista personal con la Lcda. Diana Arévalo, productora de la Revista Infantil Chispiola, ella comentó que la distribución del material es gratuito gracias al apoyo y colaboración de empresas privadas y públicas. Se basa principalmente en un eje de valores y derechos, pero específicamente existe un interés de comunicación por parte de los auspiciantes.

La licenciada mencionó que después de haber realizado diferentes talleres en varias escuelas, se ha podido determinar que lo que más les interesa a los niños son los cómics y los chistes, que la realidad es que los textos sueltos sin ninguna imagen que los acompañe, no tiene una óptima recepción.

Ella recalca “los lectores cuando observan que un personaje cuenta una historia o éste se encuentra en alguna situación cotidiana, es entonces cuando ponen mayor interés en el material, es por esa razón que los niños gozan de textos cortos, rápidos de leer, entretenidos.”

2.1.1.2. Dis. David Arévalo:

David Arévalo expuso su experiencia como diseñador de la Revista Infantil Chispiola, “he desarrollado un estilo, pero también tengo ciertos referentes, por ejemplo, a nivel nacional Roger Icaza, que como ilustrador de personajes es excelente.

Este autor se centra en el desarrollo del concepto y después en la parte gráfica. En cuanto a nivel internacional el argentino Ricardo Fernández, quien trabaja netamente en la ilustración de cómics.”

Detalló que cada personaje dentro de la revista tiene su propia personalidad enfocada en proyectar buenos modales, valores y ejemplos de vida para los niños.

El cómic que maneja la Revista Infantil Chispiola tiene temas de convivencia emitiendo mensajes positivos para su público objetivo.

Es importante mencionar que el departamento de diseño trabaja conjuntamente con los comunicadores para elaborar los contenidos.

2.1.2. Revista Mercurito

2.1.2.1. Lcda. Dory Marcela Merchán

La Lcda. Dory Merchán habló sobre el enfoque que tiene Mercurito en los niños cuencanos “El Mercurito está enfocado principalmente en los niños mediante juegos, lectura práctica y la elaboración de talleres para interactuar con ellos. Utilizamos muchos colores para captar su atención.”

Se considera de gran importancia la implementación de actividades psicomotrices para la lectura y destrezas en la pintura para que el niño se vincule más con las herramientas ofrecidas. Además se maneja netamente temas didácticos y no una historia relacionada con el personaje.

2.1.2.2. Dis. Xavier Reino

Reino priorizó sus gustos y habló sobre su principal referente a la hora de ilustrar, “Me encanta hacer un seguimiento a los trabajos de la mexicana Anita Mejía, cada uno de sus diseños engloba toda una historia llena de colores y cada elemento comunica y transmite diferentes sensaciones para quien pueda disfrutarlo.”

Comentó que en cuanto a la revista Mercurito propiamente, el personaje principal está ilustrado como el hijo del Dios Mercurio y por esa razón lleva características como una corona en forma de sol.

En la distribución de contenidos, se trabaja un 60% y 40%, enfocando la parte principal en los dibujos que es lo que más llama la atención del niño. Disponen de tres columnas para que la lectura no sea tan cansada.

2.1.3. Revista Panas

2.1.3.1. Dr. René Toral Calle

El Dr. René Toral mencionó que es un gusto poder servir a la ciudadanía y en especial al público infantil con un suplemento útil y a la vez entretenido.

El proyecto de Panas está enfocado en ser de ayuda para el infante al momento de realizar ejercicios y tareas que se pueden realizar en casa o en el lugar de estudio, se distribuye conjuntamente con el Diario El Tiempo todos los domingos.

“No solo los niños disfrutan del material, sino sus padres y toda la familia alguna vez han podido entretenerse con las historias o los juegos que tiene Panas, ya que llaman la atención sus colores y su contenido principalmente”, acotó.

2.1.3.2. Dis. Andrés Barriga

Por su parte el diseñador Andrés Barriga explicó que no se fundamenta en un diseñador en específico, sino más bien sigue a varios blogs de ilustradores, en donde se enfocan en diseños editoriales o de ilustración. En este tipo de páginas busca inspiración y actualiza sus conocimientos en cuanto a las nuevas tendencias del diseño.

Para él es muy importante leer libros de ilustración y de creación de personajes, y en esta ocasión sí puso como ejemplo al diseñador e ilustrador Ricardo Polo López, quien es uno de sus referentes principales porque se dedica al diseño editorial específicamente.

Al hablar de Panas la consideró como un medio más tradicional por lo que utilizan criterios funcionales y estéticos para diseñar. Son muy importantes los colores y la distribución de la información de los temas en la revista para atraer la atención del niño quien es el lector principal.

Una segunda estrategia seleccionada es el análisis de contenido, técnica definida por Vilma Ponce en los siguientes términos:

Se suele llamar análisis de contenido al conjunto de procedimientos interpretativos de productos comunicativos (mensajes, textos o discursos) que proceden de procesos singulares de comunicación previamente registrados, y que, basados en técnicas de medida, a veces cuantitativas (estadísticas basadas en el recuento de unidades), a veces cualitativas (lógicas basadas en la combinación de categorías) tienen por objeto elaborar y procesar datos relevantes

sobre las condiciones mismas en que se han producido aquellos textos.

(Ponce 2)

2.1.4. Muestra (Revistas)

Se han definido a las principales revistas infantiles de la ciudad de Cuenca como el universo de esta investigación, ya que al momento de precisar el objeto de estudio se analizó la evidente presencia de este material en los distintos planteles educativos.

Para que la muestra sea representativa se seleccionaron tres ediciones de cada una de las revistas, de la siguiente manera:

Panas	Mercurito	Revista Infantil Chispiola
1º revista (primera semana de julio de 2013)	1º revista (primera semana de julio de 2013)	1º revista (septiembre de 2013)
2º revista (segunda semana de agosto de 2013)	2º revista (segunda semana de agosto de 2013)	2º revista (octubre de 2013)
3º revista (tercera semana de septiembre de 2013)	3º revista (tercera semana de septiembre de 2013)	3º revista (noviembre de 2013)

Es importante mencionar que la selección anterior fue en base a la distribución semanal de Panas perteneciente a Diario El Tiempo, y Mercurito incluida en Diario El

Mercurio. Mientras que la repartición de la Revista Infantil Chispiola es mensual y esta pertenece a la editora Publigestión.

Más adelante se podrá observar la elaboración de cuadros explicativos correspondientes a las revistas de manera individual, en donde cada segmento de su contenido será representado por un porcentaje en base al espacio que ocupa en el ejemplar.

Para concluir con la presentación se incluirá un cuadro final que contendrá un análisis comparativo entre los resultados de las revistas.

2.1.5. Datos generales de las revistas

La información correspondiente al siguiente cuadro fue otorgada por cada una de las instituciones representantes de cada revista.

Revista	Panas	Mercurito	Revista Infantil Chispiola
Producción	El Tiempo	El Mercurio	Publigestión
Diseñador	Dis. Andrés Barriga	Dis. Xavier Reino	Dis. David Arévalo
Número de ejemplares mensuales	7.500	10.000	7.400

Número de hojas	4 (incluye portada y contraportada)	4 (incluye portada y contraportada)	9 (incluye portada y contraportada)
Lugares de circulación	Azuay	Azuay, Cañar, Morona Santiago, El Oro y Loja.	Cuenca
Formato	Estándar	Estándar	A4

2.1.6. Conclusión del contenido de las revistas

Las revistas antes mencionadas son responsabilidad de entidades relevantes en la ciudad de Cuenca. Cabe destacar que “Mercurito” abarca una mayor producción con 10.000 ejemplares repartidos de manera semanal en cinco provincias, razón por la cual su tiraje es el más representativo en relación con la producción de los distintos materiales analizados en este estudio.

“Panas” ocupa el segundo lugar con 7.500 ejemplares entregados a nivel de la provincia del Azuay, al igual que la Revista Infantil Chispiola se asemeja a esta cifra ocupando el tercer lugar con 7.400 ejemplares asignados a distintas instituciones educativas en la ciudad.

Se puede observar que las revistas Panas y Mercurito mantienen un formato similar, mientras que la Revista Infantil Chispiola se diferencia por conservar un formato A4 y además tiene diferente calidad del papel.

2.3. Análisis integral de los elementos del cómic

Para definir los elementos del cómic a analizar se trabajó con el libro Diseño del cómic y novela gráfica- la guía esencial, del autor Gary Spencer Millidge. (Millidge 12)

El autor señala los puntos importantes a tratar para un análisis más profundo del cómic, los cuales son tomados en cuenta a continuación para trabajar en el análisis propuesto.

Para contar con referentes que sirvan para el análisis integral de los elementos del cómic se vio la necesidad de tomar un homólogo en las siguientes revistas: Elé y Súper Pandilla Verde, en razón de que cuentan con una amplia trayectoria en el país y porque sus contenidos tienen un enfoque claro, en el primer caso a la Responsabilidad Social y en el segundo a la Ecología, a más de que ambas revistas tienen acogida a nivel nacional.

- Revista Elé: Perteneciente a la Empresa ZonAcuario Revista Comunicación con Responsabilidad Social Cía. Ltda. Circula cada dos meses desde el 2005.
- Revista Súper Pandilla Verde: Incluida en el Diario El Comercio, circula todos los sábados.

A estos dos ejemplares se suma el análisis integral de los elementos del cómic de las tres revistas principales de esta investigación, para lo cual hemos tomado en cuenta la parte física y hemos analizado aspectos básicos como la historia global, la importancia de los personajes que intervienen en cada revista y su personalidad, el análisis del texto presente en las distintas publicaciones y sus géneros periodísticos, así como también la composición de la página con los distintos recursos comunicativos.

2.3.1. Revista Elé

Revista Elé perteneciente a la empresa quiteña ZonAcuario Revista Comunicación con Responsabilidad Social Cía. Ltda. Circula cada dos meses, desde el año 2005. (Elé)

Parte física:

La revista en forma general cuenta con colores llamativos, los espacios para cada segmento tienen una buena distribución, lo que permite que el contenido sea más dinámico.

Enfoque:

Se orienta hacia una temática social y educativa.

Diseño de personajes:

Tiene varios personajes que ocupan un papel importante dentro de historias específicas que se muestran en la revista. Pero el protagonista es el Capitán Escudo quien lucha contra villanos que tratan de destruir a la nación.

Apariencia:

Personaje principal: El Capitán Escudo es un personaje de gran estatura y fuerte. Su vestimenta lleva los colores de la bandera del Ecuador, su máscara es un cóndor y en su pecho lleva el escudo de la nación.

Personajes secundarios: Son los villanos quienes están en contra del Capitán Escudo y quienes representan malos hábitos y problemas que enfrenta la sociedad actual. Por ejemplo: Corruptus. Griposa, Miss Vanity, Claxon, etc.

Personalidad:

Personaje principal: El Capitán Escudo es un personaje con una personalidad amigable, alegre, emprendedora, caritativa y solidaria.

Personajes secundarios: Los villanos que por ende representan la maldad, la corrupción y todos los antivalores que llevan a un mal comportamiento como ciudadanos.

Diseño de escenario:

Elé es una revista que además de mostrar historias culturales se enfoca en las aventuras del Capitán Escudo junto a sus amigos y villanos, en donde podemos observar que sí existe un escenario definido en el que se desarrollan sus aventuras.

Historia global:

Existe una historia global que hace referencia al objetivo principal del Capitán Escudo que es salvar al Ecuador de tanta iniquidad.

Historia específica:

Existen historias específicas en cada una de las ediciones emitidas por la revista, donde el Capitán Escudo vive cada una de sus aventuras.

Color:

En el caso del Capitán Escudo y los demás personajes el color es un recurso positivo porque consigue atraer la atención del observador por las combinaciones en sus distintas tonalidades.

Composición de la página:**Viñetas:**

Dentro de la historia del Capitán Escudo sí existen viñetas en donde se enmarcan cada uno de los momentos de la historia. Este recurso es utilizado de manera positiva ya que presenta una secuencia ordenada de la aventura.

Navegación: Debido a la utilización correcta de las viñetas de esta revista la navegación (lectura de la historia) es sencilla y entendible.

Tipografía: Es legible y adecuada en cuanto a un formato y diseño que capta la atención de su público meta, que en este caso son los niños.

Bocadillos (globos de diálogo):

Este es un elemento relevante al momento de desarrollarse la historia y facilita la lectura de los diálogos de los personajes.

Texto:

- Informativo: Datos acerca del mundo animal, naturaleza,
- Cuento: Leyendas, cuentos infantiles, fábulas de varios temas.
- Historieta: Aventuras del Capitán Escudo.
- Biografías: Personajes importantes y reconocidos.
- Reportaje: Tema principal detallado.
- Cultural: Temas de los diferentes grupos étnicos de nuestro país.
- Actividades extras: Manualidades, juegos, acertijos, test, etc.

Conclusión:

La revista Elé puede considerarse como un material con contenido adecuado para el desarrollo cognitivo de los niños y para la sociedad en general. El contar con una página web adecuada y llamativa en la que cualquiera puede interactuar de manera digital con la revista le da mayor realce a sí misma, además se consigue llegar a una audiencia masiva que tiene la facilidad de disfrutar de su contenido ya sea de manera física o virtual.

El contraste de colores utilizados dentro de la revista consigue acaparar la atención del público mediante los elementos e imágenes expuestas.

Los temas presentados en el material son adecuados y de interés para los niños, logrando que exista una interacción en cada una de sus actividades.

2.3.2. Revista Súper Pandilla Verde

Aquí los pequeños lectores se divierten al mismo tiempo que aprenden. Una revista infantil que presenta temas de utilidad para reforzar el proceso de enseñanza-aprendizaje de los escolares. El contenido editorial está didácticamente elaborado, lo que permite su utilización en el aula. Circula los sábados con El Comercio. (Revista Súper Pandilla Verde)

Parte física:

La revista está fabricada con papel periódico a colores todas sus páginas, tiene un tamaño promedio, y los textos son legibles y tiene 5 hojas de contenido.

Enfoque:

La revista tiene un enfoque netamente, educativo que sirve para reforzar el proceso de enseñanza y aprendizaje de los estudiantes.

Diseño de personajes:

Dentro de la revista existen 4 niños, 2 varones y 2 mujeres, ellos conforman la Pandilla Verde y trabajan en equipo. Cada uno de ellos tiene un objetivo específico para transmitir a la sociedad. Los cuales se detallan a continuación:

- **Santi:** Se enfoca en la buena alimentación que deben tener los niños y recomienda alimentos nutritivos para su diario vivir.
- **Sofi:** Cuida, ahorra e intenta salvar el agua en nuestro planeta.
- **Gusi:** Promueve el reciclaje para contribuir con el ambiente.
- **Alessia:** Busca la no contaminación y cuidado del planeta para que siempre esté lleno de vida.

Apariencia de los personajes:

- **Santi:** Un niño de piel blanca, cabello negro, camiseta azul con el logo de una manzana en el centro, pantaloneta verde, capa celeste, guantes y zapatos amarillos.
- **Sofi:** Niña de piel blanca, con dos cachitos en su cabello de color café, blusa rosada con el logo de una gota en la mitad, falda palo de rosa, capa roja, botas y guantes amarillos.
- **Gusi:** Niño con cabello café, piel blanca, camiseta azul con el logo de reciclaje en el centro y pantaloneta morada, capa fucsia, guantes y zapatos amarillos.
- **Alessia:** Niña con cabello castaño largo y suelto, lleva puesta una flor rosada en

su cabeza, un vestido celeste con amarillo y con el logo de una hoja en la mitad, zapatos y guantes amarillos.

Personalidad de los personajes:

- **Santi:** Un niño preocupado, sencillo y entusiasta.
- **Sofi:** Una niña decidida con un poco de picardía.
- **Gusi:** Un niño activo, alegre y motivador.
- **Alessia:** Una niña risueña, dulce y trabajadora.

Diseño de escenario:

La Revista Súper Pandilla Verde maneja temas específicos con cada uno de los personajes, mas no mantienen una historia en general. Su objetivo principal es incitar a los lectores a tener una actitud más responsable hacia la vida, a alimentarse bien y a cuidar el agua, el ambiente y elementos de reciclaje.

Historia global:

Cuidar el ambiente, el agua y mantener una buena alimentación.

Historia Específica:

Cada uno de los personajes se encarga de un elemento, entre ellos el agua, la buena alimentación, el ambiente y el reciclaje.

Color:

Los colores se mantienen dentro de todas las imágenes de la revista, se utilizan tonalidades de acuerdo con cada uno de los elementos o logos utilizados.

Composición de la página:

Dentro de cada una de las páginas se maneja texto e imágenes repartidas

equitativamente. Se tratan temas con cada uno de los personajes dentro de una plana respectivamente.

Texto:

- Informativo: Datos acerca del ambiente, el agua, los alimentos y el reciclaje.
- Reportaje: Lugares turísticos del Ecuador.
- Cultural: Datos relevantes de parques o lugares de interés para los niños.
- Actividades extras: Crucigramas, manualidades.

Conclusión:

La Revista Súper Pandilla Verde no mantiene una historia entre los personajes, más bien cada uno de los niños que conforman el grupo representan muy bien su elemento y lo manejan con actividades, datos o juegos para emitir muy bien su mensaje de concientización a la sociedad y a sus lectores exclusivamente de una manera dinámica.

El análisis a profundidad de las dos revistas sirve como referencia al momento de realizar los análisis de los materiales que son objeto de este estudio, ya que permiten constatar cuáles son los elementos de comunicación que logran efectividad en la transmisión del mensaje a los niños, la forma gráfica más aconsejable para atraer su atención, los colores y la distribución del texto para generar una lectura más rápida y eficaz.

De esta forma se puede continuar con el mismo análisis, ahora enfocado en las tres revistas de estudio para esta investigación.

2.3.3. Revista Panas

Distribuida junto al diario El Tiempo, cada fin de semana.

Parte física:

Este suplemento tiene distintos segmentos tanto educativos, culturales, informativos como de entretenimiento. Cuenta con colores llamativos que no se pueden apreciar con total claridad en ciertos casos debido al tipo de papel en el que está impreso.

Enfoque:

Su contenido es educomunicativo y social.

Diseño de personajes:

PANAS cuenta con su personaje principal representado mediante la caricatura de un perro que es colocado en la mayor parte del contenido de la revista.

Apariencia:

Protagonista: Este personaje contiene características de un perro pequeño, su rostro siempre mantiene la misma posición con rasgos notables. La vestimenta empleada tiene colores llamativos.

Personalidad:

Los rasgos físicos del personaje, sobre todo los de su rostro que los mantiene siempre con el mismo gesto, son muy amplios por lo que se denota alegría y dinamismo.

Diseño de escenario:

No existe un escenario definido para el personaje ya que la revista se enfoca más en publicar temas culturales y educativos pero que no están ligados a la vida del protagonista.

Historia global:

No existe historia global ya que el personaje no tiene escenario.

Historia específica:

No tiene, el personaje solo está colocado en ciertos temas pero no ligado a estos.

Color:

El color utilizado para este personaje al igual que en gráficos y las artes que están publicadas, es llamativo para los lectores.

Composición de la página:

No existe una composición de la página en cuanto a historias del personaje se refiere ya que la revista no se enfoca en la vida del protagonista en sí.

Texto:

- Informativo: Datos importantes según la temática central
- Opinión- testimonial: Opiniones del público meta acerca del tema principal.
- Cuentos: Enfocados en el tema principal
- Historieta: No existe.
- Biografías: No existe.
- Reportaje: Temas de cultura general para aprender.

- Cultural: Fechas importantes y actividades culturales de instituciones publicadas mediante fotos.
- Actividades extra: Juegos educativos para interactuar con el lector.

Conclusión:

La revista PANAS tiene contenido educativo, social y cultural, que va dirigido a los pequeños lectores quienes interactúan con el material mediante las lecturas y actividades publicadas. Sin embargo, el enfoque del personaje principal no está definido ya que para completar el reconocimiento de éste frente al público, es necesario que exista una conexión como la elaboración de historias en las que el personaje genere expectativa y el receptor se identifique con las actividades que realice el protagonista, haciendo que forme parte de la historia y en sí, de la revista misma. La iniciativa que ha tomado PANAS al recrear físicamente al personaje sirve de gran apoyo al momento de establecer una relación directa con los niños.

2.3.4. Revista Mercurito

Adjunta a Diario El Mercurio, circula cada fin de semana.

Parte física:

Esta revista tiene un tamaño adecuado para el lector y para ser llevada a cualquier lugar. El recurso del color en general, a pesar de utilizar gamas distintas y variadas, siempre lleva una tonalidad gris y eso hace que los gráficos no sean vistos lo suficiente.

Enfoque:

Contenido educativo.

Diseño de personajes:

Esta revista al igual que PANAS, cuenta con su personaje principal MERCURITO, que es la imagen presente en la mayor parte del contenido. Existen varios personajes que hacen una aparición esporádica, ya que dependen del tema a tratar, y cabe recalcar que no siempre son los mismos.

Apariencia:

Mercurito es caracterizado por un niño, su vestimenta tiene colores como el rojo y azul que combinados llaman la atención del lector. También lleva una especie de gorra o sombrero con alas que simbolizan el logo de Diario El Mercurio. Su tamaño y rasgos denotan el de una persona de corta edad.

Personalidad:

Los rasgos del rostro del personaje al igual que las distintas posturas y actividades en las que es producido, transmiten un sentimiento de cordialidad, amistad y alegría.

Diseño de escenario:

La revista no cuenta con un escenario definido para el personaje ya que éste, solo es colocado como imagen del producto más no en situaciones cotidianas ni en una historieta.

Historia global:

El personaje no tiene historia global

Historia específica:

Existen diversas temáticas tratadas a través de historias o cuentos pero no ligados con el personaje. Es representado a través de otros personajes propios del texto expuesto.

Color:

La intención al utilizar este recurso con varios matices y combinaciones es positiva, sin embargo la tonalidad gris que abarca toda la revista hace que el contenido en general no sea del todo agradable a la vista del receptor causando inconvenientes al momento de leer o interactuar con las publicaciones.

Composición de la página:

Mercurito es un personaje que no cuenta ningún tipo de vivencia personal por lo que no existe presencia de viñetas o globos de mensajes que son propios de una composición.

Texto:

- Informativo: Datos importantes según la temática, por ejemplo: el mundo animal, el ambiente.
- Opinión- testimonial: No existe.
- Cuentos: Cuentos con personajes creados por el autor o ya conocidos de otras historias. Tienen mensajes positivos.
- Historieta: No existe.
- Biografías: No existe.
- Reportaje: No existe.
- Cultural: Fechas importantes y actividades relacionadas con estas fechas.

- Social: Imágenes de niños que son parte del Club Mercurito.
- Actividades extra: Juegos educativos para interactuar con el lector.

Conclusión:

Mercurito es una revista con contenido cognitivo que al igual que Panas, transmite mensajes positivos y cada actividad lleva una serie de aprendizajes, sin embargo tiene la falencia de no poseer un escenario para el personaje que lo representa, ya que solo está colocado como imagen en ciertas partes pero no se lo puede observar en algún tipo de actividad con la que los niños se identifiquen al momento de leer. Las actividades colocadas son buenas y ponen a prueba la capacidad del lector, pero es fundamental que Mercurito sea reconocido como la figura de cierta historia y no solo como un símbolo de la revista.

2.3.5. Revista Infantil Chispiola

La Revista Infantil Chispiola está representada por la empresa editora Publigestión, que ha emprendido con la ejecución del programa denominado: Aprendizajes significativos para la prevención de impactos ambientales negativos; el mismo que tiene como objetivo fundamental contribuir a consolidar en el sistema educativo local un aprendizaje significativo, trascendente, que permita la prevención y desaceleración de los impactos ambientales negativos.

Parte física:

La revista está fabricada con un tipo de papel grueso para la portada y contraportada, mientras que las páginas internas son hechas con un papel más delgado. Cuenta con varios colores, su tamaño es promedio, y es delgada por contar con ocho páginas.

Enfoque:

Se orienta hacia una temática de prevención de impactos ambientales negativos.

Diseño de personajes:

Siempre se maneja la imagen de un niño llamado Juancho, quien comparte aventuras de tipo social, problemas barriales, seguridad ciudadana, etc. junto a sus amigos, vecinos y familiares.

Existe también la presencia de los personajes “El Mote y La Porota” quienes mantienen un diálogo con el alcalde de la ciudad, Dr. Paúl Granda, en cuanto a temas de Cuenca como Patrimonio Cultural de la Humanidad.

En algunas ocasiones se puede observar a la Hormiga Chua y su Patrulla, en una pequeña historia con cómics para dar énfasis al mantenimiento del aseo en la ciudad, a nombre de la Empresa EMAC EP.

Asimismo está presente José Luz y sus amigos, que comparten breves historietas con mensajes de la Empresa Eléctrica Regional Centro Sur, fundamentalmente sobre la optimización de la energía y la seguridad en su utilización.

Apariencia de los personajes:

- **Juancho:** Un niño de 10 años, piel mestiza, cabello negro y corto; lleva puesta una camiseta roja con blanco y un pantalón azul.
- **El Mote:** Es un mote amarillo con sombrero color verde, y sus cachetes enrojecidos.
- **La Porota:** Es un poroto (femenino) con pecas en su rostro, lleva puesta una pollera roja y dos cachitos en su cabello con lazos morados.

- **José Luz:** Es el personaje de CENTROSUR, con uniforme color azul y amarillo.
- **Hormiga Chua:** Es una hormiga color café, con el uniforme de la EMAC.

Personalidad de los personajes:

- **Juancho:** Es un niño amable, amigable y bien sociable, siempre está rodeado de gente del barrio, con la que comparte opiniones libremente.
- **El Mote:** Es un personaje respetuoso, culto y curioso; siempre indaga sobre la historia de nuestra cultura, su gente, sus costumbres, etc.
- **La Porota:** Al igual que el Mote, es un personaje alegre, curioso, divertido y con ganas de aprender de las demás personas que tienen mayor conocimiento.
- **José Luz:** Un personaje responsable, amigable, y muy preocupado porque la gente ahorre energía en sus hogares.
- **Hormiga Chua:** Un personaje emprendedor, disciplinado, preocupado por la limpieza de las calles y lugares de la ciudad. Motiva siempre a la ciudadanía para mantener la limpieza y el orden.

Diseño de escenario:

La Revista Infantil Chispiola no tiene un escenario exactamente definido porque no existe una historia específica entre los personajes, más bien cada uno de ellos tiene un objetivo principal en cuanto a varias responsabilidades que tenemos como ciudadanos.

Historia global:

Dentro de la Revista Infantil Chispiola la historia global es la prevención de impactos ambientales negativos.

Historia específica:

Existen historias específicas dentro de la revista, en donde cada uno de los personajes detallados anteriormente se responsabiliza por enfatizar según su área.

Color:

Uno de sus fuertes dentro de la revista es el color muy bien utilizado en su contenido para atraer la atención de su lector. Se usan varias tonalidades.

Composición de la página:

- **Viñetas:** Se utilizan viñetas en la historia de cada uno de los personajes. Esto le da un orden a la historia contada.
- **Navegación:** Debido a la utilización correcta de las viñetas de esta revista la navegación (lectura de la historia) es sencilla y entendible.
- **Tipografía:** Es legible y adecuada en cuanto a un formato y diseño que capta la atención de su público meta, que en este caso son los niños.
- **Bocadillos:** (GLOBOS DE DIÁLOGO): Este es un elemento relevante al momento de desarrollarse la historia y facilita la lectura de los diálogos de los personajes.

Texto:

- Informativo: Datos acerca del mundo animal, naturaleza.
- Cuento: Cuentos infantiles.

- Historieta: Aventuras del Mote y la Porota, José Luz y de Juancho con sus amigos.
- Biografías: Personajes importantes y reconocidos.
- Reportaje: Escuelas de la ciudad.
- Cultural: Temas de los diferentes grupos étnicos de nuestro país.
- Actividades extras: Recetas de postres.

Conclusión

La Revista Infantil Chispiola busca generar en los niños un buen comportamiento y responsabilidad frente a la naturaleza y con la sociedad en general, utilizando recursos como historias, imágenes y juegos para llamar su atención.

2.4. Análisis del contenido

Isaac Cabrera Ruiz en su revista Pedagogía Universitaria Vol. 14 indica que “el análisis de contenido condiciona su origen a las investigaciones sobre la naturaleza del discurso. Es descrito como un procedimiento que permite analizar y cuantificar los materiales de la comunicación humana en sus diferentes códigos, así como la diversidad numérica de personas implicadas en la comunicación, con el empleo de diferentes instrumentos para la recolección de datos” (Cabrera 73)

Se considera importante conocer qué se obtiene al determinar el análisis de contenido de la temática que se desee investigar. Flory Fernández, en su publicación en la Red de Revistas de Ciencias Sociales, determina entre los principales usos del

análisis de contenido según las intenciones y necesidades de los investigadores, lo siguiente:

Describir tendencias y develar semejanzas o diferencias en el contenido de la comunicación escrita entre personas, grupos, organizaciones, países, etc. (F. Fernández 5)

En este caso, permitirá evaluar la estructura de las revistas para posteriormente establecer cuáles son los elementos que permiten que el cómic sea efectivo al momento de comunicar un mensaje determinado a los niños e influir en su conducta. (F. Fernández 7)

Es importante mencionar la siguiente división de lo que representa la muestra, las categorías de análisis y las unidades de análisis.

Muestra:	Tres ediciones de cada una de las revistas.
Categorías de análisis:	Una vez que se decidió trabajar con categorías de análisis con los segmentos de las revistas, se procedió a definir claramente cada uno de ellos, de manera que la interpretación incluya todos los espacios de las revistas y al mismo tiempo sean mutuamente excluyentes.
Unidades de análisis:	Para la aplicación del módulo se encontró que en cada caso la diagramación es distinta, por ello se decidió trabajar con porcentajes.

En el siguiente cuadro explicativo se presentan los puntos claves del análisis de contenido de esta investigación, según el mismo autor:

UNIVERSO	MUESTRA (Revistas)	UNIDAD DE ANÁLISIS (Módulos)	CATEGORÍA DE ANÁLISIS (Segmentos)
Panas	- 1º revista (primera semana de julio de 2013) - 2º revista (segunda semana de agosto de 2013) - 3º revista (tercera semana de septiembre de 2013)	Módulo	*Datos curiosos *Cultura *Fábulas / cuentos *Actividades lúdicas
Mercurito	- 1º revista (primera semana de julio de 2013) - 2º revista (segunda semana de agosto de 2013) - 3º revista (tercera semana de septiembre de 2013)		*Datos informativos *Sociales *Opinión *Valores
Chispiola	- 1º revista (septiembre de 2013) - 2º revista (octubre de 2013) - 3º revista (noviembre de 2013) (Determinación de la muestra según se explica en el acápite de la página número 5)		*Ambiente *Historieta

2.4.1. Publicaciones y segmentos

Es importante presentar el análisis general de las revistas para determinar cuáles son los segmentos y el número de publicaciones de cada una de ellas.

Para ello es conveniente exhibir los resultados en cuadros explicativos de cada análisis, empezando de manera individual, para al final conseguir un cuadro comparativo entre Panas, Mercurito y Chispiola.

Panas:

SEGMENTOS	Nº DE PUBLICACIONES
Datos curiosos:	1
Opinión:	1
Turismo:	1
Fábulas o cuentos:	1
Informativo:	2
Actividades lúdicas:	1
Manualidades:	1
Sociales:	1

Mercurito:

SEGMENTOS	Nº DE PUBLICACIONES
Historias y valores:	3
Actividades mentales:	1

Fábulas o cuentos:	1
Actividades lúdicas:	1
Sociales:	1
Datos curiosos:	1
Manualidades:	2

Chispiola:

SEGMENTOS	Nº DE PUBLICACIONES
Opinión:	1
Cultura:	1
Datos curiosos:	1
Crece (Consejo Nacional de la Niñez y la Adolescencia)	1
Aprendiendo (ElecAustro S.A)	1
Actividades lúdicas:	2
Historietas (José Luz, Ministerio del Interior)	2
Yo hago seguridad (CSC)	4
Sociales:	1
Datos informativos (CELEC)	1

2.4.2. Módulos

Después de conocer los segmentos y el número de publicaciones de cada material, es necesario conocer el porcentaje que representa cada módulo dentro de la revista.

Panas: Módulos: $2 \times 2 = 4$ módulos

SEGMENTOS	Nº DE MÓDULOS	PORCENTAJE
Datos informativos:	2	7.14%
Opinión	2	7.14%
Turismo:	4	14.28%
Fábulas o cuentos:	4	14.28%
Informativo:	4	14.28%
Actividades lúdicas:	4	14.28%
Manualidades:	4	14.28%
Sociales:	4	14.28%
TOTAL:	28	100%

Mercurito: Módulos: $3 \times 3 = 6$ módulos

SEGMENTOS	Nº DE MÓDULOS	PORCENTAJE
Historias y valores:	9	15.79%
Actividades mentales:	9	15.79%
Fábulas o cuentos:	9	15.79%
Actividades lúdicas:	9	15.79%

Sociales:	6	10.53%
Datos informativos:	9	15.79%
Manualidades:	6	10.53%
TOTAL:	57	100%

Chispiola:

Módulos: 2 X 3 = 6 módulos

SEGMENTOS	Nº DE MÓDULOS	PORCENTAJE
Opinión:	4	4.34%
Cultura:	12	13.04%
Datos curiosos:	6	6.52%
Crece (Consejo Nacional de la Niñez y la Adolescencia)	6	6.52%
Aprendiendo (ElecAustro S.A)	6	6.52%
Actividades lúdicas:	10	10.86%
Historietas (José Luz, Ministerio del Interior)	12	13.04%
Yo hago seguridad (CSC)	24	26.08%
Sociales:	6	6.52%
TOTAL:	92	100%

Datos curiosos: Noticias novedosas e interesantes de cualquier índole.

Cultura: Fechas cívicas, acontecimientos históricos a nivel local y nacional.

Fábulas y cuentos: Historias ficticias. Composiciones literarias.

Actividades lúdicas: Juegos mentales, trabajos manuales y de recreación para fortalecer las destrezas de los lectores.

Datos informativos: Se da a conocer la labor de responsabilidad social que tienen las distintas empresas en donde los niños son partícipes de proyectos que influyen en su comportamiento como buenos ciudadanos.

Sociales: Espacio dedicado a publicaciones fotográficas de eventos en instituciones educativas en donde se distribuye el material.

Opinión: En este segmento se da a conocer el criterio de las personas acerca de temas de interés público.

Valores: Diferentes textos creados con el objetivo de concientizar a los seres humanos y mejorar su estilo de vida.

Ambiente: Publicaciones sobre la naturaleza, su cuidado, y pautas a seguir para preservar el ecosistema.

2.4.3. Porcentajes

El siguiente cuadro presenta el porcentaje que tiene cada segmento definido anteriormente y que se encontró en cada una de las revistas.

La suma de 299,93% es el total de todos los porcentajes que contienen las revistas con sus segmentos, y a su vez representa el 100% final para conseguir el cuadro comparativo que se puede observar más adelante.

Análisis comparativo de porcentajes				
Segmento	% Panas	% Mercurito	% Chispiola	% Suma
Datos curiosos	7,14	15,79	6,52	29,45
Cultura	14,28	0	13,04	27,32
Fábulas y cuentos	14,28	15,79	0	30,07
Actividades lúdicas	28,56	42,11	10,86	81,53
Datos informativos	14,28	0	6,52	20,8
Sociales	14,28	10,53	6,52	31,33
Opinión	7,14	0	4,34	11,48
Valores	0	15,79	32,6	48,39
Ambiente	0	0	6,52	6,52

De otro lado, tomando en cuenta los conceptos expuestos sobre el cómic, se analizó en forma comparativa el porcentaje de historietas con cómic en las tres revistas de estudio.

Análisis comparativo de porcentajes				
Revista	% Panas	% Mercurito	% Chispiola	% Suma
Historietas con cómic	0	0	13,04	13,04

Se puede observar que solamente la Revista Infantil Chispiola cuenta con “Historietas con cómic”, si se consideran todos los parámetros establecidos en las definiciones de Pérez, Fernández, Castillo citadas en el capítulo I, mientras que los otros dos materiales carecen de este espacio en específico.

Mientras tanto el siguiente cuadro muestra el porcentaje de cada segmento en las revistas infantiles educativas más relevantes de la ciudad.

Podemos notar que ACTIVIDADES LÚDICAS es el segmento más utilizado dentro de los tres ejemplares, seguido por VALORES.

Porcentaje de segmentos generales		
Segmento	Suma	Porcentaje
Datos curiosos	29,45	9,81
Cultura	27,32	9,1
Fábulas y cuentos	30,07	10,02
Actividades lúdicas	81,53	27,18
Datos informativos	20,8	6,93
Sociales	31,33	10,44
Opinión	11,48	3,82
VALORES	48,39	16,13
Ambiente	6,52	2,17
Total	299,93	99,94

Con estos resultados se decidió seleccionar los segmentos de VALORES, por considerar que es el más representativo por su contenido y coincidencia, además que en las tres revistas se abordan el respeto y la tolerancia. Por esta razón se lo tomó en cuenta para la investigación cualitativa con los grupos de niños de los diferentes establecimientos.

Cabe destacar que por esta razón los grupos estuvieron enfocados netamente al segmento mencionado anteriormente, ya que el objetivo del análisis de contenido en las revistas fue definir la manera de evaluar la efectividad del cómic a través de la construcción del conocimiento que realicen los niños partiendo de la lectura de los mismos en las tres revistas.

2.5. Desarrollo de actividades de trabajo en equipo

Después de la planificación adecuada para el desarrollo de trabajo en equipo según lo expuesto en el capítulo I, sobre el constructivismo según Jean Piaget y la mediación pedagógica según Daniel Prieto Castillo, se da paso a la realización de las actividades respectivamente en cada grupo de trabajo.

2.5.1. Distribución

La semana del 12 al 16 de mayo del presente año estuvo distribuida de la siguiente manera:

Lunes 12:	Escuela Particular INEBHYE
Martes 13:	Escuela Fiscal Fe y Alegría
Miércoles 14:	Unidad Educativa Sagrados Corazones
Jueves 15:	Escuela Ricardo Muñoz Chávez
Viernes 16:	Escuela Ciudad de Cuenca

En cada una de las escuelas se trabajó con equipos de alumnos de quintos y sextos de básica en el horario matutino, los tres segmentos fueron seleccionados por tener en común el tema del respeto y la tolerancia, identificado en el capítulo anterior.

Los segmentos escogidos para trabajar sobre los valores fueron los siguientes:

Panas: “Niñas y niños juntos”

Mercurito: “Un viaje en bus”

Chispiola: “La tolerancia es una relación armónica de nuestras diferencias”

2.5.2. Actividades en clase

Cada aula estuvo dividida en tres equipos, el primero trabajó con la lectura de Panas, el segundo con la de Mercurito y el tercero con la de Chispiola.

Los niños en forma individual terminaron de leer y entender la historia en 15 minutos, dando paso a la actividad con el papelógrafo en donde ellos pudieron plasmar su interpretación del contenido mediante un gráfico en equipo luego de discutir lo que habían asimilado del mensaje.

Para realizar su trabajo utilizaron marcadores, pinturas, escarcha, entre otros materiales. La consigna fue que expusieran de la mejor manera el mensaje que se considerara fundamental por parte de cada equipo.

Como siguiente paso cada equipo pudo exponer su papelógrafo a sus compañeros de clase, quienes no estuvieron trabajando con las revistas, esto con el fin de poder tener una mejor apreciación, entendimiento e interacción entre todos los alumnos de acuerdo con el mensaje que les dejó la lectura.

Asimismo cada equipo expuso a grupos que no estuvieron presentes en otra exposición. Como observación general se constataron respuestas positivas por parte de los alumnos que estuvieron de espectadores, el mensaje fue entendible y los dibujos de los niños expresaron con claridad los valores que deseaba transmitir cada lectura, en este caso el respeto y la tolerancia.

Mientras duró la exposición se hicieron preguntas a los estudiantes, en cuanto a cuál fue su parte favorita, si les gustó la mezcla de las letras con los dibujos en cada historia, de qué manera pueden aplicar el valor aprendido en su vida diaria, de qué forma llegan a tener contacto con la revista, qué le aumentarían o quitarían al ejemplar de estudio, etc.

2.6. Resultados de la revista Panas

De los cinco grupos de niños que trabajaron con la revista Panas en las distintas escuelas, se recopilaron las siguientes observaciones:

- En la parte introductoria al desarrollo de actividades, un grupo minoritario mostró interés por la revista Panas, debido a que comentaron que han trabajado con Mercurito con más frecuencia.

- La mayoría de niños manifestaba que sí conocía la revista, sin embargo, se pudo notar que en pocos casos era de su preferencia al momento de escoger una de las tres opciones para trabajar.
- Todos los grupos coincidían en su gusto por el personaje que representa a “Panas,” que es la caricatura de un perro, pero se observó que el protagonismo del personaje no era de gran importancia, debido a que tanto en la lectura que se trabajó como en varios segmentos de la revista, el protagonista desaparecía.
- Normalmente un aspecto común en relación con los grupos “Panas” de las distintas escuelas, es que no podían desarrollar con fluidez el gráfico a exponer en el periódico mural, por el hecho de que en la lectura no existía la presencia de ningún personaje, ni del protagonista de la revista, sino la imagen real de un grupo de niños, detalle que se notaba conforme terminaban su tarea.
- En la lectura de la revista Panas los niños se distraían con facilidad y no ponían todo el interés necesario para realizar el ejercicio, en razón de que no cuenta con muchos elementos gráficos en comparación con las otras.
- Al momento de terminar de trabajar con el segmento de valores, la mayor parte de los niños demostró su interés por los segmentos de manualidades, chistes, y trabalenguas que ofrece la revista Panas.
- Cuando los estudiantes exponían sus proyectos realizados con este material, gran parte del grupo mencionaba que les gustaría ver imágenes más grandes y en mayor cantidad.

A continuación la imagen del periódico mural más relevante:

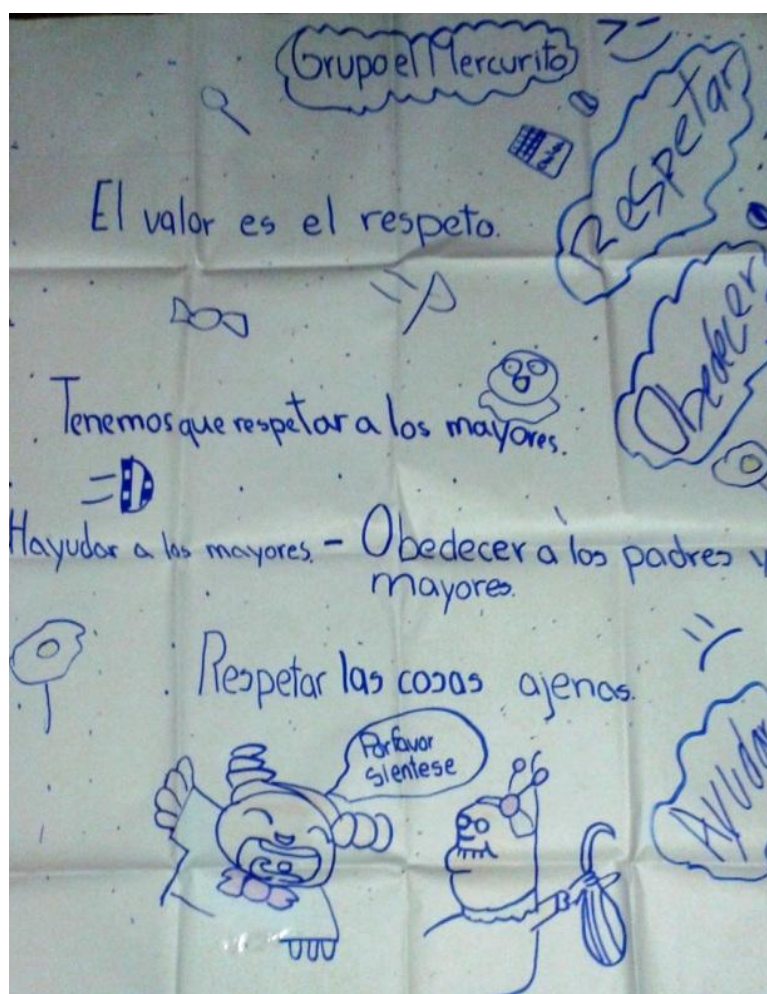


2.7. Resultados de la revista Mercurito

- La gran parte del aula reconoció la revista con facilidad y con bastante entusiasmo al momento de exponerles las actividades en las que debían trabajar.
- Este material infantil es el que mayor aceptación tuvo por parte del público por las siguientes expresiones como: “Mercurito es lindo” o “Regáleme un Mercurito”, frases que se repitieron en casi todos los grupos, hasta de quienes estaban trabajando con las otras dos revistas.
- Los segmentos de valores presentados en esta revista fueron más extensos en comparación con los otros materiales, y su texto está presente en tres columnas, por lo que todos los niños de este grupo se tomaron el tiempo necesario para poder entenderla.

- Los papelógrafos elaborados por los grupos de “Mercurito” en las distintas escuelas se destacaron por la manera en la que los niños captaron el mensaje de forma clara, siendo uno de los grupos que más empeño puso en su trabajo.
- Se destaca el soporte gráfico como estímulo tanto para la lectura como para las actividades posteriores (crucigramas, acertijos, chistes y manualidades) que es con lo que más se divirtieron los niños.
- A pesar de la gran acogida de la revista, los niños siempre pedían más imágenes que texto, y lecturas o datos sobre los animales y la naturaleza.

A continuación la imagen del periódico mural más relevante:



2.8. Resultados de la Revista Infantil Chispiola

- Un aspecto importante y coincidente presentado en los grupos que trabajaron con la Revista Infantil Chispiola en las diferentes escuelas, fue que al momento de exponer este material destacaban expresiones como “nunca había visto esa revista”, “me gustan los colores”, “sí la había visto pero me parece difícil y complicada de entender”, “sí me gusta esa revista porque tiene muchos juegos”.
- Existía cierta confusión en la primera impresión de los niños con el material, no se trataba de que la revista tenían un alto grado de complejidad en su lectura y actividades, sino que la presencia de un gran número de personajes, gráficos, texto y publicidad, hacía que la conducta de los niños se tornara un poco reacia hacia la lectura de este material educativo.
- Finalmente se pudo observar que la exposición de su periódico mural demostró que la lectura estaba totalmente entendible, el mensaje se receptó de manera positiva, incluso en ciertas aulas de clase ponían en práctica el valor y el mensaje de la lectura en situaciones personales de varios alumnos, resultando una actividad positiva y armoniosa.
- Se destaca el grado de atención que generaba en los niños la existencia de globos de diálogo en las historietas, porque en la exposición demostraron que se sentían identificados con la historia de los distintos personajes.
- Los niños que trabajaron con la Revista Infantil Chispiola eran los que menos preguntas y dudas tenían con respecto a la historia, y además la terminaron muy rápido por contener un texto corto y muy entendible.
- Existió una minoría que quería quedarse con la revista para poder llevársela a la casa y coleccionarla.

- Algunos alumnos decían que habían visto que esa revista era entregada con mayor frecuencia a los grados superiores, ya que sus hermanos mayores las usaban para sus actividades.
- En sus exposiciones ellos sugirieron que las otras dos revistas que son Panas y Mercurito, deberían tener cómics como los tiene la Revista Infantil Chispiola y de esa forma serían “unas revistas perfectas”.

A continuación la imagen del periódico mural más relevante:



2.9. Efectividad del cómic – Opiniones de profesionales

2.9.1. Escuela Ciudad de Cuenca

Lcdo. Jorge Riera

Director de la institución

El director de la escuela indicó que anteriormente trabajaban con la revista Panas, pero actualmente han escogido la Revista Infantil Chispiola para realizar sus trabajos en clase y deberes en casa.

Explicó que el trabajo con revistas infantiles es importante porque son programas educativos que permiten involucrar a los niños con sus mensajes, actividades, gráficos y en general su estructura es un material de apoyo que aporta con el aprendizaje a los estudiantes.

Manifestó que los niños no adquieren por cuenta propia ninguna de estas revistas; y si lo hacen es en forma esporádica.

Consideró que la parte gráfica y el uso del cómic es un estímulo muy importante para la lectura, al igual que destacó la manera en la que el lector al momento de recordar el texto lo asocia con el personaje que se encuentra como soporte de la misma.

Como sugerencia espera que en las revistas exista mayor presencia de texto que complemente a los gráficos, ya que se imparte este tipo de actividades a los sextos de básica, en los cuales se debe hacer practicar la lectura. En cambio en los grados inferiores resalta la importancia de que los gráficos ocupen más espacio que el texto.

2.9.2. Instituto Educativo Bilingüe Hogar y Escuela INHEBYE

Lcda. Mónica Pacheco

Directora de la institución

Explicó que en el área de Lengua los niños trabajan con Mercurito principalmente, porque es un periódico infantil y es necesario incentivarlos a la lectura, al igual que mencionó que es de fácil adquisición.

Considera importante que las revistas infantiles estén en la web, debido a que la población infantil en la actualidad maneja de manera importante la tecnología e incluso por el factor tiempo, porque explica que varias veces los ejemplares se agotan con rapidez y los padres de familia no alcanzan a adquirirlos.

En cuanto a las lecturas expuestas en cada revista, asegura que a los niños les atraen porque están acompañadas también por un soporte gráfico.

Respecto a los valores puso énfasis en que son temas tratados en todas las materias pero resaltó la importancia de la formación que tenga cada niño en su hogar.

Como comentario final destacó la manera en la que los personajes de los cómics motivan a los niños a la lectura, como una manera eficaz de interiorizar los contenidos.

2.9.3. Escuela Ricardo Muñoz Chávez

Lcda. Mariela Naula

Profesora de la institución

La profesora indicó que las revistas con las que los niños han trabajado en la escuela son Panas y Mercurito. El trabajo con la Revista Infantil Chispiola no ha sido frecuente debido a la forma en la que se debe adquirir este producto.

Explicó que las revistas son examinadas de manera individual por cada niño en sus hogares y también en grupos en las aulas de clase, particularmente el espacio de historietas, ya que el contenido es muy útil en cuanto a la presencia de valores y buenos modales impartidos para los estudiantes.

Indicó que las actitudes que los niños toman después de haber leído estos ejemplares son positivas en cuanto a su comportamiento, aunque recalcó que tiene que existir de manera obligatoria un refuerzo en sus hogares que es el primer núcleo en donde ellos se desarrollan.

Considera que los cómics, que son historias formadas con nubes de diálogo son fundamentales, ya que los niños aprenden y se identifican con los personajes.

2.9.4. Unidad Educativa Sagrados Corazones

Lcda. Rosa Orellana

Directora de la institución

Señaló que sus años de docencia en la asignatura de Lengua y Literatura le han dado la seguridad de poder comentar en cuanto a las lecturas expuestas en los segmentos de las diferentes revistas infantiles.

Ella considera importante que el niño en su etapa escolar aprenda a relacionarse con la lectura, y si ésta viene acompañada de gráficos como es el caso del cómic, mucho mejor será la recepción y retentiva del mensaje para los estudiantes.

Expuso que la temática que tienen las revistas Panas y Mercurito es muy similar y que ha sido buena y útil para poder socializar más con los niños en el tema de valores.

La institución además recibe la Revista Infantil Chispiola, y desde su punto de vista, este material aborda muchos más temas de seguridad, derechos y por ende valores que son relevantes para que el niño empiece también a familiarizarse con las diferentes empresas que ofrecen sus servicios a la comunidad.

Finalizó diciendo que sin duda la lectura es una de las costumbres más importantes que hay que inculcar en la niñez, y que es excelente que existan revistas dirigidas exactamente al público infantil, por esto cree que las empresas dedicadas a estos materiales deberían prestar más atención a las necesidades de este público, ya que el niño capta de mejor manera con una revista más dinámica en la parte gráfica y con lecturas de fácil entendimiento.

2.9.5. Unidad Educativa Fe y Alegría

Lcda. Esperanza Molina

Profesora de la institución

Explicó que la utilización de estas revistas en el aula es importante ya que aporta al conocimiento de sus alumnos y refuerza temas que aprenden en su diario vivir, de una manera más divertida, mediante lecturas, fábulas y manualidades que son actividades que despiertan su mente.

Indicó que la obtención de estas revistas no es algo que los niños hagan por sí solos ya que por lo general son los padres de familia quienes adquieren el material. Considera que el cómic presente en las revistas es indispensable para que el lector se sienta identificado con la historia y pueda comprender el mensaje de manera fluida.

Mencionó que al existir textos largos sin un soporte gráfico se consigue que el niño pierda el interés de inmediato.

Recalcó que la revista Mercurito ha sido utilizada con mucha frecuencia por lo que sus alumnos ya están familiarizados con el contenido, y que la revista Panas se ha utilizado de igual manera en años anteriores. En cuanto a la Revista Infantil Chispiola destacó que es un material didáctico bien elaborado pero que en ciertas ocasiones existe un exceso de elementos gráficos que en vez de captar la atención distraen al lector.

Una vez concluido el estudio de campo y de haber efectuado entrevistas a profundidad que enriquecieron los resultados de esta investigación, se da paso al informe final de resultados, que incluye conclusiones y recomendaciones que serán de beneficio para las instituciones que utilizan las tres revistas de estudio.

3. Conclusiones y recomendaciones

1. **Conclusión:** En la ciudad no existe una competencia retadora en cuanto a revistas infantiles y esto provoca un bajo nivel de desempeño para incursionar en nuevos modelos educativos.

Recomendación: Es fundamental que los propietarios de cada revista tomen conciencia de la evolución en el aprendizaje de los niños, y tomen como referencia distintos homólogos nacionales, como las revistas Elé, Súper Pandilla Verde e internacionales para que se generen mejores estrategias.

2. **Conclusión:** Actualmente se acostumbra a desechar las revistas después de haberlas utilizado para los trabajos escolares, algo que no pasaba con las generaciones anteriores, que solían coleccionar cada ejemplar.

Recomendación: Es importante rescatar e inculcar en las nuevas generaciones la costumbre de coleccionar una revista, ya que más allá de ser una actividad lúdica, ellos pueden practicar la lectura. Así como se lo hacía con la revista MI ESCUELITA.

3. **Conclusión:** El público cuencano no tiene un concepto definido de lo que es el cómic. En las entrevistas realizadas a los profesores se evidenció esta carencia conceptual ya que frecuentemente se confundía la presencia de cualquier gráfico o dibujo animado con el cómic.

Recomendación: Es importante que los propietarios de las revistas generen espacios en donde se estudie el material minuciosamente con las distintas

escuelas, mediante talleres o exposiciones en las que se explique a profundidad la diferencia entre el cómic y las distintas imágenes que acompañan al texto.

4. **Conclusión:** Los diseñadores gráficos necesitan una especialización directa en los trabajos que contengan diferentes tipos de cómic para el público infantil.

Recomendación: Tomar diferentes cursos o talleres que refuercen su conocimiento en cuanto al diseño de un cómic para niños.

5. **Conclusión:** Los diseñadores de las tres revistas no están presentes en la toma de decisiones de los contenidos junto al comunicador.

Recomendación: Es necesario que se genere un vínculo más fuerte entre el diseñador y el comunicador a fin de que el contenido de la revista sea receptado por el lector con mayor fluidez.

6. **Conclusión:** En las revistas Panas y Mercurito respectivamente se puede observar a un personaje principal que se encuentra únicamente en la portada y no tiene más protagonismo en los diferentes segmentos.

Recomendación: Es preciso que los creadores de las revistas incluyan a estos personajes en historietas para que se conviertan en un verdadero cómic, que sea un personaje con su propia personalidad, con características determinadas para que de esta forma se cree un vínculo más fuerte con los estudiantes.

7. **Conclusión:** Solamente Panas ha usado a su personaje en escasas ocasiones para que sea él mismo entregando las revistas en algunas escuelas.

Recomendación: Se recomienda a las tres revistas dar vida a los personajes mediante su presencia en la entrega de sus respectivas revistas en las

instituciones educativas, de tal manera que los niños se identifiquen con los mismos.

8. **Conclusión:** El ser humano es visual por naturaleza por lo que la parte gráfica es esencial al momento de interactuar con una revista. Al igual que los espacios generados entre los textos y los gráficos.

Recomendación: El público infantil requiere un mejor manejo de recursos visuales para que la captación del mensaje sea óptima. Los niños no toman en serio una lectura muy larga, y en cuanto a los espacios entre párrafo y párrafo deben distinguirse muy bien porque de lo contrario los estudiantes se distraen con facilidad.

9. **Conclusión:** La vía de acceso que utilizan los niños para adquirir las revistas se da por necesidades netamente escolares más no por decisión propia.

Recomendación: Para una mayor acogida a estos materiales, cada empresa debería construir un plan de comunicación y publicidad que tenga como objetivo llamar la atención y generar aceptación por parte del público infantil. Además usar lugares de concurrencia masiva como supermercados o centros comerciales para entregar las revistas.

10. **Conclusión:** Actualmente desde muy temprana edad todas las personas estamos involucradas con la tecnología, ya sea en nuestros celulares, computadoras y tablets.

Recomendación: Debido a esto es recomendable que las revistas creen una página web interactiva y dinámica que contenga distintas herramientas como videos, juegos, acertijos, etc. En donde los niños puedan interactuar con mayor

facilidad. Por ejemplo la revista quiteña Elé que tomamos como referencia sí tiene su propia página web.

11. **Conclusión:** De acuerdo con la investigación realizada en los grupos focales los temas de interés en los niños están orientados hacia el ecosistema, deportes, actividades lúdicas y manualidades.

Recomendación: Incluir más artículos, actividades y juegos en cuanto a estos temas. Poner más énfasis en aquello y sorprender a los estudiantes con un contenido más divertido y ameno. Esto se puede adherir a la página web que debería tener cada revista como lo mencionamos anteriormente.

12. **Conclusión:** La Revista Infantil Chispiola es repartida en distintas escuelas de la ciudad, en algunas ocasiones era entregada a niños de séptimo de básica, mientras que en otras instituciones la poseían niños de menor edad para trabajar conjuntamente con sus profesores.

Recomendación: Es recomendable segmentar muy bien el público al cual se van a dirigir ya que de eso depende también el contenido, diseño y estilo que va a tener la revista, porque lo que es interesante para un niño de 11 años, no lo será para uno de 8. En nuestra investigación de campo algunos estudiantes se mostraban reacios a la parte gráfica de algunas páginas de la revista Chispiola que tenía mucho texto y colores muy serios.

13. **Conclusión:** Es de conocimiento público que las revistas infantiles Panas y Mercurito vienen en diferentes periódicos locales de manera gratuita una vez por semana, mientras que la revista Chispiola es entregada en las escuelas una vez al mes.

Recomendación: Debido al posicionamiento de Diario El Tiempo y Diario El Mercurio, el público en general conoce los suplementos tanto infantiles como de variedades que ofrece cada empresa. Pero es fundamental que Publigestión socialice su material educativo con más profundidad ya que al momento de ejecutar las diferentes actividades en las escuelas tanto profesores como alumnos estaban desinformados a cerca de la Revista Infantil Chispiola y la manera en la que pueden acceder a ella.

14. **Conclusión:** La revista Panas, Mercurito y la Revista Infantil Chispiola tienen contenido educativo, social y cultural que está dirigido al público infantil, quien interactúa con el material mediante las lecturas y actividades publicadas. Sin embargo, el enfoque del personaje de Panas y Mercurito no es el adecuado para ser considerado un cómic ya que no existe un escenario determinado en el que se desarrolle una historia que transmita la vida del protagonista o sus aventuras. En tanto que la Revista Infantil Chispiola, no tiene un personaje símbolo con una historieta en particular más bien se orienta a las publicaciones en diferentes escenarios con personajes acordes al segmento publicado de acuerdo con la empresa con la que se trabaje. En esta revista se destaca al cómic como la principal fortaleza al igual que la calidad del material.

Recomendación: Es importante que Panas y Mercurito fortalezcan cada uno de sus personajes convirtiéndolos en un cómic y conduciéndolos hacia la transmisión de mensajes educativos pero reflejados en actividades cotidianas en las que el protagonista experimente vivencias, comprenda y se identifique con las mismas, construyendo de esta manera un cómic efectivo.

15. **Conclusión:** Las empresas encargadas de la creación de estas revistas no tienen un contacto directo con los profesores, que van a poner en práctica las actividades ilustradas en las mismas.

Recomendación: Para generar una mayor efectividad del cómic es importante que se llegue a los profesores mediante una carta entregada conjuntamente con la revista, en donde se le recomiende al docente que se trabaje con un tema específico en donde se ha puesto mayor énfasis por parte de la revista. Por ejemplo un valor que venga involucrado en una historia específica que contenga el cómic.

16. **Conclusión General:** En los grupos focales que se utilizó el cómic como elemento de estudio se notó que los niños captaron de mejor manera y explicaron mejor los conceptos y mensajes que se presentaron en las historias. Concluimos que el cómic es una estrategia efectiva.

Recomendación: En las revistas infantiles con fines educativos se debe incrementar la utilización del cómic.

4. Bibliografía

Aguaded, José Ignacio. «La educomunicación, una apuesta de mañana, necesaria para hoy.» s.f. <file:///Users/angiealvarracin/Downloads/Dialnet-LaEducomunicacion-3970464%20(1).pdf>.

Aguiar, María Victoria. Cultura y Educación en la Sociedad de la Información. España: Netbiblo, 2002.

Amar, Víctor. «La Educación en medios digitales de comunicación.» Pixel-Bit (Revista de Medios y Educación) (2010): 115-124.

Bernal, César Augusto. Metodología de la Investigación. México: Pearson Educación, 2006.

Cabrera, Isaac. «El análisis de contenido en la investigación educativa.» Pedagogía Universitaria (2009): 93.

Coma, Javier. Diccionario de los cómics: La Edad del Oro. Plaza & Janes, 1991.

Concha, Verónica. «Piaget y el constructivismo.» s.f. 15 de octubre de 2014
<http://www.rmm.cl/index_sub.php?id_contenido=987&id_seccion=1122&id_portal=191>.

Del Castillo Olivares Miranda, Ana María. “El Cómic.” n.d.
<<http://pendientedemigracion.ucm.es/info/multidoc/trabajos/comic/Datos/Pag%20web/webs/2%20Historia%20general.html>>.

El Mercurio. Diario El Mercurio. 2013 12-Abril. 2013 12-Abril

<<http://www.elmercurio.com.ec/>>.

El Tiempo. www.eltiempo.com. 2013 12-Abril. 2013 12-Abril

<<http://www.eltiempo.com.ec/>>.

Elé, Revista. Elé. s.f. 22 de Marzo de 2013 <<http://www.ele.com.ec/>>.

ELECAUSTRO. Proyecto de educación ambiental Elecaustro. 2005 12-Abril. 2013 12-Abril.

Feria. s.f.

<<http://site.ebrary.com/lib/uasuaaysp/docDetailaction?docID=10149235&p00=medios+educaci%C3%B3n>>.

Fernández, Emilio. Historia del Cómic Latinoamericano. 8 de Noviembre de 2008.

Fernández, Flory. «El análisis de contenido como ayuda metodológica para la investigación.» Revista de Ciencias Sociales (2002): 20.

Gubern, Román. La Mirada Opulenta. Barcelona: Gustavo Gili, S.A., 1987.

Jiménez, Julio y Jazmín García. «La educomunicación: una estrategia para contribuir a la formación integral de los.» s.f.
<<http://148.202.105.12/tutoria/encuentro/files/ponenciaspdf/La%20educomunicacion%20una%20estrategia%20para%20contribuir.pdf>>.

Malagón Terrón, Javier. «La Mediación Pedagógica.» s.f.

<<http://revistas.ucm.es/index.php/MESO/article/viewFile/MESO0909220175A/21194>>.

—. «La Mediación Pedagógica.» s.f.

Mata. «Didáctica de la Educomunicación.» 5 de 2010. 5 de 10 de 2014 <

<http://didcticadelaeducom.wordpress.com/educomunicacion/>>.

Millidge, Gary Spencer. Diseño del cómic y novela gráfica-la guía esencial. Barcelona:

Parramon , 2010.

Misrachi, Clara. «Lectura y Vida.» s.f. 10 de Febrero de 2013

<http://www.lecturayvida.fahce.unlp.edu.ar/numeros/a12n3/12_03_Misrachi.pdf

>.

Pérez, Pilar. s.f. 12 de marzo de 2013

<<http://site.ebrary.com/lib/uasuausp/docDetail.action?docID=10148258&p00=educomunicación>>.

Ponce, Vilma. s.f. 22 de Marzo de 2013

<http://anales.bnjm.cu/bundles/anales/dossiers/2004/art_5_2004.pdf>.

Quiroz, Francisco. «e-libro.» s.f. 20 de Febrero de 2013

<<http://www.facebook.com/l.php?u=http%3A%2F%2Fsite.ebrary.com%2Flib%2Fuasuausp%2FdocDetail.action%3FdocID%3D10123634%26p00%3Dpedagog%25C3%25ADa%2520comunicaci%25C3%25B3n%2520desarrollo%2520local&h=YAQEfzipI>>.

Redondo García, Emilio. Educación y Comunicación. Barcelona: Ariel S.A., 1999.

Revista Súper Pandilla Verde. s.f. 22 de Marzo de 2013

<<http://www.behance.net/gallery/Revista-Super-Pandilla-Verde-CIMA-Kids/6148395>>.

«Revolución Educativa UPN.» Abril de 2010.

<<http://revolucioneducativaupn.blogspot.com/search/label/UNESCO>>.

Wertham, Frederic. Seduction of the innocent. New York: Rinehar and Company Inc,
1954.

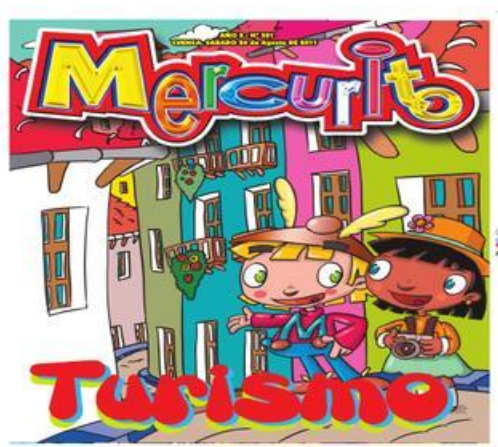
5. Anexos

Revistas analizadas

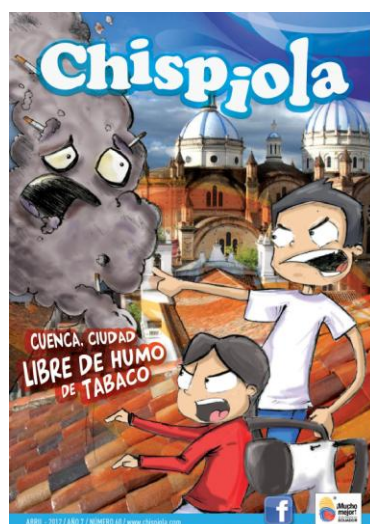
1. Revista Panas



2. Revista Mercurito



3. Revista Infantil Chispjola



Desarrollo de actividades de trabajo en equipo

1. Escuela Ciudad de Cuenca



2. Escuela Sagrados Corazones



3. Escuela Fe y Alegría



4. Escuela INEBHYE



5. Escuela Ricardo Muñoz Chávez

