

Microcuentos: una estrategia de innovación de contenidos en las clases de comunicación

Fernanda Tusa Jumbo

Universidad Técnica de Machala (Ecuador)
ftusa@utmachala.edu.ec

Resumen

Dentro del área temática ‘Innovación’, en la categoría de ‘Nuevos contenidos en Comunicación’, el presente artículo propone un abordaje teórico-práctico sobre la incorporación de microcuentos dentro de las clases de comunicación en el entorno universitario con el fin que los estudiantes sepan inferir mensajes en torno a la deontología ética y periodística dentro de la carrera. Como herramientas metodológicas se hace uso del análisis cualitativo de contenido, el análisis del discurso, revisión bibliográfica, uso de documentación oficial de microcuentos seleccionados para el estudio y análisis-síntesis de contenidos en torno al valor de la literatura en comunicación. Finalmente se concluye que el uso de microcuentos dentro de la asignatura de la carrera de Comunicación Social es importante pues promueve un aprendizaje integral a lo largo de la vida del estudiante.

Palabras clave: Microcuento, comunicación, innovación, clases motivadoras, estudiantes universitarios.

Microstories: A Strategy for Innovation in Communication Classes

Abstract

Inside the topic 'Innovation' in the category of 'New contents in Communication', this article proposes a theoretical and practical approach about include microstories in communication classes in the university environment with the final objective that students can infer messages about ethic journalistic applied to their profession. This paper uses the following methodological tools: qualitative analysis of content, discourse analysis, literature review and selected official documentation about microstories, analysis-synthesis content taking as reference the value of literature in communication. Finally this article concluded that the use of microstories in the career of Social Communication is important because it promotes a holistic learning throughout life in all students.

Keywords: Microstory, communication, innovation, motivating classes, college students.

1. INTRODUCCIÓN

Según Bosch (1993) el cuento es “un género antiquísimo, que a través de los siglos ha tenido y mantenido el favor del público. Su influencia en el desarrollo de la sensibilidad general puede ser muy grande, y por tal razón el cuentista debe sentirse responsable de lo que escribe, como si fuera un maestro de emociones o de ideas”.

Esta definición no es nueva para los docentes, conocemos por saber práctico y sentido común que el cuento es altamente recomendable en la enseñanza de cualquier asignatura del conocimiento, especialmente si fuera una materia del área de Ciencias Sociales. Sin embargo, por inferencia y conjetura lógica, la pedagogía de naturaleza inductista ha limitado los potenciales-beneficios del cuento solo a carreras como Lengua y Literatura o Lingüística, dejando a un lado otras profesiones que demandan los conocimientos transversales del cuento concebido como un maestro de las emociones, ideas, ética y valores.

Es así que la presente investigación retoma la necesidad de volver a los inicios de la tradición oral cuentista como forma de aprendizaje inte-

gral, holístico, hermenéutico, que profundice en el buen vivir del estudiante y en el fortalecimiento de su cultura general para el aprendizaje a lo largo de la vida. Por ello, hacemos un estudio de caso de alumnos de la carrera de Comunicación Social de una universidad ecuatoriana, quienes fueron sometidos al abordaje analítico-reflexivo de un dossier de microcuentos, dispuesto como material de estudio obligatorio.

En cuanto a la selección de microcuentos, se hizo un recorrido sobre la producción escrita de autores latinoamericanos como: Marco De-nevi, Augusto Monterroso, Franz Kafka, Juan José Arreola, Gabriel García Márquez, Anton Chéjov y Mario Benedetti.

Finalmente el presente artículo muestra que el uso de microcuentos dentro de la asignatura de la carrera de Comunicación Social logró los siguientes resultados:

- Desarrolla y potencia las habilidades, capacidades, competencias, aptitudes y actitudes profesionales de los estudiantes universitarios en torno a la deontología periodística, el valor de la ética y el respeto a los principios y derechos universales del ser humano.
- Sirve como un vehículo motivador enfocado en el amor al estudio, la valía profesional y la adhesión a la carrera como señal de identidad y forma de vida, disminuyendo la deserción estudiantil en los primeros años de universidad.
- Sensibiliza a los estudiantes sobre los problemas que aquejan la coyuntura social de un determinado país a partir de extrapolar el argumento y el mensaje del microcuento a la realidad in situ de su entorno espacio-temporal.
- Genera productos y servicios comunicacionales (en extensión a las enseñanzas aprendidas del microcuento), los cuales se caracterizan por la innovación, creatividad y humanismo contenido en cada propuesta presentada.

2. FUNDAMENTOS TEÓRICOS

Para Caldera (2008) el cuento es la herramienta idónea para enseñar y aprender a escribir, pues posee grandes ventajas para la ampliación del lenguaje, adquisición de la conciencia social y pensamiento creativo, imaginativo y crítico-reflexivo. Por ello, dice Caldera, “el uso del cuento se convierte en un instrumento de enseñanza útil para acompañar emocional y creativamente a los estudiantes en su proceso de formación”.

Por su parte, Fernández (2000) señala que el docente está obligado a ampliar su educación y aprendizaje sobre el cuento como recurso didáctico ya que así está siendo responsable con el objetivo de alcanzar y lograr el hábito lector, con mayor firmeza, solidez y confianza, en los estudiantes. Desde esta perspectiva, escribe: “el cuento es una pieza fundamental en el ámbito pedagógico e instructivo del estudiante, le procura entretenimiento, gozo, diversión, tranquilidad y desahogo, le ayuda a conocer el mundo y sus personajes”.

En palabras de Fernández (2000) las potencialidades del cuento se pueden determinar bajo los siguientes criterios:

- A través de los cuentos se entra en contacto con la lengua de la comunidad: palabras, expresiones, estructuras. Cada cuento constituye una completa y compleja fuente de información sobre la lengua.
- A través de los cuentos se entra en contacto con un sistema social de valores, oculto bajo la piel de los acontecimientos narrados. Un cuento siempre es un microcosmos a través del cual se transmite una visión del mundo, de un autor o de una comunidad.
- Los cuentos tienen una dimensión catártica. Que en ellos haya un héroe que tenga que pasar un cúmulo de dificultades, siempre cargadas de simbolismo, para luego acabar victorioso, contribuye poderosamente al proceso de formación, ya que ayudará a vencer las dificultades y los miedos propios de la edad.
- Los cuentos, además, desenvuelven las potencialidades imaginativas del estudiante. Cada cuento contribuye al desarrollo de esa antesala de la creatividad que es la creación de mundos autónomos a través de la fantasía.

A criterio de Gutiérrez (2013) el uso práctico de cuentos y narraciones en el aula promueve una educación en valores caracterizada por:

- Salvaguardan y codifican creencias y normas de vivir, reflejan los puntos de otras culturas.
- Nos recuerdan otros tiempos y lugares y nos elevan por encima de las preocupaciones inmediatas del aquí y ahora. Consecuentemente, facilitan que afrontemos nuestra situación real desde otra perspectiva.
- Nos dan unidad de perspectiva y análisis. Cada narración tiene un comienzo, un nudo y un desenlace. Muestran unos conflictos espe-

cíficos y unos modelos de resolución de conflictos que se encuentran imbricados en el transcurso de lo que se cuenta. De este modo podemos encontrar soluciones para nuestras propias dificultades.

- Las narraciones evocan fuertes respuestas emocionales. Estas emociones ayudan a clarificar el modo en que sentimos y puede incrementar nuestro deseo de cambiar.
- Casi siempre generan comunicación. Crean un vínculo fuerte entre los que las escuchamos y, una vez que ha concluido, frecuentemente comentamos el modo en que se hubieran podido producir nuestras respuestas a la situación descrita.
- Pueden ayudarnos a funcionar en medio de experiencias estresantes y traumáticas de modo que desarrollamos nuevas destrezas e incrementamos nuestras habilidades.

En el mismo sentido, Smith (2005) enfatiza el uso del cuento en las actividades de literalidad en el aula como la llave para una instrucción eficaz. De esta manera, las personas “aprenden a leer y escribir leyendo y escribiendo”, en contextos significativos y motivadores. Para Smith, los cuentos promueven el desarrollo de tres contextos necesarios dentro de un programa de alfabetización para estudiantes. Estos son:

- **Contexto de aprendizaje:** relacionado con las experiencias, la motivación, la familiaridad con los propósitos de la lectoescritura y las expectativas de aprendizaje. Tanto la actividad de la lectura como el contenido de los cuentos y la forma de narrarlos nos ofrece un entorno significativo y motivador que estimula la participación de los alumnos y el aprendizaje de habilidades comunicativas.
- **Contexto del lenguaje:** constituido por las experiencias con las formas y el uso del lenguaje, tanto oral como escrito, así como por las oportunidades para participar en las diferentes situaciones comunicativas. Su consideración nos ha llevado a plantear la estructuración del uso de cuentos con el fin de crear oportunidades de participación e interacción para el desarrollo del lenguaje asistido: incrementar el léxico, estimular aspectos fonológicos y estructuración sintáctica. El cuento permite trabajar las funciones comunicativas, los modos de lenguaje asistido y las estructuras lingüísticas.
- **Contexto de lo escrito:** el entorno de la narración de historias ofrece la oportunidad de estimular de forma lúdica la conciencia de lo impreso, mediante la exposición a los cuentos en distintos forma-

tos y la visualización del vocabulario representado de forma gráfica, por medio de los símbolos del lenguaje.

La revisión de literatura reseña que el cuento propicia un entorno favorecedor del aprendizaje del lenguaje y la comunicación ya que la narración de historias proporciona la oportunidad de aprender a utilizar nuevos vocabularios, estructuras lingüísticas y habilidades del discurso, así como el apoyo para interpretar y comprender los textos (Blischak, 1994).

Esta interacción crea un contexto natural para el aprendizaje del lenguaje y la lectura al comprometer la activa participación del estudiante en esta actividad (Teale y Sulzby, 1987).

A lo largo de la educación con cuentos suceden una serie de rutinas que ayudan a explicar cómo los estudiantes acceden al aprendizaje del lenguaje. En dichas rutinas, el adulto proporciona el andamiaje que gradualmente hará al alumno evolucionar hacia la independencia en la lectura (Vygotsky, 1977), el cual constituye el fin último de la educación: generar alumnos autónomos y empoderados de sus propios procesos de enseñanza-aprendizaje.

La investigación de Snow y Tabors (1993) así como el estudio de Britto (2001) aporta luces sobre la situación idónea que se da con la inclusión de cuentos en el aula puesto que desarrolla muchos aspectos educativos como las emociones, sentimientos, valores, habilidades lingüísticas, competencias comunicativas, aprendizaje del vocabulario, conciencia del sentido de lo escrito, reflexión sobre la estructura narrativa.

La contribución teórica de Teale y Sulzby (1987), reafirma el hecho de que gracias a los cuentos los jóvenes adquieren conocimientos de forma espontánea sin una programación previa, como consecuencia del placer que la propia actividad desencadena en ellos.

Es así que Imbernón (2012) destaca que los cuentos pueden ser utilizados tanto en el entorno familiar como en el educativo, pues tratan de cubrir una doble necesidad. Por una parte, proporcionan a los padres relatos sencillos, repetitivos, que estimulan la participación y cohesión familiar. Y por otro, ofrecen a los profesionales, una herramienta metodológica para la estimulación del lenguaje oral o la introducción de la enseñanza inicial de la comunicación asistida y la alfabetización, mediante un entorno motivador y significativo de la lectura compartida. Siguiendo esta línea, Imbernón (2012) enlista los objetivos de la inclusión de cuentos en el aula:

- Introducir las estructuras lingüísticas siguiendo la secuencia del desarrollo del lenguaje para estimular la comunicación oral o asistida.
- Enseñar las habilidades comunicativas para participar en la lectura de los cuentos: funciones y modos de comunicación de acuerdo a las capacidades de cada estudiante (sistemas de signos, símbolos y tecnologías de ayuda para la comunicación).
- Aprender a través de los cuentos el vocabulario que les permitirá participar en las actividades que conforman sus respectivas unidades didácticas de estudio.
- Estimular el desarrollo de las habilidades de alfabetización emergente en el contexto de la lectura de los cuentos, en relación a los siguientes procesos básicos: mirada, atención, retención (memoria), toma de turnos y anticipación.

Tomando como referencia el constructo teórico de Vargas (2006) se establece al cuento como un instrumento reforzador de la capacidad imaginativa del estudiante, en su rol de intérprete e intermediario, quien comprende las dificultades fundamentales del hombre como son “la lucha por la propia identidad, la dicotomía bien-mal, el triunfo de uno sobre el otro (...) se transmiten conocimientos, creencias, costumbres, y lazos de afectividad entre profesor y estudiante, condición favorable hacia la socialización”. Bajo esta postura, Vargas (2006) presenta los siguientes objetivos pedagógicos que podrían ser abordados a través de los cuentos:

- Transformar al estudiante en protagonista, dueño del relato, desarrollando su conducta cognitiva, afectiva y social.
- Desarrollar las habilidades perceptivas básicas (espacialidad-temporalidad) y genéricas.
- Desarrollar cualidades cognitivas (percepción, memoria, pensamiento, atención, representación del conocimiento, lenguaje, razonamiento y resolución de problemas).
- Desarrollar la capacidad creativa del estudiante, haciéndole interpretar lo que se le está verbalizando, potenciar el desarrollo de su imaginación y fomentar sus capacidades cognitivas.
- Interdisciplinar áreas y subsectores con el objeto de globalizar la enseñanza.

El estudio de González (1986) posiciona al cuento como “género simple y corto, concebido para divertir y para instruir (...) indicado para favorecer la creatividad y la capacidad de enjuiciar, indiscutible instrumento privilegiado en la didáctica y en la educación en general”. En consecuencia, González describe el interés pedagógico del cuento en una serie de puntos críticos enumerados a continuación:

- El cuento se apoya en la reivindicación de identidades culturales, forma parte de un patrimonio cultural común. Su contenido civilizacional es particularmente educativo.
- El cuento es educativo por la historia misma que relata. El reino del cuento no es más que el universo familiar cerrado y delimitado donde se desarrolla el drama fundamental del hombre. El cuento tiene una función iniciática y valor pedagógico-didáctico.
- En occidente donde predomina lo racional, el cuento rehabilita lo fantástico y responde a las necesidades de asombro del estudiante.
- El cuento es un texto corto, muy adecuado para ser introducido en su totalidad en el tiempo del aula. Aunque corto, es a la vez un todo y un elemento de una serie. Se sitúa en medio de un conjunto de variantes, de versiones, con las que resulta fácil establecer comparaciones.
- Género oral destinado a ser memorizado para conservarse por medio de la transmisión, el cuento está casi siempre bien constituido, según un esquema simple, de forma que puede ser fácilmente retenido y comprendido por el auditorio. Su contenido conceptual es poco denso.
- El cuento es una diversión y debe entrar en la clase como tal. Género oral que necesita de una participación activa del conjunto de alumnos que se constituyen en auditorio.
- El cuento es un integrador de géneros: es un relato (género narrativo), es un relato maravilloso (género épico), es un relato entrecortado por cantos, poemas, expresiones intensamente líricas (género lírico). Es literatura total.
- El cuento permite trabajar a la vez la expresión oral y la escrita.
- Es un elemento que manteniendo una forma narrativa artísticamente rica, desacraliza la literatura tradicional. El alumno se ve en confrontación con un texto posible de adaptarlo, transcribirlo, realizarle transposiciones, crear otro cuento sobre la misma estructura. El cuento es un generador de creatividad.

- El cuento desarrolla ciertas facultades intelectuales como la imaginación, memoria, atención, capacidad de análisis y el juicio crítico.

En doble vía, y debido a su capacidad formativa-didáctica así como por su carácter lúdico, el cuento se convierte en un instrumento de disfrute y placer, potenciador de la imaginación y la creatividad. Sáez (1999) determina el valor del cuento de esta forma:

- Amplía el lenguaje de los discentes con un vocabulario claro, conciso y sugestivo.
- Fomenta la creatividad y la imaginación del alumnado.
- Aumenta la afectividad del estudiante, partiendo de la base de la nobleza, la bondad y la belleza.
- Crea hábitos de sensibilidad artística mediante imágenes atrayentes para el alumnado.

Desde la misma mesa de debate, Quintero (2005) determina el valor educativo de los cuentos en cuanto:

- Sirve para divertir y entretener a la vez que transmite conocimientos ricos y complejos.
- Satisface las ganas de acción del alumnado, puesto que en su imaginación ellos proyectan lo que les gustaría hacer.
- Conecta con las características cognitivo-afectivas del estudiante. La narración del cuento enlazará rápidamente con su mundo interno, contribuyendo al desarrollo de su capacidad simbólica.
- En un elemento socializador que favorece las relaciones, empezando por el simple hecho de que son los propios personajes los que interactúan socialmente.
- Facilita la superación del egocentrismo al ponerse en el lugar de los diferentes protagonistas, considerando los diversos puntos de vista.
- Prepara para la vida ofreciendo modelos de comportamiento, sentimientos y valores.

3. METODOLOGÍA

La presente investigación de naturaleza descriptiva-exploratoria utilizó la siguiente metodología:

- Análisis cualitativo de contenido

- Revisión bibliográfica-documental
 - Análisis del discurso
 - Técnicas aplicadas:
 - Lectura comprensiva y analítica
 - Brainstorming, lluvia de ideas
- a) Población: estudiantes de la carrera de Comunicación Social de la Universidad Técnica de Machala, Ecuador.
- b) Muestra: estudiantes de segundo y cuarto semestre de la carrera, jornada diurna.
- c) Materiales: dossier de lecturas de la asignatura Estilística y Redacción Especializada II.

4. RESULTADOS Y DISCUSIONES

La propuesta del presente trabajo académico consistió en aplicar diferentes microcuentos a estudiantes de la carrera de comunicación con el fin de levantar matrices de información que contengan las variables:

1. mensaje del microcuento
2. valores insertos de la comunicación y el periodismo y
3. aplicación en la deontología periodística.

El trabajo de los estudiantes consistió en contribuir con opiniones, criterios e ideas sobre las matrices antes mencionadas a través de la técnica del brainstorming o lluvia de ideas. En total, se seleccionó aleatoriamente diez microcuentos universalmente reconocidos y legítimos.

Los resultados se expresan en la siguiente tabla de contenido.

Tabla 1. Microcuentos en la carrera de Comunicación

Microcuento (Título/Autor)	Mensaje o moraleja	Valor inserto de la comunicación y el periodismo	Aplicación en la deontología periodística
El drama del desencantado (Gabriel García Márquez)	Aquella vida que abandonaba para siempre por la puerta falsa valía la pena de ser vivida	<ul style="list-style-type: none"> • Realidad / Hechos • Objetivo / subjetivo • Noticias de lo cotidiano • Invisibilidad de la agenda settings sobre la felicidad del hombre • Noticiabilidad de los problemas, conflictos y malestares sociales • Ausencia de diálogos 	<ul style="list-style-type: none"> • La pasión por la profesión nos sirve para vivir y la ética para sobrevivir • No seguir el sentido común del mundo, cuestionar lo visto y no visto • Hallar lo esencial en lo cotidiano • Hacer noticias que transformen la sociedad • Hablar de los que no tiene voz • Proyectar el mundo de la vida humana
Cuento de horror (Juan José Arreola)	La mujer que amé se ha convertido en fantasma. Yo soy el lugar de sus apariciones	<ul style="list-style-type: none"> • No vivir en el aquí y ahora • Hablar en tiempo pasado • Sentido de lo presencial, espacio-temporal • No haber cerrado el círculo de las relaciones sociales con otros seres humanos, deudas pendientes, fantasmas que acosan 	<ul style="list-style-type: none"> • El periodista ante todo tiene que ser un buen ser humano • No dejar deudas pendientes con terceras fuentes de información • Ser congruentes entre la teoría y la práctica, lo que se piensa y hace • Que los fantasmas no nos quiten el sueño, el karma periodístico consiste en que la vida devuelve lo que uno da • Vivir libres de pecado y culpa siempre y cuando actuemos con ética y rigurosidad moral, nos debemos al público, a la sociedad

Tabla 1. Microcuentos en la carrera de Comunicación.
Continuación

Microcuento (Título/Autor)	Mensaje o moraleja	Valor inserto de la comunicación y el periodismo	Aplicación en la deontología periodística
Ágrafa musulmana en papiro de oxyrinco (Juan José Arreola)	Estabas a ras de tierra y no te vi. Tuve que cavar hasta el fondo de mí para encontrarte	<ul style="list-style-type: none"> • Valor del diálogo con uno mismo (monólogo) • Crítica a la superficialidad • Valor de volver a los inicios del hombre, de lo que somos, del ser • No podemos comunicar si primero no nos comunicamos con nosotros mismos • Crítica a la autosuficiencia y a la ignorancia simulada • Crítica a la sociedad del espectáculo 	<ul style="list-style-type: none"> • Ser holístico, integral y ético es un ser completo, no fragmentado • La identidad del periodista necesita ser fortalecida, preguntarse quién es, no tener dudas de su profesión y lo que hace • La crisis de identidad afecta el trabajo ético del periodista • Es necesario tener luces de orientación y dirección para trabajar, saber a dónde quiero ir en la profesión y como ser humano
Una pequeña fábula (Franz Kafka)	<ul style="list-style-type: none"> • No nos satisface ni el problema ni la solución. • Vivimos inconformes con nosotros mismos. • Cuidado con lo que deseamos y pedimos, la vida depende de una decisión acertada o no. 	<ul style="list-style-type: none"> • Valor del diálogo • Valor del saber escuchar • Valor de la retórica y el discurso • Valor de la retroalimentación • Valor del saber contextualizar una realidad determinada • Valor de la crónica y los antecedentes • Valor de la descripción y la narrativa 	<ul style="list-style-type: none"> • Queja infinita de la profesión (círculo vicioso de frustraciones y negativismo) • Exteriorizamos los problemas internos, en otros encontramos culpables de los hechos, de los malestares, de las dificultades • Pedimos mesianismo e intervención de otros sobre nuestra vida • Necesitamos empoderarnos de nuestras obligaciones • Se demanda mayor madurez y crecimiento ético, profesional y personal

Tabla 1. Microcuentos en la carrera de Comunicación.
Continuación

Microcuento (Título/Autor)	Mensaje o moraleja	Valor inserto de la comunicación y el periodismo	Aplicación en la deontología periodística
Poquita Cosa (Anton Chéjov)	<ul style="list-style-type: none"> • ¡Qué fácil es en este mundo ser fuerte! • ¿Se puede vivir en este mundo si mostrar los dientes? • ¿Por qué calla? • ¿Se puede ser tan poquita cosa? 	<ul style="list-style-type: none"> • Crítica al bullying • Crítica a quienes se aprovechan de los demás • Demanda de mayor carácter y fortaleza del ser humano • Valor de la descripción y narración • Valor del relato y la crónica, sucesión de hechos temporales • Ironía como método de enseñanza • Valor de la pregunta-respuesta • Valor del contraste de datos, hechos, fuentes e informaciones 	<ul style="list-style-type: none"> • Empoderar a nuestra audiencia de sus derechos • Proteger a los más débiles y vulnerables • No tomar provecho de la ingenuidad de las fuentes noticiosas • Enseñar con el ejemplo, ser éticos y respetuosos en el oficio diario. • Practicar la tolerancia y prudencia con otras personas • Defender nuestras convicciones • No aceptar los imaginarios y prejuicios que existen en contra del periodista, no interiorizar lo negativo y falso • No callar, hablar, hacer valer la libertad de expresión, opinión y nuestra verdad, es un derecho de todos los seres humanos

Tabla 1. Microcuentos en la carrera de Comunicación.
Continuación

Microcuento (Título/Autor)	Mensaje o moraleja	Valor inserto de la comunicación y el periodismo	Aplicación en la deontología periodística
El hombre que aprendió a ladrar (Mario Benedetti)	<ul style="list-style-type: none"> • Amor es comunicación • El ser humano ama sin comunicarse • Ladró por no llorar • Ni los animales quieren ser seres humanos 	<ul style="list-style-type: none"> • Crítica al postmodernismo • Crítica a la sociedad de la información y el conocimiento • En un mundo conectado y mediatizado no existe comunicación ni emociones • El perro ama más que el ser humano • Nos estamos volviendo insensibles e inertes en nuestros sentimientos • Valor del diálogo • Valor de la socialización y la relación con nuestros congéneres • Valor del sentido de pertenencia, cohesión y aceptación social de grupo • Pone en debate conceptos como: representación social e imaginarios del hombre 	<ul style="list-style-type: none"> • Hacer una profesión con sentido humano • Somos sujetos por lo tanto somos subjetivos • No dejar de lado el componente afectivo, la empatía y simpatía con el otro • Hacer reportería con los cinco sentidos del ser humano • Fomentar desde nuestra profesión el cuestionamiento hacia aquella sociedad sin diálogo, ser críticos y tomar una postura editorial que fomente el cambio de la sociedad mediatizada y del espectáculo • Ser 100% autocríticos, ladrar, sentir y actuar con sentido y reflexión

Tabla 1. Microcuentos en la carrera de Comunicación.
Continuación

Microcuento (Título/Autor)	Mensaje o moraleja	Valor inserto de la comunicación y el periodismo	Aplicación en la deontología periodística
El Otro yo (Mario Benedetti)	<ul style="list-style-type: none"> • Todos tenemos otro yo que nos complementa y con el cual no siempre podemos estar de acuerdo, pero es parte de nuestra naturaleza • La muerte del otro yo significa nuestra propia muerte • Alimentar equilibradamente las dos partes del ser, el ying y el yang en completa armonía y orden 	<ul style="list-style-type: none"> • Valor del tejido social y el sentido de pertenencia • Crítica a la alienación cultural del ser humano (vulgarización de los actos y forma de vida del hombre) • Valor de la cultura afectiva • Valor del mundo intrínseco de cada ser • Valor de la estética, la belleza y el arte • Crítica a la superficialidad de las relaciones, como fuera el caso de la amistad 	<ul style="list-style-type: none"> • Para ser periodistas necesitamos una formación completa que nutra todas nuestras necesidades y demandas de conocimiento, si no quedamos desprovistos y desnudos frente a la sociedad y su crítica acérrima contra el otro yo • Nuestro otro yo necesita un nicho y una trinchera donde pueda defenderse del bullying social, frecuente en el oficio diario de reportería • Es necesario alimentar el otro yo del periodista con hobbies, experiencias, anécdotas, saberes prácticos y ancestrales, el bagaje y lo que no se aprende en las aulas marca la diferencia de carácter y competencia profesional • No ocultar el otro yo, no matarlo ni suprimirlo de nuestro ser, alimentar lo que somos y mostrarlo, el periodista necesita ser diáfano, transparente y honesto con su audiencia y consigo mismo

Tabla 1. Microcuentos en la carrera de Comunicación.
Continuación

Microcuento (Título/Autor)	Mensaje o moraleja	Valor inserto de la comunicación y el periodismo	Aplicación en la deontología periodística
El niño cinco mil millones (Mario Benedetti)	<ul style="list-style-type: none"> • Se hereda los problemas y la pobreza • El ser humano no encuentra en sí mismo ganas de pensar o crear • El verdadero niño cinco mil millones no fue homenajeado ni filmado ni acaso tuvo energías para su primer llanto. • Una semana después el niño cinco mil millones era un minúsculo esqueleto y en consecuencia disminuyó en algo el horrible riesgo de que el planeta llegara a estar superpoblado 	<ul style="list-style-type: none"> • Crítica a la estadística • Crítica a la ciencia experimental • Crítica a la agenda setting • Crítica a la sociedad del espectáculo • Crítica a los criterios de Noticiabilidad que se imponen en los medios • Crítica al falseo de datos, fuentes e informaciones • Crítica a la superficialidad en el abordaje de las noticias • Crítica a la invisibilidad de lo verdaderamente importante de comunicar 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesitamos hacer un trabajo ético de reportería con fuentes verdaderas de información • No caer en la espectacularización de la noticia • Hacer humanas las estadísticas • Poner en la mesa de debate el manejo socio-político de la sociedad y su gente, en líneas editoriales, cuestionar aquello que necesita ser cuestionado • La sociedad no cambia si aplaudimos un sistema de conformismo con lo absurdo y lo criminal • Se demanda comunicadores activos, no pasivos, que generen no solo noticia, sino sentido y significado de las mismas • Visibilizar a los héroes anónimos de la sociedad • Tener responsabilidad social con los demás

Tabla 1. Microcuentos en la carrera de Comunicación.*Continuación*

Microcuento (Título/Autor)	Mensaje o moraleja	Valor inserto de la comunicación y el periodismo	Aplicación en la deontología periodística
El perro que deseaba ser un ser humano (Augusto Monterroso)	<ul style="list-style-type: none"> • El perro no pudo ser un ser humano porque no mordía, movía la cola cuando encontraba a algún conocido, daba tres vueltas antes de acostarse, salivaba cuando oía las campanas de la iglesia y por las noches se subía a una barda a gemir viendo largamente a la luna 	<ul style="list-style-type: none"> • Estamos dejando de ser humanos • La humanidad es una condición que se cultiva, es aprendizaje diario y para toda la vida • Crítica al comportamiento social del hombre (no saludar, no meditar, 'morder') • Crítica a la no contemplación de la naturaleza sustituida por las tecnologías, no nos sentamos a ver la luna en tiempo real sino por internet en iconos que representan algo, vivo la experiencia a través de la máquina • Volver a los inicios del hombre: fomentar la meditación, reflexión e introspección en silencio y soledad • Valor de estar comunicados y ser sociales 	<ul style="list-style-type: none"> • Necesitamos hacer una profesión que hable de la importancia del ser humano, posición al hombre como objeto de estudio y su rol social, sus desafíos, deberes, responsabilidades • La ética implica una serie de normas de comportamiento social y de buenas costumbres, un periodista necesita ser atento, humilde, sencillo, no soberbio ni evitar el saludo como forma primaria de contacto y encuentro • Reflexionar al término de la jornada de reportería sobre lo que hemos hecho, auto-crítica e introspección diaria para mejorar el oficio • Observar y contemplar la realidad no mediatizada, sin tecnologías, dispositivos ni aparatos. La naturaleza nos puede sorprender y dar luces de respuesta a lo que buscamos

Tabla 1. Microcuentos en la carrera de Comunicación.
Continuación

Microcuento (Título/Autor)	Mensaje o moraleja	Valor inserto de la comunicación y el periodismo	Aplicación en la deontología periodística
Inmolación por la belleza (Mario Denevi)	<ul style="list-style-type: none"> • El erizo era feo y lo sabía • Una vez alguien tomó una sarta de perlas... y los fue enhebrando en cada una de las agujas del erizo, hasta transformar a aquella criatura desagradable en un animal fabuloso. • El erizo...no se atrevía a moverse por temor de que se le desprendiera aquel ropaje miliunanochesco • Cuando llegaron los primeros fríos, había muerto de hambre y de sed. Pero seguía hermoso 	<ul style="list-style-type: none"> • Crítica a la superficialidad • Crítica a la sociedad del espectáculo • Crítica al aislamiento social • Crítica al ideal de belleza construido mediáticamente • Crítica al periodismo de farándula y los valores que promueve • La imagen vale más que la vida 	<ul style="list-style-type: none"> • El periodista debe cuestionar los modos superficiales de abordar el tema de la belleza y la estética • La ética del periodista radica en contrastar las fuentes, dar cobertura a todos los actores involucrados. En el caso de la temática 'belleza', no ser parciales a las clínicas de estética, por ejemplo, sino también a sus pacientes, víctimas, demandantes, entre otros • Cuestionar los modos de producción cultura en torno a la imagen • Rescatar una comunicación integral, no solo visual sino complementaria, transversal e interdisciplinaria • Propiciar el buen vivir de la sociedad en su conjunto

5. CONCLUSIONES

- La literatura es comunicación y viceversa, un buen relato compone el eje fundamental del ejercicio periodístico narrativo. Por lo tanto no podemos aislar la riqueza de los enfoques y constructos del conocimiento de manera individual sino que se necesita alimentar la interdisciplina de ambas ciencias a beneficio del estudiante.

- En los cuentos hay un valor que condensa lo teórico y práctico, al ser literatura total, pone a funcionar una serie de engranajes del pensamiento y la reflexión como son la curiosidad, imaginación, creatividad, visualización, lo que aumenta las habilidades y destrezas del aprendizaje en los alumnos.
- La moral del microcuento se contextualiza a la realidad inmediata del estudiante lo que le permite cuestionar los modos de producción social así como los valores y supuestos que damos como normales, cuando en verdad vulneran la deontología periodística.
- El cuento es un generador de juicio crítico lo que es indispensable en todo buen comunicador, no hay mejor vehículo para transmitir el *deber ser* de un periodista que a través del uso lúdico, didáctico y creativo del cuento.
- Gracias al cuento podemos repasar algunas de las teorías de la comunicación más importantes así como la epistemología de la comunicación tomando como referencia el objeto de estudio de la comunicación y la comunicación como objeto de estudio. Por ejemplo, terminada la lectura de un cuento y al preguntar a nuestros estudiantes ¿Quién dice qué, a través de qué canal, a quién y con qué efecto? estamos trayendo al debate la teoría de la aguja hipodérmica y así podemos referir varios casos similares.
- El microcuento permite dividir el acto de comunicación en función de su estructura y función. Es así que gracias al relato, sus conflictos, protagonistas e historias podemos distinguir: la supervisión o vigilancia del entorno, la correlación de las distintas partes de la sociedad en su respuesta al entorno, y la transmisión de la herencia social de una generación a la siguiente (Lasswell, 1985).
- Lasswell (1985) mencionó que al calibrar la eficacia de la comunicación en cualquier contexto dado, es necesario tener en cuenta los valores en juego, así como la identidad del grupo cuya posición se está examinando. Bajo esta postura, el microcuento y la presente investigación busca extrapolar los mensajes y valores insertos en las historias con el fin de ser aplicadas a la deontología y ética periodística, en un contexto social e histórico determinado, con las especificidades propias de su naturaleza espacio-temporal. El objetivo fue que el microcuento sea una variable de análisis a tener en cuenta para transmitir ideologías

de cambio, gestión social y formación de valores en los futuros profesionales de la comunicación social.

Referencias Bibliográficas

- GONZÁLEZ, María. 1986. El cuento sus posibilidades en la didáctica de la literatura. **CAUCE Revista de Filología y su didáctica**. N° 9: 195-208.
- LASSWELL, Harold. 1985. Estructura y función de la comunicación en la Sociedad. Disponible en <http://www.periodismo.uchile.cl/talleres/teoriacomunicacion/archivos/lasswell.pdf>(Consultado el 03.08.2015).
- BOSCH, Juan. 1993. **Cuentos selectos**. Editorial Biblioteca Ayacucho. Caracas (Venezuela).
- FERNÁNDEZ, Agustín. 2000. **Estrategias para contar cuentos y escribir relatos en la escuela primaria**. Editorial Graó. Barcelona (España).
- CALDERA, Reina. 2010. El oficio de escribir. Una aproximación a través del cuento. **Revista Cifra Nueva**. N° 21: 123-129.
- MENDOZA, Antonio. 2010. **Función de la literatura infantil y juvenil en la formación de la competencia literaria**. Editorial Del Cardo. Barcelona (España).
- GONZÁLEZ, Ignacio. 2006. El valor de los cuentos infantiles como recurso para trabajar la transversalidad en las aulas. **Revista Campo Abierto**. Vol 25. N° 1: 11-29.
- GUTIÉRREZ, Patricia. 2013. **El uso del cuento como estrategia en la gestión del aprendizaje para fortalecer la expresión oral de los niños en primaria**. Editorial de la Universidad Pedagógica Nacional. Ciudad de México (México).
- FERNÁNDEZ, Cristina. 2010. El cuento como recurso didáctico. **Revista de Innovación y Experiencias Educativa**. N° 26: 1-9.
- NAVARRO, Juan *et al.* 2012. Respuestas flexibles en contextos educativos diversos. Disponible en <http://diversidad.murciaeduca.es/publicaciones/dea2012/docs/cimbernon.pdf> (Consultado el 03.08.2015).
- IMBERNÓN, Candelaria. 2009. **El desarrollo de las habilidades de comunicación asistida y de alfabetización emergente en el contexto de la lectura interactiva de cuentos**. Editorial Universidad de Murcia. Murcia (España).
- IMBERNÓN, Candelaria. 2010. Cuentos para la estimulación de las habilidades de comunicación asistida y de alfabetización emergente: Programa Marta. **Revista de Audición y Lenguaje**. N° 92: 15-21.
- IMBERNÓN, Candelaria. 2010. La introducción de las tecnologías de ayuda en el contexto de la lectura de cuentos: resultado de la aplicación de un pro-

- grama. En **25 Años de Integración Escolar en España: Tecnología e Inclusión en el ámbito educativo, laboral y comunitario**. Editorial de la Consejería de Educación, Formación y Empleo. Murcia (España).
- BRITTO, Pia. 2001. **The role of family literacy environments in promoting young children's emerging literacy skills**. Editorial Jossey-Bass. San Francisco (Estados Unidos).
- SMITH, Martine. 2005. **Literacy and Augmentative and Alternative Communication**. Editorial Elsevier Academic Press. London (Inglaterra).
- TEALE, William y SULZBY, Elizabeth. 1987. Literacy acquisition in early childhood: The role of access and mediation in storybook reading. En **The future of literacy in changing world**. Editorial Pergamon Press. New York (Estados Unidos).
- SNOW, Catherine y TABORS, Patton. 1993. Language skills that relate to literacy development. En **Language and literacy in early childhood education**. Editorial Teachers College Press. New York (Estados Unidos).
- VYGOTSKY, Lev. (1995). **Pensamiento y Lenguaje**. Editorial Paidós. Barcelona (España).
- VARGAS, Rodrigo y CARRASCO, Leslie. 2006. El cuento motor y su incidencia en la educación por el movimiento. **Revista Pensamiento Educativo**. Vol 38: 108-124.
- Quintero, Mari. 2005. Érase una vez... un cuento. Disponible en http://www.Csi-csif.es/andalucia/modules/mod_revistaense/archivos/N_16_2005/-CUENTO_infan.pdf. (Consultado el 03.08.2015).
- SÁEZ, Juan. (1999). **Cuentos pedagógicos, relatos educativos**. Editorial Diego Marín Librero. Murcia (España).
- BLISCHAK, Doreen. 1994. Phonologic Awareness: Implications for Individuals with Little or No Functional Speech. **Revista Augmentative and Alternative Communication**. N° 10: 245-254.
- IMBERNÓN, Candelaria. y GÓMEZ, María. 2006. **La alfabetización emergente en personas con necesidades especiales de comunicación**. Jornadas Nacionales de Sistemas de Comunicación Aumentativa. Zaragoza (España).