



**UNIVERSIDAD NACIONAL AUTÓNOMA DE MÉXICO**

FACULTAD DE FILOSOFÍA Y LETRAS

COLEGIO DE PEDAGOGÍA

***“LA TELEVISIÓN COMO HERRAMIENTA DE APRENDIZAJE.  
ESTUDIO DE CASO: UNA SERIE INFANTIL”***

***TESINA***

PARA OBTENER EL TÍTULO DE

**LICENCIADA EN PEDAGOGÍA**

PRESENTA

**ALICIA ELIZABETH TORRES VIRGEN**



**ASESORA: DRA. CLAUDIA BEATRIZ PONTÓN RAMOS**

CIUDAD UNIVERSITARIA

OCTUBRE 2012



Universidad Nacional  
Autónoma de México



**UNAM – Dirección General de Bibliotecas**  
**Tesis Digitales**  
**Restricciones de uso**

**DERECHOS RESERVADOS ©**  
**PROHIBIDA SU REPRODUCCIÓN TOTAL O PARCIAL**

Todo el material contenido en esta tesis esta protegido por la Ley Federal del Derecho de Autor (LFDA) de los Estados Unidos Mexicanos (México).

El uso de imágenes, fragmentos de videos, y demás material que sea objeto de protección de los derechos de autor, será exclusivamente para fines educativos e informativos y deberá citar la fuente donde la obtuvo mencionando el autor o autores. Cualquier uso distinto como el lucro, reproducción, edición o modificación, será perseguido y sancionado por el respectivo titular de los Derechos de Autor.

*Agradecimientos:*

*A mi Mamá y Cristy, sin ustedes este esfuerzo no hubiera sido posible, gracias por estar siempre a mi lado, por demostrarme su apoyo, comprensión y amor incondicional en todo momento, y aún más durante este proceso.*

*A mi Papá, gracias por tus consejos, tu ayuda incondicional y el ejemplo de responsabilidad, que siempre me demuestras.*

*A Carlos, a través de tu experiencia y tus consejos siempre atinados, me brindaste una ayuda enorme, gracias por compartir momentos de alegría, que siempre recordaré como los mejores.*

*A Kjalil, la inspiración para realizar este proyecto inicio contigo, a través de tu compañía conocí otra manera de aprender y conocer. Gracias Chubbyrocks!!*

*A mi asesora, la doctora Claudia Pontón, un afectuoso agradecimiento, por su tiempo, comprensión, y por haber revisado y corregido mi trabajo tan cuidadosamente..*

Introducción .....	4
1 Aprendizaje Contemporáneo .....	7
1.1 Teoría de la inteligencia emocional .....	7
1.2 Antecedentes de la teoría .....	9
1.3 Funciones de las emociones .....	18
1.4 Palabra e imagen en el contexto emoción y razón .....	21
1.5 Descripción de la teoría de la inteligencia emocional .....	23
1.6 Educación emocional .....	27
1.7 Educación emocional a través de la televisión .....	29
1.8 La televisión en el proceso cognitivo del niño .....	32
2 Contexto temático .....	39
2.1 Opiniones sobre el uso de la televisión .....	41
2.2 Televisión y cultura .....	44
2.3 Reglas de la selección .....	48
2.4 Televisión y aprendizaje .....	50
2.5 Programación infantil por televisión abierta .....	52
2.6 Programación infantil por televisión restringida .....	55
2.7 Canales infantiles .....	55
2.8 Contexto y referente empírico: Discovery Kids .....	56
3 Aprender a través de la televisión .....	59
3.1 Educación en medios .....	59
3.2 Educación mediática .....	63
3.3 Infancia y los medios .....	69
3.4 Alfabetización mediática .....	79
3.5 Enseñanza mediática a través de los conceptos: producción, lenguaje, representación y audiencias .....	82
3.6 Estudio de caso: Serie infantil Zoboomafoo .....	87
3.7 Análisis de la serie infantil Zoboomafoo a través de las teorías del desarrollo cognoscitivo y de la teoría del aprendizaje social .....	92
4 Conclusiones .....	95
Bibliografía .....	101

## Introducción

En el presente trabajo se aborda la influencia de la televisión, en particular en los niños; por lo que es necesario ubicar a la televisión en el contexto actual. La televisión se ha ido adaptando y transformando al mismo tiempo que los cambios tecnológicos en el que destacan los nuevos medios. Asimismo se hace referencia a todo aquello que implica transformaciones, que repercuten en la manera de uso y gratificación que busca el niño en las tecnologías de información, así como la manera de definir la relación entre los medios, en particular la televisión y la sociedad.

Por lo que es necesario saber no sólo como es que pueden afectar o influir los mensajes de la televisión, sino comprender que usos y de qué manera son consumidos por los niños. Analizar críticamente lo que se transmite a través de la televisión y conocer cómo es que se construye el significado de los mensajes en los niños, de manera que en la escuela, se puede utilizar la televisión como vehículo para comprender lo que sucede en la sociedad, entender cómo funciona el medio, de manera que puede ser aprovechado desde la escuela, en donde la televisión sea vista como una herramienta, que nos permita adoptar capacidades para poder analizar tanto la televisión como todos los medios de información.

La televisión es un medio que recrea el mundo sensible que aporta información, refleja actitudes, normas, pautas de conducta, hábitos, creencias y valores sociales a través de códigos de significación, de manera tal que las personas comparan, confrontan, aceptan o rechazan lo visto y escuchado en ella. Sin embargo, la televisión, por medio de este proceso de negociación del contenido de los mensajes televisivos, puede contribuir a la conformación de los valores de los niños, con este esquema, el niño desde la infancia aprende su realidad inmediata y social.

De manera que, en referencia a lo anterior, la televisión por su permanencia dentro de la vida cotidiana del niño, ayuda a la construcción de modelo de realidad que él niño hace en su pensamiento, pues la televisión es junto a los profesores,

los padres de familia, hermanos y amigos de los que recibe información, experiencias sociales e imágenes de vida. La televisión permite al niño conocer muchas clases diferentes de personas, de diferentes países y situaciones que son diferentes al de su entorno directo. De este modo, la televisión forma parte importante en la vida cotidiana del niño, por lo que es importante conocer y comprender como es este medio.

Por lo que, bajo estas ideas señalo de que manera los mensajes televisivos, son percibidos por el niño, como pueden ser explicados éstos a través de lo que perciben y la manera en que la escuela puede aprovecharlos.

De manera que en el primer capítulo, explico cómo es que la televisión a través de sus mensajes entran por la vía de la emoción, de lo que no es racional, cómo es que nuestro cerebro funciona ante los mensajes basados en la emoción y en los sentimientos, así como la forma en que tanto la escuela como los profesores debieran de conocer la teoría de las emociones , para poder capacitar a los niños desde temprana edad, para que ellos puedan comprender tales mensajes, y así adoptar una actitud analítica y crítica de los mensajes televisivos.

“el éxito de los medios de audiovisuales se explica en buena medida por la facilidad con la que dan respuesta a necesidades emotivas más o menos inconscientes. Las películas y los programas televisivos ofrecen personajes a los que amar y personajes a los que odiar, en los que el espectador ve reflejada su realidad y personajes en los que ve reflejados sus ideales, o situaciones que satisfacen sus necesidades escópicas en los que proyectar sus instintos agresivos, sádicos, masoquista y voyeristas” ( Ferres, 2003;p.61)

En el segundo capítulo, se señalan, en primer lugar, como es que la televisión como aparato reproductor de programas, se encuentra en la vida cotidiana, como forma un elemento común entre la familia. Así como a través de las diferentes lecturas, se revisan las principales opiniones en torno a la televisión de lo que transmite. En el caso específico de México, menciono el comienzo de los primeros programas infantiles hasta como en la actualidad, se forman los canales dedicados a los niños, así como la variedad de programas infantiles. Asimismo

como la televisión transmite elementos culturales que pueden ser aprovechados en beneficio del aprendizaje escolar.

Y en el tercer capítulo, realizo una descripción de lo que son los medios y las tecnologías de la información, de los que forma parte la televisión. Menciono y retomo un esquema que puede ser utilizado por los profesores para poder capacitar a los niños sobre los medios de información, sin dejar de mencionar las diferentes posturas que se han ido desarrollando sobre la educación mediática.

También en este capítulo propongo y analizo una serie infantil, como objeto para analizar su contenido, y la forma en que puede ser una herramienta para poder enseñar actitudes de cooperación, comprensión, fraternidad y respeto entre otras que pueden ser ejemplificadas a través de la serie infantil Zoboomafoo, así como analizarla como producto televisivo.

# 1 Aprendizaje Contemporáneo

## 1.1 Teoría de la inteligencia emocional

Los medios de comunicación y las nuevas tecnologías han tenido, y tienen cada vez más una gran responsabilidad en este importante cambio social, pero es más trascendente aún el papel que deberían desempeñar para poner en práctica la nueva educación que necesitamos.

La comunicación audiovisual está más vinculada al pensamiento asociativo que al racional. Por lo tanto, es más intuitiva que analítica. Tiende a burlar los controles de la racionalidad. El aprendizaje de conductas y valores por imitación se basa en este tipo de pensamiento. Y así es cómo funcionan los mensajes audiovisuales.

Normalmente los mensajes audiovisuales no utilizan el discurso explícito para estructurar sus mensajes; prefieren el relato ideologizado que funciona por comunicación indirecta. Esto es lo característico de los mensajes publicitarios.

Del mismo modo que el hombre necesita alimentar su cuerpo, también necesita alimentar su imaginación, su fantasía y su inconsciente. Esta tarea la cumplen a la perfección los medios de comunicación, y particularmente la televisión, por ser un medio muy accesible. Su poder radica en la capacidad de sugestión de la imagen y la imagen entra en lo más profundo del inconsciente de cada uno de nosotros.

Mientras la escuela educa fundamentalmente en la razón, los alumnos viven en un mundo dominado por la emoción, mientras se educa para los mensajes conscientes, todos los días en nuestra vida cotidiana, estamos expuestos a una gran cantidad de mensajes inadvertidos, pero de un poder y eficacia innegables. Así, en palabras de Joan Ferrés (1995), aclara que, la escuela no tiene ninguna oportunidad de competir con los medios de comunicación.

El uso del espectáculo ha traído mensajes más cortos con frases fáciles de comprender, que enganchen con imágenes atractivas. “Se trata de partir de lo concreto para llegar a lo abstracto, se trata de partir de lo sensitivo para llegar a lo intelectual, se trata de partir de la emoción para llegar a la emocionalidad, se

trata de seducir para llegar a razonar, de sentir para ayudar a pensar” (Ferrés, 1995; p.41)

En una sociedad en donde los medios de comunicación predominan, la tarea de la escuela será alfabetizar a las personas que hoy se muestran como incapaces de interpretar de manera reflexiva y crítica los mensajes, más o menos inadvertidos, transmitidos por los medios.

Los medios pueden convertirse en una herramienta importante para la alfabetización emocional, y esta debe ser tomada en cuenta para una adecuada educación sobre y para los medios. Por lo que un alumno alfabetizado en el mundo de las emociones es un alumno capaz de efectuar una lectura crítica del mensaje que está recibiendo de los medios y en consecuencia aceptarlo o rechazarlo.

El objetivo de este capítulo es destacar el enfoque de las dimensiones emocionales y sus funciones para el desarrollo personal y social, así como sus efectos, recepción y el contexto de los medios de comunicación.

Al no contar con una formación continua de las emociones en el sistema educativo significa que no se logre una educación integral. La integración de pensamiento, emoción y acción es una de las características del ser humano y por lo tanto también debe tomarse como base para la práctica educativa, y así favorecer el desarrollo integral de la persona.

Al favorecer la parte intelectual en la persona se ha desarrollado un sistema educativo en el que se le da prioridad a la formación cognitiva, y se ha dejado fuera lo afectivo y lo emocional; y el resultado es un desequilibrio en la persona, que lo incapacita para un desarrollo pleno y una convivencia responsable y solidaria. Este aspecto es mencionado dentro del Informe de Jacques Delors a la UNESCO en 1996, en donde nos habla acerca de los 4 pilares de la educación del siglo XXI, los pilares del conocimiento: aprender a conocer, aprender hacer, aprender a vivir junto o a convivir y aprender a ser. “Las personas con habilidades emocionales bien desarrolladas también tienen más probabilidades de sentirse

satisfechas y ser eficaces en su vida, y de dominar los hábitos mentales que favorezcan sus propia productividad; las personas que no pueden poner cierto orden en su vida emocional libran batallas interiores que sabotean su capacidad de concentrarse en el trabajo y pensar con claridad (Goleman, 1995; p.57).

## **1.2 Antecedentes de la teoría**

La inteligencia emocional tiene sus antecedentes en el proyecto Spectrum guiado por Howard Gardner, psicólogo de la facultad de Ciencias de la Educación de Harvard. El Proyecto Spectrum se aplica en la Universidad Tufts, es un plan de estudios que desarrolla una variedad de tipos de inteligencias dentro de las que se encuentra la habilidad social; este plan tiene como base la publicación de Gardner Frames of Mind de 1983, en donde se plantea la teoría de las inteligencias múltiples, en su primera publicación considera siete y posteriormente las amplía hasta nueve. Después en el año de 1995 Daniel Goleman, psicólogo y periodista estadounidense, retoma esta propuesta y publica el texto Inteligencia emocional, en donde habla acerca del estudio de las emociones.

Además de Howard Gardner y Daniel Goleman, en el año de 1990 los psicólogos y profesores Peter Salovey y John Mayer de la Universidad de Yale diseñaron el primer modelo para el desarrollo de la inteligencia emocional. También el neurólogo Joseph LeDoux y profesor del centro de neurología de la Universidad de Nueva York y al neurobiólogo portugués Antonio Damasio y su equipo de la Universidad de Iowa, proporcionan los fundamentos científicos, en los que se reconoce el poder del cerebro emocional sobre el cerebro racional y la capacidad del cerebro emocional para anular por completo al cerebro racional en determinadas situaciones. De igual manera ha sido de gran importancia el descubrimiento de la estructura neuronal que comunica directamente el tálamo con la amígdala<sup>1</sup>, ella es como se le llama una auténtica centinela emocional,

---

<sup>1</sup> La amígdala estructura interconectada que se asienta sobre el tronco cerebral cerca del anillo límbico. Existen 2 amígdalas, una a cada costado del cerebro, apoyadas sobre el costado de la cabeza, que dieron origen a la corteza y luego la neocorteza (cerebro pensante). La amígdala es la especialista en asuntos emocionales y a su vez también actúa como depósito de la memoria emocional, y así tiene importancia por sí misma; la vida sin ella es una vida despojada de significado personal.

capaz de tomar el control mucho antes que el cerebro racional (la neocorteza) tome una decisión. El funcionamiento de la amígdala y su interjuego con la neocorteza están en el núcleo de la inteligencia emocional.

### **Fundamentos neurocientíficos**

La inteligencia emocional tiene sus bases en estudios neurocientíficos que nos permiten conocer la importancia de las emociones, ellas guían nuestros pensamientos, nuestros valores, nuestras vivencias, esto con la finalidad de llegar a un equilibrio e integración personal para la convivencia, la felicidad o bienestar, así como también para el buen funcionamiento de la razón.

A continuación se describen aquellos referentes importantes en el marco de este planteamiento:

### **Emoción**

Todas las emociones en esencia son impulsos para actuar. La raíz de la palabra emoción proviene del latín *emotio*, que significa “movimiento o impulso”, lo que sugiere que en toda emoción hay implícita una tendencia a actuar. Dicho en otras palabras las emociones conducen a la acción, cada emoción desempeña un papel único y prepara al cuerpo para una diferente forma de respuesta.

Algunos de los cambios que las emociones primarias generan en el organismo y que también tienen un tipo de reacción en el cuerpo, son los siguientes:

Con la ira, el coraje: la sangre se acumula en los muslos, en específico en las piernas, ya que así resulta más fácil huir y el rostro se pone pálido, debido a que deja de circular sangre por él. El organismo se pone en alerta general, y hace que se prepare para la acción y la atención se fija en la amenaza cercana.

Felicidad: aquí se incrementa la actividad del cerebro central, inhibe los sentimientos negativos y aumenta la energía disponible y disminuye los pensamientos inquietantes. No existe algún cambio determinado en la fisiología.

Amor, sentimiento de ternura y satisfacción sexual dan lugar a un despertar parasimpático: es el opuesto fisiológico de la movilización “lucha o huye”, que comparten el miedo y la ira. Hay una respuesta de relajamiento en un conjunto de reacciones y un estado general de calma y satisfacción así como una facilidad para la cooperación.

Sorpresa; aquí entra más luz en la retina, por eso es que levantamos las cejas, ya que permite un mayor alcance visual. Esto nos ofrece mayor información sobre eventos inesperados, y hace más fácil distinguir con precisión lo que está ocurriendo, así como seleccionar el mejor plan de acción.

Disgusto; esta expresión se puede notar cuando el labio superior está torcido a un costado, mientras la nariz se frunce ligeramente, este gesto sugiere un intento para bloquear las fosas nasales y así evitar un olor desagradable o nocivo o también para escupir algún alimento dañino.

Tristeza: disminuye la producción de endorfinas necesarias para fortalecer el sistema inmunológico. Una función importante de la tristeza es ayudar a adaptarse a una pérdida significativa. La tristeza produce una caída de la energía y el entusiasmo por las actividades de la vida, sobre todo por las diversiones y los placeres y, a medida que se hace más profunda la tristeza se acerca a la depresión y hace más lento el metabolismo de organismo.

Como menciona Goleman (1995, p.26), estas tendencias biológicas para actuar están moldeadas por nuestra experiencia de vida y nuestra cultura. Con este descubrimiento las emociones dejan de ser consideradas en segundo lugar con respecto a la razón, ya no se piensa que son un estorbo para el ejercicio de la razón. Las emociones al ser el motor de la persona y piezas indispensables para procesos y capacidades humanas tan importantes como la reflexión, la toma de decisiones, la actitud positiva ante la vida, el establecimiento de vínculos y relaciones saludables con los otros. Así como el poder asumir y ejercer valores como la libertad, la responsabilidad o la solidaridad. Las emociones son necesarias para realizar un buen uso del conocimiento.

“A las emociones les importa la racionalidad. La facultad emocional guía nuestras decisiones momentáneas, trabajando en colaboración con la mente racional y permitiendo o imposibilitando, el pensamiento mismo. De la misma manera el cerebro pensante desempeña un papel ejecutivo en nuestras emociones, salvo en aquellos momentos en que las emociones quedan fuera de control y el cerebro pierde sus frenos” (Goleman, 1995, págs. 48-49)

Por lo cual tenemos dos cerebros, dos mentes y dos clases diferentes de inteligencia: la racional y la emocional. En nuestro desempeño diario en la vida cotidiana está determinada por ambas. Dicho de otra manera el intelecto no puede actuar de manera óptima sin la inteligencia emocional. No es quitar la emoción y colocar en su lugar la razón. El nuevo modelo de enseñanza tiene que armonizar cabeza y corazón.

Después de conocer los fundamentos neurocientíficos sobre las emociones y su comportamiento en el cerebro, mencionaré los principales componentes de las emociones. Para poder establecer una definición más actual sobre las emociones, es importante señalar las diferencias entre emoción y sentimiento, esto debido en parte a que algunos autores prefieren hablar de sentimientos y otros de emociones, sin embargo las diferencias son muy pequeñas.

No existe un concepto único de emoción, en algunos casos como ya se ha mencionado son mecanismos fisiológicos e instintivos y en otros también pueden ser procesos cognitivos conductuales y o bien hasta existen autores que le dan un enfoque filosófico-humanista. Otros estudios definen a las emociones como respuestas puntuales y efímeras, así que tratando de reunir y tomando en cuenta todos estos aspectos en palabras de Bach y Darder (2006, p. 66), señalan que una emoción es:

“Biología y es aprendizaje. Es estímulo y respuesta, impulso y acción, instinto, reflexión, medio y fin, inconsciencia y consciencia, sensación y cognición. Parece ser que la paradoja es la esencia de la emoción. En una emoción encontramos siempre un componente natural o innato y otro aprendido o adquirido, que a menudo de la han resultados antagónicos y que la educación de las emociones tiene que reconciliar”(Bach y Darder, 2006;p.66)

Así que por este motivo tomando en cuenta esta definición, es importante educar las emociones desde el aula por parte del docente y en la vida cotidiana por medio de la familia, para poder formar y crear en los niños valores y aprendizajes tomando en cuenta sus emociones y su razón. Con el conocimiento pleno de las emociones desde temprana edad, se podrán tomar acertadas decisiones, que se traducen en actitudes, valores y aprendizajes positivos.

Por otro lado, así como no existe una sola definición de emoción, se pueden considerar 3 componentes básicos de las emociones: el fisiológico, el cognitivo y el conductual. En la educación estas características tienen importancia, ya que deben de considerar integrar el trabajo del cuerpo, mente y conducta en atención de las emociones.

### **Sentimiento**

En cuanto a la definición de sentimiento también es importante precisarlo, debido a que algunos autores suelen utilizar de igual manera el término de emoción y sentimiento.

La definición de sentimiento se refiere al aspecto cognitivo de las emociones, pero como ya hemos dicho, las emociones tienen una definición más amplia, abarcan los aspectos físicos u orgánicos y conductuales. Por ejemplo Steiner (1997), utiliza ambos términos –emoción y sentimiento-, define a las emociones como los eventos bioquímicos que acompañan nuestro comportamiento y a los sentimientos como la experiencia de sentir dichos eventos o tener la conciencia de su presencia.

Goleman (1995) a su vez hace una distinción entre ambos conceptos y menciona que el sentimiento es una segunda clase de reacción emocional más lenta que la respuesta rápida -emoción-, que actúa primero en nuestros pensamientos antes de conducir al sentimiento. Goleman dice que esta segunda vía –sentimiento- para activar las emociones, es más deliberada y somos más conscientes de los pensamientos que conducen a ella. En este tipo de de reacción emocional existe una evaluación más extendida; nuestros pensamientos –cognición- juegan un

papel importante para determinar qué tipo de emociones serán provocadas. Por lo que Goleman dice que una vez que realizamos una evaluación de cualquier situación, se produce una respuesta adecuada. En esta secuencia más lenta, el pensamiento está más plenamente articulado y precede al sentimiento. Por ejemplo, las emociones más complejas como la vergüenza o la angustia frente a un próximo examen, siguen esta ruta más lenta y tardan segundos o minutos en desarrollarse, son emociones que siguen a los pensamientos. En este sentido el sentimiento parece preceder o existir simultáneamente con el pensamiento.

Es decir, así como hay vías rápidas y lentas hacia la emoción, una mediante la percepción inmediata y otra a través del pensamiento reflexivo, también existen emociones que son buscadas. En general la mente emocional no decide que emociones “deberíamos” tener. En lugar de eso, nuestros sentimientos surgen como un hecho consumado. Lo que la mente racional puede controlar regularmente es el curso de esas reacciones.

Por otro lado Antonio Damasio en una entrevista dada al periódico *La Vanguardia* (29-11-2006); mencionado por el artículo de Joaquín García Carrasco (2006) “*Los procesos formativos y el sistema emocional*”; también hace una distinción entre los conceptos de emoción y sentimiento y lo aclara de la siguiente manera: “una emoción es un cambio que se produce en tu cuerpo y en tu cerebro. Y un sentimiento es la idea que tienes de ese cambio. ¡Una idea, es una representación! La representación de una emoción. Por ejemplo, el sentimiento de tristeza consistiría, en este caso en pensar en el motivo por el que se tuvo la emoción correspondiente. El sentimiento incluye la conciencia y la representación del estado del sujeto dentro de una experiencia subjetiva, en la que interviene para su configuración, lo que Damasio denomina <marcador somático>. El sentimiento es un estado complejo de nivel superior y esta compuesto por la conciencia, la representación y el estado emotivo. Sin alguno de estos componentes la estructura compleja del sentimiento se destruye. Sentimiento es anterior al pensamiento. LeDoux lo denomina “emoción precognitiva”, es una reacción basada en fragmentos de información sensorial que no ha sido

totalmente seleccionada e integrada en un objeto reconocible. Se trata de una forma muy poco elaborada de información sensorial.

En relación a estos dos conceptos a lo largo de este capítulo, me referiré al concepto de emoción, ya que como he mencionado anteriormente, en general, emoción abarca más aspectos y a modo de conclusión ; tomando como referencia el concepto de Darder y Bach (2006), el cual considero como la definición más completa; emoción es un conjunto de patrones y respuestas corporales, cognitivas y a la vez conductuales, que adoptamos y aplicamos las personas ante las situaciones que nos ocurren en la vida, ante aquello que creamos o proyectamos, son también funciones cerebrales complejas; que dan como resultado, una determinada característica específica a la persona que la hace distinguirse, y es a la vez una manera de ser y de comportamiento. Por lo que, en la emoción se encuentra lo innato, lo vivido y lo aprendido.

Por lo tanto las emociones se nos presentan como una respuesta personal a nuestras experiencias a nuestros acontecimientos, forman la expresión de nuestras necesidades, son además el origen y la manera en que vemos el mundo, así como el resultado y la visión concreta de expresar y combinar sensibilidad, conocimiento y acción, de poder relacionarlo con las personas y la realidad.

“Las emociones están presentes en toda situación, en las reacciones y respuestas dadas, en la organización y funcionalidad del saber adquirido, en el autoconcepto y autoestima personal, son un recurso a la cotidianeidad a partir del cual nos resulta posible vincular conocimiento y vivencia de una manera realista, son agentes transformadores, generadoras de encuentro y reencuentro, en estímulo y motor de proyecto vitales, y de posibilidad de crecimiento” (Darder y Bach. 2006).

En palabras de Darder y Bach (2006) señalan que la emoción, se entiende como la raíz de la sensibilidad base del “ser persona”, por lo tanto, no se pueden reducir a un contenido conceptual y convertirlas en aspectos aislados, con una orientación mecanicista o determinista.

## Qué no son las emociones

Antes de pasar a la definición propiamente dicho del concepto de inteligencia emocional, hay que considerar aspectos sobre lo que no es la emoción, ya que en la actualidad se ha seguido reformulando el concepto de emoción, así como sus funciones. Goleman (1995) por ejemplo, menciona en su libro *Inteligencia emocional*, apoyado por los descubrimientos del neurólogo J.LeDoux, que las emociones siguen la lógica de la supervivencia, y la cognición o la razón no podría considerarse lógica si deja de lado la emoción y no conecta con la esencia de la vida humana. Por eso es importante aclarar qué no son las emociones y conocer sus funciones.

Darder y Bach (2006) mencionan lo siguiente y lo aclaran con algunos puntos, que los llaman mal entendidos que se tienen acerca del concepto de emoción y son:

1. El primero se refiere al uso cotidiano del concepto; el significado de emoción no se reduce al de la expresión <<emocionarse>>, es mucho más amplio que esto y lo aclaran diciendo que, cuando estamos enojados o tenemos miedo, también estamos <<emocionados>>. Es decir, el término se utiliza para señalar que las personas tienen una alteración del ánimo intensa o pasajera y que puede ser agradable o penosa.
2. El segundo mal entendido se refiere a la duración, naturaleza y magnitud: las emociones no se reducen a una serie de estados puntuales, con un principio y un final bien delimitados, que llegan inesperadamente y desencadenan una serie de reacciones incontrolables o impulsivas. Darder y Bach señalan que esto puede suceder en un grupo de emociones, las denominadas primarias o básicas, éstas pueden presentarse y aparecen con frecuencia bajo estos parámetros, en gran medida ocurren por la falta de regulación emocional, pero también mencionan que la vivencia emocional en su totalidad tiene un carácter persistente y constante, que impregna a la persona de una tonalidad afectiva y le imprime una manera singular y distingue a la persona, en su manera de comportarse en vida diaria. Desde el momento que somos seres en procesos de relación

constante con el mundo externo e interno, ya que consideran que no hay emoción, no existe indiferencia, no hay actuación neutra, por muy ligero que sea el sentimiento u emoción que podamos experimentar, siempre estamos bajo sus efectos.

3. El tercer mal entendido señala la connotación negativa que se les da a las emociones. Puesto que las emociones no son estados absolutamente irracionales que no debamos de tomar en cuenta o algo que debamos de alejar. Las emociones sin la razón nos llevaría a realizar elecciones desafortunadas tanto en el aspecto laboral como en la vida personal. Las emociones son indispensables para las decisiones racionales, ellas nos guían la dirección correcta, donde la pura lógica puede ser mejor utilizada. A su vez éstas también llevan un aprendizaje que la vida nos ha dado, por lo que actúan enviando señales que simplifican las decisiones, eliminando algunas posibilidades y destacando otras desde el primer momento. (Goleman, 1995; p.48). “la facultad emocional guía nuestras decisiones momentáneas trabajando en colaboración con la mente racional y permitiendo o imposibilitando el pensamiento mismo” (Goleman, 1995; p.43)
4. El cuarto mal entendido se refiere a una vertiente o dimensión social. Por un lado, cuando se habla de emociones no quiere decir que se debe propiciar encender los ánimos o provocar impactos fuertemente emocionales en las personas, o en los alumnos para que aprendan. Por otra parte, las emociones no solo tienen el carácter individual, sino que parte de nuestras emociones tienen su origen en las relaciones que establecemos con otras personas y en la familia, tradición y cultura a la que pertenecemos.
5. El quinto se refiere a la manera en que se expresan las emociones con su dimensión. No se debe de confundir el expresarlas con dejarnos llevar por ellas, que queden fuera de control. No se trata de liberarlas de cualquier manera, sin ningún tipo de freno, sino de tomar conciencia de ellas, orientarlas y guiarlas con la ayuda de la razón, y así adquirir nuevos recursos y competencias personales para aprender a expresarlas

correctamente. Armonizar cabeza y corazón. “ La vida emocional es un ámbito que al igual que las matemáticas y la lectura puede manejarse con mayor o menor destreza y requiere un singular conjunto de habilidades” (Goleman, 1996; p. 56)

### 1.3 Funciones de las emociones

Es importante recalcar también la importancia de las funciones de las emociones, conocer más acerca de ellas, para así tener más claro cómo podrían ser educadas desde la familia y por parte de los profesores.

A continuación siguiendo con Darder y Bach (2006; p. 71) explicaré las funciones de las emociones y las definen de la siguiente manera:

- Valoración de la realidad. A partir del <<me gusta>> del << lo quiero>> porque lo consideramos valioso, nos lleva a asignarle valor, estos valores guían la vida de las personas, y pone de manifiesto el componente emocional y cognitivo. Toda emoción es causada por la manera cómo conocemos el mundo. La evaluación comporta añadir a las creencias y conocimientos una relación con una escala de valores. No es suficiente con saber lo que nos conviene, también es necesario que lo anhelemos. Al aplicarlo a la relación con uno mismo, con los otros y con el entorno, quiere decir que no basta con conocerse, hay que quererse y aceptarse uno mismo; no basta con conocer a los otros, hay que saber ponerse en el lugar de los otras personas y así establecer una relación empática<sup>2</sup>, y finalmente hay que conocer y mantener una relación afectiva con el entorno.
- Respuesta personal. La emoción es una de las principales bases de la particularidad de cada uno de nosotros, cada persona reacciona de manera diferente. Esta función se refiere a que nuestra respuesta expresa el sentido vital que se otorga a la realidad y se produce en función del deseo y

---

<sup>2</sup> Empatía es la habilidad de saber lo que siente el otro. Se construye sobre la conciencia de uno mismo y cuanto más abiertos estemos a nuestras propias emociones, más hábiles seremos para interpretar los sentimientos de los demás (Goleman, 1995; p.123)

la necesidad de continuar viviendo. Al admitir esta realidad nos tendría que conducir a dar un sentido menos dramático al conflicto, y afrontarlo de manera diferente. Al existir diversidad supone pluralidad, puntos de vista, diferentes formas de ver la vida, así como opciones que tienen que ser consideradas para encontrar las mejores respuestas a las convivencias. En el aspecto del comportamiento social y educativo está en función de hacer compatible la singularidad con la colectividad.

- Impulso para la acción. La satisfacción del deseo, es la emoción que lleva a actuar para obtener lo que se quiere o se rechaza aquello que estorba o incomoda. La ausencia de deseo, se refiere a que la persona permanecerá inmóvil. Las diferentes acciones que realiza el ser humano tienen su explicación en el deseo de conseguir alguna meta que lleva a un fin. Esto tiene una clara traducción en el interés y la dedicación al aprendizaje. Al relacionar el deseo con las necesidades básicas de la vida humana, podemos llegar a la conclusión que las emociones son indispensables para el desarrollo. En consecuencia no se trata de reprimirlas, sino de regular su funcionamiento y canalizarlas en beneficio de las necesidades básicas – sobrevivir, amar y ser amado por mencionar algunas- y de los deseos para construir una realidad más humana.
- Mecanismos de regulación y adaptación. Las emociones son como mecanismos que van regulando el desarrollo individual y colectivo. El conocimiento de uno mismo, de los otros y del entorno nos produce satisfacción y crecimiento personal. La falta de control de las emociones provoca malestar, y si es algo continuo deriva en trastornos psíquicos y físicos<sup>3</sup>. La regulación y adaptación obligan a la integración del pensar-sentir-actuar a dar una atención al proceso de desarrollo y mejoras de las condiciones de vida personal para conducir nuestra actividad hacia la

---

<sup>3</sup> La confusión básica con respecto a las emociones, a nuestros sentimientos a menudo parecen llevarnos a quejarnos de problemas médicos indefinidos cuando lo que se experimenta en realidad es un trastorno emocional: un fenómeno llamado somatización, que confunde un dolor emocional con uno físico ( y que es diferente de una enfermedad psicosomática), en la que los problemas emocionales provocan verdaderos problemas médicos. (Goleman, 1995; p. 73)

satisfacción de las necesidades más profundamente humanas de afectividad y convivencia.

“Mientras los sentimientos fuertes pueden hacer estragos con el razonamiento, la falta de conciencia de los sentimientos también puede ser desastrosa, sobre todo cuando se trata de sopesar las decisiones de las que dependen en gran medida nuestro destino como por ejemplo, qué carrera elegir, continuar en un mismo trabajo seguro o cambiar a uno desconocido, que supone riesgo pero es más interesante, con quién salir o con quién casarse. Tales decisiones no pueden tomarse correctamente solo gracias a la racionalidad; exigen sentimientos viscerales, así como de la sabiduría emocional acumulada gracias a las experiencias pasadas. La razón sin sentimiento es ciega...” (Goleman, 1996; p.75)

Por lo que es necesaria la comprensión profunda de lo que son y lo que representan las emociones, que a su vez nos obliga a repensar la educación; cómo poder enseñar a entender y conducir nuestras emociones; desde la escuela y la familia. Un elemento que podemos tomar como herramienta para poder educar los sentimientos desde la infancia, y que aparece precisamente desde esta edad y que podemos utilizar como apoyo, es lo que se transmite en los medios, en específico la televisión a través de programas con contenidos didácticos. “Al comprender nuestra vida sentimental se hace necesario emprender una reforma del entendimiento humano, que a su vez nos obligará a un cambio en los sistemas educativos” (Marina, 1996; p. 13) en Darder y Bach (2006).

En el tema que nos ocupa y por el que tomamos como sustento teórico a la inteligencia emocional, es que a partir del consumo de programas con contenido didáctico, se puedan adquirir los valores y conocimientos. Al conocer el funcionamiento de la emoción, se llega a entender el comportamiento del telespectador. La conducta del telespectador que sufre al ver una película, un programa o una simple imagen; pues aunque pueda saber racionalmente que lo que ven es falso, les transmite conocimiento, este queda grabado en la mente emocional, ya que como hemos mencionado por medio del descubrimiento del neurólogo Joseph LeDoux, sobre la especie de atajo que las señales toman por medio de la amígdala y el hipocampo sin pasar por la neocorteza, es a través de este sistema emocional que puede actuar independientemente de la neocorteza (sistema racional), que se producen ciertas reacciones y recuerdos emocionales y

se realizan sin la participación de la razón (cognitiva consciente). Con este descubrimiento se puede llegar a una mejor comprensión de las personas que somos. Y más en específico, es necesario este conocimiento para comprendernos como telespectadores.

Mente que piensa y mente que siente nos dan dos formas de conocimiento y de comprensión que se relacionan, pero a la vez son independientes; la inteligencia racional y la inteligencia emocional actúan de manera conjunta y armónica, pueden ignorarse o hasta contradecirse.

#### **1.4 Palabra e imagen en el contexto emoción y razón**

Es fundamental mencionar aquí la relación que tiene la imagen con la emoción y la razón, ya que el tema que nos ocupa es la transmisión de experiencias que nos brinda la imagen, dada a través de los programas transmitidos por medio de la televisión, pero sobre todo lo que ocurre con el televidente cuando observa estas imágenes.

La mente racional necesita de las palabras para comunicarse. Las emociones sin embargo están más cerca de la comunicación no verbal. Se considera que en la comunicación interpersonal las informaciones emocionales se transmiten de manera no verbal y se captan a menudo de manera inconsciente.

Por ejemplo cuando una persona tiene un trauma o algún problema emocional y no puede verbalizar el problema, encuentra una manera de expresarlo mediante el dibujo; las imágenes y la música están más cerca de la emoción y del inconsciente que la palabra. Al contrario de lo que sucede con las palabras, en el caso de la comunicación audiovisual, las imágenes y la música no necesitan pasar por el intelecto, la razón para ser comprendidas y disfrutadas, se conectan con la emotividad por la vía directa, por la vía del atajo.” Si las emociones conectan de manera directa con las imágenes, los efectos sociabilizadores<sup>4</sup> de las imágenes

---

<sup>4</sup> Sociabilización: entendida como el proceso por el que las personas son inducidas a asumir una serie de conocimientos, creencias, convicciones y valores extraídos del entorno social.

sólo se podrán comprenderse en profundidad desde el conocimiento de la lógica de las emociones” (Ferrés, 2002; p.269)

Por otro lado en cuanto al proceso que realiza la lógica de las emociones y que tiene importancia sobre el televidente, está en relación a los procesos psicológicos de implicación emotiva que no tienen que ver con la racionalidad; no dependen de una evaluación racional de las situaciones, sino de asociación elemental primaria con tendencias, deseos no siempre conscientes. Se trata la lógica de las emociones, que no es la lógica de la argumentación y el análisis, sino de transferencia<sup>5</sup> de una relación primaria y elemental, es decir en función del agrado o desagrado que se produce como consecuencia de la conexión con experiencias previas igualmente agradables o desagradables.

En palabras de Ferrés (2002; p.271), nos dice que la lógica asociativa y la lógica de la transferencia, no sólo explican las emociones que produce la televisión, sino que también el hecho de que ésta puede convertirse en inductora de valores. Es decir desde estas lógicas es como se puede comprender el efecto sociabilizador de la televisión. Si la gratificación se comprende sólo desde las emociones, es desde ellas que se explican sus efectos sociabilizadores. Desde la emoción se llega a la significación, al sentido y en consecuencia al valor.

El entretenimiento y sociabilización son aspectos que tienen una relación importante, así como lo son la emoción y significación. “Sólo desde el conocimiento de la emoción puede accederse al conocimiento de la significación y en consecuencia, del sentido del valor” (Ferres, 2002; p.271).

En consecuencia es a través de las experiencias televisivas que se explica, cómo interiorizamos a largo de nuestra vida una serie de valores, por ejemplo mediante procesos transferenciales y no a través de discursos o argumentaciones, se adquieren determinados estereotipos de belleza física, se aceptan socialmente ciertas profesiones y estilos de vida. De modo que los modelos que se transmiten a través de la televisión no son únicamente estilos de personas, son que también se crean modelos a seguir en la sociedad. Dichos modelos no son neutros,

---

<sup>5</sup> Transferencia: en psicología el desarrollo de una actitud afectiva del paciente, positiva u hostil, hacia el psicoanalista, en otras palabras el lugar que el paciente le da al analista

presentan determinados valores u opciones de vida, que no siempre coinciden con los valores deseables desde el punto de vista educativo.

De igual manera mediante la pantalla de televisión, también, se viven emociones humanas, algunos de los programas de mayor audiencia poseen fuertes contenidos emocionales, presentados a través de los relatos de ficción dramática o de realismo social. En este sentido la televisión puede llegar a emocionar con los mismos recursos, el gesto y la palabra que un narrador.

“Las emociones se expresan mediante movimientos corporales, mímica, sonidos... dando lugar a una gran elaboración artística de lo emocional desde la música, la literatura, las artes plásticas, el teatro, cine y televisión. Se identifican como los lenguajes de las emociones y sentimientos que conllevan una base sociocultural y que, por lo tanto, pueden ser enseñados y aprendidos” (Gutiérrez, Pereira y Valero; *El cine como instrumento de alfabetización emocional*, 2006; p.241)

Por consiguiente es importante que desde temprana edad dentro del ambiente familiar, los padres tengan el hábito de ver la televisión con los niños, y que a su vez mantengan una relación directa con la escuela, con la finalidad de crear en los niños actitudes críticas acerca de lo que ven, con ello marcaría una diferencia en cuanto a la influencia del medio en las actitudes y valores de los niños.

### **1.5 Descripción de la teoría de la inteligencia emocional**

Como ya hemos mencionado con los descubrimientos de la neurociencia se ha podido relacionar con las diversas aportaciones que han hecho otras disciplinas (filosofía, biología, antropología, física, literatura, psicología y pedagogía), esto ha permitido que el concepto tenga una aplicación práctica a la vida y a la educación. Con esta nueva reformulación del concepto de inteligencia, nos indica que el tener un coeficiente intelectual alto, no significa garantía de madurez o éxito en todos los aspectos de la vida, no indica nada acerca de la manera en que la persona reacciona ante los problemas que se le presentan diariamente; y ese es el problema, la inteligencia académica no proporciona alguna preparación para las diferentes situaciones que ocasiona la vida. Dicho de otra manera una trayectoria académica brillante no supone necesariamente la capacidad para relacionarse,

para amar o para implicarse positivamente en la construcción del entorno. La educación actual debe contemplar necesariamente esta premisa:

“La tarea para el nuevo milenio no consiste simplemente en afinar las diversas inteligencias y usarlas adecuadamente, sino en comprender cómo podemos combinar inteligencia y moralidad para crear un mundo en el que todos queramos vivir. Después de todo, una sociedad dirigida por personas inteligentes bien podrían saltar por los aires o acabar con todo el planeta” (Gardner, 2001; p.15)

La inteligencia emocional tiene que ver con la capacidad de conducir la propia vida y establecer relaciones positivas con los otros y con la realidad. Dicho en otras palabras la inteligencia emocional es la capacidad de reconocer nuestras propias emociones y sentimientos, así como los sentimientos de otras personas, la capacidad de motivarnos y saber conducirnos hacia metas y proyectos determinados, y llevar adecuadamente las relaciones que tenemos con los otros y con nosotros mismos. Es así como la inteligencia emocional es la capacidad que nos permite conocer los sentimientos propios y ajenos, y utilizarlos como guía del pensamiento y acción.

Para Salovey y Mayer (1997) la inteligencia emocional es la habilidad para percibir las emociones, acceder y generar emociones para asistir al pensamiento, entender y conocer emociones y regularlas reflexivamente para promover el crecimiento emocional e intelectual. (Galifa, 2002; p.38).

Goleman en su libro *Inteligencia emocional* menciona como Salovey amplía la definición de las capacidades de la inteligencia emocional a cinco puntos principales:

1. Conocer las propias emociones. La conciencia de uno mismo- el reconocer un sentimiento mientras ocurre- es la clave de la inteligencia emocional. La capacidad de controlar sentimientos de un momento a otro es fundamental para la penetración psicológica y de uno mismo. Esta cualidad significa un entendimiento profundo de los fenómenos propios de nuestras emociones; fortalezas; debilidades; necesidades y motivaciones. La gente que es consciente de si mismo generalmente tiende a ser equilibrada. Lo cual

implica el reconocimiento de la forma en que nuestras emociones afectan nuestro desempeño.

2. Manejar las emociones o control de uno mismo. Manejar los sentimientos para que sean adecuados es una capacidad que se basa en la conciencia de uno mismo. Es la capacidad de serenarse, de librarse de la irritabilidad, la ansiedad y la melancolía.
3. La motivación a uno mismo. Esto significa que se deben de ordenar las emociones al servicio de un objetivo, y es esencial para prestar atención, para la motivación propia y el dominio, y para la creatividad. El dominio a uno mismo emocional -es postergar la gratificación y contener la impulsividad- sirve de base a toda clase de logros. Y ser capaz de internarse en un estado de fluidez permite un desempeño destacado en muchos sentidos. Las personas que tienen esta capacidad suelen ser mucho más productivas y eficaces en cualquier tarea que emprendan.
4. Reconocer emociones en los demás o empatía. Esta cualidad se basa en la autoconciencia emocional, es la habilidad fundamental de las personas. Las personas que tienen empatía están mucho más adaptadas a las señales sociales que indican lo que otros necesitan o quieren.
5. Manejar las relaciones o habilidades sociales. El arte de las relaciones, es la habilidad de manejar las emociones de los demás. Estas son las habilidades que rodean la popularidad, el liderazgo y la eficacia interpersonal. Las personas que se destacan en estas habilidades se desempeñan bien en cualquier cosa que dependa de una tranquila interacción con los demás.

“La base subyacente de nuestro nivel de capacidades, sin duda nerviosa; pero el cerebro es notablemente flexible y aprende constantemente. Los errores en las habilidades emocionales pueden ser remediados; en gran medida, cada una de estas esferas representa un cuerpo de hábito y respuesta que, con el esfuerzo adecuado puede mejorarse”(Goleman, 1995; p. 65)

Al mismo tiempo aún tratándose de un solo concepto, se pueden distinguir también dos dimensiones que simplifican las capacidades antes mencionadas, y

que a la vez son complementarias y forman parte de la definición de inteligencia emocional que amplían el concepto.

- Dimensión intrapersonal: aquí se hace referencia a uno mismo, al conocimiento y al manejo de la vida propia. Nos permite conducirla y orientarla. Nuestras emociones tienen la posibilidad de ser educadas en beneficio propio. Para conseguirlo se trata de vivir las emociones propias, de conocerlas y saber a qué necesidad responden, de regularlas y aprovecharlas en vez de reprimirlas y, finalmente de integrarlo con el conjunto de la propia persona, con lo que pienso y con lo que hago. En esta dimensión se encuentran las capacidades de automotivación, la aceptación de la responsabilidad de nuestros actos y la autoestima.

- Dimensión interpersonal: nos aporta el conocimiento y la comprensión de las emociones, sentimientos y expectativas de los otros y, a partir de aquí, el reconocimiento y el respeto por la singularidad, a través de la empatía o el sentimiento del otro. Es el reconocimiento del otro como “un yo como yo”, “ponerse en el lugar del otro”, con una historia personal, capacidades y expectativas tan distintas de las mías pero tan importantes como las mías. Se consideran también competencias propias de esta dimensión las orientadas al establecimiento de la convivencia (escucha, diálogo, asertividad), y las que facilitan la cooperación y el trabajo en común (trabajo en equipo, toma de decisiones, resolución de conflictos y mediación). Todas estas competencias son denominadas como socio-afectivas o relacionales.

Estas dimensiones, la intrapersonal y la interpersonal son interdependientes. Cuanto más fuerte la primera, la persona será más capaz de llegar al otro. Por ejemplo aplicar la empatía ayuda a su vez a la maduración de la propia autoestima. La dependencia de estas dos dimensiones nos lleva al camino para conjugar los intereses propios y los colectivos.

“Necesitamos al otro para construir nuestra identidad, para amar y ser amados, para vivir de manera feliz, autónoma, responsable y solidaria. La vivencia de que, siendo autónomos, somos interdependientes es la base de la ética solidaria que nos conecta a todos los humanos...establecer

una relación ética es ser deferente con el otro. Esto no sólo quiere decir aceptar su diferencia, sino también y fundamentalmente hacerme cargo de él" (Darder y Bach. 2006 pp.75-76)

## **1.6 Educación emocional**

Con todo lo anterior se entiende que debe de existir una educación emocional, esta debe de promoverse desde la familia, la escuela y todo aquel que sea un agente educativo que intervenga en la educación de las personas, es decir, el desarrollo o cultivo de la inteligencia emocional, ya que como hemos dicho y coincidiendo con los autores que han hecho sus aportaciones a partir de los estudios realizados, se ha demostrado que el éxito en la vida no depende únicamente del coeficiente intelectual, sino también de la inteligencia emocional de la persona. Es por este motivo que se debe de considerar el trabajo y la participación de las familias, de manera que los padres de familia refuercen lo aprendido por sus hijos en la escuela y contribuyan a su desarrollo emocional.

A partir de las múltiples investigaciones y experimentaciones que se han llevado a cabo, en función de ellas se realizan algunas aportaciones relevantes para la educación, resaltamos algunas de ellas como:

- Las emociones son educables, no son inamovibles. Podemos regular nuestras emociones e intervenir en su impacto. De manera que en el caso del comportamiento emocional de los alumnos no podemos concluir que <son así>, porque se manifiestan de tal manera. La influencia educativa puede ayudarlos a integrar y manejar mejor sus emociones.
- Emoción y cognición son dos procesos con profundas conexiones e implicaciones mutuas y no pueden ser abordadas aisladamente. La escuela debe de tenerlo en cuenta y emprender una educación integral compuesta por los aspectos racionales, emocionales y de acción, puesto que la madurez emocional es el resultado de las tres.
- La acción educativa tiene que ser continua y estructurada, y realizada mediante el entrenamiento en la realización de los cambios que se quieran

introducir. Sin embargo la sola información no produce el cambio sino va acompañada del compromiso, el esfuerzo y la vivencia de mejorarse uno mismo.

De manera que con las aportaciones sobre las emociones nos llevan a la necesidad de la educación de las emociones. Están presentes en toda actividad humana, hay que saber canalizarlas a través de una formación personal que integre los elementos comentados, pensamiento, emoción y acción.

Sin embargo el aprendizaje o la formación emocional no siempre se plantea con esta orientación integradora, sino que a veces se le asocia a la prevención, termina solo en una serie de técnicas de conducta, sin tomar en cuenta la significación personal y se ve como una formación <<para no>>- para no descontrolarse, para tener problemas, para no sufrir, para no pelear o en el peor de los casos, se considera a la educación emocional dentro de la escuela como una materia más, y se llegue a considerar sólo como una herramienta para que los alumnos no molesten y los profesores puedan dar el programa. La educación de las emociones no es una asignatura más ni es sólo prevención, es formación, integral e integrada.

Por consiguiente la educación de la emociones no puede ser considerada como una fórmula o remedio para prevenir o evitar ciertas conductas y problemas psicológicos de los alumnos, sino como la plena humanización y un desarrollo óptimo de las potencialidades humanas. En palabras de Darder y Bach (2006), el objetivo de la educación emocional debe ser el descubrimiento y aceptación de la propia humanidad.

“Si la finalidad última de la educación emocional ha de ser mejorar como personas, tendremos que educar nuestra emociones para estar afectivamente disponibles para el otro y para realizar proyectos conjuntamente. Así, no se tratará de integrar un sentimiento únicamente para quedarme en paz conmigo mismo, si no porque en la medida de lo posible se convierta en una vía de acercamiento al otro, y de mejora mutua y del entorno” (Darder y Bach, 2006; p.78)

Finalmente centrándonos en el ámbito escolar, se deben de realizar cambios que esta teoría implica para la práctica educativa, realizar un cambio de actitud personal en la manera en que son consideradas las emociones, adquirir la formación teórica y práctica necesaria acerca de las emociones, como personas dedicadas a la educación, para así implicarnos, individual y colectivamente, en la aplicación de esta teoría a la práctica docente, y poder sensibilizar, informar y formar a la familias.

### **1.7 Educación emocional a través de la televisión**

De acuerdo con la teoría de la inteligencia emocional sobre el comportamiento de las emociones, así como las implicaciones que tienen en la persona, pero sobre todo en lo que puede aportar en la educación. En este apartado mencionaremos cómo podemos utilizar la televisión, el audiovisual como una herramienta para poder transmitir conocimiento tanto en el aspecto cognitivo como en el emocional. En este caso los medios audiovisuales y la televisión son objeto de estudio y aprendizaje, ya que el televidente vivencia los contenidos emocionales a través de los actores y transfieren sus sentimientos y conflictos hacia dichos personajes.

Aunque podamos coincidir con algunos autores que mencionan que en la actualidad la población más joven está expuesta a una gran cantidad de imágenes que sólo incrementa su emotividad y por el contrario lo que necesitarían sería potenciar su capacidad de atención, concentración, su capacidad de narración y no ser sólo imaginativa y emotiva.

“nos encontramos ante la mediocridad de un nuevo analfabetismo. El hombre light, la persona “suave” no tiene el mínimo interés por lo cultural, su máxima defensora es la superficialidad y tiene a huir de cualquier intento de entrar a conversar sobre temas culturales, desarrollando y recurriendo de inmediato a una trivialización de éstos”(Gutiérrez, Pereira y Valero, 2006; p. 242)

Es por eso necesario recalcar la importancia de una educación audiovisual, ya que lo audiovisual no debe tomarse como si fuera algo neutro o natural , sino que es importante reconocer y observar para poder enfrentar sus influencias y mensajes

de una manera menos espontánea a como lo hacemos con los textos escritos. Por lo tanto es importante desarrollar un nuevo escenario creativo en el que los niños desde temprana edad puedan ver el programa y reflexionar así como participar sobre lo que se les presenta, apoyados con la guía del docente. Con el propósito de formar personas que puedan leer la cultura escrita y la cultura audiovisual de manera conjunta.

De igual manera así como sucede con el lenguaje escrito, donde se produce una relación entre el receptor-espectador, el emisor-director y texto-mensaje audiovisual. El recibir un mensaje audiovisual implicaría comprender, descifrar e interpretar lo que alguien ha expresado. Por lo tanto la riqueza y la calidad de la recepción del mensaje dependerían no sólo de la intención del emisor y de las diferentes características del mensaje sino también de la capacidad y formación para lectura audiovisual del receptor-espectador. (Gutiérrez, Pereira y Valero, 2006; p. 243). La televisión es un instrumento de transmisión de conocimiento cognoscitivo, emocional y social, de ahí que debemos de utilizarlo como una herramienta de apoyo, además de que por sí sólo también es una alternativa de ocio y entretenimiento personal.

En la actualidad varios de los programas o series televisivas se realizan con un lenguaje de comunicación parecido al que se utiliza en el cine, esto con la finalidad de hacerlos aún más atractivos para el telespectador. Aquí podemos resaltar esta tipo de comunicación que se produce a tres niveles. El primer nivel sería el de los sistemas perceptivos, vista y oído, de forma que se pueda acceder a la información de un modo inmediato, a través de los estímulos primarios. En un segundo nivel, estarían los lenguajes asociados a los sistemas perceptivos: imagen, sonido fonético y musical, ruidos y señales. Todos producen una gama de referentes culturales de reconocimiento y codificación<sup>6</sup>. Y por último el tercer nivel sería el que actúa de forma subconsciente, por ejemplo la manera que se utiliza luz, el encuadre, los movimientos de cámara, el manejo de la música y el movimientos de los personajes, son elementos que el televidente no percibe de

---

<sup>6</sup> Transformar dar significado mediante las reglas de un código la formulación de un mensaje

manera consciente, pero son los que combinados logran que las narraciones nos transmitan determinadas sensaciones y emociones.

“la importancia de la técnica utilizada debe de estar en función del espectador, tiene que sentirse implicado, ver reflejada su visión de la realidad, sus intereses, sus deseos en lo que sucede en la pantalla, es decir, ha de producirse su participación afectiva y su reconocimiento en el mundo que presenta...”(Díaz, 2001,2005)

De igual manera podemos reconocer la capacidad que tiene la televisión para transmitir conocimiento directo, vivo, real de acontecimientos y sucesos sociales. No solo llega a la inteligencia de las personas, sino también conecta con sus emociones y genera motivaciones. Por ello es la necesidad de enseñar a analizar seriamente la imagen, para saber leer y comprenderla. Debemos partir de las imágenes que se ven a diario y deconstruirlas para poder entender cuáles son las que reflejan las emociones y la realidad que debemos conocer y las que de manera tendenciosa impiden el crecimiento personal y creativo tal y como sucede en la actualidad. Por ello es que se debe de contar con los conocimientos teóricos y prácticos sobre la vida emocional, pero sobre todo se deberá revivir emociones, analizarlas y comprenderlas, y aprender a potenciar todo lo positivo que hay en ella, así como dominar y sublimar sus derivaciones negativas. En esta tarea nos parece importante el poder utilizar como recurso pedagógico o como una herramienta a los programas sobre todo con contenido didáctico que se encuentran al alcance de los televidentes pequeños, destacar sus aspectos positivos en función de poder crear personas con sentido crítico de lo que se les presenta en estos programas.

El riesgo manipulador de los mensajes inconscientes se desvanece con la educación. Estos estímulos dejan de ser “peligrosos” cuando dejan de ser inconscientes. Si los mensajes ocultos son más eficaces que los manifiestos, es porque escapan al control de la conciencia. Por ello, en cuanto una persona se hace consciente, queda protegida contra la fuerza de la sin-razón. (Giordano y Silva, 2006; p.150).

Por lo que, el conocimiento actuaría como una “vacuna”. Así, cada uno podrá actuar libremente, decidirá qué de los mensajes, total o parcialmente, serán asumidos como verdaderos o integrados al universo comprensivo de la realidad, y valorarlos como influyentes o condicionantes a la hora de actuar. (Giordano y Silva, 2006. P. 151)

## **1.8 La televisión en el proceso cognitivo del niño**

El propósito de este apartado, es presentar una visión general de las bases teóricas, como la teoría del desarrollo cognoscitivo de Piaget y la teoría del aprendizaje social. No pretendemos hacer una descripción completa de las teorías, sino poner atención en algunos puntos, que pueden interesar para el estudio de la influencia de la televisión sobre los niños.

La teoría de Jean Piaget sobre el desarrollo cognitivo Jean Piaget (1896- 1980), se centra en describir y analizar el desarrollo del conocimiento y la adquisición de capacidades<sup>7</sup>; en función de las etapas evolutivas o estadios, y los cambios de las estructuras cognitivas del desarrollo del niño. Asimismo Piaget pone énfasis, donde dice que el desarrollo del niño es progresivo de acuerdo con su momento evolutivo, además de que dice, no se puede forzar las etapas antes de alcanzar la madurez necesaria.

Dos aspectos importantes de la teoría de Piaget son por una parte, su concepto de inteligencia, y por otra parte, el papel activo que tiene el niño en la construcción del conocimiento. En palabras de Prieto y Ferrándiz (2001) mencionan que para Piaget, la inteligencia humana es la forma superior de adaptación biológica, mediante la cual el organismo humano logra un equilibrio flexible en sus relaciones con el medio.

---

<sup>7</sup> Capacidades: es una habilidad transversal, es decir, reutilizable hasta el infinito en contextos diferentes; una destreza descontextualizada, que se puede aplicar en situaciones profesionales o sociales muy diferentes. También puede ser una actividad intelectual estable y reproducible en diversos campos de conocimiento.

Así, el niño desarrolla su conocimiento mediante un proceso activo de construcción de estructuras organizativas, estas se configuran y modelan en los distintos estadios o etapas de desarrollo.

En este sentido, la teoría de Piaget se explica a través de conceptos biológicos o estructuras organizativas, como lo son organización y adaptación con sus dos fases complementarias de acomodación<sup>8</sup> y asimilación<sup>9</sup>, que conducen a un estado de equilibrio.

Estas funciones también se denominan invariantes, porque están presentes a través de los cambios, que progresan por los estadios. La interacción de maduración y estímulo ambiental explica este progreso por los estadios o fases del desarrollo cognitivo.

De ahí que, Piaget explique que el niño hace algunas estructuras (o esquemas) muy sencillas, con las cuales puede captar estímulos tales como los reflejos. Así cuando el niño se encuentra ante un nuevo objeto o un nuevo estímulo, utiliza las estructuras de que dispone para adaptarse al medio. De modo que, cuando puede captar este nuevo estímulo mediante una estructura existente, está asimilando el objeto o el estímulo.

Por otra parte, Piaget llama acomodación a un cambio en el organismo, al desarrollo de una nueva estructura para adaptarse a un nuevo estímulo o situación. Sin embargo, este proceso va seguido de un periodo de adiestramiento, en el que la nueva estructura es desarrollada y el niño, menciona Piaget, experimenta placer asimilando varios objetos con esa nueva estructura, y en consecuencia viene un periodo de saciedad y posteriormente llega un nuevo estímulo, que comienza de nuevo el proceso de acomodación. Las fases de asimilación y acomodación son complementarias y conducen al equilibrio. El equilibrio permite el avance del niño, porque supone una mejoría respecto a las

---

<sup>8</sup> Piaget la define como el resultado de las presiones ejercidas por el medio

<sup>9</sup> Proceso por medio del cual un individuo incorpora un objeto o una situación nueva en su estructura mental. También puede ser sinónimo de comprensión.

fases anteriores. No se trata de una fase estática, sino de un proceso progresivo que lleva al desarrollo del pensamiento.

En relación a los contenidos, al diseño de los programas o series infantiles, en esencia lo que podemos resaltar, es que el contenido de los programas debe ser de acuerdo a los estadios de los niños.

Si el contenido de los programas infantiles están más allá de la comprensión y de el interés de niño, el proceso de acomodación ni siquiera comenzará. Sin embargo cuando el contenido es demasiado fácil puede ser asimilado rápidamente, y a la vez olvidarlo de la misma manera, lo que llamaría Piaget, se deja de lado por hastío.

El punto óptimo de equilibrio para la acomodación es aquel que capta el interés del niño. El material demasiado difícil o demasiado fácil no capta la atención del niño. El nivel óptimo de estímulo, con relación a los programas infantiles, depende en gran parte del estadio del desarrollo del niño.

De ahí la relevancia de mencionar brevemente cada una de las cuatro fases o estadios. Según Piaget, todo niño pasa por estos cuatro estadios, cada uno de los cuales se sobreponen a los estadios precedentes pero no los elimina. Por lo que, los estadios superiores dependen de los iniciales; el niño que no ha adquirido las estructuras de los estadios iniciales, tendrá mayores dificultades para adquirir las estructuras más maduras de los estadios posteriores.

Los cuatro estadios principales señaladas por Piaget son:

1. Sensoriomotor (0-2 años)
2. Preoperatorio ( 2-6 años)
3. Operaciones concretas ( 7-13 años)
4. Operaciones formales (a partir de los 14 años)

## Estadio sensoriomotor

Durante el primer estadio, la naturaleza de la actividad intelectual es primordialmente sensorial y motriz. Esto significa que los progresos intelectuales de este periodo, consisten en cosas como descubrir que la información que reciben a través de los diversos canales sensoriales, procede de un objeto por ejemplo, cuando descubren que un objeto oculto sigue estando presente, así como aprender la intencionalidad y los comienzos de las relaciones de causa y efecto, por ejemplo, cuando aprenden que al golpear algún objeto, este produce algún sonido.

Piaget enfatiza la importancia de que el niño tenga muchos estímulos visuales, auditivos y táctiles. En relación con los programas infantiles, los niños tienen a través de ellos obtienen estímulos visuales y auditivos.

## Estadio Preoperatorio

Durante este estadio, el desarrollo del simbolismo es fundamental para el lenguaje. El niño adquiere una determinada comprensión de las palabras y los conceptos comienzan a dominar su vida mental. Los niños empiezan a reconocer la distinción entre significante y significado, que es básico para los procesos simbólicos.

Una de las características de este estadio es el egocentrismo (incapacidad de colocarse en el punto de vista del otro), el animismo (atribución de vida a objetos inanimados), y el antropomorfismo (atribución de cualidades humanas a seres no humanos).

Como ya hemos mencionado, el egocentrismo, también se refleja en la manera en que el niño; a través de sus propias experiencias, cree que todos ven las cosas como él las ve, y por lo tanto, las demás personas comprenderán lo que él dice y hace. (Kenneth1992; p. 21), y por último otra características es la irreversibilidad, o la idea de que las operaciones no tienen sentido inverso

En relación al desarrollo de los programas para niños, los realizadores por medio de los dibujos, atribuyen conductas humanas a animales e incluso a objetos inanimados para captar la atención del niño.

Así, el niño en el estadio preoperatorio, aún no cuenta con las estructuras elementales que se requieren para desarrollar el razonamiento lógico. Este estadio se caracteriza por un desequilibrio, en que la acomodación predomina sobre la asimilación.

#### Estadio de operaciones concretas

En este estadio, el niño empieza a poder razonar aunque a nivel concreto. Puede entender que la cantidad de agua no cambia cuando la pasa de un vaso a un recipiente de forma distinta; el niño es capaz de ponerse en el lugar de los demás, lo cual le permite conocer la realidad de forma más objetiva y de comprender que las operaciones son reversibles.

En el estadio de operaciones concretas los niños sabe clasificar objetos en categorías, toman en cuenta varios objetos al mismo tiempo. Comprende las relaciones entre grupos y subgrupos, pero todavía no puede resolver estos problemas a un nivel abstracto.

#### Estadio de las operaciones formales

Los adolescentes son capaces de un razonamiento abstracto. Pueden razonar a partir de hipótesis y no solo a través de hechos reales. Con lo cual el niño adquiere las habilidades, que le permiten manejar el pensamiento científico. Aquí el niño ya puede analizar y tratar de realizar hipótesis para dar solución a un problema.

Estas son algunas características relevantes de los cuatro estadios en el desarrollo cognoscitivo, con las cuales los programas o series infantiles pueden considerar para realizar los contenidos, así como poder dirigir a qué tipo de audiencia está más de acuerdo con cada edad infantil.

## Teoría del aprendizaje social

En diversas investigaciones sobre el impacto de la televisión en los niños, se han basado en los efectos que la televisión tiene sobre los niños. Estos efectos pueden explicarse a través de los principios de la teoría del aprendizaje social, que explican el desarrollo del niño; por lo que mencionaremos brevemente los aspectos relevantes, para así poder comprender como lo transmitido en los programas infantiles influye en los niños.

Según la teoría del aprendizaje social, todos los comportamientos son aprendidos y el desarrollo de la personalidad y el social, se da por medio de la vida en sociedad, de la relación con el otro o con los otros. El aprendizaje de las conductas o de los comportamientos tiene su origen en la influencia social.

De este modo, el aprendizaje de la conducta comprende, tanto la manera de saludar a una persona como la forma de comportarse en un grupo de trabajo, en la familia o en una relación amorosa.

Según el psicólogo estadounidense Bandura, el aprendizaje se realiza principalmente por imitación<sup>10</sup>, a partir de personas que el niño o persona toma como modelo y observa una determinada situación. Por ejemplo, en la infancia, son los padres, posteriormente los amigos y los héroes de televisión o hasta profesores, en fin todos aquellos con los que el niño, el adolescente o el adulto tenga en alta estima, que los tomará como modelos de imitación.

El resultado de esta imitación, sería la adquisición de hábitos y actitudes, que han sido objeto de observación, y que por lo general, son expresiones de las pautas culturales vigentes en el contexto cercano o inmediato, en donde los niños se desenvuelvan. La imitación se produce cuando la persona siente una cierta vinculación afectiva, por el modelo a imitar, que es lo que también se conoce como proceso de identificación.

---

<sup>10</sup> Para Bandura la imitación, consiste en reproducir en toda su integridad y de manera fiel el comportamiento de un modelo.

Así mientras, que la imitación es muy importante en la adquisición de comportamientos, el refuerzo también lo es para la realización exterior de la conducta.

De esta manera la teoría del aprendizaje social de Bandura, explica la adquisición de conductas sociales e individuales, que escapan del padre y del profesor, Con ello la teoría del aprendizaje social, nos puede ayudar a comprender el impacto de la televisión sobre los niños.

Por otra parte, como ya hemos mencionado, la importancia de la imitación en el aprendizaje social, puede reforzar conductas sociales positivas y estas pueden ser a través de los personajes de la televisión, sobre todo los que aparecen en los programas infantiles, que toman en cuenta el desarrollo del niño.

## 2 Contexto temático

El objetivo de este capítulo será conocer la manera en que los niños eligen un programa, los aspectos negativos y positivos que existen de la televisión; así como mencionar la manera en que aparecen los programas dedicados a los niños.

La televisión se ha enfatizado que utiliza un lenguaje específico, que hace tener una influencia en el comportamiento y en los conocimientos en los televidentes, ya que conecta a través de las emociones de los diferentes personajes, esto mediante el proceso de identificación-transferencia que tiene lugar en los programas que pasan por la televisión. Aunque no, nos reconozcamos plenamente en unos personajes y a pesar de que queramos mantener cierta imagen de nosotros mismos independientemente de ellos, este fenómeno se produce.

Actualmente es importante aceptar las representaciones mediáticas que se nos presentan, nos referimos a que muchas situaciones las vemos a través de una pantalla, es algo que ocurre en nuestra vida diaria, algunos ejemplos tan cotidianos que podemos mencionar podrían ser; cuando vemos una película, un comercial, cualquier programa es a través de la pantalla del televisor, de la computadora y hasta de teléfono celular. Es por este motivo que debemos de aprender, comprender e interpretar estas representaciones mediáticas. Se necesita enseñar a analizar la imagen, saber leerla y comprenderla, sobre todo desde que comenzamos a ver la televisión y esto sucede desde niños.

Si en la escuela se utiliza la televisión, sus programas y sus contenidos, a la par con lo que se enseña en el aula, se podrá formar una población consciente, culta y moderna, esto con la finalidad de que los niños desde temprana edad sepan leer y escribir lo contemporáneo, para así formar en ellos un pensamiento crítico sobre lo que ven.

En este capítulo se analizará a la televisión como un medio accesible para toda la población, resaltando e identificando los principales temores de los padres de familia y maestros, debido a que la televisión se encuentra muy al alcance de los

niños, así como algunos de las utilidades que sirven como herramientas de aprendizaje para los docentes.

Por lo que la siguiente cita es ilustrativa en este sentido, “La televisión funciona contando historias, haciendo juegos; es un vehículo gratuito, didáctico y entretenido que, enriquece la experiencia del aprendizaje para niños” (Arcaya María Ignacia gerente general del canal de televisión educativo multimedia en América Latina; *Clase, Reforma*, 15 de noviembre de 2003, Vida 7c)

En la actualidad, existen diferentes tecnologías por ejemplo la televisión y más recientemente Internet y los videojuegos, representan nuevos medios audiovisuales que aportan experiencias. Los niños utilizan éstas tecnologías para divertirse o para buscar información.

En relación a los medios audiovisuales, me referiré en específico a la televisión. Debido a que cobró popularidad, en parte por su abaratamiento como aparato reproductor y porque se encuentra más al alcance de los hogares. Esto se demuestra en los resultados de la encuesta realizada por el Instituto Nacional de Estadística y Geografía (INEGI) en su último censo publicados los siguientes datos a nivel nacional:

- Hogares con televisión: 26, 834,313,. Con lo que representa el 94.7 % de los hogares a nivel nacional.
- Hogares con televisión de paga: 7, 558,855. Con lo que representa el 26.7 % de los hogares a nacional.

Mientras que en otro apartado se demuestran los siguientes datos:

- Hogares con computadora: 8, 444, 621. Lo que representa el 29.8 % de los hogares a nivel nacional.
- Con conexión: 6, 289, 743. Lo que representa el 22.2% de los hogares a nivel nacional.

Aunque en los últimos años ha ido en aumento la adquisición de equipos de cómputo y el acceso a Internet, aún no es comparable con el uso que se le da a la televisión.

En este contexto, me parece que el ver la televisión es una de las principales actividades de la familia y de los niños específicamente. Por este motivo tenemos que adoptar otro tipo de actitud frente a esta actividad.

Por otra parte los adultos encargados de la educación de los niños, padres de familia y maestros, demuestran preocupación con lo que la televisión les pueda aportar, debido en gran parte a que existe una constante publicación de lecturas y estudios que hablan acerca de los efectos negativos de este medio audiovisual sobre los niños.

Al mismo tiempo los adultos se basan en su propia experiencia como consumidores de la televisión y llegan a la conclusión, que la exposición directa a los contenidos de la televisión tendrán una influencia negativa en los niños.

## **2.1 Opiniones sobre el uso de la televisión**

En este apartado mencionaré las principales opiniones que se tienen por parte de los padres de familia y profesores, sobre el uso que los niños le dan a ver la televisión, esto a partir de una revisión de la literatura referente al tema.

Algunos de estos efectos negativos sobre los niños se encuentran el alto consumo de horas que invierten viendo televisión, con lo que dejan de realizar otras actividades sobre todo físicas, la pasividad que el niño demuestra al estar frente al televisor, la falta de atención, la poca interacción social con su entorno familiar, la influencia sobre la adquisición de conductas agresivas, la transmisión de actitudes consumistas y erróneas y por último la falta de desarrollo de la imaginación y fantasía, que no obtienen viendo la televisión, y que suponen los padres de familia y profesores que sólo se logra mediante la lectura.

Con lo mencionado anteriormente, la actividad de ver la televisión representa consumo de tiempo, debido a que los niños invierten algunas horas; ya que pueden acceder fácilmente; no se necesita mayor instrucción previa para realizar esta actividad.

Esto se debe a que una de las primeras actividades del niño es asistir a la escuela, es un tiempo en el que el niño está ocupado, “el tiempo restante lo utiliza para ver la televisión” (Lizarazo, 2006; p.70), con ello, la escuela aporta experiencias.

“La experiencia infantil está dividida en dos grandes mundos; el escolar y el televisivo, que se articulan para proporcionar elementos para el aprendizaje infantil” (Lizarazo, 2006; p. 71).

En cuanto a la televisión como una experiencia de vida, se le relaciona con el aspecto de que al ver la televisión, los niños pueden observar aspectos de la vida, que de manera cotidiana no podrían darse cuenta, “es una herramienta valiosa para construir sus estructuras temporales, adquirir conocimientos; crear o modificar actitudes, creencias, percepciones y comportamientos” (Comstock y Palik, 1991 en Bermejós, 2005; p. 26)

Por último la televisión como evento social, este aspecto se refiere a que aunque el niño es el que finalmente mira la televisión y procesa la información que le transmite, también tiene influencia de parte de su contexto social como lo es la familia y la escuela, para adoptar actitudes con respecto a cómo se le relacionará con la actividad de ver la televisión.

Esto en primer lugar porque dentro de la dinámica familiar contemporánea, en muchas ocasiones, se ven los mismos programas, con esta actividad se comparte tiempo y espacio; un ejemplo de ello serían las telenovelas en el caso de las niñas con sus madres y en el caso de los niños los partidos de fútbol soccer con los padres, aunque estos programas no sean específicamente géneros dirigidos a los niños. De manera “que significa que hay una tendencia contemporánea a que los

eventos y la convivencia familiar se produzca frente a la televisión” (Lizarazo, 2006; p.67).

Con esta actividad de ver en algunas ocasiones los mismos programas que padres de familia y hermanos, se comparten preferencias con éstos, así como se expresa una relación de afecto y vinculación emocional e identificación, pues se hablan de los mismos programas.

Asimismo, también se establecen las reglas por parte de los padres de familia para ver la televisión, con esto los niños empiezan a tomar actitudes para relacionarse con esta actividad.

Por ejemplo en primer lugar, cuando se establecen horarios se definen en función de las actividades, sólo hasta que los niños terminan sus tareas, los padres de familia les permiten ver la televisión; en segundo lugar cuando se establecen reglas de acción, un ejemplo de esto se refiere, a que hasta que los niños cumplan con determinadas actividades como ayudar en las labores domésticas o el obtener buenas calificaciones se les permitirá ver la televisión.

De modo que, los padres de familia utilizan el gusto de los niños como recurso de motivación y castigo ante las conductas de éstos, sin embargo con esta actitud los padres de familia se contradicen al utilizar la televisión como un recurso para distraer a los niños, y a la vez, consideran que influye de manera negativa en los niños, otro ejemplo es que en algunos momentos se prohíba y en otros se estimule cuando se utiliza como premio.

Sin embargo, en muchas ocasiones no se discute en familia sobre los contenidos que la televisión promueve, las visiones del mundo que presenta, las ideas que los niños toman de ello o los valores humanos y sociales que se exponen en la televisión. “La televisión se asume entonces, como una fuente incuestionable de placer y diversión a la que se accede si se cumplen ciertas obligaciones, aunque siempre hay un sentimiento poco declarado de malestar cuando la relación con la televisión es reiterada y permanente” (Lizarazo, 2006; p. 63)

## 2.2 Televisión y cultura

La televisión se define como un medio de comunicación de masas, esto en referencia a que tanto por su impacto como por ser capaz de llegar a un mayor número de personas, de todas las clases sociales. Aunque no puede satisfacer las aspiraciones culturales de la sociedad, es indudable que una parte de sus contenidos son culturales. (Rodríguez, 2003, p.11).

Por otro lado, la definición de cultura continuamente se ha transformado, por lo que existe conflicto para poder asignarle un concepto preciso al término, sin embargo trataremos de dar un concepto claro para poder explicar la relación entre televisión y cultura.

En una primera definición, la cultura es lo que define en todas sus dimensiones la actividad humana (las artes, las letras, la historia, teatro y la poesía), por lo que cultura sería todo lo que no es naturaleza o herencia genética. Una segunda definición sería la que Rodríguez (2003) da y menciona a Freud, en donde señala que el término cultura <designa la suma de las producciones e instituciones que distancian nuestra vida de la de nuestros antecesores animales y que sirven a dos fines: proteger al hombre contra la naturaleza y regular las relaciones de los hombres entre sí>>

Así también existe una tradicional noción del concepto de cultura y se explica como un conjunto ordenado y construido de conocimientos, creencias, códigos morales, leyes, costumbres y otras habilidades adquiridas por el hombre, que le permitan desarrollar el sentido crítico, el gusto y el juicio, por consiguiente situarse en el espacio, en el tiempo y en la sociedad (Rodríguez, 2003; p15). El filósofo Allan Bloom (1998), quien concibe a la cultura como cúspide de la creatividad humana, como forma de comunidad que restaura, en la vida y en el arte, la unidad de la antigua polis, por lo que dice la cultura debe de entenderse como propiedad constitutiva que forma para del significado del hombre.

“Actualmente la cultura se entiende como todo el conjunto de conocimientos e instrumentos acumulados por el hombre en su historia,

incluyendo los objetos y los códigos sociales, los gustos y las ideas, siempre en movimiento y en evolución.” (Rodríguez, 2003; p.15)

Por lo tanto, en este sentido, podemos concluir con que la cultura es todo lo que se refiere a las formas de interacción social y a sus resultados, en otras palabras la cultura es la parte no biológica de la adaptación de una sociedad a su ambiente.

En las sociedades modernas, la cultura está muy condicionada por la comunicación; los medios de comunicación potencian, al menos, la presencia de la cultura, pero además aportan un nuevo fenómeno, el de la cultura mediática. En la década de los noventa, las tecnologías o medios de la comunicación influyen sobre la cultura para superar el modelo de comunicación unidireccional dominante, según el cual comunicar, significa poner en relación vertical a unos públicos con unas obras. Por consiguiente, esta acción se pone de manifiesto en nuevos modelos que potencian la sociabilización de la experiencia cultural creativa y la afirmación de la identidad, paralelamente a su acción de difusión.

Por otra parte con la aparición de la televisión reforzó los lazos entre la industria y cultura, y potenció la utilización de un nuevo término, que a veces equivale al de cultura de masas, este concepto es calificado como la cultura de la modernidad, este término tiene sus orígenes en la Escuela de Frankfurt. Estos pensadores como Max Horkheimer y Theodore W. Adorno, mencionaban que la cultura de masas, se caracterizaba por tener un mensaje efímero, emitido por un reducido grupo de comunicadores a un receptor masificado, disperso y anónimo, a través de un medio centralizado, del que la televisión sería el paradigma. Un ejemplo de esta cultura de masas, decían, era poner al mismo nivel la novedad ante lo clásico, ya que se aplicarían estándares de cultura a productos recientes de dudosa legitimación cultural, un ejemplo de ello sería el cómic, el cine, la moda o la música pop. Según esta escuela, la cultura de masas degrada los valores artísticos al convertirlos en objetos de uso. Un ejemplo de esto es utilizar La Gioconda en algún anuncio publicitario, y con ello mezclar la alta cultura con la cultura de consumo sin antes establecer parámetros de calidad. Resulta que a la cultura de masas se le atribuía el carácter de instrumento de dominación

ideológica. La cultura de masas sería una cultura del consumo pensada para una masa alimentada por una clase media, mediana y mediocre.

Al mismo tiempo se crea una polémica, ya que entra a discusión lo que sería la cultura de masas y lo que se le conoce tradicionalmente como cultura popular, la cultura del pueblo, que procede del pueblo, concepto que define lo que es cultura no a partir de la calidad, sino de la autenticidad de sus orígenes o la pureza de las raíces. La cultura popular designa el conjunto de prácticas sociales generadas por las clases populares y se perpetúan por la tradición. “La auténtica cultura sería aquella que no cambia, ya que no podría hacerlo sin deformarse, sin contaminarse, y, por lo tanto, algo a preservar” (Rodríguez, 2003; p.21). Los pensadores de la Escuela de Frankfurt decían que a través de la televisión la cultura de masas no hace sino apropiarse de los elementos de la cultura popular y transformarlos, para su fácil asimilación, para una audiencia masiva, convenciéndola de haber realizado un encuentro valioso con la cultura y anulando el planteamiento de otras inquietudes inherentes a la cultura popular.

Asimismo, la cultura de masas, se enfrentaría a la cultura de élite, la <cultura culta>, término de Edgar Morin, cuyo paradigma es el arte en todas sus formas, y que contiene una connotación valorativa según la cual se autoproclama como la verdadera cultura. Según este planteamiento, habría una cultura para las élites ilustradas, gentes con gusto, que no estaría al alcance de todos, y otra para las masas, escasamente formadas e incapaces de asimilar las expresiones artísticas refinadas. En consecuencia los medios de comunicación han contribuido a una remodelación que ha transformado y desplazado los modos anteriores de concebir la cultura; lo masivo, lo popular y lo elitista ya nos se encuentran en sus lugares habituales. Lo tradicional y lo moderno se mezclan continuamente.

De manera que estos tipos de cultura pasan por los medios de comunicación de masas, una televisión cultural sería un agente integrador de las diferentes formas de cultura y la sociedad del consumo, para acabar con el desdén hacia la cultura de masas. Una televisión capaz de asimilar los diversos mestizajes culturales y de

integrar las numerosas variantes de cultura que se manifiestan en las sociedades modernas.

### **La televisión como instrumento de cultura**

Como ya hemos mencionado la cultura anteriormente en muchas ocasiones era limitada para sólo una parte de la población; con esto me refiero a todas las expresiones artísticas, las ponían en un lugar de privilegio. En la actualidad esto se ha ido desapareciendo a través de las nuevas tecnologías, el internet y la globalización. Sin embargo aún hoy con todas estas posibilidades de acceso a la cultura, el consumo de ella está casi en extinción en algunas partes de la población, donde no se tiene la posibilidad de acceso a las nuevas tecnologías. No obstante estas limitaciones pueden ser superadas a través de dos canales: la televisión y la escuela.

Por lo cual una de las soluciones podrían ser en palabras de Alessandro Baricco<sup>11</sup>; desplazar el dinero, hacia la escuela o la televisión. Y puntualiza “el país real está ahí, y es allí donde la batalla debemos da con ese dinero, ¿ qué sentido tiene salvar la Casa de la ópera y producir estudiantes que saben más de química que de Verdi? ¿qué significa patrocinar temporadas de conciertos en un país en el que no se estudia la historia de la música, ni siquiera cuando se estudia el romanticismo?. Lo que se debería de promover es abrir teatros en cada escuela, liberarse de fundaciones y grupos de promoción de la lectura, y transmitir un programa digno sobre libros en horario tripe A, permitirse una noche a la semana de la televisión que no dependa del rating. Que el dinero sea utilizado para algo fundamental, algo que el mercado no sabe y no quiere hacer: formar un público consciente, culto y moderno. Cómo hacerlo nos dice Baricco (2009) es realizar este cambio donde el público es todavía todo, sin discriminación de clase ni de biografía personal; en la escuela, en primer lugar, y después delante de la televisión. La administración pública debe volver a su vocación original: alfabetizar. Una segunda alfabetización del país a fin de que todos sepan leer y escribir lo

---

<sup>11</sup> Novelista, dramaturgo y periodista italiano. Licenciado en filosofía, es autor de novelas como Seda (1996), Tierra de cristal (1991), Océano mar (1993) y la obra de teatro Novecento (1994).

contemporáneo. Sólo esto puede crear la igualdad y transmitir valores morales e intelectuales.

“El mundo de la cultura y el entretenimiento ha sostenido en nuestro país a miles de personas en todos los niveles, que hacen su trabajo con su pasión y capacidad: démosle la oportunidad de trabajar en un campo abierto, en sintonía con el consumo real, libre de ataduras políticas, y revitalizando de cara al mercado” Baricco Alessandro “Las claves de la cultura” Reforma, 22 de Marzo de 2009, suplemento cultural.

Con lo que podemos concluir y estar de acuerdo con lo dicho por este autor, es en utilizar a la televisión como un medio para poder difundir conocimiento, y sí es el caso, apoyarnos en los programas con contenido didáctico o hasta los que son mero entretenimiento con el objetivo de poder hacer consumidores que puedan analizar y tener un pensamiento crítico frente a lo que se les presenta. Por lo tanto, la escuela no debe de dar la espalda a los medios, ni satanizarlos, ni igualarlos. A ella le corresponde una serie de acciones organizadas para, por un lado, despertar la conciencia crítica de los alumnos ante todo tipo de mensajes, y por otra promover en los alumnos el aprendizaje que los haga capaces de apreciar y disfrutar los programas de televisión, la escuela debe de convertir la actividad en una verdadera experiencia educativa.

### **2.3 Reglas de la selección**

En este pequeño subtema se describirá cómo los niños eligen sus los programas, y bajo qué criterios los escogen.

En cuanto a las reglas de selección, por lo general se basan sobre los criterios morales de censura de la expectación de los padres de familia; entre estos temas se encuentran el sexo y la violencia, por ejemplo las películas para adultos, donde aparecen más explícitamente escenas de besos o en películas donde es frecuente la violencia. “ Las reglas de selección operan como mecanismos de prohibición lo que resalta tres asuntos: a) que los criterios de selección no se definen con base en el contenido valioso o recuperable, sino en lo que no debe verse, en lo inaceptable; b) que dicho criterio se funda en una ideología moral más o menos

tácita, impuesta, donde no se les explica a los niños y se les niega la posibilidad de abordar contenidos críticamente; c) que la restricción de los mensajes inaceptables para esta ideología se realiza en un ejercicio de violencia simbólica que paraliza el diálogo y la argumentación” (Lizarazo, 2006; p. 63) , con estos argumentos se limita la capacidad para entender la violencia a través del diálogo, así como el poder educar de una mejor manera en torno a la sexualidad.

Con esto se puede apreciar que los padres de familia educan y crían a los niños en función de protegerlos de los contenidos de la televisión sobre sexo y violencia y de la exigencia por el rendimiento escolar. Los padres de familia se preocupan por los niños cuando éstos ven la televisión e imponen su autoridad, al estar involucrada esta actividad con los resultados escolares o la moralidad sexual. Pero dejan de lado, que el ver la televisión puede ser una herramienta que forme la mentalidad de los niños, que tengan opiniones reflexivas sobre cuestiones sociales, políticas y culturales, al no entablar un diálogo sobre los contenidos que se presentan en la televisión y tienen a desconocerlos.

Por otra parte, así como la actividad de ver la televisión se puede realizar con la familia y los hermanos, que crean lazos afectivos y de alianza ya que se comparten determinados programas; en el ámbito escolar, cuando los niños ven los mismos programas que otros compañeros de clase, como lo son las caricaturas famosas o las telenovelas, esto tiende a ser un factor para que los niños establezcan conversaciones con sus pares, así como vínculos de pertenencia a sus grupos, que favorecen las relaciones sociales entre ellos.

En relación a lo anterior, en el mundo de los niños existen importantes contextos que les aportan elementos de aprendizaje, algunos de ellos son la escuela y la televisión, pero en muchas ocasiones los profesores no lo ven de esa manera, sobre todo si no son programas educativos, ya que ante los niños, la televisión sólo representa diversión que no ofrece la escuela, esta se relaciona más con el deber y la obligación. “La escuela no sólo debe enseñar, también debe ser divertida, su reto central consiste en dotar a los niños de la pasión por el conocimiento; y la televisión no sólo debe divertir, también debe de educar- de

hecho lo hace- pero la institución, sus propietarios y productores lo ignoran o lo desprecian” (Lizarazo, 2006; p.72).

## **2.4 Televisión y aprendizaje**

En este apartado es importante conocer los contenidos de los programas, que ayudan a la adquisición de conocimientos.

Dentro de los aspectos positivos que considero importante señalar, que pueden ser utilizados como herramientas de aprendizaje; se encuentran, por ejemplo en el programa *Plaza Sésamo*, está realizado con un contenido dirigido específicamente a niños de edad hasta los 6 años; este tipo de programas está realizado con técnicas cinematográficas que muestran un mismo objeto o una misma persona desde diferentes ángulos. Cuando se aplica un test que fue creado por Salomon G. en 1971 mencionado en su libro de *Interaction of Media, cognition, and learning*, comprueba que los niños cuando veían los capítulos de *Plaza Sésamo*, se adquirieron capacidades especiales de lectura televisiva, como comprender el significado de un primer plano, con lo que concluye que la lectura televisiva se fomenta al ver la televisión.

“La capacidad de lectura televisiva, desarrollada en parte mediante exposición a la televisión y en parte por el desarrollo en si, posibilita utilizar la televisión para transmitir conocimientos y capacidades cognitivas al niño de corta edad” (Marks, 1995; p.42). Ya que así como en la escuela se utilizan los libros para que los niños adquieran la capacidad para transmitir ideas, por medio de la escritura, funciona de la misma manera con la televisión, hay que enseñarles a leer la televisión, con una guía de parte de los padres de familia y los maestros, sino son los niños los que aprenden solos a ver la televisión.

Otra capacidad que se puede adquirir mediante los programas de televisión, es la capacidad visual, esto se logra por medio de lo que es el recurso del zoom sobre algún detalle en particular, que hace que se perciba la relación entre parte y totalidad a la que pertenece una imagen.

Otro recurso que se utiliza en los programas para niños por ejemplo, es que para atraer la atención de los niños, las narraciones de los contenidos se hacen con acción acompañada de efectos de sonido, esto para presentar diálogo, y resaltar algunos puntos importantes dentro de la misma narración del programa, que hacen más claros y entendibles para los niños pequeños. Así también el programa de *Plaza Sésamo* utiliza un recurso selectivo; en sus secciones aparecen figuras donde alguna de ellas no es igual a las demás, con esto se pretende que el niño una vez que aprenda el formato podrá ayudarlo a aprender modos más complicados de clasificación.

Y por último dentro del mismo programa, también se utilizan recursos reiterativos para hacer que el niño intervenga activamente a través de la anticipación que vendrá después. Al presentar estos recursos en los programas para niños pequeños, posteriormente podrán ser capaces de predecir, esta predicción se basa en el conocimiento de un reiterado formato argumental aprendido desde pequeños.

“Cross-referencing (referencia transversal): es una forma de alentar a los niños a encontrar conexiones entre palabras, imágenes, personajes e ideas entre programas y canales.” ( Propper, 2007; p. 38)

En cuanto a las narraciones televisivas que se presentan en los programas infantiles ayudan a desarrollar un proceso mental de tipo visual, debido a que la televisión está hecha con movimientos visuales. Este movimiento ayuda a los niños pequeños primero a atraer su atención, y después a que se facilite el recuerdo de la información relativa a la acción de la narración televisiva, ya que estas acciones son explícitas. Con estos ejemplos de recursos televisivos, los niños pueden desarrollar procesos mentales de tipo visual, asociativo, intuitivo, predictivo y sintético.

También otro ejemplo dentro del mismo programa de *Plaza Sésamo*, es que está realizado con base en la teoría de Piaget (asimilación y acomodación), para adquirir conocimientos, y se refiere a que, para aprender algo nuevo es necesario

poder asimilarlo, relacionarlo con algo que ya se conozca previamente. Un ejemplo de ello, se presenta en segmentos para aprender las letras, se relacionan con alguna forma familiar que tenga la misma forma de la letra que se enseña. “Morphing (cambios de formas); es un modo de transformación vinculada a la alta tecnología, este modo de cambios de formas tiene que ver con la “tecnología” que con lo “natural” de un proceso evolutivo” (Propper, 2007; p. 38)

Finalmente con los contenidos de la televisión se puede influenciar para cambiar actitudes sociales de los niños en su contexto, esto ocurre cuando en los programas se muestran personajes con las cuales los niños conocen y por tanto puedan identificar, tienden a imitar las actitudes que los personajes demuestran, con esto se puede fomentar actitudes positivas sobre el comportamiento infantil, además de que favorecen la asociación e interpretación.

## **2.5 Programación infantil por televisión abierta**

En este pequeño apartado mencionaré como se inicio la programación infantil en México, su evolución hasta convertirse en canales dirigidos específicos a ellos.

Desde que se inicio la televisión mexicana se consideró realizar programas dedicados a los niños, se tomaba en cuenta la necesidad de su formación, además de que debido a sus edades sus preferencias cambiaban. Uno de los principales objetivos fue entretener a los niños, así como brindar apoyo a los programas escolares.

Por lo tanto fue a través del canal 4 en el años de 1950, se transmiten los primeros programas dirigidos a los niños *Teatro de la fantasía* con el muñeco don Ferruco, creado por María Luisa Algara. Otros programas infantiles fueron *Bozo el payaso*, *¿Qué saben los niños?* Con Pepita Gomiz educadora; *Cuide los dientes de los niños*, con el Dr. Alfredo Mendiola.

Posteriormente en el canal 2 se produjeron algunas series infantiles como *El tío Polito*, *El teatro fantástico*, *Telekinder* con Pepita Gomiz, *“El mundo de don Facundo*, *En familia con Chabelo* y *Topo Gigio*. Ya para el año de 1972 se

produjo *Plaza Sésamo* en México en base al programa didáctico norteamericano *Sesame Street*.

A consecuencia de que el concesionario del canal 5, Guillermo González Camarena tuvo un especial interés e insistió en que la televisión, por las tardes debía estar dirigida a los niños, la programación de dicho canal, se conformó por programas dirigidos a ellos, y fue en el año de 1951 que se creó el *Club Quintito*, donde se transmitían películas de caricaturas extranjeras; la programación iniciaba con 2 horas de caricaturas infantiles para niños de hasta 6 años. Después para niños de 6 a 12 años seguían programas de aventuras que se hacían en vivo, pues no había manera de grabarlas. Algunos de estos programas fueron *Nera la pirata*, *Dick Turpin*, y *el Capitán cosmos*. Los sábados estaban *Estrellas infantiles toficos*. Más tarde apareció *Media hora con Chabelo* de donde surgiría Ramiro Gamboa, conocido posteriormente como "*Tío Gamboín*". A la fecha se continúan transmitiendo programas en su mayoría para niños y adolescentes.

Por otra parte es importante mencionar las características de la programación de Televisa, consorcio televisivo que tiene en su mayoría los canales públicos, sus ofrecimientos son en apariencia múltiples y variados. Una gama que va de lo periodístico y lo polémico al humor por el melodrama, el concurso y la educación.

“la programación de Televisa fascina, cuando se le mira de cerca aparecen sus miserias. Descubrimos las estrategias, las fuentes a las cuales recurre para proveerse de material, las repeticiones y su verdadera capacidad productiva. Quedan al descubierto las ideas sobre el amor, el trabajo, las clases sociales, la cultura” (Toussaint,1985, pp. 40-49).

Así se puede apreciar cómo entre todos sus programas manifiestan su visión del mundo. La programación de Televisa está compuesta tanto por producciones nacionales como por la difusión de series extranjeras, sobre todo las policiacas, melodramáticas e infantiles. Entre la producción nacional, lo que más abunda es el melodramático y el humorísticos. La pluralidad no es la meta ni la característica de la programación del consorcio, las diferencias, cuando las hay, se dan en el argumento, los personajes y las historias, y no en las concepciones de mundo, las búsquedas formales o estéticas, las variaciones en los temas y su tratamiento.

Con este tipo de programación se puede observar las políticas y valores que influyen al momento de crear y seleccionar sus programas, en donde no siempre existe calidad. En parte debido a que los índices de rating se han convertido en criterio para tomar decisiones sobre la elección y permanencia en la programación de las televisoras.

En cuanto a la programación de Televisa destinada para niños considera como objetivo fundamental el entretenimiento, éste se concibe casi como una forma de hipnosis de la mente infantil. Las técnicas utilizadas mantienen la atención fija: mucho movimiento, insistente sonorización, secuencias rápidas, inexistencia de momentos de reflexión. (Toussaint, 1985). Actualmente Televisa tiene una barra de programas que ayudan a obtener conocimiento, en su mayoría son programas hechos por las cadenas estadounidenses. Estos programas son transmitidos por la mañana algunos ejemplos que podemos mencionar son *Barney y sus amigos*, *Dora la exploradora* o *Las pistas de Blue*.

En cuanto a los dos principales canales del estado, Canal 11 y Canal 22, basan su programación de acuerdo al compromiso que hicieron sobre sus códigos de ética y la creación de una defensoría del televidente, esta declaración la presentaron a la opinión pública en octubre de 2007. En ella ambos canales se comprometieron a desempeñar sus tareas de educación, información y entretenimiento respetando los principios y propósitos establecidos en sus respectivos códigos de ética y políticas de comunicación. La programación de estos canales está basada en principios y valores en donde la calidad esté relacionada con el beneficio social y que a la vez sus contenidos sean de utilidad al ciudadano.

Por otra parte, aunque canal 11, ahora OnceTV, es una institución de educación superior del Instituto Politécnico Nacional, también fueron producidos programas infantiles de dibujos animados, como *Las cuatrocientas tareas*, *Los cuentos de María Luisa* y *Tiempo de niños*, por mencionar algunos. Actualmente tiene una barra matutina diaria de programas de entretenimiento infantiles, en su mayoría

programas con contenido didáctico. Estos programas se han caracterizado por desarrollar funciones de entretenimiento, información y educación.

Finalmente a través de canal 13 en sus inicios, la mayor parte de la programación era de películas y series filmadas, así como la barra infantil compuesta de caricaturas de dibujos animados japoneses, así como un programa dominical con duración de 2 horas.

## **2.6 Programación infantil por televisión restringida**

Fue a partir de 1970 que inició el sistema de televisión por suscripción en el Distrito Federal. Cablevisión fue el primero que existió y entre los canales que ofrecía en ese momento, tenía dos con programación exclusiva para niños con caricaturas en inglés y en español, las 24 horas del día.

En mayo del 1995 comenzó a funcionar Cablekín, con programas dirigidos al público infantil y juvenil formado con series, películas, documentales y cápsulas que promueven valores universales, como la paz, el respeto, la autoestima y la salud.

Finalmente también se encontraba otro servicio, que fue Multivisión, manejaba 25 canales, entre los cuales había uno con programación infantil de caricaturas en español, el cual era se llamaba Zaz.

## **2.7 Canales infantiles**

Debido a las inquietudes de parte de los padres de familia y la escuela empiezan a surgir temas, como la educación para la recepción, que tienen como finalidad el entender e incorporar los contenidos televisivos en los procesos educativos.

Las cadenas televisivas al descubrir que los niños son un mercado, empiezan a desarrollar productos específicamente dirigidos a ellos, utilizando la televisión

como vía principal para la difusión de sus productos, como alimentos, dulces y juguetes, ven al niño como un consumidor activo.

Así como se desarrollan estos productos, también comienzan a realizarse programas específicos para los niños en canales destinados a ellos. Un ejemplo de esto es que existe una gran variedad de canales como son: Cartoon Network, Nickelodeon, Discovery Kids, Boomerang y Disney Channel por mencionar algunos que surgieron en la década de los ochenta. “En la segunda mitad de 1980 aparece variedad de géneros, horarios, conductores, ideas y propuestas, estos realizan cambios en la década de los noventa, debido a que los niños ya son vistos como destinatarios de diferentes géneros y productos publicitarios.”(Propper, 2007; p.40)

## **2.8 Contexto y referente empírico: Discovery Kids**

Dentro de estos canales, en particular me referiré a Discovery Kids, debido a que enfoca su contenido a través de una programación infantil, de perfil educativo, exclusivamente para un público de edades no mayores a los 7 años.

Discovery Kids Channel es un canal estadounidense de televisión por cable lanzado en abril de 1996, propiedad de Discovery Communications Inc. Actualmente se transmite en Miami y Latinoamérica.

A partir de 2002, el canal cambia de estrategia, en cuanto a su programación, ya que anteriormente no tenían una programación exclusiva para niños en edad preescolar, ni sus programas contaban con contenidos educativos, al realizar modificaciones en su programación, en donde se transmiten entre semana todo el día, se comienza a ganar mayor audiencia.

A partir del 2003, cambia totalmente para convertirse en uno de los canales para niños en edad preescolar, ya que es el único canal que transmite programación exclusiva para niños en esta edad, por ejemplo programas como *Barney y sus amigos*, y *Plaza Sésamo*, los otros canales combinan sus programación para niños y para adolescentes.

En marzo de 2005, Discovery Kids en Latinoamérica presentó una nueva imagen, en promociones, páginas de Internet y eventos publicitarios. Cuenta con 3 sedes: Miami y México, transmiten en español, y Brasil transmite en portugués. Finalmente en octubre de 2010 fue relanzado como un canal controlado en conjunto por Discovery y la compañía de juguetes Hasbro.

Por otra parte, dentro de la programación de este canal, analizaré en particular el programa *zoobomafoo*, se transmitió a partir de 2001 hasta 2007 y en televisión pública por el canal 11; las temporadas se transmiten en la barra matutina a partir de las 7 am. El contenido de esta propuesta propicia el conocimiento e identificación de diferentes tipos de animales, y su comportamiento. *Zoobomafoo* está hecho con originalidad y creatividad en la elaboración y selección de sus contenidos. Los conductores, por medio de un lenguaje sencillo y videos promueven la interacción directa con las diferentes especies dentro del programa, así como invitan a asumir conductas de respeto y pacífica convivencia.

El programa es conducido y creado por los hermanos Chris y Martin Kratt, el protagonista es una marioneta que representa a un primate lémur *Zoobomafoo*; ocasionalmente también aparecen otras marionetas llamadas *Comelón*, *Nariz*, *Orejas*, *Greñas*, *Perro Verde*, *Salimandra*, *Lémur Níveo*, *Zoobomafusaurio*, *Patas* y *Globy*. El programa cuenta con 2 temporadas, cada uno de ellos se compone por cuatro segmentos que son: "Canción Animal", "Zobolandia", "Ayudantes del animal" y "Al armario".

Este programa es bastante original, en cuanto a propuesta, contenido y características, no se parece a algún otro, que se produzca en otra televisora, dentro de su contenido principal, que son los animales, habla de diversos temas relacionados con ellos, por lo que considero, que es un programa de enorme calidad.

En conclusión con lo anterior se puede evidenciar que este tipo de programa realizado con un contenido educativo, sirve de apoyo y de herramienta tanto para los padres de familia como para los docentes. Este programa además de ser

divertido, entretenido y de poca duración, está realizado con todos los recursos audiovisuales para llamar la atención de los niños, además de que favorece el desarrollo para la adquisición de conocimientos y habilidades sociales.

Con esto, considero que ver la televisión puede ser una herramienta, por medio de la cual se facilita el acceso para la adquisición de habilidades cognitivas, emocionales, sociales, de comprensión, crítica y reflexión, así como la modificación de actitudes y percepciones. Además de que es un medio audiovisual que entretiene, informa y educa, juega un papel importante dentro de las actividades cotidianas tanto en la familia como en los niños. También existen otros aspectos importantes sobre la actividad de ver la televisión, “es una actividad de consumo de tiempo, es una experiencia y es un evento social” (Bermejós, 2005; p.23).

### **3 Aprender a través de la televisión**

#### **3.1 Educación en medios**

El propósito de este capítulo es comprender la importancia de la educación de los medios de comunicación, así como funcionan en la vida cotidiana en especial de los niños y los jóvenes, y así poder capacitarlos con la finalidad de que sean capaces de analizar y ser críticos con lo que presentan los medios de comunicación o tecnologías de la comunicación, y de manera específica la televisión. Al existir una educación en medios, se promueve la recepción crítica por parte de los receptores, con ello fomenta una responsabilidad y participación de la sociedad. En este sentido, los ciudadanos siendo receptores críticos, pueden contribuir a crear mejores condiciones para que la sociedad tenga una mayor influencia en el ejercicio de la comunicación con los medios, así como exigir una mayor responsabilidad, y una mejor calidad en sus contenidos.

En la actualidad la gran cantidad de tecnologías de la comunicación, la comercialización y la globalización de los medios de comunicación, el aumento de la interactividad así como la fragmentación de las audiencias han modificado la relación cotidiana que tenemos con los medios.

Esto debido a que los medios digitales sobre todo Internet han aumentado la participación activa de las personas, aunque todavía no se puede decir que sea la totalidad de la gente, si se puede hablar de una mayoría.

Asimismo muchas de las transformaciones de los medios de comunicación están relacionadas con los jóvenes y los niños, son ellos en su mayoría, los que utilizan las tecnologías. Ya que la gente joven se encuentra en los mercados de muchas de estas tecnologías y formas culturales, hasta los niños más pequeños ya forman parte de un grupo de consumo cada vez más importante.

En este sentido, estos hechos tienen repercusiones en los jóvenes y los niños con los medios de comunicación, por ejemplo hoy en día ellos tienen un libre acceso a

los medios para adultos, así como tener espacios propios de comunicación; este acceso se da a través de la televisión, el vídeo o Internet, de una manera más sencilla que sus padres; como resultado ha aumentado la necesidad de buscar maneras de control.

Anteriormente con mayor frecuencia, que en la actualidad, los adultos tenían una imagen del niño vulnerable que necesitaba protección frente a los contenidos y mensajes que transmitían los diferentes medios de comunicación, pero al mismo tiempo se difundía la idea del niño como un consumidor autónomo con intereses propios de su edad.

Paralelamente a estos cambios, las relaciones de autoridad entre los adultos y los niños están cambiando, así como las definiciones sociales de la infancia. De igual manera parece que los niños se hacen grandes cada vez más jóvenes, debido a que ya no realizan las mismas actividades que los niños de hace algunos años. Por otra parte, se puede argumentar que la infancia está cada vez más institucionalizada por ejemplo, hoy en día, se puede decir que los niños reciben más horas de educación formal, sin embargo tienen menos independencia para desplazarse, en parte debido al temor de los padres, ocasionado por la situación de inseguridad que se vive en la actualidad, así también dependen económicamente de sus padres durante más tiempo. Por lo que se aplican medidas de disciplina para sí controlar o frenar la autonomía de los niños.

Sin embargo, estos cambios representan otra perspectiva de la posición de los jóvenes como grupo social diferenciado. Así pues, nos encontramos frente a diferentes posturas por parte de los adultos, por ejemplo hay quienes aún defienden las relaciones tradicionales y prefieren regresar a la época en que los niños “se les veía, pero no se les escuchaba”, mientras que otros consideran, que estos cambios representan una extensión de la democracia y de los derechos de los niños como ciudadanos. Por lo tanto, en conjunto con los intentos de hacer frente a la falta de disciplina, también se ha puesto énfasis en los derechos de los niños. En consecuencia los límites tradicionales entre niños y adultos cada vez son menos claros. Buckingham (2003)

Así pues, en este contexto, se tienen que considerar todos estos cambios, sobre todo las implicaciones que tienen en la educación, una de ellas es que parece existir una diferencia grande entre el mundo de los jóvenes fuera de la escuela con la experiencia dentro del salón de clases. Es decir, mientras que en la vida cotidiana las experiencias sociales y culturales de los jóvenes se han transformado de manera importante durante los últimos años, la escuela no se ha adaptado a estos cambios.

Actualmente hay un contraste entre los altos niveles de actividad que caracterizan a las culturas de consumo de los niños y la pasividad que invade con mayor frecuencia, su educación. Aunado a esto, los profesores se quejan de la limitada capacidad de atención de los niños, a pesar de que ellos utilizan niveles de concentración y energía altos al jugar con videojuegos, se contrasta con la influencia limitada de enseñanza de tipo mecánica y memorística que suele ofrecerse en las aulas escolares. Por lo tanto, la cultura que se presenta a los niños en los medios de comunicación convierte los valores autoritarios, de seriedad y en débiles Buckingham (2003). De manera que en este contexto, los niños no identifiquen a la escuela con sus identidades y preocupaciones, por lo que la llegan a considerar como un tipo de tarea funcional.

Por lo que la educación en medios tiene la intención de formar personas responsables, lo que significa, que de alguna manera puedan adoptar una posición basada en su pensamiento racional y emocional, para así poder contar con la capacidad de ser crítico. Lo que se pretenden con la educación en medios de comunicación, es brindar a los estudiantes herramientas analíticas que les servirán para convertirse en consumidores críticos de los medios de comunicación.

Sin embargo, en palabras de Usher y Edwards (1994); en las escuelas los profesores ya no se pueden percibir como legisladores que imponen los valores y las normas de la cultura oficial, a lo que podrían aspirar sería desempeñar un papel de intérpretes. Los profesores deben ofrecer múltiples realidades y diversas formas de percepción.

Así, los intentos de los profesores de imponer una autoridad de tipo cultural, moral o política en los medios de comunicación y con los que los niños interaccionan diariamente, no son tomados con seriedad por parte de los niños. De acuerdo con Buckingham (2003), aunque los profesores han intentado acercarse de una manera más positiva a las culturas de los medios de comunicación de los niños, en realidad lo que quieren es atraerlos a sus propósitos, en consecuencia, a lo largo de este proceso sucede que en la mayoría de las veces, los profesores acaben reinterpretando los conceptos tradicionales de lo que se considera el conocimiento válido.

Asimismo, los profesores más jóvenes que han estado en contacto con los medios audiovisuales demuestran otro tipo de postura, tienen otro tipo de actitud, ya que consideran, que la educación en los medios de comunicación no tiene como objetivo rescatar o proteger a los niños de los medios, sino que demuestran un entusiasmo con la idea de que los jóvenes utilicen los medios como una forma de expresión cultural.

No obstante, como menciona Buckingham (2003), en muchas ocasiones los profesores tienen cierta desconfianza con los gustos de los jóvenes en los medios y aclara “no, nos fiamos de la sensualidad, de la emoción y la racionalidad y encontramos difícil tratarlos cuando inevitablemente aparecen. Es difícil definir los significados de los gustos, de manera que se puedan evaluar y refutar de manera racional”. Con lo que se reafirma que el único aprendizaje que cuenta es el que se hace de manera consciente, es decir, el aprendizaje que se cursa de manera académica que se imparte en el aula.

¿Qué son los medios?

De acuerdo con Buckingham (2005), explica la palabra medio, como un utensilio, instrumento u operación de intermedios, y define medio diciendo, que es una cosa o acción que sirve o se utiliza para conseguir algo o para transmitir información, y puntualiza “un medio es algo que utilizamos cuando deseamos comunicarnos con las personas indirectamente, es decir, sin que exista contacto personal”

(Buckingham, 2005; p. 19). Con ello nos explica que los medios no nos ofrecen una ventana transparente sobre el mundo, sino que nos dan conductos o canales a través de los cuales pueden comunicarse de manera indirecta, representaciones o imágenes del mundo. Así los medios intervienen y nos ponen en contacto con el mundo y nos proporcionan versiones selectivas del mismo.

Por otro parte, Ahumada (2007) define la palabra medio citando a Hans-Georg Gadamer y la define como lo que está en medio, lo que media, el mediador. El medio dice se vuelve algo que nos rodea a todos, y que nos arrastra a una marea de información en la que se nada como en el agua. Dicho en otras palabras medio es también al mismo tiempo un elemento.

De manera que el término abarca todo un abanico de definiciones, que describen a los medios de comunicación, ellos son la televisión, cine video, radio, fotografía, publicidad, periódico, revistas, videojuegos y todas las posibilidades que brinda actualmente Internet, entran en estas definiciones. También se le puede mencionar como medios de masas, ya que implica que alcanzan auditorios muy amplios, es decir, que llegan a un número no específico de personas, así también debido a su gran capacidad de impacto, a su relevancia y su potencialidad sociabilizadora terminan convirtiéndose en el medio ambiente que nos rodea en nuestra vida cotidiana.

Mención aparte merece la pena aclarar el concepto de texto mediático, debido a que en muchas ocasiones suele existir confusión con medio, y que en párrafos siguientes se definirá con mayor amplitud. El texto mediático se refiere a los programas, películas, imágenes o lugares que se transmiten a través de estos diversos medios de comunicación.

### **3.2 Educación mediática**

Los textos mediáticos combinan con frecuencia varios <lenguajes> o formas de comunicación, éstas pueden ser imágenes visuales móviles o inmóviles, lenguaje

auditivo, por ejemplo sonido o música y lenguaje escrito. La educación mediática propone desarrollar una competencia<sup>12</sup> de base más amplia, no relacionada exclusivamente con la letra impresa, sino también con otros sistemas simbólicos de imágenes y sonidos. Esta competencia según Buckingham (2005, p.21), es descrita como una forma de alfabetización; en donde afirma que en el mundo moderno, alfabetización mediática tiene el mismo grado de importancia para los jóvenes como la tradicional alfabetización, que los capacita para leer la letra impresa.

Así pues, la educación mediática de acuerdo con Buckingham (2005), es el proceso de enseñar y aprender acerca de los medios de información. La alfabetización mediática sería el resultado de él conocimiento y de las habilidades que adquieren los alumnos para leer y escribir los medios. Por lo tanto, la educación mediática se propone desarrollar tanto la comprensión crítica como la participación activa.

Con ello la educación mediática capacita a los jóvenes y niños para que, como consumidores de los medios estén en condiciones de poder interpretar y valorar con un criterio crítico los textos mediáticos. Al mismo tiempo los capacita para convertirse en productores de textos mediáticos. La finalidad de la educación mediática tiene por objetivo el desarrollo de las capacidades críticas y creativas de los jóvenes. Así como a que sean capaces de atender al proceso desde una perspectiva social, estética, política y económica.

En este sentido, la educación mediática tiene que ver con la enseñanza y el aprendizaje, acerca de los medios, con lo cual los profesores no deben de confundir con la enseñanza por medio de o con los medios, con tecnología educativa o con recurso pedagógico.

---

<sup>12</sup>Competencia: conjunto de componentes potenciales (afectivos, cognitivos y psicomotores), que le permiten al individuo ejercer de manera eficaz una actividad considerada generalmente compleja.

## Propósitos de la educación mediática

Se menciona que los niños y los jóvenes dedican parte de su vida a los medios, ya sea viendo televisión, así como el tiempo que le dedican a ver películas, a los videojuegos o a escuchar música, con esto se podría concluir que los medios son el pasatiempo más significativo de su tiempo libre. Considerando que normalmente los niños tienen una estancia de cuatro horas en la escuela<sup>13</sup>, y el resto de su tiempo libre lo dedican a otro tipo de actividades. Por lo que se puede asumir que dedican un mayor tiempo a diferentes actividades que no son las escolares.

Los medios representan grandes industrias, de ellos podemos obtener la mayor parte de nuestra información, y nos ofrecen ideas, imágenes y representaciones, que inevitablemente conforman nuestra visión de la realidad “estos no cambian a la sociedad, existen porque el capital los necesita, están ahí (los medios), porque la sociedad ha cambiado” (Toussaint, 2011; p. 33). No obstante, no significa que los medios tengan adjetivos de todo poderosos, o que promuevan una visión única y coherente del mundo, pero es evidente que los medios actualmente son omnipresentes e inevitables.

“los medios han conseguido impregnar profundamente las texturas y rutinas de nuestra vida cotidiana, y nos proporcionan muchos de los <<recursos simbólicos>> que utilizamos para dirigir e interpretar nuestras relaciones y para definir nuestras identidades” (Buckingham, 2005; p. 23)

Así también expresa Roger Silverstone (1999) acerca de los medios, y dice que están ahora <<en el centro de la experiencia, en el corazón de nuestra capacidad o incapacidad para encontrarle un sentido al mundo en que vivimos. Con lo que podemos concluir que por estas razones, es por lo que debemos de estudiar a los medios de comunicación.

---

<sup>13</sup> Desde hace 2 años la SEP incorporó en las escuelas primarias públicas, los programas de jornada ampliada con horarios de 8-14:30 hrs, de tiempo completo con horarios de 7- 17:00 hrs y de horario diurno (o escuelas de doble turno) 8-12:30 hrs y 14:00-18:00hrs., en algunas entidades de la República.

Por lo tanto, si la educación mediática se da a través de la escuela o del currículum puede ser relevante para el niño afuera de la escuela, ya que en muchas ocasiones se da el caso contrario; y la educación mediática se observa como una solución para un problema; y la relación de los niños con los medios no se ve como hechos de la vida cotidiana, sino como algo perjudicial y dañino, al que los profesores como padres de familia deben de tratar de hacerle frente.

Para los profesores y los padres de familia, es la aparente falta de valor cultural de los medios, sobre todo si se compara con la literatura de los libros, en cambio para otros, el problema radica en las actitudes indeseables que pueden promover los medios. Por lo cual, la educación mediática ha tenido y tiene una gran cantidad de objetivos y métodos.

#### Posturas de la educación mediática

- **Actitud de defensa.** Por ejemplo, algunos de los objetivos de la educación mediática es el proteger, ha tenido una actitud defensiva, en esta actitud se refleja la sospecha de que los medios y la cultura popular ejercen una influencia negativa; en la que los niños se encuentran más expuestos y son vulnerables a la manipulación. Asimismo este enfoque considera que enseñar a los niños sobre los medios, es una manera de fortalecer a los niños para que puedan rechazar las influencias negativas. En el proceso los niños se convertirán en consumidores racionales y capaces de ver a los medios de una forma crítica y distanciada.
- **Actitud de resistencia.** Esta actitud es motivada por el miedo a los efectos del sexo y la violencia que muestran los medios y el fomento al consumismo. Aquí una vez más, los medios son vistos como responsables de inculcar falsas creencias o comportamientos, por ejemplo; animar a los niños a creer que todos sus problemas pueden resolverse por medio de la violencia u obteniendo cosas materiales. El propósito de este enfoque es que mediante un preciso entrenamiento en el análisis de los medios, sería posible prevenir o superar tales peligros. (Anderson, 1980). Como resultado la educación mediática termina viéndose, no como una alternativa para

regular los medios, sino como una herramienta para modificar actitudes y comportamientos.

- **Actitud de vacunación.** De igual manera en palabras de Buckingham (2005, p. 31), la educación mediática se ve como si fuera un tipo de vacuna, ya que si no es posible mantener a los niños totalmente apartados de los medios; la educación mediática nos permitirá evitar la contaminación. En este escenario menciona, los beneficios y placeres potenciales de los medios se dejan de lado y se insiste exclusivamente sobre los daños, que según supone pueden provocar los medios; y se piensa que la educación mediática tendrá como finalidad, que los niños tengan un mayor aprecio por la cultura, así como formas más sanas de comportamiento y a opiniones más racionales y políticamente correctas.

### **El nuevo paradigma de la educación mediática.**

En este apartado se mencionará el nuevo enfoque, el diferente objetivo de la educación mediática, esto basado en el contexto actual en el que viven los niños y los jóvenes.

Existen varias razones que explican el cambio que se tenía sobre las finalidades de la educación mediática.

Una de estas razones, se refiere a que los niños forman una audiencia más autónoma y crítica de lo que se solía pensar, es por este motivo que existen tantos canales dirigidos a ellos como diferentes programas, y que las industrias mediáticas reconocen.

Estos cambios, en cierta medida se deben en parte al pensamiento que se tiene acerca de la regulación de los medios. Debido a que con los cambios tecnológicos hacen que cada vez, resulte más difícil impedir que los niños accedan al contenido considerado como dañino o inapropiado. Con la regulación se podrían limitar las oportunidades los niños y puedan participar activamente en los medios.

Mientras tanto, entre los profesores se empieza a reconocer que la postura de protección no funciona en la práctica. Esto en referencia a que la educación mediática debe de tomar en cuenta que están en juego las culturas propias de los estudiantes, así como sus posibilidades de disfrute, por lo que no sería raro observar en los alumnos una actitud de resistencia o de rechazo ante lo que los profesores dicen. De modo que, en conjunto todas estas son razones que impulsan para un nuevo enfoque de la educación mediática.

De acuerdo con Buckingham (2005, p.34) menciona las principales características del nuevo paradigma de la educación mediática:

- ✓ Esta no se opone automáticamente a las experiencias que los estudiantes tienen de los medios. No parte de la idea de que los medios son inevitablemente dañinos, o que los jóvenes son víctimas pasivas de la influencia de los medios.
- ✓ Se adopta una perspectiva más centrada en el estudiante, es decir, en lugar de partir de ideas de los profesores, se toma en cuenta el conocimiento y la experiencia de los jóvenes frente a la influencia de los medios.
- ✓ Se propone capacitarlos para que decidan por su cuenta y con conocimiento de causa. Aquí la educación mediática no se contempla como una forma de protección, sino como una manera de preparación.
- ✓ Se propone un doble objetivo; en primer lugar, desarrollar la comprensión que tienen los jóvenes de la cultura mediática, en la que están inmersos y, en segundo lugar, la participación de los jóvenes en dicha cultura.
- ✓ Se reconoce que es importante, que los estudiantes disfruten y gocen de los medios.
- ✓ Se promueve una participación creativa por parte de los jóvenes a través de la producción mediática.

De manera que este nuevo enfoque parte al menos intencionalmente de lo que los niños y jóvenes conocen, de sus preferencias y maneras de disfrutar los medios, sin suponer y dar por entendido que todo ese trasfondo sea inútil o ideológico. Por lo tanto este enfoque, no trata de sustituir las respuestas <<subjetivas>> con otras

supuestamente <<objetivas>>, ni tampoco de neutralizar el disfrute de los medios por medio del análisis racional. Sino por el contrario, intenta desarrollar un estilo más reflexivo de la enseñanza y aprendizaje, que permita a los estudiantes valorar conscientemente su propia actividad como lectores de textos mediáticos, y comprender los factores sociales y económicos que estén implicados. El análisis crítico se ve aquí como un proceso de diálogo, y no tanto como una manera de llegar a una posición mutuamente acordada o predeterminada con los profesores.

### **3.3 Infancia y los medios**

Como ya se ha mencionado anteriormente, los cambios sociales y contemporáneos tienen un impacto significativo en las experiencias de los niños con los medios. Se debe de tomar en cuenta los conocimientos ya adquiridos por los niños.

Por una parte, muchos opinan que la infancia como antes la conocíamos ha cambiado, y que los medios son los principales responsables de este cambio. Por otra parte, hay quienes opinan que los medios en la actualidad es una fuerza de liberación para los niños. Los medios están creando una nueva generación tecnológica, que se muestra más abierta, más democrática y más consciente desde el punto de vista social que la generación de sus padres.

La idea de que los medios están destruyendo la infancia es retomada por Buckingham (2005) y se basa en el libro de Neil Postman *The Disappearance of Childhood del año 1983*; aquí se señala que la idea moderna de la infancia fue una creación de los medios impresos, ahora con los nuevos medios, en especial la televisión están destruyendo a la infancia. Esto según Postman tiene relación al acceso de los niños a la información, pues dice, que en la escuela se alfabetizaba a través de la lectura y escritura y que requería un largo aprendizaje; sin embargo ahora dice Postman, no es necesario aprender a leer la televisión o interpretarla. Ya que según este autor, la televisión es un medio de apertura total. Debido a que a través de la televisión, los niños acceden más pronto a temas de la vida adulta,

como el sexo, las drogas o la violencia, y anteriormente no era así; los niños tenían acceso más restringido. En consecuencia, los niños se comportan según el Postman, más como adultos y exigen compartir los privilegios de los adultos. Sin embargo con esta postura, el autor refuerza la autoridad y el control por parte de los adultos, así como por los valores tradicionales.

Por otra parte, también la postura de Don Tapscott (1998), nos señala que las fronteras entre infancia y edad adulta se han vuelto borrosas, en parte debido a la tecnología, especialmente la tecnología digital. Este razonamiento está basado en la comparación que hace acerca de las tecnologías nuevas con las viejas. Tapscott interpreta la televisión como un medio pasivo, internet en cambio, lo ve como un medio activo, que despierta la inteligencia de los niños, y la televisión transmite una visión particular del mundo; internet es democrático e interactivo, la televisión aísla, internet crea comunidades. Así pues, los usuarios de internet están <<hambrientos de expresión, de descubrimiento y de autodesarrollo>>. Por lo que según Tapscott (1998), las actitudes de estos usuarios, es la de ser atrevidos, independientes, analíticos, creativos y socialmente conscientes y todo según este enfoque es a propósito de su relación intuitiva con la tecnología.

Así mientras Postman ve a los niños como seres vulnerables y necesitados de protección, frente a la influencia negativa de los medios y de la tecnología. Tapscott (1998), por el contrario, considera a los niños sabios y les concede una necesidad de conocimiento de los medios que la tecnología puede satisfacer. En tanto, Postman con su enfoque demuestra que desea volver a una situación en la que los niños conozcan su lugar; Tapscott menciona que los adultos deberían <<estar a la altura>> de sus hijos. Postman está a favor de la autoridad de los adultos, a su vez Tapscott sólo ve en la tecnología la solución a problemas sociales. Estas opiniones en gran medida han sido generalizadas, tanto en la escuela como en la vida cotidiana.

## Infancias que cambian

Cuando se habla acerca de infancia, no se define como algo homogéneo; el significado de infancia, así como las experiencias en ella dependen de diversos factores sociales, tales como el género, la raza, la clase social y la situación geográfica entre algunos aspectos. Sin embargo, podemos identificar una serie de cambios generales que se han producido en la vida de los niños a lo largo del tiempo.

Dentro de estos cambios podemos mencionar algunos, por ejemplo:

- Se puede observar el cambio gradual de las familias numerosas a la familia nuclear<sup>14</sup>, y a continuación a estructuras menos tradicionales de diversos tipos, especialmente a familias monoparentales<sup>15</sup>.
- Los niños tienen mayor probabilidad de vivir recluidos en sus hogares, y en consecuencia a moverse de forma más dependiente, en comparación con los niños de hace una década atrás.
- Los padres pasan ahora menos tiempo con sus hijos y tratan de compensar esta carencia dedicando en algunos casos, más recursos a la crianza del niño.
- Se han ampliado tanto la duración de la escolarización obligatoria, como por ejemplo la educación preescolar.
- Crece el desempleo juvenil y el resultado de ello, es que los jóvenes se vuelven más dependientes de sus padres.
- Los jóvenes se inician ahora en el sexo desde una temprana edad que en tiempo atrás, y están madurando físicamente una velocidad cada vez más rápida.

Como consecuencia de estos desarrollos, es que se han producidos cambios en la posición de los niños como un grupo social, que es diferente. Por otra parte, con

---

<sup>14</sup> Familia nuclear: familia conformada de pocos descendientes

<sup>15</sup> Familia monoparental: familia que desde su formación solo hay padre o madre

mayor frecuencia se tiene más cuenta, la necesidad de proteger a los niños, especialmente de ciertas formas de maltrato. Por otra parte, para solucionar problemas de disciplina, se recurre al castigo. Así al mismo tiempo, se crean los derechos de niños, para protegerlos de cualquier tipo de abuso o maltrato, tanto dentro de la familia como en sus relaciones con las organizaciones del Estado.

No obstante, aunque existe una preocupación por los derechos de los niños, no impide que sean vistos, por los medios de comunicación como mercado potencial. Asimismo, los niños son tratados como un mercado de consumidores y no sólo como un medio para llegar hasta sus padres.

Aunado a esto, podemos mencionar que las relaciones de autoridad y poder entre los adultos y los niños están cambiando. Así mientras algunos adultos desean reafirmar las relaciones tradicionales, y volver a la época en la que a los niños <<se le veía, pero no se les escuchaba>>, otros muestran un mayor entusiasmo a estos cambios, ya que se considera una ampliación de la democracia y de los derechos de los niños como ciudadanos.

Por último se puede afirmar, que los niños tienen mayor poder, no sólo son vistos como ciudadanos, sino también como consumidores. Estos cambios son causa y a la vez resultado de las relaciones de los niños con los medios. Así también, a los niños cada vez se les brindan más poderes, lo que sin embargo no impide, que se vean privados de oportunidades para ejercer el control.

### **Aspectos que modifican la infancia**

A continuación mencionaremos, como es que se relacionan los cambios tecnológicos con el desarrollo económico, con los cambios en el comportamiento de las audiencias, que a su vez tienen impacto en la infancia con relación con los medios.

#### **Tecnologías**

Para empezar, la tecnología de los medios de comunicación, se ha desarrollado de tal manera que se ha multiplicado en gran medida. Con la llegada de la

televisión, se ha transformado en televisión familiar y se ha convertido en un abanico de opciones cada vez más amplio. El aumento de canales por televisión abierta, pero sobre todo, han proliferado los canales para niños por televisión restringida. Así también el desarrollo de internet ha impulsado el interés comercial, que ha sido posible por la digitalización.

Estos cambios tienen repercusiones con respecto a los niños. Debido a que tanto los niños como los padres forman mercados muy significativos e importantes para la tecnología de los medios de comunicación. Por ejemplo, la televisión restringida ha estado orientada hacia las audiencias más jóvenes, mientras gran parte de la publicidad y comercialización de las computadoras personales ha estado orientada en el supuesto, de que los niños tienen un interés hacia la tecnología.

Por otra parte, muchas de las formas culturales desarrolladas a partir de estas tecnologías se identifican, ante todo con los jóvenes. Por ejemplo, los videojuegos se destinan principalmente a los mercados infantil y juvenil; así también la música cada vez, puede ser más accesible, debido a la tecnología digital, lo que permite que el usuario pueda obtener canciones de manera gratuita, así como poder crear sus propias producciones.

Asimismo, la accesibilidad a la tecnología crece de manera significativa, a medida que los precios de los aparatos se abaratan. Por ejemplo, el vídeo permite copiar y poner en circulación material gráfico animado. Por lo que permite, que se pueda ver no sólo en un espacio público con acceso controlado, sino en un espacio privado, por ejemplo el hogar y a la hora que el espectador decide verlo, y no en una programación de las televisoras, que deciden acerca de lo que les conviene ver a los niños. Se podría decir, que una gran cantidad de niños ha visto películas a las que regularmente no deberían tener acceso.

A su vez, la ansiedad relacionada con el control, se ha acrecentado con la llegada de la tecnología digital. En la actualidad, internet es un medio en el que cualquiera puede tener acceso a diferentes contenidos, se puede publicar lo que sea, y todo el mundo puede acceder a este material. Así a través de internet, los niños se

pueden comunicar más fácilmente entre sí y con los adultos, sin tener que identificarse específicamente como niños. En consecuencia la privacidad y el anonimato que ofrece internet, facilitan la difusión de cualquier tipo de material con cualquier tipo de contenido.

## Economía

Los medios se han involucrado en la comercialización de la cultura contemporánea, por ejemplo en áreas como la política, el deporte, la salud y la educación. Al mismo tiempo estos cambios han tenido como consecuencia la integración y la globalización de las industrias mediáticas. El mercado mediático está dominado por un pequeño número de cadenas televisoras (en México Televisa y TV azteca). Por otra parte algunas marcas mundiales proporcionan, actualmente un lenguaje o <<cultura común>>, especialmente entre los jóvenes.

Las corporaciones globales son imperios contruidos a partir de un conjunto de medios, que abarcan la radio, televisión, editoriales y la tecnología digital. Sin embargo, esta integración no significa que exista homogeneidad; también la creciente competencia ha provocado la fragmentación de las audiencias y la aparición de mercados específicos como lo son los niños y los jóvenes, todo en función de intereses comerciales de estas corporaciones, se han creado desde canales, programas hasta marcas dirigidas específicamente para determinadas audiencia Buckingham (2005, p.54).

Así de acuerdo con Buckingham (2005, p.55), en donde retoma un escrito de Melody (1973), para mencionar cómo estos cambios afectan a los niños de diversas maneras. Los niños, dice, han sido <<descubiertos>> como un nuevo objetivo comercial durante las últimas décadas. Por ejemplo en el caso de la televisión comercial; en un principio los niños no fueron considerados una audiencia interesante. Durante las primeras décadas en el sistema comercial norteamericano, los programas destinados a los niños, apenas contaban con presupuestos, y sólo a veces se les dedicaba un espacio cuando no se contaba con otras audiencias. Inclusive en el caso, menciona Buckinham (2005), del Reino

Unido en donde existe la tradición de servicio público ha sido importante, se ha invertido menos dinero en la televisión infantil.

Sin embargo, en la época actual la audiencia de los niños ha adquirido un valor más importante, se les reconoce como una influencia decisiva cuando los padres compran. De manera que, al menos en las industrias mediáticas consideran a los niños como un mercado cambiante y complejo, difícil de conocer y de controlar, dando paso a un consumidor soberano. Por lo tanto, la formación y el desarrollo de la cultura juvenil y más recientemente de una cultura de los niños, no pueden separarse de una serie de operaciones comerciales.

En contraste, las actividades de tiempo libre de los niños se están modificando por un proceso de creciente privatización y comercialización. La mayor parte de su tiempo lo pasan en el hogar o en actividades supervisadas, y los servicios culturales que consumen deben ser pagados con dinero. También la diferencias entre niños con mayores recursos y niños de menores recursos, se hace más grande por la creciente comercialización de los medios y por la disminución de la oferta pública. Por ejemplo en el caso de las computadoras, así como sucedió con la televisión, los niños o en este caso los padres, que disponen de mayor presupuesto adquieren un equipo de cómputo, por lo que tienen mayor oportunidad para desarrollar las habilidades para utilizarlo, y por otro lado los niños con menores recursos, simplemente tienen un acceso más restringido a los bienes y servicios culturales, la diferencia crece no sólo en el mundo social, sino también a que viven en diferentes mundos mediáticos.

## Textos

Así como hemos mencionado los cambios en los aspectos tecnológicos y económicos, también podemos señalar lo cambiante con respecto a los textos mediáticos, es decir, los programas, películas, juegos y otros productos televisivos destinados a los niños. En cierta medida los textos mediáticos, se pueden considerar como una consecuencia de la relación entre la tecnología y la economía.

Por una parte, cada vez son más los textos mediáticos que de alguna manera sirven como segundas partes o en publicidad a favor de otros textos o mercancías, por otra parte, los medios aparecen con mayor frecuencia vinculados con la comercialización de una gama compleja de productos.

De forma que debido a este proceso, la intertextualidad se ha convertido en una de las características dominantes de los medios contemporáneos; por ejemplo en muchas ocasiones, los textos se refieren a otros textos dentro de sus propios argumentos y los utilizan de manera irónica; un ejemplo de ello, es la serie de los Simpson, aquí hacen muchas referencias a películas o en el formato de dibujo animado recurren a otros medio en forma de parodia o de homenaje; en su argumentos se ponen elementos incongruentes de diferentes períodos históricos, géneros o contextos culturales.

Al mismo tiempo, los niños que cada día tienen un acceso más fácil a la tecnología, no se ven obligados ya a ver o leer lo que sus padres eligen para ellos. Ya que a medida que crece la importancia de la audiencia específica de los niños, éstos están en condiciones de ver elegir los productos creados especialmente para ellos.

“En realidad, las nuevas formas culturales <<posmodernas>> características de la cultura de los niños y jóvenes excluyen con frecuencia a los adultos: dependen de determinadas competencias culturales y de un conocimiento previos de textos mediáticos (en otras palabras, de una forma de alfabetización mediática), que únicamente están al alcance de los niños” (Buckingham, 2005; p. 58).

De manera que, muchas de las populares películas de dibujos animados y programas de televisión para niños, como Sherk, Monster Inc., etc, aparecen con referencias a otros textos y géneros. Las series de dibujos animados actuales en comparación con las anteriores, cuentan con un ritmo acelerado poseen ironía e intertextualidad, así como una compleja manera de jugar con la realidad y la fantasía (Wells, 2002).

Así que, los programas de televisión no se limitan a ser sólo programas de televisión, sino también son películas, música, cómics, videojuegos, camisetas, alimentos y muchos otros productos. Por lo tanto, durante el proceso, la identidad del texto original, no es muy clara. Estas mercancías se facturan y se comercializan como fenómenos integrados, y no se puede afirmar que con seguridad, que existió primero el texto o la comercialización de los productos derivados.

De igual manera, se han presentado cambios de contenido. Por ejemplo, en el Reino Unido como menciona Buckingham (2005, p. 60), la televisión infantil ha cambiado; ahora incorpora temas como el sexo, las drogas y las crisis de familia, cuando antes estos temas eran considerados tabúes.

Al mismo tiempo, las industrias mediáticas argumentan que el final de la infancia se reduce cada vez más. Los niños, se afirma, se hacen adultos a una edad más temprana. Los problemas sociales abordados en los dramas infantiles tienen mucho en común con los expuestos, en los programas para adultos. Sin embargo, también se considera una cierta infantilización de la televisión para adultos, que en muchas ocasiones aparecen representados en los personajes de diversas series de televisión, sobre todo las que se transmiten en los canales extranjeros.

#### Audiencias

Así como los medios han ido evolucionando, también han asumido diferentes tipos de competencia y conocimiento. “los medios contemporáneos tratan cada vez más a los niños como consumidores muy <<alfabetizados en los medios>>” (Buckingham, 2005; p.61), sin embargo el significado de este término es algo más complejo.

De manera que, mientras algunos pretenden que los consumidores tienen muchas más opciones a su alcance, otros sostienen esta libertad como un engaño. Por ejemplo, la gran cantidad de canales televisivos ha supuesto un significativo aumento de programas para niños, sin embargo, es posible que este aumento no se mantenga a largo plazo; pues aunque existan más canales y más programas, la

audiencia de cada canal tenderá a disminuir, de alguna manera se distribuirá y con ello la financiación de dichos canales también disminuirá, en consecuencia los televidentes, en la práctica, verán las mismas cosas. (Buckingham, 1999).

En cuanto a las audiencias infantiles, hemos mencionado que los niños no sólo ven el material pensado para ellos, también han preferido de alguna manera los textos para adultos, en la medida en que les fueran accesibles. Al mismo tiempo, la industria de los medios ha dejado de ver a los niños como seres inocentes. Por el contrario, los niños son vistos en la actualidad como consumidores sofisticados, exigentes y expertos en los medios “los niños son difíciles de contentar; están sumamente sensibilizados a los intentos de engaño y manipulación, y rechazan que alguien los trate con aires de superioridad” (Buckingham, 2005; p. 63)

Conforme a estas opiniones, los avances en los medios parecieran provocar cambios en la infancia. A medida que salen nuevas formas culturales y nuevas identidades, se vienen abajo las jerarquías ya establecidas. En cuanto a la relación con los medios, las fronteras entre niños y adultos van desapareciendo.

A su vez, los niños de cierta edad ya no pueden ser fácilmente protegidos de experiencia inconvenientes. Los niños más grandes participan con mayor frecuencia en mundos culturales y sociales que a sus padres les pueden parecer incomprensibles o inaccesibles. Con estos cambios es importante, que la enseñanza y el aprendizaje de los medios consideren el papel central que desempeñan los medios en la vida de los niños, porque forman parte de su vida cotidiana, además se tiene que tomar muy en cuenta, que los medios transmiten información, las tecnologías la difunden y la transforman, por lo que generan conocimiento, con ello la educación no debe de estar alejada y debe de integrar el estudio de los medios.

Mientras las experiencias sociales y culturales de los niños han sufrido una gran transformación a lo largo del tiempo, las escuelas no han sido capaces de cambiar a ese ritmo. Sin embargo de acuerdo con Buckingham (2005, p. 66), si las escuelas pretenden comprometerse con las culturas mediáticas de los niños, es

importante que no se limiten a sólo repetir con ligeros cambios conceptos tradicionales de lo que se considera como conocimiento válido.

Así en este panorama, es importante considerar la autonomía de los niños como usuarios de los medios, así como la diversidad de sus experiencias, que pueden ser limitadas. Los medios forman parte de una relación con el poder social, económico e institucional, por lo que es de gran importancia, que los jóvenes comprendan la relación entre estos aspectos, así como su manera de actuar. El tipo de comprensión forma el elemento central de la definición actual de alfabetización en medios. De manera que, si la educación mediática pretende reducir la brecha que existe entre la escuela y el mundo de las experiencias cotidianas de los niños, debe de empezar por reconocer el conocimiento que ya poseen los niños de los medios.

### **3.4 Alfabetización mediática**

En un inicio, el uso del término alfabetización mediática, en el contexto de la educación mediática se menciona en la década de 1970. En esta década se introdujeron en Estados Unidos una serie de currículos para la alfabetización en el uso de la televisión. (Anderson, 1980) en Buckingham (2005). Después el término se utilizó en el Reino Unido a finales de la década de 1980, esto en parte como una consecuencia de los esfuerzos por incorporar la educación mediática dentro de la enseñanza del inglés.

#### **Concepto de alfabetización**

El concepto alfabetización mediática, se refiere a él conocimiento, habilidades y las competencias que se requieren para utilizar e interpretar los medios. Dicho de otra manera, alfabetización implica, que los medios emplean ciertas formas de lenguaje, y que los profesores estén en condición de estudiar y enseñar los lenguajes visuales de manera parecida a como se enseña con el lenguaje escrito,

para así saber leerlos y escribirlos los nuevos lenguajes y las nuevas formas de transmisión que utilizan los medios.

El valor que le damos a esta comparación depende de a qué nivel decidamos aplicarla. Por ejemplo Paul Messaris (1994), menciona que las normas básicas del lenguaje fílmico, tienen que aprenderse, este lenguaje puede ser fácil y rápido, aunque sólo sea porque este tipo de normas imitan procesos familiares de percepción y comprensión. Por ejemplo, interpretar un movimiento de zoom, es algo que puede ser sencillo, además si se cuenta con la información contextual (las otras tomas utilizadas en la película, o el desarrollo del argumento). Sin embargo, es difícil encontrar analogías entre otros elementos de la película, (tomas o movimientos de cámara) y los elementos equivalentes al lenguaje verbal (la palabra o el fonema).

Asimismo, las características concretas de la televisión no tienen significados fijos, que puedan ser definidos objetivamente. Por ejemplo, en el mismo caso del zoom, este puede significar cosas diferentes en diferentes momentos, un determinado gesto, puede significar lo mismo que un movimiento de cámara o una posición de primer plano. Con ello, no se puede afirmar que tales elementos, en apariencia fáciles del lenguaje fílmico son procesados y entendidos automáticamente.

De esta manera, alfabetización mediática es algo más que una simple alfabetización funcional. Por alfabetización no se entiende simplemente, como un juego de herramientas cognitivas, que capacita a las personas para comprender y utilizar los medios. La educación mediática es algo más, que un curso de entrenamiento o una prueba de competencias en habilidades relacionadas con los medios, tampoco lo es llenar de conceptos a los alumnos. La alfabetización mediática es una forma de alfabetización crítica, que requiere de análisis, evaluación y reflexión, que haga personas capaces de ser críticos y creativos con su entorno, así como conscientes de la realidad en que viven.

“la alfabetización mediática supone una adquisición de un metalenguaje, es decir, de un medio que nos permite describir las formas y las estructuras de diferentes tipos de comunicación; e implica una comprensión más amplia de contextos sociales,

económicos e institucionales de comunicación” (Buckingham, 2005; p.71)

En este sentido la alfabetización mediática, se refiere no a la enseñanza de un conjunto de habilidades cognitivas que las personas podrían llegar a poseer. Es decir, se debe de reconocer que los medios, forman parte integrante de la vida cotidiana de los niños y están en sus relaciones sociales. De manera que, a los niños se les puede alfabetizar mediáticamente de acuerdo a las diferentes situaciones sociales que tienen que afrontar, así dichas alfabetizaciones tendrán diferentes funciones y consecuencias sociales.

Para concluir y resumir sobre la importancia del por qué de la alfabetización, a continuación mencionaré algunos puntos sobresalientes:

- ✓ Sirve para situar el estudio de medios dentro de un análisis más amplio de la comunicación, con lo que se cuestiona el permanente predominio de la cultura impresa en el ámbito de la educación.
- ✓ El concepto de alfabetización representa la exigencia de un enfoque más inclusivo y relevante de la enseñanza de la cultura y la comunicación.
- ✓ La alfabetización mediática implica necesariamente una comprensión sistemática de las estrategias y convenciones formales de comunicación. Así la educación mediática o en medios, no puede prescindir de un análisis textual escrito.
- ✓ La alfabetización mediática implica la capacidad de descifrar, valorar y criticar, pero también de una mayor comprensión de los contextos sociales, económicos e históricos en los que los textos se producen, se distribuyen y se utilizan por parte de las audiencias.

### 3.5 Enseñanza mediática a través de los conceptos: producción, lenguaje, representación y audiencias

Para poder enseñar los medios de comunicación, la educación mediática es definida en función de los siguientes conceptos fundamentales, conceptos clave o aspectos clave y son: producción, lenguaje, representación y audiencias. Este modelo tiene como ventaja, que no especifica objetos de estudio, sino que capacita a la educación mediática para responder a los intereses y preferencias de los estudiantes. Este enfoque está basado en investigaciones de Buckingham y Domaille, (2001), Hart (1998 y el Ministerio de Educación, Ontario (1989). Este modelo es aplicable a toda la gama de medios contemporáneos, así como a los medios más <<antiguos>>, esta manera de enseñar los medios de comunicación está dirigido a adolescentes pero de igual manera son los lineamientos para adaptarlo a niños y que puede aplicarse en el aula. Es un modelo que responde a las dudas que los profesores pueden tener al enseñar los medios de comunicación. Con este modelo lo que se pretende, es que pueda favorecer la investigación de la realidad por el propio alumno, así aprende en el proceso de descubrimiento y siendo protagonista.

#### Producción

En su definición básica, el término producción implica el reconocimiento de que los textos mediáticos son fruto de una elaboración consciente, también implica que la producción de textos mediáticos responde a intereses económicos, para generar beneficios. Estudiar la producción mediática significa prestar atención a:

- *Las tecnologías.* ¿Qué tecnologías se utilizan para producir y distribuir textos mediáticos?, ¿Qué importancia tienen las tecnología con respecto al producto final?
- *Las prácticas profesionales.* ¿Quién elabora los textos mediáticos? ¿ Quién hace cada cosa y cómo trabajan juntos?
- *La industria.* ¿Quién es el propietario de las empresas que compran y venden los medios? ¿Cómo consiguen obtener beneficios?

- *Las conexiones entre los medios.* ¿Cómo se comportan de las empresas para vender los mismos productos a través de diferentes medios?
- *Regulación.* ¿Quién controla la producción y distribución de los medios? ¿Hay leyes que regulen estos procesos y qué efectividad tienen?
- *Circulación y distribución.* ¿Cómo consiguen los textos llegar a las audiencias? Por lo que a esta últimas se refiere, ¿hasta qué punto eligen y controlan los textos?
- *Acceso y participación.* ¿Qué voces se escuchan en los medios? ¿Quiénes se ven excluidos y por qué?

Al analizar la producción, los estudiantes pueden centrar su atención en estudios de casos de instituciones o compañías mediáticas específicas. El objetivo sería centrarse en descubrir cómo las diferentes dimensiones de un negocio pueden interconectarse y reforzarse unas con otras. También los estudiantes pueden centrarse en el estudio de pequeñas radiodifusoras de carácter público o en compañías que trabajan sin ánimo de lucro. Otra posibilidad sería analizar aquí cómo un determinado medio apunta a diferentes audiencias: por ejemplo, los métodos utilizados por diferentes canales de televisión para crear <<identidad de su marca>>, del perfil al que estarán dirigidos.

## Lenguaje

Como hemos mencionado anteriormente, cada medio utiliza una combinación propia de lenguajes para comunicar significados. Por ejemplo, la televisión, además de los lenguajes hablado y escrito, utiliza el lenguaje de las imágenes en movimiento y del sonido. Estos aspectos pueden considerarse lenguajes, en el sentido de que todas ellas utilizan códigos y convenciones familiares comprendidos por la mayoría de la audiencia. Por ejemplo, ciertos tipos de música o ángulos pueden utilizarse para evocar determinadas emociones.

Así como sucede en el lenguaje verbal, hacer enunciados significativos en lenguajes mediáticos implica escoger alternativas establecidas, es decir seleccionar determinadas opciones de entre una amplia gama de posibles

elementos, y combinaciones sintagmáticas<sup>16</sup>, en otras palabras, juntar esos elementos en forma de secuencias o combinaciones. Cuando analizamos estos lenguajes puede ayudarnos a comprender mejor el proceso de creación de significados.

Por lo que estudiar los “lenguajes” mediáticos significa prestar atención a:

- Los significados. ¿Cómo utilizan los medios diferentes formas de lenguaje para comunicar ideas o significados?
- Las convenciones. ¿Cómo se familiarizan las audiencias con estos usos lingüísticos, hasta ser aceptados de forma generalizada?
- Los códigos. ¿Cómo se establecen las reglas gramaticales de los medios?, ¿Qué sucede cuando se quebrantan estas reglas?
- Los géneros. ¿Cómo actúan de hecho estas convenciones y códigos en diferentes tipos de textos mediáticos, como noticias o películas de terror?
- Las opciones. ¿Qué efectos son atribuibles al hecho de elegir determinadas formas de lenguaje, como un tipo particular de toma fotográfica?
- Las combinaciones. ¿Cómo se transmite significado por medio de la combinación y secuencia de imágenes, sonidos y palabras?
- Las tecnologías. ¿Cómo afectan las tecnologías a los significados que pueden crearse?

Con estos aspectos se alienta a los estudiantes a prestar atención a elementos como el encuadre y la composición, el uso del color, la tipografía y el diseño gráfico, con la finalidad de evaluar cómo se crea una determinada imagen de producto. Además, los estudiantes podrían prestar atención a las reglas y convenciones de nuevas emisiones señalando la puesta en escena, del estudio, el uso de la iluminación, etcétera.

Otra manera útil de analizar el lenguaje mediático es por medio de las comparaciones. Comparar varios ejemplos de un género particular, por ejemplo, anuncios para un determinado producto, o foto de moda.

---

<sup>16</sup> Es la relación que se establece entre dos o más unidades que se suceden en la cadena hablada

## Representación

El concepto de representación es uno de los principios básicos de la educación mediática. Los medios no nos ofrecen una ventana transparente sobre el mundo, sino que más bien es una versión mediada del mundo, una manera indirecta de ver el mundo, por ello, es de suma importancia analizarla las representaciones, así como saber cómo hacer una crítica con respecto a lo que nos muestran. No se limitan a presentar la realidad, sino que la re-presentan. Incluso cuando se refiere a acontecimientos de la vida real (por ejemplo, como en las noticias y los documentales). En otras palabras la representación sería, las formas o recursos que posee y utiliza una persona para expresar y comunicar ideas y experiencias de vida.

Las representaciones mediáticas nos invitan a ver el mundo de una determinada manera y no de otra forma. Tales representaciones son forzosamente cortadas y muy poco objetivas. Sin embargo, las representaciones mediáticas pueden verse como reales en ciertos sentidos, pero no en otros; podemos conocer que algo es imaginario y, no obstante, reconocer que a pesar de todo puede decirnos algo acerca de la realidad.

Estudiar las representaciones mediáticas significa prestar atención a:

- El realismo. ¿Pretende este texto ser realista?, Por qué algunos textos parecen más realistas que otros?
- La veracidad. ¿Cómo pretenden los medios decir la verdad acerca del mundo?, ¿Cómo tratan de parecer veraces?
- Las presencias y las ausencias. ¿Qué cosas se incluyen y se excluyen del mundo mediático?, ¿Quién habla y quién se ve reducido al silencio?
- Los sesgos y la objetividad. Los textos mediáticos, ¿respaldan determinadas visiones acerca del mundo?, ¿Comunican valores morales o políticos?
- Los estereotipos. ¿Cómo representan los medios a los diferentes grupos sociales? ¿Son correctas esas representaciones?

- Las influencias. Las representaciones mediáticas, ¿influyen en las visiones que nosotros tenemos de determinados grupos sociales o temas?

El estudio de la representación mediática plantea inevitablemente, difíciles cuestiones acerca de las ideologías y los valores.

### Audiencias

Al proliferar, los medios han tenido que competir cada vez más para atraer la atención y el interés del público. Ganarse a la audiencia y conservarla no resulta fácil. Estudiar las audiencias significa prestar atención a los procesos de elección y mediación de las mismas, a cómo circulan y se distribuyen los medios, y las diferentes formas que tienen las personas y los grupos sociales de utilizar e interpretar los medios y de responder a ellos., así como tratar de comprender reflexivamente el uso que nosotros mismos y los demás hacemos de los medios, son por tanto elementos a los que la educación mediática no puede renunciar.

Estudiar las audiencias mediáticas significa prestar atención a:

- *Fijación de objetivos.* ¿Cómo apuntan los medios a determinadas audiencias?
- *Tratamiento.* ¿Cómo hablan los medios a las audiencias? ¿Qué suposiciones se hacen los productores de medios acerca de las audiencias?
- *Distribución.* ¿Cómo llegan los medios a las audiencias? ¿Cómo conocen las audiencias lo que está a su alcance?
- *Interpretación.* ¿Cómo interpretan las audiencias los medios? ¿Qué sentido les dan?
- *Disfrute.* ¿Qué les gusta o les disgusta de ellos?
- *Diferencias sociales* ¿Qué papel tienen el sexo, la clase social, la edad y el trasfondo étnico en el comportamiento de la audiencia?

El estudio de las audiencias mediáticas se propone averiguar cómo actúan las industrias mediáticas, así como la autorreflexión e investigación de primera mano.

Los conceptos clave producción, lenguaje, representación y audiencias pretenden ofrecer un enfoque comprensivo y sistemático a la educación mediática que puede aplicarse a diferentes opciones de medios. Los conceptos clave deben verse como realidades interdependientes, ya que cada concepto es un posible punto de partida para una determinada área de la educación mediática. En este sentido, los conceptos clave ofrecen una posibilidad para organizar las ideas acerca de cualquier actividad o unidad de trabajo que alguien pueda comprender. Así este enfoque puede aplicarse tanto actividades creativas como actividades analíticas, pero sin dejar de recalcar que la finalidad de este enfoque es la preparación y no la protección de los niños y jóvenes de los medios.

De ahí que, “una educación en medios de información entendida como una vía de entrada a la cultura y a la comprensión del mundo. La educación en medios supone entender los textos como construcciones sociales, y explorar estos discursos como formas de producción cultural” (Morduchowicz, 2003; p.p.11-12)

De manera que, la educación en medios, propone nuevas formas y nociones de alfabetización. De la primera alfabetización, protagonizada por el libro y la cultura escrita, pasamos ahora a una segunda alfabetización, que nos abre a las múltiples escrituras que hoy conforman el universo audiovisual e informático. Es por esta pluralidad de escrituras por la que hoy pasa la información de ciudadanos que sepan leer tanto libros como periódicos, noticieros como videojuegos e internet. (Martín y Rey, 1999).

### **3.6 Estudio de caso: Serie infantil Zoboomafoo**

El propósito del siguiente apartado es conocer y comprender el contenido de la serie infantil *Zoboomafoo*, este análisis se llevará a través de los cuatro conceptos clave que describimos anteriormente. En particular me interesó esta serie por la manera en que está realizada, así como su contenido. Considero que es un texto adecuado para poder utilizarlo como una estrategia en el aula, y como un apoyo para ciertos temas que se quieran reforzar. Esto debido que en su momento fue

una serie popular, que intereso tanto a niños como a adultos; y como hemos venido mencionando, que para poder educar mediáticamente, también es necesario tomar en cuenta los gustos y preferencias de los niños, sobre todo tomando en cuenta los textos que ellos tienen a su alrededor, que forman parte de su vida cotidiana.

La serie infantil animada canadiense, consta de 65 capítulos *Zoboomafoo*, con una duración de 25 minutos cada episodio; el argumento principal es mostrar el mundo animal para niños de primaria; los protagonistas principales son los hermanos canadienses Chris y Martin Kratt y una marioneta de un primate lémur llamado *Zobbo*. La serie fue producida por los mismos Kratt, en colaboración con PBS Kids Program, Quebec y Cinar (actualmente The Cookie Jar Entertainment, entre el 2000 y 2007).

El contenido de cada capítulo se desarrolla a través de los siguientes segmentos:

- Canción Tú y Yo y Zoboomafoo
- Canción ¿Quién puede ser?
- Zoolandia Historia # 1
- Jackie y Ayudantes de los Animales
- "Al Armario"/Un viaje a la visita de los animales
- Zoolandia Historia # 2
- Canción Mi amigo animal

Posteriormente esta serie fue transmitida por el canal norteamericano infantil DiscoveryKids, la programación es en su totalidad dirigida para niños pequeños; depende del canal Discovery Channel, que a su vez es uno de los principales canales dentro de la televisión restringida, transmite 24 horas continuas de documentos sobre ciencia y tecnología combinando su programación con reportajes sobre ecología, naturaleza, historia, exposiciones, viajes y series sobre diferentes culturas.

Diariamente DiscoveryKids acercaba a los preescolares a los animales a través de *Zoboomafoo*, entre el 2000 y 2007, mostró como los hermanos Kratt compartían sus conocimientos desde su refugio en *Animalandia*, en compañía de la marioneta del lémur *Zoboo*.

En México se transmitió por televisión abierta a través de canal onceTV, a partir del 2002 y dejó de transmitirse en octubre del 2009. En un principio la serie tenía un horario de transmisión por la tarde, dentro de la barra llamada Bizbirije (espacio de series y segmentos dirigidos a niños entre los 5 y 12 años), después a partir del 2007 y hasta el 2009 cambio de horario y se transmitió dentro de la barra para preescolares, en un horario que comenzaba a partir de las 7 de la mañana.

### **Serie infantil Zoboomafoo**

#### Producción

La producción estuvo a cargo principalmente de la compañía de los hermanos Chris<sup>17</sup> y Martin<sup>18</sup> Kratt, Kratt's creatures, ellos son los que realizan el contenido, así como los guiones de la serie. La *Primera Temporada: Earth Creatures*, Cinar Studios Inc, en la actualidad cambio al nombre The cookie jar entertainment (es un productor canadiense de entretenimiento para niños y productos de consumo) y Maryland Public Television Production (MPTP) .*Segunda Temporada: Earth Creatures* Cinar Studios Inc. PBS Kids y QUEBEC.

La distribución en Estados Unidos fue para Discovery Kids Latinoamérica y Animal Planet también para Latinoamérica, Ecuavisa para Ecuador y PBS (Estados Unidos). Y por último en México se transmitió a través de canal onceTV. Con estos datos los que podemos apreciar, es que fue un producto que en su mayoría se distribuyó a canales con un perfil cultural, en donde sus objetivos son el de transmitir contenidos educativos o culturales, ninguno que promueva el consumo de productos derivados de la serie.

---

<sup>17</sup> Christopher Kratt, es biólogo graduado de la universidad Carleton en Minnesota en 1992, también ha sido fundador junto con su hermano Martin Kratt, de asociaciones altruistas como Brother's Creature Heroes, dedicada a los niños para poder ayudar a diversos animales y Carleton Organization para la conservación de la vida salvaje.

<sup>18</sup> Martin Kratt es un zoólogo graduado de la universidad Duke, así como cineasta., junto con su hermano Christopher han realizado diversos documentales sobre la vida salvaje a través del canal History Channel.

## Lenguaje

El lenguaje que utiliza la serie es sobre todo a través de imágenes, vídeos en donde se presentan las actividades de los animales en su hábitat natural y también lenguaje escrito, por ejemplo cuando los personajes mencionan al animal en cuestión, se enfatiza el nombre poniéndolo en letras grandes y vistosas por escrito en pantalla. También utilizan la técnica de *Plastimación* (*Claymation* en inglés), que es el término que recibe la animación audiovisual de parada de imagen en la que se emplea plastilina, arcilla, o algún otro material completamente maleable. Se utiliza el audio a través de canciones, éstas son cantadas por los protagonistas y las letras de las canciones son cortas y repetitivas.

En cuanto al lenguaje que utilizan los protagonistas en este caso los hermanos Kratt, es muy sencillo y claro, y siempre utilizan la comparación para que la información que ellos proporcionan sea mejor comprendida. La actitud de los hermanos es divertida y graciosa, pero sin caer en el ridículo o la sátira, sin embargo la marioneta del lémur tiene una actitud más infantil y siempre es gracioso y hasta torpe, pero a la vez muy inteligente.

Lo que podemos apreciar es que a través de las actitudes y del comportamiento de los protagonistas, siempre es claro, preciso y sobre todo invitando a los niños a conocer y a investigar sobre los animales, como seres diferentes que deben de ser respetados, así como la preservación de las especies.

## Representación

En esta parte, el desarrollo del contenido siempre cuenta con realismo, acciones en vivo, y para demostrarlo, a lo largo del programa se muestra a la especie animal dentro del estudio, cuando se requiere de ejemplificar conductas o formas de vida, se apoyan en los videos, en donde específicamente se muestra lo que ellos dicen. También para reforzar el realismo, hay segmentos donde se muestra a los niños interactuando con los animales que pueden encontrar en su vida

cotidiana; y aunque hay secciones que tienen fantasía siempre se aclara que sólo sucede en ese espacio.

Por otra parte, los personajes, los hermanos Kratt son representados, como los que tienen el conocimiento de los animales de los que hablan, tienen una actitud de curiosidad y en todo momento promueven el respeto, la igualdad y la sana convivencia con los diferentes animales, esta actitud dicen se logra conociendo a los animales.

Por otro lado el personaje de Zobo, con virtudes humanas, piensa y habla, y a veces hasta viste ropa, no es un dibujo animado, es una marioneta que representa al primate lémur. La actitud de Zobo siempre es simpática, es el que pregunta, al que siempre le explican las características de los animales. De alguna manera, es la figura con la que los niños pueden identificarse. Zobo siempre está de buen humor y tiene el deseo de conocer y de interactuar con las especies presentadas, aquí Zobo es el receptor de toda la información proporcionada por los hermanos Kratt, pero tampoco lo representan como alguien inferior, pues muestra un razonamiento para solucionar problemas y todo lo analiza desde la óptica infantil, esto a través de las situaciones que vive diariamente.

#### Audiencia

La audiencia a la que es dirigida la serie infantil, es principalmente a niños de hasta 12 años, sobre todo por los contenidos que presentan. Sin embargo, en la página de IBOPE, arroja resultados que muestra la fecha en que dejó de transmitirse por canal onceTV, la serie era visto por niños de 4 años hasta adultos de 55 años con un porcentaje de 22%. Con ellos podemos comprobar que, como ya hemos mencionado, los adultos actualmente ven programas dirigidos a niños. La audiencia a la que va dirigido la serie es para ambos sexos, sin especificar género, ni raza.

Por todo lo anterior podemos concluir que la serie infantil Zobo, cumple con sus objetivos, promueve el desarrollo de actitudes de respeto, igualdad y

convivencia hacia los animales. A través de explicaciones mediante videos, interactuando con las especies, canciones y comportamiento de los protagonistas, se busca reforzar actitudes positivas hacia los animales, además siempre fomentan la búsqueda de mayor información acerca de las especies para poder conocer mejor a los animales. También la serie cumple con su objetivo de divertir y entretener, en ningún momento es aburrido, tiene un desarrollo claro y preciso.

Desafortunadamente, como ya hemos mencionado, esta serie ya no se transmite por canal onceTV, ni por el canal restringido de DiscoveryKids, para poder ver los episodios, se tiene que acceder al canal Zoochannel por internet y no están todos los capítulos que se realizaron, con lo que se refuerza lo que mencionamos anteriormente, en relación a que aunque internet ya sea más accesible para los niños aún no son la mayoría, no todos los niños puede ver la serie en sus casas y esto limita de alguna manera que no puedan conocer este tipo de series dedicadas especialmente para niños, que fomentan la curiosidad y el aprendizaje de cualquier animal.

### **3.7 Análisis de la serie infantil Zoboomafoo a través de las teorías del desarrollo cognoscitivo y de la teoría del aprendizaje social.**

El guión de la serie infantil Zoboomafoo está basado y sigue la estructura de las teorías del desarrollo cognoscitivo de J. Piaget y de la teoría del aprendizaje social.

El guión está elaborado y basado en los dos primeros estadios de la teoría del desarrollo cognoscitivo de Piaget; el estadio sensoriomotor y estadio preoperatorio y muy sutilmente con el estadio de las operaciones concretas.

Por ejemplo en cada inicio del programa cantan y a través de letras, de dibujos y de mostrar videos reales sobre los animales, los guionistas buscan captar la atención de los niños por la vía de todos los estímulos sensoriales, como el auditivo y visual. Esto como ya mencionamos lo muestran en todo el contenido de

cada capítulo; por ejemplo para presentar alguna sección es siempre a través de de estos estímulos.

Mientras esto ocurre, los presentadores; los hermanos Kratt y la marioneta del lémur Zoboomafoo, van platicando sobre las características del animal, hablan acerca de la manera en que viven, su comportamiento y así como la interacción que tienen con su habitat.

Posteriormente, abarcan el segundo estadio (preoperatorio) de la teoría de Piaget, a través de una característica (el antropomorfismo) de esta fase. Esto se demuestra en el personaje de Zoboomafoo, que es representado por una marioneta del lémur. Este personaje habla como humano y tiene ideas propias. Otra característica de esta fase y que es retomada durante los capítulos, es que utilizan tanto el lenguaje hablado como el escrito, esto sucede siempre que presentan a algún animal.

En cuanto al estadio de las operaciones concretas, esta se muestra, al emplear en las secciones “¿Quién puede ser?”, aquí se comienza a dar pistas sobre el animal a conocer, mientras se va presentando por medio de dibujos, como se va formando la silueta de la especie, de manera que puedan “adivinar” e identificar de quien se habla.

Por otra parte, la teoría del aprendizaje social se emplea a lo largo de todos los capítulos. Esto se demuestra a través de los personajes adultos; los hermanos Kratt y Zoboomafoo. Con estos personajes, se pretende que los niños se identifiquen y tomen como ejemplo las actitudes positivas y así puedan ser imitadas por los niños, con lo que buscan que el niño pueda desarrollar un buen comportamiento, así como adoptar sus actitudes de cooperación, comprensión y respeto por los animales, así como estimular el interés por conocer e investigar más sobre la especie presentada.

Los personajes demuestran con sus actitudes; temas como por ejemplo ayudar a un amigo, comprender el comportamiento de los animales, así como valorar a los animales por sus cualidades y no por su apariencia.

Además dentro del contenido de la serie infantil, siempre se destacan temas como la cooperación, la simpatía, la generosidad, afecto, amistad y comprensión de los sentimientos de los otros.

Esta serie como he mencionado, es una propuesta interesante, que ayuda a reforzar y mejorar las fases de desarrollo evolutivo del niño, y por parte del aprendizaje de social, a lo largo de los contenidos, nos ayuda a ejemplificar conductas y actitudes positivas, además de que despiertan el interés por conocer más de las especies de los diferentes animales, no sólo los que puede ser comunes para los niños, sino también de cualquier otra especie animal.

#### 4 Conclusiones

A lo largo del presente trabajo, abordamos a la televisión debido a que se le considera como una influencia negativa para la población en general, sobre todo la infantil.

Sin embargo, considere necesario entender y comprender el funcionamiento de la televisión desde otra perspectiva. Una de ellas es que la televisión utiliza otro tipo de comunicación, más cercana al receptor, está cercanía se debe a que en la televisión, los espectadores encuentran sus deseos, necesidades e intereses, así como sus temores a través de los programas de entretenimiento que ven, por esto es que a los receptores les resultan tan atractivos. Los contenidos de los programas de entretenimiento tienen como finalidad, la de convencer y atraer a los espectadores, con ello logran que los espectadores se vean reflejados y se encuentren con su propia imagen. Asimismo, el espectador de los programas de entretenimiento y comerciales puede sentirse identificado con lo que desea, y siente, un ejemplo de ello, lo hace la publicidad con sus contenidos en los espectadores, y es para que ellos sientan una fascinación y atracción por este tipo de mensajes.

Por esta razón, los profesores deben de conocer cómo es la manera y la forma en que la televisión comunica. Como ya he mencionado, cuando se utilizan los programas de entretenimiento como una herramienta o alternativa, es porque considero, que son un apoyo para explicar los diferentes conceptos, pero también los profesores crean un acercamiento con los niños, sobre todo al emplear algún programa que les agrada de manera natural, así el profesor demostrará que él está consciente de las preferencias y de los gustos de niños, con lo que se crea una empatía con ellos.

Con este entorno, es por lo que consideré como una necesidad el estudio de la teoría de la inteligencia emocional. Esta teoría nos da las razones, por las que a los niños les agradan más ciertos programas, así como la explicación del porqué les trae más la televisión y las tecnologías, que los contenidos de la escuela.

Cuando hablo de la necesidad de estudiar la teoría de la inteligencia emocional, y enseñarla, no es sólo para formar una persona más equilibrada o más asertiva al momento de tomar decisiones. En educación, al estudiar la teoría de la inteligencia emocional; nos explica que la central energética se encuentra en el cerebro emocional, en donde se desarrolla la libido del ser humano, esto tiene relación en los procesos de enseñanza y aprendizaje, porque es ahí donde se desarrolla la motivación, el deseo, el interés; así como el impulso para actuar. El cerebro emocional, es el responsable de toda la actividad creativa, y es también el generador de estados de ánimo que dirigen nuestra conducta.

Con ello, los profesores pueden comprender que se tienen que convertir los contenidos de la escuela en algo atractivo e interesante para los niños, los profesores deben fomentar y crear el interés por el conocimiento, así como desarrollar en los niños una disposición para que el acceso al conocimiento sea de la mejor manera, y una de ellas es haciendo que disfruten del aprendizaje; una estrategia sería el apoyo en los programas o series de televisión que de antemano, los profesores saben que les agradan a los niños. Al explicar los temas con este tipo de apoyos que les gustan a los niños, también les hacen comprender, que el aprendizaje se genera no a partir de una obligación, sino de un deseo por aprender. Por lo que, los procesos de enseñanza y aprendizaje tienen como reto la conciliación entre la emoción con la razón. El objetivo de éstos es tomar en cuenta la función de la emociones, la capacidad que tienen para movilizar e impulsar para la acción. En los procesos de enseñanza y aprendizaje se deben desarrollar actividades que integren la emoción con la razón. El objetivo, es que el niño pueda llegar a una madurez mental, la cual consiste en conectar la fuerza movilizadora que producen las emociones, con ideas valores más profundos que sólo los intereses primarios de me gusta o no me gusta.

Todo esto viene a relación con la necesidad de utilizar a la televisión como herramienta, pero sobre todo los programas infantiles, este es el caso de la serie de Zoboomafoo, en ella tenemos una excelente oportunidad para que los niños se puedan sentir motivados por conocer y aprender acerca del mundo animal, ya que

en los contenidos de los capítulos, se propicia un desarrollo de actitudes y comportamientos como la convivencia y el respeto a todo ser vivo, así como el conocimiento e investigación por el medio ambiente. Esta serie despierta el interés y entusiasmo en los niños por estos temas, ya que los hace atractivos, por lo que este tipo de programas son apoyos para el aprendizaje.

Otro aspecto importante de mencionar, es que con la televisión y en todas las tecnologías, que tienen una pantalla, se potencia más el aspecto sensorial en los receptores, se logra principalmente a través de las imágenes y de la música; por mencionar algunos; con lo que se desarrolla más el conocimiento concreto y lo intuitivo. Por lo cual, todos estos aspectos están más relacionados con el cerebro emocional que con el racional. La neurobiología lo explica de la siguiente manera, nos dice que cuando vemos una imagen, podemos decir si nos gusta o nos disgusta, esto en función a la respuesta emotiva que nos produce. La imagen es más cercana a las emociones, y la emoción genera una respuesta más rápida. Cuando leemos un texto, también puede despertar emociones, pero la imagen entra por la vía más rápida, la de los sentidos y el cerebro emocional; la lectura necesita de un proceso más complejo para que se pueda comprender el significado y es hasta después que se produce la emoción.

De manera que, los medios audiovisuales potencian más las emociones primarias, aquellas que no requieren de algún esfuerzo mayor, y es a través de los sentidos como se producen estas emociones, y se alejan de la activación de la mente racional.

Sin embargo, un espectador, que ve diferentes mensajes audiovisuales; también ha desarrollado procesos mentales, en los cuales puede relacionar, asociar, intuir, predecir, sintetizar y comparar, esto ocurre cuando ve alguna película, programa o un comercial. Los profesores deben de tomar en cuenta estos aspectos como algo, que se desarrolla en los niños y jóvenes debido a que se encuentran inmersos en este medio ambiente, están rodeados de diferentes tecnologías, por lo que en lugar de considerarlas como algo negativo, se tienen que tomar como opciones y herramientas de apoyo, sin olvidar que la finalidad es integrar el

conocimiento concreto que desarrollan estas tecnologías con el conocimiento abstracto que imparte la escuela, aunque éstas desarrollen más lo emocional y no tanto lo racional. Aquí es una tarea del profesor mediar y conciliar para que los niños puedan desarrollar cada una de las capacidades, y no sólo lo que privilegie las tecnologías a través de lo que presentan en las pantallas.

Una manera de comprender lo que sucede en los niños, nos lo explica la neurobiología, nos dice que, cuando una persona, está inmerso en las tecnologías, la información que nos proporciona principalmente es sensorial, porque es a través de imagen y sonido, con lo que estimulan los sentidos. Este tipo de información llega más rápido al cerebro emocional que al racional, por lo que se genera una respuesta instantánea sin análisis previo ni reflexión. Razón por la cual el profesor debe de utilizar las herramientas que nos proporciona este medio ambiente, y así relacionar la palabra con la imagen, así como lo racional con lo emocional, sin inclinarse sólo por alguno de estos aspectos. La tarea del profesor es mantener el justo medio, el equilibrio necesario entre el placer, la saturación sensorial que nos dan las tecnologías, con la comprensión, la abstracción y el análisis, que se requiere en la escuela.

El profesor debe de comprender, que los niños han cambiado debido al medio ambiente en el que se desarrollan, sobre todo por el uso de las tecnologías, por lo que entonces, también los profesores tienen que cambiar la manera en que transmiten los contenidos de la escuela. Para que se pueda generar el aprendizaje, tiene que ser mediante un proceso de comunicación que capte su interés y retenga su atención. Una manera que en la que se puede enseñar los contenidos de la escuela con otro tipo de comunicación, es a través de los programas de televisión, en el caso específico me refiero al programa de Zoobomafoo. Como ya lo he mencionado este programa para niños, mantiene el equilibrio entre agrandar para atraer la atención del espectador con contenidos didácticos. El programa está realizado con base en teorías de aprendizaje, para explicar diferentes conceptos, a su vez mostrados con las diferentes técnicas de televisión, con lo que mantienen y retienen la atención del espectador; por lo que

este tipo de programas ayuda al profesor, ya que es una forma de comenzar a enseñar por la vía de las emociones.

Otro aspecto que considero importante, del por qué utilizar a la televisión como herramienta de aprendizaje, es porque el profesor puede enseñar a los niños, el funcionamiento de la televisión y de las diferentes tecnologías, conocer y comprender lo que se transmite en ellas, ya que lo que se necesita no es una postura de protección, sino de educación de los medios, que pueda formar personas más críticas y reflexivas ante lo que nos muestran. Así los niños al conocer el funcionamiento de las tecnologías, en cuanto a los mensajes que transmiten y los contenidos que presentan, mediante un análisis de cada una de ellas, como lo describí en el último capítulo, nos da como resultado, que los niños ya no sólo sean espectadores que consumen mensajes impuestos, sino que puedan ser personas que generen sus propios contenidos y comprendan dicha información, para así transformarla en conocimiento. Esto ocurre porque los profesores parten de algo, que a los niños les agrada y los motiva a seguir leyendo, investigando y creando sobre lo que se les presentó.

Otra manera de transformar dicha información en conocimiento, es a través de la educación de medios, los profesores además de enseñar contenidos con imágenes, motiva a los niños a una búsqueda mayor de información. Por lo cual, cuando los profesores incorporan el estudio de los medios de información o de las tecnologías, es debido a que los niños, no sólo deben ser capaces comprender a fondo los medios de información, sino también a que aprendan y puedan expresar conceptos a través de las imágenes, con el objetivo de provocar en ellos una reflexión y análisis sobre lo que ven.

Lo que se pretende es que exista una interacción entre la imagen y la palabra guiada por el profesor. Al hacer análisis y estudio de los medios de información o de las tecnologías, es también, para que los niños tengan la capacidad de estructurar, de pensar y de valorar las experiencias emocionales que aportan las imágenes, con ello se lograría una reflexión crítica sobre lo que ocurre en las

pantallas; un niño debe aprender a ser un espectador informado, culto y crítico ante lo que se le presenta en los medios de información.

## **Bibliografía**

**ARCAYA**, María Ignacia. “Encuentran en Tv utilidad educativa” Reforma, 15 de noviembre de 2003, Vida 7c.

**ALBERO**, Andrés, Magdalena. 1999. “Televisión y contextos sociales en la infancia hábitos televisivos y juego infantil”. En *Monografías virtuales* <<http://www.oei.valores2/monografías/monografia05/reflexion05.htm>>

**ANDERSON**, J. “The theoretical lineage of critical viewing curricula”, en *Journal of Communication*, vol. 30, n°3, 1980, p.p. 64-70

**BARICCO**, Alessandro. “Escuela y televisión. Las claves de la cultura” Reforma, 22 de marzo de 2009, El Ángel p. 1 y 2.

**BERMEJO**, Jesús. 2005. *Narrativa audiovisual* Madrid. Ediciones Pirámide

**BIAGGIO**, Angela. 1983. “La televisión en el desarrollo del niño”, *Impacto de la televisión educativa*, p.p. 21-28. UNESCO, París

**BUCKINGHAM**, Dave. “La educación en medios de comunicación y el fin del consumidor crítico”. *Monografías virtuales. Ciudadanía, democracia y valores en sociedades plurales*. [en línea] n° 1, junio-julio 2003. Disponible en <http://www.campusoei.org/valores/monografias/monografia1/reflexiono2htm>

**BUCKINGHAM**, Dave. 2005. *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona, Buenos Aires, México. Editorial Paidós

**COHEN**. Jonathan, 2001 *La inteligencia emocional en el aula*. Buenos Aires Editorial Troquel. 1era reimpresión 2005

**DARDER**, Pere y **BACH**, Eva, 2006 “Aportaciones para repensar la teoría y la práctica educativas desde las emociones”. *Teoría de la educación*, vol 18, pp. 27-53.

**DE BATIZ LAZO**, Yolanda. 1995. *Foro Hispanoamericano de televisión para niños*. México. Edición Dirección General de la Unidad de Comunicación Social. Consejo Nacional para la Cultura y las Artes.

**FERRÉS**. Joan, 2002 “La construcción de los valores en la televisión”, pp. 263-275 en compilación *El aprendizaje de comunicación en las aulas.*, España. Colección *Papeles de pedagogía*. Editorial Paidós.

**FERRÉS**. Joan, 2003. “Las emociones y el inconsciente en la comunicación audiovisual”, en compilación Morduchowicz, Roxana *Comunicación, medios y educación*. Editorial Octaedro. España.

**FERRÉS**. Joan, 1995 “Televisión, espectáculo y educación, en *Comunicar n. 4*, Huelva, Grupo pedagógico Andaluz, Prensa y educación

**GARCIA C**, Joaquín “Los procesos formativos y el sistema emocional” *Teoría de la educación*, vol. 18, 2006, p.p. 29-53

**GIORDANO**, María y **O. Silva**, Jorge “Educación y medios. Influencia social y posibilidades de transformación”, *Alternativas*, serie espacio pedagógico. Año 11, p.p. 14-56 2006

**GOLEMAN**, Daniel. 1995. *La inteligencia emocional*. Buenos Aires. Editorial Javier Vergara

**GUTIERREZ** Moar , Ma. Del Carmen, **PERERIRA** Domínguez Ma. del Carmen y

**VALERO** I. Luis Fernando. 2006 “El cine como instrumento de alfabetización emocional” *Teoría de la educación*, vol. 18, p.p 229-260,

**HART**, A.1998. *Teaching the media: International Perspectives*, Mahwah, Nueva Jersey, Erlbaum

**ILCE** 2001 *Comunicación y educación. Perspectiva latinoamericana*.  
Compilación editorial ILCE

**IBOPE** 2011 [www.ibopeagb.com.mx](http://www.ibopeagb.com.mx) (Consulta 11 de octubre de 2011)

**INEGI** 2010 [www.inegi.org.mx](http://www.inegi.org.mx). (Consulta: 20 de enero de 2011)

**KENNETH**, G. 1992 *Las ciencias naturales en educación básica. Fundamentos y Métodos*. México, Editorial Santillana. Aula S.XXI

**LIZARAZO** Arias, Diego. 2006. *El espacio lúdico. Simbólica infantil ante la televisión*. Colecciones Logos. Reportes de investigación educativa. 3a ed. México: Fondo de Editorial Morevallado. México

**MARTÍN**, B. Y Rey, Germán. 1999. *Los ejercicios del ver*. Editorial Gedisa, Barcelona.

**MEDRANO** Samaniego, Concepción. 2005 “¿Se pueden favorecer el aprendizaje de valores a través de las narraciones televisivas?”, *Revista de educación*,338 ,pp.245-270

**MORDUCHOWICZ**, Roxana.2001. *A mí la tele me enseña muchas cosas*. Editorial Paidós. Buenos Aires.

**MARKS**, Patricia. 1995. *El niño y los medios de comunicación. Los efectos de la televisión, videojuego y ordenadores*. Colección Psicología. El desarrollo en el niño. Madrid. Ediciones Morata.

**MELODY**,W. 1973. *Children´s Television: The Economics of Exploitation*, New Haven, Connecticut, Yale University Press

**MESSARIS**, Paul. 1994. *Visual "Literacy: image, mind and reality*, Boulder, Colorado, Westview.

**POSTMAN**, N. 1988. *The disappearance of childhood*, Londres, W.H. Allen, 1983 (trad.al castellano: La desaparición de la niñez, Barcelona, Círculo de Lectores, 1988)

**PRIETO**, Ma.Dolores. y **FERRÁNDIZ**, Carmen. 2001 *Inteligencias múltiples y currículum escolar*. 1ª Edición. Málaga: Aljibe

**PROPPER** Flavia, V. 2007. *La era de los superniños*. Buenos Aires. Ediciones Alfagrama

**ROCHA**, Carmen. 1998. *La escuela y los medios de comunicación masiva*. México. Ediciones El caballito. 2da edición. Biblioteca Pedagógica.

**RODRÍGUEZ**, Francisco. 2003. *Cultura y televisión. Una relación de conflicto*, Barcelona. Editorial Gedisa. Colección estudios de Televisión.

**SILVERSTONE**, Roger. 1999. *Why study the media?*. Londres, Sage

**TAPSCOTT**, Don. 1998. *Growing up digital: The rise of the net generation*, Nueva York, Editorial McGraw-Hill.

**TOUSSAINT**, Florence, "¿Lecciones de democracia?", sección cultural; p. 53 En *Proceso* n°1819 11 de septiembre de 2011. México

**UNESCO** 1983. *Impacto de la televisión educativa*. París

**USHER, R.** y **EDWARDS**, 1994. *Postmodernism and Education*, Londres, Routledge.

**WELLS, P.** 2002. “*Tell me about your Id, when you was a kid, yah?*” *Animation and children’s culture*”, en D. Buckingham (comp), *Small Screens: Television for children*, Leicester, Leicester University Press