

UNIVERSIDAD POLITÉCNICA SALESIANA

SEDE QUITO

CARRERA: COMUNICACIÓN SOCIAL

Tesis previa a la obtención del Título de:

LICENCIADA EN COMUNICACIÓN SOCIAL

TÍTULO

ANÁLISIS DEL DISCURSO Y EFECTOS DE LA CARICATURA DORAEMON, COMO GENERADORA DE ESTEREOTIPOS EN LOS NIÑOS Y NIÑAS DE CUATRO A OCHO AÑOS DE EDAD DE LA ESCUELA SAN JOAQUÍN Y SANTA ANA DE LA CIUDAD DE QUITO.

AUTORA:

JESSICA ALEXANDRA GRANJA JÁCOME

DIRECTOR:

DARWIN REYES

QUITO, MARZO DEL 2012

Declaratoria de Responsabilidad

El presente trabajo investigativo de fin de carrera en su totalidad, partiendo desde su concepción, investigación y análisis hasta llegar a las conclusiones, son de exclusiva responsabilidad de la autora, por lo tanto me reservo el derecho de protegerlo mediante los derechos de autor.

Quito, marzo-22-2012

(F) _____

1718259391

DEDICATORIA

Llegado el momento de concluir la presente tesis de graduación, me es grato dedicar este arduo trabajo a mis padres: Yolanda Jácome y Bolívar Granja, por su apoyo constante en los momentos más difíciles de mi vida y de manera especial en mi carrera, además por hacer posible la consecución de mi profesión en una de las mas prestigiosas universidades del país siendo ese mi deseo desde un inicio y porque siempre creyeron en mi ya que gracias a ellos el sueño que he anhelado, hoy es una tangible realidad. A mi hija Rafaella León, quien desde el vientre me hizo ver que hay un motivo más para prepararme y de esta manera enfrentar a los retos en este mundo cambiante, vertiginoso y competitivo. Estoy segura de contar con su incondicional y valioso apoyo por siempre.

Va por ustedes este trabajo, el cual sintetiza mi esfuerzo, sacrificio y perseverancia durante todo el tiempo que ha llevado concebirlo.

AGRADECIMIENTO

A Dios por brindarme la oportunidad de poder haber tenido salud durante toda mi vida y llenarme de bendiciones, además por darme fuerza y sabiduría para poder realizar el presente trabajo día tras día.

A mis padres quienes me apoyaron no solo económicamente, sino moralmente, siendo un gran impulso para seguir adelante con mas ahínco y obtener logro tras logro durante mi carrera universitaria.

A mi hermano Santiago por ayudarme con sus experiencias académicas en ciertos temas que se me presentaron con dificultad.

A mi compañero de vida por apoyarme moralmente y ayudarme a buscar soluciones cuando decaía en algunos aspectos.

A mis amigos, quienes supieron desvelarse por brindarme ayuda y realizar un buen trabajo en equipo, que luego se vio reflejado en una excelente labor académica.

A mis demás familiares tíos, primos, presentes y ausentes quienes desde la distancia supieron apoyarme todos los días enseñándome que no existen límites y dándome valor para continuar en este proceso.

A mi Director de Tesis Darwin Reyes, quien fue mi motivación para la elección de mi tema desde el inicio de la carrera, además una guía, por su asesoría y dirección en el trabajo de investigación.

A la UPS y demás profesores por compartirme sus conocimientos y poner en práctica las destrezas adquiridas.

ÍNDICE DE CONTENIDOS

Introducción	3
Capítulo 1	
Comunicación e imagen	
1.1 Qué relación tiene la comunicación y la imagen	5
1.2 Imagen Visual	7
1.3 Comunicación Masiva	10
1.4 Lenguaje Audiovisual en Doraemon	14
Capítulo 2	
La televisión para bien o para mal	
2.1 Cómo trata la televisión a los espectadores	16
2.2 Niveles de aprendizaje en la televisión	19
2.3 Recepción de Doraemon en los niños	21
Capítulo 3	
Los niños como telespectadores	
3.1 Los niños frente al televisor	23
3.3 Doraemon uno de los mangas más exitosos de la historia	25
3.4 Análisis de un episodio de Doraemon como discurso social	30
3.5 Comportamientos de los niños	33

Capítulo 4

Contextualización y oferta televisiva

4.1 Programación infantil	38
4.2 La educación y los niños	40
4.3 Influencia de la televisión en la educación	42
4.4 Televisión pública y privada	47

Capítulo 5

Estereotipos generados en los niños y niñas

5.1 Qué son los estereotipos	49
5.2 Cómo desarrollan y operan los perceptores en la cotidianidad	50

Conclusiones	52
Recomendaciones	53
Anexos	55
Bibliografía	62

INTRODUCCIÓN

La influencia mediática, específicamente de la televisión, en la era de globalización e información en los últimos tiempos ha ido presentando nuevas formas de socialización y modelización cultural, provenientes de una cultura lúdica infantil, como el entretenimiento a través de la recepción de la programación de dibujos animados mostrando una concentración intensiva estereotípica.

Se cataloga al medio televisivo como el más perjudicial de todos, porque penetra con intensidad a través de la imagen en las audiencias más desprotegidas como la infantil, creando hábitos de consumo, incidiendo con más fuerza en las emociones de los niños y niñas que en sus razonamientos, modificando sus creencias y conductas ante determinadas situaciones.

Nuestra investigación aborda uno de los mangas más significativos y con trascendencia en la producción infantil en los últimos años, es netamente visual con imágenes no realistas, por ejemplo, el arte gráfico japonés que por lo general apuntan a rasgos de ojos grandes, rostros redondos, piernas largas. La manga es conocida por su estilo único en sus características.

Debido a la importancia e interés acerca del tema se tomó como referencia de nuestra investigación a Doraemon, una manga infantil que ha tomado mucha fuerza en estos últimos años evidenciando la propagación de estereotipos en los niños de cuatro a ocho años de edad.

Los temas que se tocan en dichas series representan una realidad del mundo en el que se vive y se distingue una diferencia de pensamientos entre la cultura oriental y la cultura occidental, además marca una brecha sobre lo que se podría considerar apto para niños y lo que no lo es. Sin embargo, debido a la falta de conocimiento sobre las costumbres y tradiciones de los japoneses, surge la falacia acerca de los dibujos animados, que ya por ser una caricatura ya es para niños; cuando no siempre se da el caso.

Esta serie ha llegado a ser un ícono de la niñez en todo el mundo, se trata de un gato cósmico que viene del futuro para ayudar a Nobita, un niño de ocho años, con los inventos futuristas que saca de su bolsillo mágico y así evitar que sus descendientes malvivan en el siglo XXII por los problemas que éste ha provocado en la línea de tiempo original.

La investigación se desarrolla en dos partes; la primera lo que comprende todo lo que es el texto, en este caso es el programa, un análisis de dos capítulos de Doraemon, realizando una exploración y razonamiento de lo que se presenta en los capítulos, y luego por medio de entrevistas y encuestas realizadas a los niños y niñas conjuntamente con padres de familia, para determinar como y que clase estereotipos se originan. En la segunda parte el contexto en el que se desarrolla la serie por ultimo la oferta televisiva de la programación infantil en los medios públicos y privados.

Este trabajo está organizado de la siguiente manera: primero se hace referencia a la relación que tiene la imagen con la comunicación analizando el lenguaje audiovisual que se presenta, posteriormente cómo la televisión y los medios logran captar la atención de la audiencia infantil y los niveles de aprendizaje en los mismos, seguido del análisis de la serie por medio del estudio de campo y finalmente el contexto en que se desarrolla el análisis de como los perceptores operan en la cotidianidad.

Entre los aspectos mas importantes que se destacaron en la investigación es el trabajo de campo que se realizó con los niños y niñas como receptores directos, y que los resultados arrojados determinaron si la programación infantil presentada en los medios como es el caso de Doraemon generan o no estereotipos por medio del lenguaje audiovisual.

Capítulo 1

Comunicación e imagen

1.1 ¿Qué relación tiene la comunicación con la imagen?

La comunicación y la imagen están estrechamente ligadas, son las que moldean a los niños y niñas a recibir una nueva forma de adquirir conocimientos por medio de la televisión, es así que a partir de un programa empiezan a incorporar prácticas sociales que asumen como comportamientos cotidianos en su vida dentro y fuera de su hogar y escuela.

Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio y reglas semióticas comunes que necesitan de un canal para la transmisión de las señales. El Canal sería el medio físico a través del cual se transmite el mensaje.

De los modelos de comunicación que existen para nuestra investigación se ha tomado como referencia el modelo de Laswell plantea la siguiente fórmula **¿Quién, dice qué, por cuál canal, a quién, con qué efecto?**¹

Si damos significación a esta fórmula con nuestro análisis sería:

Quién: es el emisor o el origen de donde se da la comunicación, en este caso sería la producción Japonesa que creó Doraemon.

Dice qué: es la información del mensaje, que vendría a ser el contenido del programa.

Por qué canal: la televisión que es el medio para transmitir el mensaje.

A quién: A los niños y niñas que son los receptores.

¹ MILLAN, Mayra, “Modelos y Teorías de la comunicación”, (Fecha de acceso 1 de abril 2011)http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/modelos_teorias_comunicacion.pdf

Con qué efecto: Es el impacto, las consecuencias que dan el mensaje.

Por medio de este proceso se ve la relación que existe entre la comunicación y la percepción como también un análisis de los mensajes propagandísticos. Es decir, Lasswell plantea un acto de comunicación conductista, donde el emisor es quien produce un estímulo que llega a los receptores y ellos reaccionan a ese ataque produciéndose una consecuencia.

Actualmente el término audiovisual, tiene mucha fuerza, todo lo que nos rodea está lleno de imágenes que identificamos por su color, forma, perfil, etc. Los medios de comunicación transmiten programas por medio de lenguajes audiovisuales que representan la realidad evocando signos verbales, y las palabras para interpretar dicha imagen, tanto en su contenido como en su significado.

El mensaje visual, en nuestra investigación es parte fundamental en la generación o no de estereotipos. Por eso en la comunicación visual el mensaje consta de componentes. Munari afirma que estos componentes son: “la información propiamente dicha, que lleva consigo el mensaje y la otra es el soporte visual que es el conjunto de elementos que hacen visible el mensaje como la textura, forma, estructura, el módulo y el movimiento”²

Toda comunicación visual tiene mensajes sensoriales y esos mensajes pueden ser sonoros, dinámicos, pero sea cual sea este siempre van directo a nuestros sentidos y cada receptor asume a su manera.

Es por eso que la comunicación mediática llega a ser un poder sobre los receptores, donde la cultura pasa a ser instrumento de política, ideología o intereses propios.

La televisión recibe un gran porcentaje del tiempo de ocio cuando se mira un programa se relacionan los sonidos con la imagen para complementarlos y entender

² MUNARI, Bruno, “Diseño y comunicación visual”, Cuarta Edición, Editorial Gustavo Gili S.A, Barcelona 1980, Pág. 38

de lo que se trata, produciéndose una relación causa efecto tan lineal entre lo que se ve, se escucha y lo que se asimila del programa.

Con el avance del tiempo la tecnología, los medios, la prensa y la publicidad han logrado la ampliación de nuevos conocimientos y variaciones a través de la imagen, creándose nuevos sentidos figurativos con un código alfabético propio del ícono que permite una comunicación clara y directa dependiendo de la interpretación del receptor.

1.2 Imagen visual como representación visual y mental

La imagen, constituye un elemento determinante de las características de nuestro ámbito de vida, muchos mensajes son transmitidos a través de la imagen.

Según estudios realizados por la UNESCO.

Mientras el oído percibe un 20% la comunicación y a través de la vista un 30%, cuando se da la combinación de ambos sentidos el porcentaje de eficacia en el aprender se eleva en el 50%, ya que la comunicación didáctica en la actualidad no se puede concebir de otra manera que no sea mediante la utilización de la imagen y la palabra conjuntamente³

El color, la forma y el movimiento que se le da a una imagen, es asimilada de una forma lineal sin requerir algún tipo de filtros, se decodifican y a veces no tan claramente la información es procesada y le dan diversas asociaciones con muchas cosas de su vida cotidiana, adaptándolas a su mundo.

Existen dos tipos de representaciones: la visual, que son todas las imágenes que nosotros vemos en la televisión, fotografías y publicidad, se presentan de forma perceptible a los sentidos y también la mental: que son las imágenes que nosotros las tenemos en nuestro inconsciente.

En el libro de Lucia Santaella, Gibson afirma en su Teoría de la percepción visual que:

Los sentidos han sido preparados para registrar verídicamente la estructura estimular del ambiente, que se concibe con una forma distinta a la usual. La

³ Revista VIVA, "Información y comunicación", Clarín 20 de septiembre de 1998, Pág. 29

percepción del ambiente es directa y caracteriza la percepción, además supone una fuerte reacción a la tendencia cultural, argumentando que los infantes poseen habilidades perceptuales bien desarrolladas⁴.

La imagen se vuelve una construcción mental, a base de una *abstracción sensorial* (visual, sonora, gustativa, táctil, olfativa, kinestésica o cenestésica) que lleva a una “*representación*” de las cosas. Cuando un objeto de la realidad es captado por los sentidos, se transforma inmediatamente en un “*objeto sensible*”. De todos los estímulos que presenta la realidad, nosotros elegimos, formarnos una “*imagen*” o “*representación*” de la misma prestando “*atención*”.

La imagen además consiste en la imitación de formas y se relaciona con la representación en cuanto a que existe semejanza con lo que personifica, y se da la necesidad de representar un objeto hasta llegar al entendimiento para dar un sentido en forma de la realidad material.

García del Castillo⁵ hace notar que es evidente determinar primero los siguientes parámetros:

- Toda imagen debe tener una semejanza con el objeto del cual procede
- Las imágenes son el medio de conocimiento

La imagen debe tener unidad entre sí, aunque sea dependiente del origen, por tanto a partir de lo anterior se distinguen algunas *Características de la imagen*:

1. **Representación:** la imagen es portadora del objeto, debe tener cualidades que o representen y lo sustenten.
2. **Forma:** la forma de los objetos va unida a su materia, siendo esta la única manera de afectar a los sentidos por medio del proceso de abstracción.
3. **Finalidad:** la imagen tiene una función constante como medio de conocimiento por medio del cual se logra un entendimiento del objeto representado.

⁴ SANTAELLA, Lucia , “Imagen comunicación semiótica y medios”, Edición Reichemberger, 2003, Pág. 37

⁵ GARCIA DEL CASTILLO, Julián, “La imagen es el mensaje”, Ediciones Tripode, Venezuela 1987 Pág. 101

La imagen lleva consigo siempre un mensaje, por tanto la imagen verdadera es igual al objeto que lo representa, pero lamentablemente con la presencia de los medios de comunicación podemos hablar de una imagen con un mensaje manipulado cumpliendo funciones de cambios de conductas.

Si el mensaje que un receptor recibe no está relacionado con la verdad que tiene el emisor, el mensaje recibido conlleva a la mentira, hay engaño. Todo mensaje está sustentado en la imagen del objeto o en lo que se puede decir del objeto, además todo tiene un código, pues no existe objeto sin un código y no hay códigos que no estén formados por objetos y su ordenación para conocer el mensaje.

Esto se resume a que existen símbolos en toda imagen vista, los mismos que han permitido la alineación de varias culturas, creando muchas de las veces imaginarios equívocos es así que las figuras animadas se han ido incorporando en cada hogar sin importar las clases sociales, edades o géneros.

La imagen de algo o alguien a más de ser vista por los niños para convertirse en un material, se vuelven ciertos personajes objetos de consumo por los niños/as y cruzando fronteras mercantiles cayendo en el fetichismo de querer tener lo que se quiere.

La imagen es una representación estética y está relacionada con varias producciones mediáticas, todo posee una estética, las representaciones pueden ser elementos cotidianos también que pueden estar en nuestro diario vivir. En la estética Japonesa sus conceptos occidentales son muy diferentes a los nuestros, para ellos tiene mucha importancia dentro de su arte estético la evocación de dioses, el mantener la armonía con la naturaleza y el budismo.

También existen representaciones simbólicas e icónicas, obviamente las dos están relacionadas, pero dentro de ellas están los signos naturales que es todo lo que se refiere a lo natural y artificial, los que son hechos por el hombre.

“Sin embargo el símbolo y el icono a pesar de estar relacionados tienen una diferencia, los símbolos son signos convencionales y el signo por su naturaleza

polisémico, el icono es una reproducción de caracteres naturales de la realidad” (Pierre 1976)⁶

La evolución de diferentes representaciones en las culturas siempre estarán ligadas a la vida de cada ser humano creando nuevas tendencias, generando nuevos procesos de transformación entre individuos.

1.3 Comunicación Masiva

La cultura postmoderna, los medios de información de masas y las nuevas tecnologías tienen una presencia clave en la sociedad actual, por tanto resulta incuestionable el papel determinante que desempeñan los Medios de comunicación sobre la construcción de conocimientos y estereotipos en niños.

“La estructura del sistema de comunicación de masas ha sido influida por las condiciones sociales, políticas, económicas y culturales propias de la época en que tuvo lugar el desarrollo de los medios, que todavía siguen siendo importantes fuerzas socioculturales de la sociedad en que los mismos operan” (Melvin 1970)⁷

Para la revista El Prisma,

En la comunicación masiva existe, una conducta o modelo psicológico colectivo que tiene su sede en las conciencias individuales, y constituye una unidad de; pensamientos, convicciones, emociones, tendencias o metas, que se producen bajo determinados factores sociales, que ya no resultan expresión del yo propio, sino reflejo de las condiciones sociales a las cuales todos los sujetos se encuentran sometidos⁸.

Los medios masivos muchas de las veces se olvidan de cumplir su rol y se vuelven empresas generadoras de dinero, además de difundir las diferentes ideologías

⁶ GUIRAUD, Pierre, “La semántica”, Fondo de Cultura Económica, México, Segunda edición en Español, 1976, Tercera reimpresión 1988, Pág. 18.

⁷ FLEUR, Melvin, “Teorías de la comunicación masiva”, Segunda Edición, Editorial Paidós, Buenos Aires 1970

⁸ CASTILLAS, J, “Comunicación Masiva”, http://www.elprisma.com/apuntes/comunicacion_y_periodismo/comunicacionmasiva/default3.asp, (Fecha de acceso 15 de abril 2011).

políticas de las clases dominantes, la sociedad debería exigir información veraz para que lo que se presente, sea también cuestionado y de esa información poder crear una identidad, con el fin de educar a los mas pequeños tomando en cuenta que se debe responder a principios éticos, con este proceso la información se vuelve competitiva, de la misma manera el papel didáctico que tiene la Televisión supliría algunas necesidades que requieren el grupo objetivo en el que se basa esta investigación.

En la antigüedad no importaba mucho lo físico, los medios de comunicación se volvieron oficialistas de lo que es una vida con clase. Las necesidades hoy en día son creadas y sostenidas desde estos medios que desplazan las relaciones interpersonales y no justifican la dependencia al capitalismo: Son ellos quienes se encargan de la educación de los niños mientras los padres trabajan y son ellos los que rigen a un ser humano a un grado de aceptación en el entorno en que se desarrollan según su aspecto físico y su posición económica.

Se puede llegar a pensar incluso que los medios pretendan imponer modelos y estereotipos de forma violenta, es por eso que muchas veces esos mismos esquemas de belleza y patrones de felicidad. Para la opinión pública es difícil distinguir cual es información errónea y cual no.

Otro de los puntos muy importantes es la influencia de los medios en la formación del sujeto y aun más con respecto a los niños en su aparato psíquico.

Enrique Guinsberg manifiesta que:

El niño nace puro ello (instancia pulsional básica regida por el “principio del placer”), a partir de los cuales se forman el Yo y el Super Yo. La constitución del Yo es producto tanto de un complejo proceso de identificaciones como el paulatino reemplazo del principio del placer por el principio de la realidad y en ambos la familia tiene el rol central con el apoyo de las instituciones escolares y religiosas, pero no se puede negar que los medios están llegando mas que las demás instituciones, aspecto que es de mucho peso en muchos lugares con bajos niveles de alfabetización (2003)⁹.

⁹ GUIMSBERG, E, (junio 2003) “La influencia de los medios masivos en la formación del sujeto: Una perspectiva psicoanalítica”, (Fecha de acceso 12 abril 2011)
<http://www.scielo.br/pdf/pe/v8n1/v8n1a02.pdf>

Los modelos identificatorios básicos en los niños a temprana edad surgen de los vínculos afectivos del niño con las relaciones directas de padres, abuelos, maestros etc. Hoy el niño se encuentra con nuevas figuras que provienen del televisor y se relacionan con caricaturas, juegos electrónicos, protagonistas de novelas, que no convencen solo por impactantes o llamativos sino por su forma y sus nombres que deslumbran a los niños por ejemplo Batman, Superman, La mujer maravilla o Doraemon, y son observados como exponentes de fuerza.

Existe un alto grado de identificación de ciertos personajes y figuras televisivas, musicales de ahí se produce una imitación de gestos conductas, vestimenta donde los niveles de lectura e interpretación y el público es el que decide que mirar.

Para Shaw, sostiene sobre la agenda-setting que:

Como consecuencia de la acción de los periódicos, de la televisión y de los demás medios de información, el público es consciente o ignora, presta atención o descuida, enfatiza o pasa por alto, elementos específicos de los escenarios públicos. La gente tiende a incluir o a excluir de sus propios conocimientos lo que los media incluyen o excluyen de su propio contenido (2001)¹⁰.

Los instrumentos de comunicación masiva tecnológicamente avanzados, son potencial y relativamente peligrosos, debido al manejo que se les ha ido dando en los últimos años, esto ha generado un deterioro en los recursos gráficos que se utilizan en estos dibujos, las situaciones en las que se desarrollan y las características de los personajes responden a simples situaciones ordinarias y ficticias que no integran del todo la realidad en la que el receptor se desenvuelve diariamente. Esto genera que haya una evasión de la realidad y una falsa educación orientada simplemente a la distracción y al adormecimiento de la realidad.

Aunque los medios masivos han tomado mas fuerza en estos años cabe destacar que esto se deriva de un contexto socio histórico, actualmente podemos ver que existen más adultos y mas aun niños con mayor tiempo libre y con mayor tiempo de acceso

¹⁰ MARTINI, N, "Comunicación de Masas" (2001) <http://www.rppnet.com.ar/massmedia.htm>, (Fecha de acceso 16 de abril)

a una herencia cultural que en la antigüedad, donde los mass media se vuelven sistemas de propiedad y control.

Dentro del contexto que se ofrece para el estudio de los medios, una de las características en las que se evidencia el poder de los medios es en el concepto de estatus que los medios dan a alguien desconocido para luego convertirse en alguien famoso o alguna autoridad en campañas políticas, este personaje con sus opiniones y actitudes va tomando credibilidad y posición dentro de los televidentes, así pasa de una u otra manera a ser importante.

Otra de las características es cuando el público llega a caer en una Disfunción Narcotizante, su interés es solo informarse sin advertir que se ha abstenido de decidir y actuar.

Spiri manifiesta que:

El término de Disfunción Narcotizante se refiere a que, a diferencia de las otras consecuencias sociales de los medios, esta no aporta al equilibrio y mantenimiento del sistema, no le es funcional. Respecto a Narcotizante es claro que trabaja sobre la metáfora de la droga, del narcótico, que atonta y genera apatía tanto como conformismo.¹¹

El lector interpreta lo que mira en la televisión, el hecho de leer, escuchar y pensar, llega a confundir, el conocer sobre noticias de su contexto y el hacer algo respecto de ellos.

Los medios masivos de comunicación son sustentados por grandes empresas comerciales en el sistema social y económico vigente, lo que ha generado la gran monopolización de los medios, por tanto dichos medios contribuyen al mantenimiento de ese sistema.

¹¹ SPIRI, "Disfunción Narcotizante", Junio 2008, <http://dialogos.mejorforo.net/t411-la-disfuncion-narcotizante> (Fecha de acceso 16 de abril)

Rechazan los objetivos sociales cuando éstos chocan con los intereses económicos. La opinión pública pasa a segundo plano, y solo interesa lo que digan los favorecedores, se fijan en que sean sus opiniones bastante aceptables como para no alejar a ninguna parte apreciable del público.

La monopolización de los medios de comunicación además llegan a empobrecer la oferta de contenidos y programas atentando contra la capacidad de los menos escuchados, como la población infantil, dedicándose solamente a las presentaciones publicitarias que afectan a la salud física y mental de los niños.

1.4 Lenguaje audiovisual en Doraemon

El Anime, tan solo por ser dibujos animados podemos pensar en “simples caricaturas para niños”, pero el mundo del anime va mucho más allá, la serie de anime *Doraemon* es para público aproximadamente hasta los ocho años, esto se debe a que sus capítulos son orientados a este grupo por los gustos gráficos y sobre todo a las situaciones que vive el protagonista.

Está integrado por un conjunto de símbolos y normas de utilización que les permiten comunicarse con otras personas, dentro de ellos están las imágenes y lo auditivo, el término audiovisual significa la integración e interrelación plena entre lo auditivo y lo visual para producir una nueva realidad o lenguaje.

La percepción es simultánea, así se crean nuevas realidades sensoriales mediante mecanismos como la armonía (a cada sonido le corresponde una imagen), complementariedad (lo que no aporta uno lo aporta el otro), refuerzo (se fortifican los significados entre sí) y contraste (el significado nace del contraste entre ambos).

Sus capítulos se orientan más en el género de las aventuras, tomando a los personajes con sus rasgos y comportamiento y situándolos en una gran variedad de escenarios y en los personajes podemos observar enfados, persecuciones, miedos, temor, amenazas, etc.

Si se analizan ciertas imágenes de los personajes en acción se puede apreciar ciertas actitudes que expresan y que son parte del lenguaje audiovisual, por ejemplo la mayoría del tiempo la mamá de Novita, el protagonista, siempre pasa molesta por las malas notas de su hijo en el colegio y obligándole hacer sus tareas siempre. Por otro lado esta Gigante que es muy violento y se muestra agresivo consiguiendo las cosas a la fuerza y riñendo con Novita, mientras Shizuka es sensible y se lleva con todos los niños por su dulzura.

Para que exista fantasía siempre debe tener algo de la realidad y de hecho todas las series animadas siempre empiezan sus capítulos de lo más normal y en el transcurso del mismo toma forma la fantasía.

Los mensajes audiovisuales facilitan la comunicación, es por ello que donde vemos una imagen enseguida podemos interpretar y sacar una conclusión, así muchas veces se dice que “una imagen vale más que mil palabras” y esas imágenes son las que se proyectan en las personas y se las acerca a la realidad. Por lo tanto, utilizar esto en la educación de los niños sería de gran ayuda para su beneficio.

Lo audiovisual tiene una clara diferencia y las imágenes son iconos de tal modo que la relación entre el signo y el referente es muy grande, mientras que en las palabras las letras son meros elementos simbólicos. No obstante, podemos hablar también de unidades de contenido y podemos equiparar a los párrafos con las secuencias y los planos con las palabras, es decir estos grupos van de la mano y forman conjuntamente un mensaje.

Capítulo 2

La Televisión Para Bien o Para Mal

2.1 ¿Cómo trata la televisión a los espectadores?

Cuando hablamos de un espectador televisivo hacemos referencia a la persona que recibe por medio de los sentidos todo lo que compone la señal televisiva, es decir: Imágenes, audio, situaciones, contextos etc. Al hablar de espectador televisivo no se puede generalizar y homogenizar sino mas bien sectorizar, hay diferentes tipos de públicos, por lo que debe existir así mismo diferentes tipos de programación que respondan a la necesidad de dichos sectores.

Los niños son en definitiva uno de estos grupos focales en los que poco se preocupan las televisoras, los niños no tienen capacidad de adquirir por si mismos sus bienes y ser compradores en potencia, sin embargo son medios para llegar a sus padres que si tiene esta capacidad adquisitiva. El mercado y el comercio son los que rigen la programación, la publicidad es el elemento vital para que los programas de hoy en día se mantengan al aire, por tanto la televisión la mayoría de veces tiene un trato meramente comercial desde su programación hacia sus espectadores.

“La televisión, al alcanzar estos niveles como algo natural puede compartir el contacto directo que es uno de los poderes de la sensibilidad, convirtiéndose en una forma de expresión del hombre, y que ha logrado descifrar sus componentes de su ser que son de esa naturaleza” (1973)¹².

La televisión se impone sobre otros medios y deja atrás a los de vanguardia, ya que tiene una gran ventaja que es juntar el elemento visual con el elemento auditivo, esta ventaja ha generado que la televisión supla la radio y a los medios impresos ya que se puede obtener esta misma satisfacción simplemente apretando un botón.

¹² GATTEGNO, Caleb, “Hacia una cultura visual”, Primera Edición, Editorial Marco Antonio Pulido, México 1973, Pags. 157

Lorenzo Vilches afirma en Los usos de la televisión que:

La diversión, entretenimiento, la utilidad social e información los medios en general usan con un fin específico, la audiencia selecciona el medio y los contenidos según sus necesidades, hay quienes prefieren informarse, en cambio otros ven series porque les gusta identificarse con la realidad en ella representada¹³.

Se debe tomar en cuenta que no siempre las imágenes presentadas responden a la realidad del espectador y más aun en los niños y niñas, y no se puede evitar o controlar los programas que ven, por eso los padres y educadores les correspondería proponer estrategias educativas para poder enseñarles a controlar sus actitudes, que son reflejadas después de ver la serie animada.

En esta investigación los niños y niñas son los telespectadores, hay que destacar que son varios factores que influyen para que los programas capten la atención de los mismos. Como bien sabemos la televisión tiene un lenguaje audiovisual, sea cual sea el programa que los niños y niñas estén viendo siempre va a causar una representación mental porque se emite figuras, formas, sonidos, imágenes. En ocasiones se van a producir varias impresiones especialmente cuando estas imágenes son realizadas con un zoom que impactan en ellos y también cuando se manejan personajes con voces infantiles para proyectar actitudes de sensibilidad.

Los medios son un potente promotor de estereotipos e implicaciones en la forma en que vivimos, ya que al momento de evidenciar cierta serie puede producir un choque cognitivo y afectivo logrando romper las posteriores comprensiones y modificando los modos de interpretación alejando muchas veces a los niños y niñas de la realidad, porque el cerebro asimila primero la imagen antes que la palabra.

La programación es para todos, se dirige a niños, niñas y adultos sin distinción alguna incluso en los dibujos animados se presentan como prototipo para un adulto, estos programas se vuelven tan cotidianos en la vida de los más pequeños que quizá no es necesario tomar en cuenta cuanto influyen en el aprendizaje.

¹³ VILCHES, Lorenzo. Op. Cit. P64

De cómo trata la televisión a los espectadores se pueden destacar aspectos positivos como negativos entre los positivos podemos mencionar: el conocer diferentes culturas como la japonesa, aprender costumbres de esos países, educarse con programas sobre tecnología, e informarse sobre lo que pasa en el mundo, aunque los niños y niñas muy poco se preocupan de aquello, sino más bien le prestan mas atención a lo que pasó en el capítulo de su serie animada.

Se debe enseñar a ver un programa de forma crítica mas no a rechazarlo ni desprestigiarlo, por ejemplo extraer lo importante de él porque cada escena se transmite y puede representar algo importante, que el niño pueda mirar de una manera autosuficiente y crítica.

En cuanto a la psicología del mercado, los mass media aplican psicología al estudio de la conducta de los consumidores, básicamente se propone descubrir las reacciones de éstos con la conexión estímulo-respuesta.

En lo que respecta al psicoanálisis, su creador Sigmund Freud señalaba:

Que el aparato psíquico estaba integrado por tres instancias: El ello ó id, que es la parte de la personalidad que contiene los instintos, los impulsos, todo lo heredado; es la naturaleza bruta antes que se ejerza influencia por la educación. El yo ó ego, que dirige la personalidad. Está integrado por el pensamiento, la memoria, la percepción, todo en relación con la realidad vivida por el sujeto. Y el super yo ó super ego, que es el resorte ético de la personalidad por la asimilación de las normas que los padres dan al niño sobre lo bueno y lo malo.¹⁴

Freud supone que los individuos son, en gran medida, inconscientes de las verdaderas fuerzas psicológicas que moldean su conducta

2.2 Niveles de Aprendizaje en la televisión

En los niveles del aprendizaje lo que se trata básicamente es saber como los niños y niñas empiezan a desarrollar su conocimiento y lo qué adoptan de lo que ven. La extracción de la información se realizará a través de los códigos que da el mensaje,

¹⁴ FREUD, S, Esquema del psicoanálisis; Ed. Paidós; Buenos Aires, Argentina, 1974

con los años y la experiencia cambian los niveles de atención, comprensión y comportamiento de los niños, pero al mismo tiempo se hacen capaces de entender el lenguaje del medio.

Gattegno plantea que en el espectador infantil que:

Se generan los niveles progresivos, están como primer nivel la interpretación de los objetos vistos en la tv según a las habilidades aprendidas en su entorno real, como segundo nivel esta acercar la vista al objeto que se quiera, en el tercer nivel esta la especificidad del lenguaje televisivo que se vuelve mas débil, estos son los niveles que toma en cuenta este autor¹⁵.

Depende de la edad de los niños y niñas, asimilan lo que ven de manera indirecta a su vida y lo que los rodea, para eso deberían ser los padres y la escuela los mediadores para ayudar a mantener un equilibrio entre lo que ven y la realidad.

Por otro lado también pueden ver programas donde se transmiten valores, la solidaridad, respeto, cooperación, programas didácticos y culturales que permiten el desempeño formal y no formal de la audiencia infantil.

Los programas no tienen un solo código de interpretación hacia los demás, es por eso que cuando los niños y niñas miran dibujos animados al ver a sus personajes en miniatura, provoca que lo vean a ese personaje como suyo, porque representa voces y comportamientos que se los ve muy naturales, así las imágenes pasan a ser como la lectura de una sucesión de iconos y todos los días se da vuelta de capítulo, de modo que las imágenes se prestan para ser leídas como comunes.

En el aprendizaje se dan otros factores importantes en la lectura visual de un niño como la denotación que es el significado literal de algo sin la necesidad que se muestre algún código y la connotación depende de un código y los mismos que no son iguales en todos ni todas las culturas.

Una de las disciplinas que intervienen en los niveles del aprendizaje es la Semiótica, entendiendo que esta ciencia estudia los códigos de las diferentes representaciones,

¹⁵ GATTEGNO, Caleb, Op. Cit. P. 157

ahora una representación se la puede definir en este caso una construcción visual y auditiva, por tanto cada representación va a tener signos, los mismos que siempre van a representar un objeto pero no siempre por completo.

Después de lo mencionado podemos ver que empieza a tomar impulso la comunicación no verbal y sus discursos a través de la percepción por ejemplo para los niños al ver un héroe asimilan el tamaño, su forma y la actitud que tomo dicho héroe en una determinada circunstancia. Es importante saber que la comunicación no verbal también comunica al igual que la verbal y de una manera más profunda, así está se vuelve inevitable y la mayoría de veces se da por expresión de emociones gestos etc.

Existen además elementos importantes en la comunicación no verbal que causa en los receptores una buena y más completa comprensión del mensaje, como la kinésica que se refiere a todos los movimientos corporales, posiciones del cuerpo que obviamente transmite un mensaje.

También esta el aspecto físico como forma de comunicación por ejemplo tenemos la vestimenta, el cuerpo, maquillajes, tatuajes, accesorios que pueden reflejar actitudes emocionales de tristeza, alegría, aburrimiento, coraje etc.

El tiempo y espacio en que se desarrolla una determinada escena tiene que ver con la proxémica, siempre el espectador estará rodeado de este espacio que puede envolver al niño.

El programa que analizaremos en nuestra investigación es Doraemon, se juega con el tiempo en presente, pasado y sobretodo futuro. De igual manera emite un mensaje donde hace ubicar al niño en el tiempo en que se desarrollo la historia.

Por tanto estos niveles de aprendizaje de los niños y niñas de acuerdo con lo que observan y con el tiempo van adquiriendo conocimientos que se van convirtiendo en modelos de comportamientos idealizados.

2.3 Recepción de Doraemon en los niños y niñas

Los niños tienden a escoger aquello que les pueda facilitar la comprensión y el interés. Ellos son capaces de seleccionar el programa que esté más próximo a sus gustos y en la edad pre-escolar rechazan aquellos que sean difíciles de comprender.

Los niños y niñas aprenden a mirar sus series a partir de su misma experiencia con el medio y de acuerdo a su edad se da la aprensión de habilidades televisivas, la atención se incrementa con la edad hasta los 10 años, y es así que los espectadores infantiles mientras comen, se viste o juegan miran televisión.

Se produce el efecto zombi, los niños y niñas escuchan los diálogos y narraciones con mayor atención cuando miran la pantalla y cuando el sonido no es claro ellos pierden la atención de lo que están viendo.

En la información y el aprendizaje dentro de algunas condiciones de programación y de recepción, los niños son observadores y receptores activos y capaces de desarrollar habilidades cognitivas.

En los medios en cambio lo que se mide es la aceptación de la audiencia que programa tiene, más no lo que pueda o no afectar a los niños y niñas, es decir manejan su programación por el nivel de rating.

“Doraemon” es un dibujo animado, cuyo principal protagonista es un gato-robot del siglo XXII, su rasgo característico es su bolsillo mágico, del que saca los inventos más extraordinarios en relación a la realidad en la que vive. En ocasiones estos aparatos son difícilmente controlables y acaban por llevar a los protagonistas a situaciones fuera de lo común.

Junto con Doraemon, existe otro protagonista, se trata de Nobita. Todo era normal y aburrido en la vida de él, hasta que un día estando en la escuela, algo muy curioso le sucedió, de la cajonera de su escritorio salió un extraño ser, una especie de gato-robot de color azul, se trataba de Doraemon. Desde este momento, ambos vivirán emocionantes y divertidas aventuras.

Una vez que el personaje de la serie se hace conocido y más visto por los pequeños, pasan a tener “vida propia”, esto sucede cuando el personaje es creado y pasa de ser un simple dibujo a tener autonomía como persona, es por eso que en el personaje se toma en cuenta tres dimensiones:

Dimensión física: como sexo, edad, apariencia, defectos (deformidades, enfermedades). En el caso de superhéroes: poderes, elementos, ropa especial. Dimensión Social: como las clases sociales, la educación, ocupaciones, religión, raza. Dimensión Psicológica: historia familiar, vida sexual, autoestima, actitud frente a la vida, actitudes.¹⁶

A medida de que el tiempo avanza los dibujos animados van dando un giro y van cambiando sus tendencias culturales, va por lo tanto mostrando una nueva realidad comunicativa y más en los pequeños, quizás se puede llegar a la conclusión de que no es en sí el contenido, sino cómo se lo transmite. Es probable que el contenido no se pueda expresar tal como es porque pueda que exista un choque con la tecnología visual y no permite la elaboración del mensaje como era.

Por lo general en este programa los dibujos son cómicos y cerrados porque en cada capítulo se desarrolla una historia diferente, por tanto son limitados los personajes y los lugares, por lo general son los mismos y tienen una duración de 30 minutos o una hora.

El apoyo que el adulto de a este proceso es importante, ya que podrá orientar a los niños y niñas a lograr calidad en la interpretación y recuperación discursiva del mensaje, además generar un nuevo concepto cultural y de menos mercantilismo.

Es importante que se trabaje en estos aspectos con los niños y niñas de cuatro a ocho años de edad, porque que a partir de los nueve años empiezan a distinguir mucho mejor la ficticio y la realidad.

¹⁶ PROPPER, Flavia, “La era de los super niños: infancia y dibujos animados, Buenos Aires, Alfagrama 2007.

Capítulo 3

Los Niños como Telespectadores

3.1 Los Niños Frente al Televisor

Los niños y niñas son excelentes imitadores, esto no siempre es perjudicial, incluso durante los primeros meses de vida, la influencia televisiva se da no solo con respecto a lo que transmiten los medios, sino al clima en que se crea en relación con sus audiencias y de la sociedad en general.

El problema puede originarse cuando la imitación de las imágenes expuestas en los dibujos van entrelazándose con valoraciones contrarias a lo que recibe de su mundo exterior que le llaman la atención. Lamentablemente el escenario infantil que vivimos en nuestro país algunas ocasiones imposibilita vías para encaminar sus procesos de socialización.

Otro de los aspectos importantes que se debe tomar en cuenta es cuando los niños y niñas están siendo bombardeados de avisos publicitarios aunque muchas veces no son específicamente para ellos, siempre la publicidad muestra productos y de una u otra los más pequeños quieren llegar a tenerlos.

En nuestra investigación se realizó un sondeo de opinión a los padres de familia del grupo focal de niños y niñas de cuatro a ocho años de edad, quienes coinciden en un 70% que miran la televisión de tres hasta cuatro horas diarias y entre esas horas está 30 minutos de Doraemon incluyendo también los fines de semana.

Con respecto a la publicidad que se maneja hablando de una clase social media, manifiestan que existe mucha demanda de productos que muchas veces no son accesibles para ellos. Los comerciales de TV, generan también estereotipos raciales, sociales, culturales, sexuales, así como también costumbres en su alimentación, porque la información no siempre es la acertada.

Los niños también respondieron a su gusto por Doraemon, es evidente que todos lo relacionan con el mundo mágico del gato, un espacio donde un capítulo más, es una

historia real y que lo sueñan con los ojos abiertos y sus símbolos se vuelven divertidos, y graciosos.

Los dibujos animados son parte de la vida habitual de los más pequeños y la manera en que hacen uso de ellos no está necesariamente modelada por los propios contenidos televisivos, sino por el uso y la comprensión individual de lo que miran ocasionándose una cercanía socio-cognitiva. Los niños y niñas interpretan los contenidos de los mensajes televisivos negociando sus significados de acuerdo a su edad, habilidad e influencias socializadoras.

Cuando los niños y niñas regresan de la escuela después de una larga jornada y no tuvieron un buen día por diferentes factores como mal rendimiento, problemas entre compañeros o una mala alimentación, al llegar a la casa buscan su comodidad y descanso en la televisión.

El paso externo de una situación de rendimiento a otra de descanso acompañado por un acoplamiento bioquímico corporal realizado por el sistema nervioso-motor autónomo parasimpático, al dejar de secretar adrenalina y otros neurotransmisores adecuados a la atención y tensión propia de las actividades de rendimiento, y en cambio, secretar endorfinas y serotoninas, neurotransmisores adecuados a situaciones psicológicas de relajación en espacios de descanso en los niños ¹⁷

En el descanso buscan tiempo suficiente para relajarse y hacer lo que más les gusta, en ese espacio de su desahogo crean a través del espacio lúdico interactuar con el juego y crear sus espacios de diversión que los niños y niñas ejercen ante la televisión en un proceso de imágenes, luego van construyendo a partir de sus vivencias nuevos simbolismos, nuevas historias y nuevos personajes.

¹⁷ FUENZALIDA, Valerio, “Expectativas Educativas de las Audiencias Televisivas”, Bogotá 2005, Editorial Norma, Pág. 86

3.2 Doraemon uno de los mangas más exitoso de la historia

Es importante saber que “Manga” es un término japonés y se utiliza para denominar creaciones de personajes en algunas historias, llegando a distintos públicos y diferentes ilustraciones con un héroe distinto convirtiéndose en un estilo que ha llegado a competir mayormente y con más tiempo en el mercado que los dibujos norteamericanos provocando gran impacto en occidente y todo el mundo.

“El manga viene desde hace muchos siglos atrás, desde 1600 en la época Edo donde los denominados Ukiyo-e dibujaban en modo de protesta sus quejas sociales. Hokusai en (1760-1849) fue el introductor del término "Manga", formado por dos Kanjis: *man*, "irresponsable, incontrolable, caprichoso" y *ga*, "dibujo, ilustración, garabato".¹⁸

Cuando el grupo hippie se liberó, el cómic y el animé japonés llegaron a Estados Unidos, logrando éxito por los héroes acartonados de Marvel, Amalgam. El héroe japonés moría, sus historias tenían final e incluso podía perder la contienda. Pero las series se desarrollaban con longitudes extensas.

El manga tiene varios géneros, pero Doraemon está dentro del género Kodomo, que en japonés significa niño y justamente estas caricaturas son creadas para ellos, aunque muchas veces han sido criticadas por su violencia.

Su lenguaje es gráfico por lo general de izquierda a derecha y traducido a muchos idiomas, además está muy ligado a las formas narrativas de la televisión y el cine; un manga es un story board al que se añaden algunas palabras alrededor con una diversidad de secuencias, la técnica del dibujo, la resolución de formas, tramas y colores, debemos reconsiderar nuestra opinión y analizar si del comic japonés solamente hay que rechazar lo violento, o intentar utilizarlo y aprender de su dinámica (Martínez 1998)¹⁹

¹⁸ “Magna” <http://enciclopedia.us.es/index.php/Manga> (Fecha de acceso 10 de mayo)

¹⁹ MARTINEZ, Enrique, “Educación Familiar y socialización con los medios de comunicación” 1998, <http://www.uhu.es/cine.educacion/articulos/educacionfamiliaresocializacion.htm>, (fecha de acceso 12 de mayo)

Con respecto a la manga moderna se dio más construcciones de ejemplares volviéndose cada vez más cultural, comercial a nivel mundial y Doraemon es uno de ellos que ha tomado fuerza en este último tiempo primero en Japón y luego en todo el mundo.

Doraemon fue creado 1969 y 1970 por Fujimoto Hiroshi y Motoo Abiko, proviene de la unión del nombre de unos pastelitos típicos japoneses rellenos de judía (dulce), los *dorayakis* (los pastelitos favoritos de Doraemon; dulce cuyo nombre viene por su forma redondeada, "Dora" significa Gong en Japonés, y junto al sufijo emon, muy antiguo y utilizado en la época de los samuráis.²⁰

La trama de esta historia es con Nobita, un niño que vive en Tokio y todo empieza cuando un día un extraño ser sale de su cajón deseando comer la merienda del niño, vive en el siglo XXII y toda su familia son de escasos recursos económicos por algunos errores que cometió Nobita. Para ayudar al niño un sucesor envía un robot "Doraemon", de regreso al pasado. Nobita es el más perezoso y el menos inteligente de los niños de su clase. Pero Doraemon tiene un bolsillo cuatridimensional que contiene toda clase de interesantes aparatos del siglo XXII y, con ellos, Doraemon intenta salvar a Nobita de su futuro de pobreza y fracaso.

Los diferentes episodios tienen similitudes, existen numerosas revistas publicadas por Shōgakukan y recopiladas en 45 libros. Después de un breve intento sin éxito de llevar a Doraemon al anime en 1973 por Nippon Televisión, permaneció en forma de manga hasta 1979, cuando la compañía Asahi produjo una serie de animación de Doraemon. La serie no tiene fin y, de hecho, después de Sazae-san, es una de las dos series más largas de la historia de la animación con más de 1800 episodios²¹

Con respecto a sus personajes detallaremos a cada uno:

El personaje principal es *Doraemon*, un gato que fue enviado del futuro y acompaña a Nobita, en su bolsillo siempre lleva una cajita de inventos mágicos, lo que busca es

²⁰ Enciclopedia libre, "Doraemon", <http://es.wikipedia.org/wiki/Doraemon>, (Fecha de acceso 15 de mayo 2011)

²¹ Ídem, Pág. 1

ayudar al niño a mejorar sus hábitos y su actitud, para que se comporte mejor con su familia, sacándolo de la pobreza y que pueda tener un mejor futuro.

Y el coprotagonista es **Nobita**, el protegido de Doraemon, es un niño con muy poca suerte, burlas y de pocos amigos, uno de sus compañeros de clase esta shizuka, Nobita, vive enamorado de ella, pero por otro lado atormentado por el Gigante y Tsuneo. Doraemon siempre le presta inventos del futuro que supuestamente han sido diseñados para resolver problemas, pero Nobita acaba usándolos para su propio beneficio y todo se hecha a perder siempre. Es bastante miedoso y torpe, en más de un capítulo ha arriesgado su vida por ayudar a los otros o salvar a una civilización.

Shizuka Minamoto: Es la niña que está en la clase, muy buena estudiante, bonita y enamorada de Nobita, tiene un corazón muy noble y siempre busca ayudar a los demás. Es la única niña que aparece como personaje principal en el anime, y siempre en mente del resto de niños.

Takeshi Goda "Gigante": es al que todos le temen en el barrio, el perverso y malo, siempre usa su fuerza para conseguir lo que quiere, y siempre su víctima es Nobita. Es el mejor amigo de Suneo, el matón de la escuela y los dos se encargan de hacerle la vida imposible a Nobita. Le encanta leer libros manga y su rendimiento académico es muy bajo, siempre se mete en problemas. Además obliga a los niños a escucharle cantar y tiene una hermana pequeña, Jaiko, que dibuja manga.

Tsuneo Honekawa: De una muy buena posición económica que le gusta presumir de lo que tiene, es mentiroso y siempre acompaña a Gigante para evitar que éste le pegue como hace con el resto de los niños. Nunca toman en cuenta a Nobita para jugar.

Tamako Nobi (o Señora Nobi): madre de Nobita, y está casada con Nobisuke, padre de Nobita Tiene 38 años. Siempre manda al niño hacer las compras, ordenar la habitación, hacer los deberes, etc. Tiene muy mal genio y castiga a su hijo a gritos cuando tiene malas calificaciones y cuando Nobita las esconde para que ella no las vea. Tiene un hermano menor llamado Tamao.

Nobisuke Nobi (o Señor Nobi): Es el padre de Nobita. Trabaja en un edificio, cuando no está trabajando y se queda en su casa siempre lleva puesto un overol azul marino con un cinturón negro. Le gusta fumar y beber cerveza.

Dorami: Es la hermana menor de Doraemon, tiene las mismas habilidades que su hermano mayor, incluyendo el bolsillo mágico que reside en el siglo XXII junto al amo original de Doraemon y únicamente aparece en las situaciones que se escapan del control de Doraemon.

Eisai Dekisugi (o Dekigusu): Es la antítesis de Nobita, es muy inteligente, buena estudiante, por lo que Nobita teme que Shizuka se enamore de él. Es un personaje secundario y no entra demasiado en escena.

El Maestro: Profesor de la clase de Nobita. Siempre regaña a Nobita por mal estudiante.

Sewashi Nobi: Nieto de Nobita en el siglo XXII.

Jumbo: Nieto de "Gigante" en el siglo XXII.

Las grandes cabezas de los personajes manga y anime están siempre adornadas de admirables y curiosamente coloreados mechones de pelo, flequillos y complicados cortes que luego son imitados por una legión de seguidores fanáticos, Sin embargo, el éxito occidental del manga parece radicar en su estricto canon de proporciones para los personajes, muy semejante a la estilización y alargamiento del canon de figuras que emplean los dibujantes de figurines para el diseño de moda ²²

Es una de las dos series más largas de la historia de la animación con más de 1000 capítulos y en Latinoamérica la primera temporada fue de 1975 a 1976, la segunda temporada de 1980 a 2006 y la tercera temporada 2006 hasta ahora.

²² García, Carmen, "Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime", Abril 2006, <http://www.paperback.es/articulos/poblacion/raices.pdf>, (Fecha de acceso 25 de mayo)

Respecto al fin de Doraemon se han planteado varios, pero hasta ahora no se determina en realidad cual es, porque el creador murió antes que se defina por eso se dicen los siguientes:

1. Doraemon es un sueño de Nobita, es el último capítulo, se muestra un niño con cáncer, otras versiones afirman que es un niño con leucemia, autismo, sida, está en silla de ruedas y de pronto despierta de un sueño y todos los capítulos vistos eran alucinaciones de un niño sin amigos. Esta versión se hizo muy popular en Japón y se manifestaron, tanto que los productores emitieron un aviso que ese capítulo no existía.
2. En la segunda versión a Doraemon se le acaban las pilas, un ratón destruye su batería, mientras Nobita está en la escuela, tiene un problema, corre a su casa y encuentra al gato apagado, el niño empieza a llorar y se da cuenta que hay un artilugio dejado por el gato con el que puede viajar en el tiempo, en el futuro le dicen que si le ponen una pila nueva al gato puede perder su memoria y no recordaría todas sus aventuras. Decidió estudiar y esforzarse para poder crear una batería donde pueda recuperar a Doraemon sin que pierda su alma. Salió del colegio, de la universidad como el mejor estudiante, y máximo responsable de una compañía de inteligencia artificial. Se caso con Shizuka y fue muy feliz, 30 años después salió de la universidad invento un chip donde almacenaría toda la información de la memoria del gato, este toma vida y agradece a Nobita por volverlo a la existencia, y viven juntos y así termina esta serie.
3. Marzo 1971, donde Doraemon explica que un gato como él causaba problemas y decide volver al futuro, se despide de Nobita y regresa al futuro, como el niño no quiera dejarle ir el gato le dice que tiene un problema mecánico y que debe volver al futuro, luego el gato se da cuenta que mintió a Nobita y le dice que ya es tiempo y que debe separarse de él. Así que le cuenta la verdad además le dice que mentir es muy feo, Nobita lo entiende y se da cuenta que debe marcharse, este final se da porque los niños van creciendo y no podían dejar a sus personajes sin darles un final.

4. En marzo de 1973 planeado por los creadores, Nobita vuelve a su casa llorando porque el gigante le pegó, le cuenta al gato, dieron un paseo en el que conversan y Doraemon le dice que debe volver al futuro, conversan con sus padres y en un momento dado se vuelve a encontrar con el gigante pero lucha y lucha contra él y gana la pelea pero quedo muy golpeado, Doraemon le lleva a la casa, el niño descansa, duerme y el gato regresa al futuro. Este es el final más acertado para lo niños.

Estos son los finales de Doraemon donde la misión del gato termina, aunque hay series que no necesitan un final, sino que sus vidas y aventuras siguen como son.

3.3 Análisis de los episodios de Doraemon como discurso social

En la mayoría de capítulos de Doraemon se presentan situaciones con maquinas espaciales, submarinos, deseos, fantasías, seres del espacio, cámaras etc.

Son algunos capítulos que presenta la serie, pero en especial existen dos que son los más repetidos y observados por los niños, el primero se llama la maquina espacial, en esta historia el gato cósmico crea una maquina para llamar al espacio, esta fue encontrada por nobita pero aun no estaba terminada de construir y el gato recomendó a novita que no la tocara hasta que el concluyera, una tarde Nobita la encontró y la manipuló sin saber, al poco tiempo llegó un ser extraño de otro planeta. Nobita fue a contar a todos sus amigos lo que podía hacer con la maquina, el gato cósmico se dio cuenta de lo que estaba pasando y se molesto con Nobita porque un ser extraño vino y ya no regreso al espacio entonces explicó a Nobita que ellos pueden causar una guerra con los mortales si se les llama a cada rato sin necesidad. Este ser estuvo en la casa de novita hasta que regreso al espacio y la maquina se destruyó.

Otro episodio que también llamó mucho la atención de los niños es Doraemon y el submarino, en este capítulo todos los amigos de Nobita van a pasear en un yate no le invitaron a él y se puso muy triste, cuando todos se fueron el gato al verle así a Nobita le dijo que él tiene un submarino tele transportador y que irían de paseo al mar, este submarino parecía de juguete era muy pequeño, pero a medida que se ponía en un lugar con más agua el submarino iba creciendo, y fueron tele transportándose de lugar en lugar hasta que llegaron al polo norte y al final al mar y vivieron muchas aventuras cuando pasaban de lado a lado, Nobita dejó de estar triste porque también pudo estar en el mar gracias a Doraemon.

En general en todos los episodios los niños se sienten identificados con querer tener o poder hacer lo que hace Nobita gracias a la ayuda del gato en el primer capítulo planteado se asimila a lo que muchos niños y niñas quisieran hacer, que es tener una máquina del tiempo donde puedan viajar a otro lugar y descubrir nuevas cosas, que aunque no es real ellos creen que si es lo es y que existe esa posibilidad.

En el segundo capítulo como es costumbre Doraemon no puede ver triste a Nobita y mientras todos sus amigos se van de paseo en un yate al que él no fue invitado, decide llevarlo a pasear en el submarino y al regreso terminan saliendo por el inodoro, Doraemon siempre soluciona consiente los gustos del niño con tal de no verle triste o que sus amigos no se burlen de él por lo que no tiene o no puede hacer.

La trama de los capítulos en sí es la misma por ejemplo el “pan empollón” es una costumbre de Nobita para aprenderse un libro entero sin necesidad de leerlo, sólo tiene que untar el pan y comerlo y todos los conocimientos pasan directo a su cabeza, esta es otra de las fantasías.

En el desarrollo de cada capítulo, Nobita utiliza mal el invento y tiene que pedir ayuda a Doraemon pues el uso inoportuno de los inventos causa muchos problemas. Aparentemente el mensaje es que los inventos no resuelven los problemas, que es mejor el esfuerzo personal. Sin embargo la falta de formación del niño le impide llegar a tal deducción y se queda sólo con la idea de la suerte de Nobita por tener un robot del futuro que le resuelve los conflictos.

Como lo planteamos al inicio el gato, con sus poderes mágicos, le permite ganar siempre o sacar de conflictos al protagonista Nobita, así se puede notar incluso en la canción inicial y encontrar la explicación y significación que tiene la serie:

*“Ojalá mis sueños se hicieran realidad,
se hicieran realidad,
porque tengo un montón.
Doraemon puede hacer que se cumplan todos.
Con su bolsillo mágico,
Mis sueños se harán realidad.
Quisiera poder volar, por el cielo azul,
Ja, ja, ja, y siempre ganar, Doraemon,
Ja,ja,ja, y siempre ganar, Doraemon”*

En si los capítulos se muestran de manera dramática la mayoría de veces, el lenguaje utilizado es el español y el vocabulario es coloquial, en la musicalización se presenta una cortina de fondo de la canción y efectos.

En un discurso social se presentan una serie de acciones que manifiesta una realidad, es decir no se puede ir al entorno directamente sino siempre por medio del conocimiento de los seres humanos llegar a representaciones. Sí analizamos los capítulos como un discurso social se puede evidenciar que los episodios llevan mensajes implícitos y explícitos que buscan transmitir un mensaje, estilos de vida convirtiéndose en referentes para los niños mostrando un universo imaginario. Detrás de cada capítulo existe una estructura ideológica impregnada en una vida social con ideas morales, religiosas, políticas y con clases sociales etc. Toda acción siempre será un discurso y siempre va a significar algo por medio de la construcción de todos los imaginarios.

Todo este proceso da lugar origen una nueva cultura y estamentos sociales por la consolidación de los mensajes mediáticos, donde muchas veces los emisores toman un enfoque de superioridad en relación al receptor, y como es el caso de los dibujos animados y se prestan como espacios inocentes que estimulan el conocimiento de los mas pequeños experimentando ciertos comportamientos como por ejemplo la catarsis, el sentirse poderosos o pensar que puede serlo en cualquier momento.

Desde la cultura se generan nuevos ámbitos sociales forjando nuevos sistemas comunicativos, el análisis del contenido debe entenderse como un "intertexto" resultante de la transformación del texto original para poder interpretarlo.

Para los niños y niñas los dibujos animados pasan a ser su entorno social, desarrollan su sociabilidad con los demás a quienes puedan contarles sus experiencias televisivas y dejando de lado un entorno natural.

Todas las acciones que se presentan en la televisión dan origen a que los niños estén propensos a controles físicos y psicológicos como respuestas a las adversidades de su vida diaria, lo que da como resultado un una vida de fantasía, violencia, peligro, amenazas e individualismo.

El efecto socializador de los mensajes de los medios de comunicación de masas y de la publicidad es doble. Por una parte, de naturaleza cognitiva, ya que contribuyen tanto a la construcción de la identidad personal (con su bagaje de emociones, sentimientos, creencias, actitudes y valores) como a la adquisición de un conocimiento compartido del mundo. Por otra de naturaleza ideológica, al constituirse en eficaces herramientas de consenso social²³

De las tramas presentadas se generan temas como la amistad y competencia, vinculada a una lucha entre el bien y el mal que genera la construcción de una identidad personal donde se van formando y desarrollando papeles sociales que desempeñan cada uno de los actores basados en signos o formas simbólicas presentes en el mensaje.

3.4 Comportamientos en los niños y niñas

Los niños dedican más tiempo a esta actividad que a otras de ocio, los televidentes tienen afinidad hacia cierto tipo de programación, de situaciones, sonidos,

²³ LOMAS, Carlos, y ARCONADA, Miguel Ángel; "Mujer y publicidad: de la diferencia a la desigualdad", en LOMAS, Carlos (comp.) (1999); ¿Iguales o diferentes? Género, diferencia sexual, lenguaje y educación, Paidós Educador, Barcelona. Pag 117

personajes, los niños y niñas aprenden a comportarse y funcionar como miembros de la sociedad por primera vez, aquí influyen la familia, los padres, la escuela y los medios de comunicación.

La industria ya no obliga a niños y niñas de ocho años a atender una máquina durante catorce horas, es clave analizar si los niños llegan a creer en el discurso de los programas.

Para Lazarsfeld y Robert K. Merton, con respecto a la comunicación masiva afirman que

Existe el peligro de que estos instrumentos, tecnológicamente avanzados, constituyan un cauce fundamental para el deterioro de los gustos estéticos y de los cánones de cultura popular. También hemos dicho que existe una base sustancial para la preocupación por estos efectos sociales inmediatos de los medios masivos de comunicación en los niños.²⁴

Papalia manifiesta que se dan “Comportamientos agresivos, acciones hostiles intencionales que buscan herir a alguien o establecer un dominio por parte de los niños y también un comportamiento prosocial o adaptativo, que significa actuar en favor de otra persona, con frecuencia implican costos, autosacrificios o riesgo por parte de la persona que lo realiza”²⁵

En cambio para Levine en su texto “La influencia de la televisión en los niños” sostiene que:

La influencia de la televisión en los niños” sostiene que la televisión influye directamente en su desarrollo, y sus relaciones, se ha planteado que al mostrar las duras realidades de la vida a los niños, ha modificado la naturaleza de la infancia. Por otra parte, los medios de comunicación llevan a los hogares ideas y percepciones, las cuales, con frecuencia, riñen con los valores paternos²⁶

²⁴ FUENTE: <http://www.mexicodiplomatico.org/lecturas/Comunicacion%20de%20masas.pdf>

²⁵ PAPAIA, D.E. y Wendkos Olds, S.(1997). Desarrollo humano. Santafé de Bogotá: Mc Graw-Hill.

²⁶ LEVINE, M.(1997). La violencia en los medios de comunicación: cómo afecta al desarrollo de los niños y adolescentes. Bogotá: Norma

Además plantea Levine que:

Las actitudes violentas del niño después de observar episodios violentos, puede que no actúe impulsivamente pero esto no significa que no haya aprendido una solución agresiva. A medida que son mayores, la conducta agresiva refleja más estilo interpersonal que cada uno está desarrollando.²⁷

Hay variables importantes en la eficacia de un mensaje de los medios de comunicación.

Los psicólogos manifiestan con respecto al tema, que muchos aspectos se asocian al consumo televisivo, donde los niños y niñas desarrollan emociones, sensaciones, ansiedad, y también donde desarrolla un alta capacidad creativa e imaginativa. Por otro lado aunque no es siempre los niños dependiendo del control que exista por sus padres y escuela, desarrollan comportamientos agresivos con otros niños y también el tener miedo al mundo que les rodea.

Para algunos autores como Gunter Grass y McAleer Contreras, “existen maneras de cómo los niños y niñas adoptan ciertos comportamientos estas son: catarsis, excitación, desinhibición, imitación y desensibilización”²⁸

- **Catarsis:** cuando las personas llegan a desatar impulsos de agresividad almacenados al identificarse con los agresores que observan en pantalla.
- **Excitación:** estimula la irritación en los espectadores, no solo al contenido violento, sino también cuando se trata de contenidos sexuales o sarcásticos.
- **Desinhibición:** es una mayor libertad para actuar de acuerdo con las presiones o sentimientos internos y con menos respeto por las limitaciones dictadas por las normas culturales o el propio superyo.
- **Desensibilización:** existe una reducción en la capacidad de una respuesta emocional a la violencia en la pantalla y a una aceptación incrementada de la violencia en la vida real. Los niños acostumbran a la violencia de los programas que consumen si lo hacen de forma intensiva.

²⁷ Idem, pp 50

²⁸ CUBILLOS, José, “Efectos psicológicos de los videojuegos en los niños”, Enero 2011, <http://videosjuegosdiabolicos.blogspot.com/2011/01/efectos-psicologicos-de-los.html> (Fecha de acceso 6 de mayo)

- **Imitación:** instinto de aprender comportamientos desarrollados por personajes televisivos y copian de ellos sus acciones.

Los dibujos animados siempre serán de gran atractivo para los niños por sus rasgos tan expresivos y claves auditivas para llamar la atención, la rapidez del ritmo narrativo, la estilización, el dibujo que permite simplificar la percepción visual de la audiencia y orientarla a ciertos elementos importantes. Existen varias escuelas de diseño de animados con diferentes estéticas como la simplicidad y amabilidad, deformaciones expresionistas.²⁹

El anime japonés ha evolucionado para transformarse en una importante escuela de diseño formal con cuya técnica se realizan series televisivas infantiles para adultos y cine. Desde el punto de vista formal, el dibujo animado puede ser considerado como una etapa en un proceso técnico-creativo de independencia en el registro analógico o mimético del objeto referencial para incursionar en la autonomía de la creación virtual.

Varios tipos de programas televisivos se construyen utilizando esquemas lúdico-dramáticos, algunos ejemplos de programas ejemplificarán estos esquemas y conexiones con motivaciones a la autoestima, a la autoconfianza para reafirmar capacidades de logro y la astucia para sobrevivir en medio de adversidades.

En estos esquemas lúdicos se plantean varias posibilidades,

Fuerte (Gigante) Débil (Nobita)

Torpe (Novita) Inteligente (Doraemon)

Brava (Tamako Nobi) Dosil (Nobisuke Nobi)

Tierna (Shizuka) Frío (Tsuneo Honekawa)

Por tanto los niños y niñas se divierten porque estos esquemas se representan en la cultura en la escuela y el hogar, y todo esto permite comprender las emociones del

²⁹ FUENZALIDA, Valerio, Op. Cit. P. 93

niño, al igual que locuras o maldades y también tendencias al desorden, catalogado así por algunos psicólogos como la locura infantil.

En Doraemon la identificación de personajes, se aprecia un niño que vive en una familia real con una falsa armonía porque a la final todo llega a ser gritos y discusiones que puede llegar a truncar el crecimiento familia y personal del niño como también a reforzar la autoconfianza en sus capacidades, pero en estos dibujos lo que se observa son enfrentamientos entre personajes el bien contra el mal, donde los niños se identifican con el más fuerte o con algo fantástico que ellos quisieran llegar a tener o ser.

Con respecto a la acción, percepción y la pragmática, tiene conformidad con la fantasía, y se confunde el juego con la violencia, o más bien confundir la crítica a la televisión con el juego infantil ante la televisión.

Existen razones para criticar las caricaturas y programas infantiles que ofrece la televisión comercial, pero esto se hace objeto no de una presión pública ante las empresas televisivas y el estado que debe regularles, sino de una dinámica de represión del juego infantil ante la televisión, entonces se da un proceso más indeseable: niños y niñas viendo televisión con una presión adulta para que no jueguen lo que ven³⁰

No podemos hacer una especulación general acerca de los dispositivos de la imaginación, la fantasía en la percepción y la inteligencia infantil, pero sí estamos en condiciones de reconocer, como lo hacen en el psicoanálisis, la antropología simbólica o la sociología de la cultura. Así niños, niñas y adultos vivimos en un mundo no solo crudamente real, sino también densamente imaginario.

³⁰ LIZARAZO, Diego, "El espacio lúdico", México 2006, Tercera edición, Pág. 38

Capítulo 4

Contextualización y oferta televisiva

3.5 Programación infantil

El contenido que presentan los medios de comunicación es adaptado por los receptores y llega a convertirse en una herramienta para obtener cualquier tipo de información que luego es utilizada como una forma de conocimiento que con el paso de los años ha llegado a ser una necesidad de todos y utilizada como una salida a la rutina diaria sobre todo en los niños.

De acuerdo a las necesidades sociales es el mismo contexto social con el que el público determina el uso que le da a los medios y empieza un proceso donde se interactúa día a día y llegan a crear sus propias interpretaciones de lo que observan.

Dentro del contexto en el que los niños y niñas se desarrollan están dos instituciones importantes que son la familia quienes se encargan en la formación individual de cada persona, la escuela donde reciben conocimientos, normas y como tercer factor tenemos los mass media que en la actualidad emiten nuevos roles y valores sociales que no pueden ser controlados siempre por la escuela y la familia, es ahí que los medios empiezan a satisfacer las necesidades de información y entretenimiento creando nuevas formas de socialización.

La televisión por medio de su programación llega a ser un medio social donde las relaciones entre medios y receptores van generando relaciones de producción, porque detrás de cada imagen que aparentemente solo tiene la función de informar o entretener, existen mensajes y valores culturales que no siempre son solo positivos o solo negativos.

En el tipo de programación analizada se da continuidad de programa a programa en las historias presentadas diarias y semanales con la necesidad de captar la atención de los espectadores para posteriores capítulos, y la televisión siempre va a proyectarse en transmitir programas que demande la audiencia.

Dado que los consumidores utilizan los medios con una variedad de necesidades y predisposiciones, toda identificación precisa de los efectos producidos por la televisión debe identificar los usos de la televisión que consiguen los diversos tipos de espectadores.³¹

La programación televisiva es manejada de acuerdo al nivel de rating, por eso se presenta en horarios donde se tiene un mayor nivel de audiencia, en horarios accesibles en los que todos puedan observar y generar una mayor inversión. Dentro de la oferta televisiva infantil entre las series presentadas y las más vistas están las americanas y japonesas, en el Ecuador es muy escasa la programación para niños y lo que se observa no es un material de calidad y que además es considerado como telebasura, pero la audiencia por los niveles de rating que dan a determinados programas se hace más visible por mucho más tiempo y en repetidas ocasiones.

Ecuavisa es considerado uno de los canales con más rating en el Ecuador, por sus programas con mayor sintonía y uno de los más vistos, en su mayoría por un público netamente infantil, es Doreamon.

La oferta televisiva en general y en un mayor porcentaje ocupa la programación para público adulto, pero enseguida tenemos las series animadas para niños menores de 12 años que en el 2010 aumentaron en un gran porcentaje en general en todos los medios, así la oferta y consumo son principalmente de las series extranjeras que la producción local.

Los medios de comunicación son parte fundamental de un mundo globalizado que a medida que pasa el tiempo van tomando fuerza convirtiéndose en un fenómeno masivo creando nuevas culturas e identidades.

³¹ GLASER, 1995 en De Moragas, M. Sociología de la comunicación de masas: II Estructura, funciones y efectos, Editorial G. Gili. México, 1993, p. 156

3.6 La Educación y los Niños y Niñas

La educación en los niños y niñas comienza desde temprana edad, todo aprendizaje siempre está ligado a lo afectivo, y cada uno esta propenso a caer en parámetros no deseables para su formación por ejemplo la disciplina muy severa no permite una independencia del niño.

La madurez que se desarrolla en los niños y niñas para el aprendizaje escolar depende de la maduración y la percepción de la capacidad para analizar e integrar lo que ha sido percibido. Siempre existen problemas visuales y si no se detectan son un impedimento para la enseñanza, igual las dificultades auditivas, hiperactividad, falta de atención.

En Latinoamérica Paulo Freire, trabaja con la perspectiva de la educación como un instrumento de transformación personal y de la liberación, expresa su desacuerdo con una educación que extienda la ideología y el discurso oficial del sistema, ante lo cual propone una educación distinta donde se proponga la liberación del hombre a través de la participación social ³²

Paulo Freire hace un estudio de la educación muy concreto donde se basa en que el educador logre por medio del dialogo llegar al alumno, y juntos buscar un crecimiento en su aprendizaje, esto se debe a que el mundo se encuentra tan mediatizado que todo el tiempo estas comunicando y por ende aprendiendo siempre.

Es importante que los niños asuman su rol desde pequeños, más no que se les deposite información tras información sin tener la información precisa que despeje sus dudas, convirtiéndolo en un proceso dinámico de carácter crítico para encaminarlo en la tarea de su realización por medio de la creatividad, del diálogo comprensivo, confiado, y enmarcado en el respeto y auto superación.

Para Maturana:

³² Freire, Paulo ¿Extensión o comunicación? La concientización del medio rural. Siglo XXI, Editores Bogotá, 1991

La educación se comprende como el proceso en el cual el niño o la niña conviven con el otro, con su entorno, y se transforma, es un camino que dura toda la vida, esto significa que la educación como sistema de formación del niño tiene efectos de duración que no cambian fácilmente³³

La presencia de la televisión ha puesto fin a lo que se llama el “secuestro” del niño por parte de la cultura en la escuela, ya que desde la imprenta en adelante fue asumiendo la primacía de la formación de los niños y niñas, provocando la televisión un cambio cultural al desordenar la estratificación elaborada por la escuela. Según la cual los niños son segmentados por el sexo y la edad, para ser expuestos a contenidos curriculares ordenados y apropiados a la evolución psicológica del infante y donde la familia debe ser agente mediador.

Al aprendizaje no podemos entenderlo solo como la respuesta a un estímulo, más bien se podría pensar en un aprendizaje significativo por medio de una buena percepción para lograr una buena decodificación del mensaje.

El papel del educador es facilitar a los niños y niñas oportunidades y orientaciones con buenas relaciones que permitan desarrollar una buena relación entre educando y educador, contemplando la comunicación como parte fundamental.

“La repetición de mensajes variados, pero compuestos todos por los mismos signos, conllevan un efecto a largo plazo mediante el cual el repertorio del receptor se va modificando lentamente y adquiriendo nuevos signos que él ignoraba hasta el momento, tiende a confundirse con el repertorio del emisor. Este es el proceso del aprendizaje”³⁴

El entorno cultural, la realidad personal de emisor y receptor condicionan siempre todo el proceso, este entorno contempla el principio del aprendizaje, a las diferentes fases de este, ya que el propio entorno forma parte del tanto código, como de los contenidos.

³³ MATURANA, Humberto, Emociones y lenguaje en la educación y política, Fernández Editores, México, Página 14

³⁴ AGUADED, Ignacio, Cabero, Julio, “Educación y medios de comunicación en el contexto iberoamericano”, España, Primera edición, octubre 1995.

Tomando en cuenta los principios pedagógicos investigados, el objetivo del preescolar es el de capacitar a cada niño y niña, durante sus primeros años de escuela a ser un participante activo y autónomo de su propio aprendizaje. Es necesario que el infante posea una imagen positiva de sí mismo, como persona y como sujeto que aprende y que forma parte de una sociedad; en función de sus capacidades y habilidades teniendo como guía a sus maestros.

Parte importante en la educación del niño es la tecnología, en la actualidad las Tic ha dado un gran giro en el aprendizaje de los niños, esto ayudado a estimular más su desarrollo, además que llaman mucho su atención, el profesor pasa a ser solo una guía porque él se apoya en la tecnología para poder dar una mejor explicación de ciertos temas.

Además es clave que los docentes busquen recursos didácticos para poder mantener a atención de los niños y niñas en el aula, estos medios se dividen en medios pre tecnológicos como son cartulinas, recortes, lápices de colores, donde los niños mismo crean sus propios mensajes, y los tecnológicos como los audiovisuales, informáticos y tecnológicas comunicativas, donde ellos miran lo que ya está hecho y se prestan para nuevas interpretaciones de mensajes.

En el centro donde realizamos la investigación, los docentes afirman que tanto padres como educadores deben tomar conciencia y asumir esta nueva realidad, para poder guiar a los niños y niñas, enseñar a ver televisión de una manera crítica. Impidiendo que los medios sean quienes impongan los horarios en los niños y ritmos de vida en base a su programación, sino más bien sus padres controlen este tiempo y puedan dedicarse también a compartir ese espacio con ellos.

4.2 La Influencia de la Televisión en la Educación

La televisión parece constituir un estímulo importante en el desarrollo de la capacidad de comprensión lectora al favorecer la adquisición de destrezas cognitivas y lingüísticas, sobre todo en niños de nivel social bajo, que proveería los contenidos que no pueden extraer de su medio, y en niños con un CI relativamente bajo. Los

logros de aprendizaje a partir de programas culturales o de entretenimiento son incidentales.

Los medios de comunicación y con su potencial como agentes de formación y socialización, junto con la escuela y la familia, en la vida de los niños, son de vital importancia en la formación del niño, en este caso no se puede decir que todo lo que viene de la tv es positivo o negativo, lo importante es educar al niño para que sepa distinguir lo bueno de lo malo.

Con respecto a televisión, educación y niños, hemos tomado en cuenta a Geovanni Sartori, que se enfoca en el Homo sapiens que es el hombre desde los principios del conocimiento y el Homo videns es el hombre desde el conocimiento visual de los mass media.

Sartori en el Video Niño hace mención que desde que uno es niño ve televisión durante horas y horas, antes de aprender a leer y escribir, lo que están viendo absorben con mayor facilidad, la televisión es la primera escuela del niño, se sumerge en un mundo educacional, en imágenes en y un mundo sentido en el echo de ver que este aparato es la que cambia la naturaleza misma de la comunicación, por que transforma el contexto de la palabra y la lleva al de la imagen, que es más sencilla que la palabra. La imagen se ve y eso nos basta y es suficiente. Hace referencia que la televisión esta creando una metamorfosis en el hombre en pandea (proceso de formación del adolescente la formación del hombre³⁵

A fines de la década de los cuarenta en el siglo XX se pensó en que la televisión podría tener una relación con la educación, así se crearon varias expectativas en torno a esto y que se daría una mejor educación de calidad y más aun en los países subdesarrollados.

Una idea que se planteó en América Latina fue la de dar en los horarios de clases materias por medio de la televisión y emitirlos en las aulas, donde se promueva todo, la relación entre alumnos y profesores, materiales escritos, medios audiovisuales etc.

En las etapas del ciclo de la vida de los niños manifiesta Fuenzalida que “en la Etapa Parvularia y Preescolar la televisión desempeña una función de compañía oral y

³⁵ SARTORI, Geovanni, “La sociedad Teledirigida”, 1997, Editorial Taurus, Pág. 39

visual y en la etapa Escolar Básica llegan de la escuela después de una larga jornada a buscar descanso físico y psicológico en la televisión”³⁶

Existe una interpretación sobre la escuela y la televisión, la escuela tiene un avance lento y poco progresa y es así que aun se mantienen los mismos esquemas, la pizarra y los libros de siempre, en cambio la televisión, entonces influye en la educación porque en la investigación realizada se pudo palpar que los niños lo que suelen es ir al siguiente día a la escuela a contar lo que se miró en los dibujos animados.

Entonces se debería lograr que pase de ser un aparato mágico a un instrumento útil para poder analizar y contextualizar el entorno, porque la imagen tiene mayor eficacia que la educación tradicional.

La televisión trata de superar la distancia física entre emisores y receptores acerca de determinados contenidos, por tanto de quien depende hacer televisión educativa es del receptor, de ahí que el docente debería hacer de ella un material didáctico independientemente de sus contenidos, lo que ayudaría en el complemento de su utilidad.

En nuestra investigación nos comenta Iván Sari rector de la institución que una condición clave en la educación de los niños y niñas es la atención, pues está presente cuando están en el aula o cuando miran la televisión, esta actitud es de mucha importancia para el desarrollo cognitivo del niño, es ahí donde el infante empieza a realizar un proceso de recepción de información, mas no un sujeto procesador de información, ya que en la edad que tienen los niños y niñas en nuestro grupo focal tienden a confundir algunas actitudes que son mostradas en las caricaturas.

Siempre existirá una estrecha relación entre televisión y educación. Ahí es donde se debe trabajar porque la televisión es generadora de estereotipos. La escuela debe

³⁶ FUENZALIDA, Valerio. Op. Cit. P. 86

tomar guías para formar un punto de equilibrio donde los estereotipos no influyan de manera negativa en el comportamiento de los niños y niñas.

Otro aspecto de los medios de comunicación es que no abren la posibilidad de hacer un proyecto que se comprometa con la educación de los niños y niñas a realizar propuestas de programas educacionales, actualmente los programas culturales son transmitidos en horarios de baja audiencia, estos programas o documentales deberían ser pensados en un horario para los niños y niñas.

El hombre está mediatizado, si bien antes la escritura, la lectura era el principal medio de enseñanza, ahora lo audiovisual tomó fuerza sobre los seres humanos, y aunque instituciones como la familia, escuela, iglesia siguen gobernando el mundo, los mass media sin duda se han apoderado de la posmodernidad.

Existe escuela y familia sin percatarse que los niños y niñas tienen un vacío, la televisión se empieza a introducir en esos espacios.

Sáenz afirma que:

El paso del tiempo y el desencanto posmoderno han llevado a encontrar defectos en la idílica visión del pluralismo ilustrado, administrado por los medios de comunicación que goza de un mayor consenso³⁷

La educación siempre estuvo de cierta forma en contra de los medios como una manera de proteger a los niños. “Los medios son siempre educativos, en la medida en que influyen sobre lo que los niños aprenden y sobre la manera en que aprenden. Es decir, sobre sus saberes y sobre su relación con el saber; sobre el proceso donde se mezclan la razón y emoción, la información y representación”.³⁸

Desde épocas anteriores se vio a los medios como anti-cultura, es por eso que la escuela propuso una pedagogía paternalista y defensiva, cuyos objetivos

³⁷ SÁENZ, Albert, “Educar al hombre Mediático”, (15 de junio del 2011), Pág. 103 <http://www.raco.cat/index.php/EducacionSocial/article/viewFile/168921/241732>

³⁸ MORDUCHOWICZ, Roxana, “Los medios de comunicación y la educación: Un binomio posible”, *Revista Iberoamericana de la Educación*, N. 26, Mayo-Agosto 2001, Pág. 20

esenciales fueron ignorar a los medios por sus efectos negativos en los niños, o bien utilizarlos en la clase para desenmascarar su poder diabólico, explicando las diferencias con propuestas culturales elevadas y protegiendo de esta manera a los alumnos ³⁹

Las investigaciones en educación y en comunicación deben articularse a fin de elaborar estrategias específicas comunes para un buen desempeño educativo, el profesor debe facilitar las herramientas propicias para que los niños y niñas puedan ver a los medios como un método de aprendizaje.

La escuela no puede tomar a los medios como epifenómenos en el proceso de socialización de los niños. Los medios deben ser legitimados como lo que son: agentes que influyen en la manera en la que los niños comprenden y se relacionan con el mundo. Los medios ocupan un lugar privilegiado en las actividades recreativas de los más pequeños, y son los responsables, en gran medida, de su iniciación a la vida adulta. Por eso decimos que una formación en medios es una vía de entrada a la cultura y a la comprensión del mundo. ⁴⁰

En esta sociedad los medios de comunicación no podían estar ausentes, y destacar la enorme responsabilidad de los padres en la cantidad y calidad de televisión a la que estén expuestos sus hijos, deberían poner límites y/o reglas, además de promover una vida familiar con más conversación e interacción entre sus miembros.

Retomando el tema de los estereotipos, es clave que en las aulas niños y niñas trabajen entre ellos para crear una igualdad, es ahí donde la educación tiene el único poder para poder cambiar los estereotipos y los problemas sociales, entre hombres y mujeres principalmente se debe manejar las diferencias de género desde su corta edad para evitar conflictos y que se de una situación más justa entre géneros.

Mayra Pozo Pediatra, nos comentó que una de las amenazas que se puede generar por la influencia de la televisión es la pasividad física que muestran los niños cuando están viendo televisión, motivo por el cual no les permite tener un desarrollo intelectual adecuado más tarde en sus estudios, mientras más niños sean deben ocuparse en otras actividades como el deporte, el juego.

³⁹ Idem, pág. 35

⁴⁰ Idem, Pag. 44

No siempre se trata de explotar de lado y lado sus aspectos positivos, aun así lo que se pretende es querer lograr que las dos juntas formen una estrategia para poder educar de la mejor manera los niños en aspectos académicos, culturales, sociales etc.

4.3 Televisión Pública y Privada

Tanto la televisión pública como la privada son instrumentos de información, los medios públicos favorecen la interacción con diversos grupos y su objetivo es presentar de una manera equilibrada y de forma real y transparente la programación sin la intención de influir con ideologías hacia la audiencia.

La televisión pública se define como un lugar de encuentro donde todos los ciudadanos están invitados y son considerados sobre una base igualitaria. Es una herramienta de información y de educación, accesible a todos y se dirige a todos, independientemente de la condición social o económica de unos y otros. Su mandato no se limita a la información y el desarrollo cultural; también ha de alimentar la imaginación y divertir, pero con una preocupación por la calidad que debe distinguirla del servicio audiovisual comercial.⁴¹

En el Ecuador en este último tiempo han incrementado los medios públicos, la audiencia los cataloga como buenos, porque se han creado espacios donde los grupos sociales excluidos ahora tienen libertad de expresión aunque por otro lado mucha de la producción nacional no es de calidad y tienden a preferir lo privado o los canales por cable.

Los medios públicos no tienen fines de lucro, aunque también buscan mantener un nivel de rating al igual que los medios privados ya que la mayoría del tiempo los medios privados son los que buscan llenar las demandas de programación de la audiencia, mientras que los públicos el ofrecer un servicio comunitario.

Con respecto a los medios privados que tienen fines de lucro y son parte de una continua lucha de clases y de dominación ideológica con concentración de poder en grandes monopolios pasando a ser voceros de la oposición.

⁴¹ Unesco, Consejo Mundial de Radio y Televisión. *La radio y televisión pública. ¿Por qué? ¿Cómo?* Quito: Oficina de Unesco, 2008.

Tanto los medios públicos como privados tienen derechos y obligaciones que cumplir, pero en los últimos años y con el gobierno actual los medios privados han puesto resistencia al cumplimiento de las nuevas leyes donde se controla su funcionamiento.

En la mayoría de medios privados se presenta telebasura con series sexistas, violentas, y que más que informar se introducen la vida de las personas, más no informar, es por eso que actualmente están en contra de la nueva ley de comunicación porque perjudica sus intereses y su credibilidad.

Con respecto al periodismo en los medios privados existe manipulación por medio de las connotaciones subjetivas de la información, por medio del formato y espacio que se le da a un determinado programa, en cambio los medios públicos normalmente son menos manipulables que los privados.

Es necesario para contrarrestar la influencia de los medios una intensa acción educativa, concentrada en el desarrollo de las más importantes capacidades humanas y en la superación de las principales limitaciones del ser humano. Por tanto la educación, la cultura general, y el hábito que tenga la audiencia para buscar muchas fuentes para llegar a comprobar si una noticia es real o manipulada esta en cada uno para no dejarse llevar por la primera impresión de determinada información.

Es importante realizar un juicio crítico ante los medios de comunicación para no verse envueltos y manipulados, por ellos. Los anuncios publicitarios e informativos, las producciones cinematográficas son, en el fondo, simples medios que disponen algunas personas concretas de manifestar sus propios puntos de vista. Por principio hay que dudar de ellos, contrastar esa información con otros datos, comprobarlo uno mismo, antes de creerlo por el mero hecho de que ha salido en la Televisión, radio o prensa. Tanto medios públicos o privados van a ser considerados el cuarto poder, por lo tanto esta en la audiencia decidir que mirar y que adaptar para su conocimiento.

Capítulo 5

Estereotipos

5.1 Qué son los estereotipos

Son catalogados como patrones o cualidades que adoptan ciertos grupos de personas y son basados en ideas, prejuicios, actitudes, y creencias, sobre determinada persona, que la mayoría de veces pueden ser mal infundadas y perjudicar de alguna forma. Es muy común en los niños y niñas que se generen estereotipos, y lleguen a tener percepciones hacia otros, estos pueden ser positivos o negativos.

Los estereotipos se pueden generar por medio de un discurso audiovisual de la televisión que son de carácter sensorial, intuitivo y emocional por lo que se crean y se mantienen independientemente de su fundamento racional. Las categorías convertidas en estereotipos son instrumentos de un conocimiento que se niega a sí mismo, y también la reflexión de la manipulación intencionada de la opinión pública.

Los estereotipos tienen que ver con patrones que entran en conflicto en la comunicación, mas no son representaciones exactas de grupos sociales, no se los puede catalogar como malos, al contrario nos permite conocer e interpretar de diferente manera otro tipo de culturas, pero es importante destacar que los estereotipos se los puede batallar y sacar un lado positivo.

Cuando una serie limitada de símbolos se representan repetidamente como algo típico del grupo, pasamos a la cuestión de la creación de los estereotipos, en los medios los estereotipos es un modo útil de estudiar el nexo entre imagen e ideología.

La función del estereotipo es justificar la conducta, es por eso que los estereotipos se ven y pasan como naturales y obvios porque casi todo el mundo comparte el conocimiento de su existencia. Muy a menudo, los estereotipos se crean como

respuesta a una amenaza, una amenaza percibido, por lo menos, contra el grupo dominante social

Es decir, la fuerza de un estereotipo, su amparo y uso como significación comunicativa, se mide en relación directa al grado en que éste es percibido por sus oyentes como representación válida de la realidad.

5.2 Cómo desarrollan y operan los perceptores en la cotidianidad

Actualmente en nuestra sociedad en la clase social media es donde se visualiza mas la practica de estereotipos. El grupo focal de la investigación es de clase media, los perceptores cuando miran las caricaturas se empieza a generar en ellos el sentirse superiores, cuando los niños empiezan a jugar con los juguetes, carros, camiones, robots y figuras de super-héroes, originan roles discriminatorios hacia otros niños y niñas.

Para la Dra. Karla Arévalo (Psicóloga Infantil) un estereotipo es el resultado de una característica u objeto que se refieren a la clase social, edad, religión, etnia, sexo a través de muchas estrategias comerciales logran establecer modelos de conducta o apariencia que los perceptores tratarán de adquirir a través de muchas habilidades comerciales por parte de los medios.

Las constantes horas en el televisor va produciendo en los perceptores una disfunción narcotizante, los niños y niñas tienden a escuchar los diálogos y narraciones con mayor atención cuando miran la pantalla y cuando el sonido no es claro ellos tienden a perder la atención, pero siempre vuelven con su mirada al televisor para no perderse ni un solo detalle de lo que están mirando.

La televisión puede producir efectos sobre la información y el aprendizaje dentro de algunas condiciones de programación y de recepción, los niños y niñas son observadores y receptores activos capaces de desarrollar habilidades cognoscitivas.

Es importante que los niños y niñas identifiquen los estereotipos sexuales en los medios, señalar las diferencias en la forma como los hombres y las mujeres son mostrados. Por lo general los hombres suelen ser los héroes, mientras que las mujeres con frecuencia tienden a desempeñar funciones menos importantes, ¿Qué significa eso de "actuar como un hombre"? ¿De comportarse "como una dama"? ¿Quién toma estas decisiones en cada programa? ¿Cómo crees que las hacen?. Este es un ejemplo claro de cómo actúan después de adquirir algún estereotipo.

Existen comparaciones que los niños y niñas hacen respecto a su apariencia o a sus acciones y las de un personaje. No llegan a notar la diferencia que existe entre el hecho de sentirse bien consigo mismo y el hecho de sentirse superior a los demás.

Puede que él o ella tampoco sepa lo fácil que es manipular las imágenes para hacer que los modelos y los actores se vean mejor en la página o en la pantalla de lo que se ven en persona. Muchas veces los receptores desconocen lo que existe verdaderamente detrás de un escenario.

Al destacar los estereotipos basados en color, raza, sexo, se define generalmente como rasgos biológicos de una persona, se define el género cómo una persona se identifica al mundo y se relaciona con esas afectaciones que se atribuyen a los hombres y afectaciones que se atribuyen a las mujeres. Es importante entender que en esta discusión requiere una estructura social que tienda para hacer cumplir un papel binario del sexo y del género basado en las características biológicas de las personas

Poco a poco los perceptores empiezan a darse cuenta de que los personajes no tienen que ser representados de una forma tan limitada y que también tiene valor la presencia de muchos comportamientos y roles.

Estas formas para poder controlar los prejuicios que crean los estereotipos se los considera como aceptable, porque de esta manera los niños y niñas puede darse cuenta que no todo lo que miran en tv es real, sino más bien son ideas de lo que los productores quieren transmitir.

Los Medios de comunicación refuerzan las opiniones generales de la gente y sirven para definir el contenido del estereotipo para su público, recurriendo a la presentación y repetición de representaciones coexistentes. Los medios nunca explican los cambios en la condición social en términos históricos. La historia se evapora y no se toman en cuenta las causas de la condición social

La enseñanza debe concentrar sus esfuerzos para educar a los niños sobre las funciones de los estereotipos, y cómo organizan y limitan nuestro modo de ver el mundo. Una vez que los niños tengan conciencia de cómo funcionan los estereotipos, más oportunidad tendrán de rechazar el modo de pensar simplista que los medios de información suscitan.

CONCLUSIONES

- Al finalizar la investigación primero se logró cumplir con los objetivos expuestos, porque se pudo comprobar que existe un proceso comunicativo en los discursos que se maneja y los estereotipos que crea Doraemon en los niños y niñas, por medio de los mensajes implícitos en las caricaturas.
- Con respecto a la hipótesis que se planteó al inicio de la investigación, se comprobó que la televisión es un medio de impacto y penetración en los niños y niñas, el efecto se da en el aspecto emocional, conductual y cognoscitivo, dando origen a la disminución en la participación de otras actividades, y donde los medios son parte influyente para la educación de los niños.
- Entre los principales conflictos que pudimos detectar en los niños y niñas es que sí se generan estereotipos de diferente tipo, además, la mayoría de niños quisieran tener un gato como el de Doraemon para facilitar su vida o lo que es

más aun ser un súper héroe para poder viajar al futuro en una maquina del tiempo.

- En cuanto a los padres de familia de los niños y niñas del grupo focal se puede deducir que no están de acuerdo con los programas de televisión en general, y con respecto a Doraemon, pues la mayoría de ellos trabajan y no pueden controlar a sus hijos, eso los lleva a pasar mucho tiempo en el televisor hasta con lo que llegan a tener conductas rebeldes con ellos y sus hermanos.
- El consumismo que se genera también preocupa a los padres de familia, pues muchas veces son exigidos a comprar a sus hijos muchas cosas que la televisión presenta por medio de la publicidad que son causa para estereotipos raciales, culturales, sexuales, así como también de alimentación.
- A pesar que la educación tradicional siempre va a existir, los niños y niñas pondrán atención más a todo lo que tiene que ver con imágenes, posee más impacto que los libros, y dejándose llevar por la fantasía que se construye en una práctica infantil con una nueva construcción simbólica en ellos.

RECOMENDACIONES

Después de realizar la investigación, es muy importante que se de un seguimiento a este tipo de temas sobre la imposición de estereotipos en niños y el manejo de discursos de la televisión, ya que será parte fundamental para el desarrollo de las próximas generaciones. La tecnología, medios, y educación avanzan y es primordial que estos contenidos se tomen en cuenta para construir soluciones para posibles conflictos físicos, psicológicos, sociales etc.

Se debe tomar en cuenta dentro de este estudio algunas alternativas que pueden ayudar a los padres de familia a controlar a sus hijos con respecto a lo que miran y lo que practican luego en tu entorno.

- Los niños necesitan mayor control para que ellos puedan tomar mejor control de actitudes de imitación e identificación, por tanto si los padres de familia no cuentan con el tiempo suficiente para controlar a sus hijos, pues los niños y niñas deben tener un horario para ver sus dibujos, sin dejar de descuidar las tareas, la lectura y la actividad física.
- Los padres deben identificar las conductas tanto positivas como negativas para corregir a tiempo ciertas actitudes que pueden generar estereotipos, incluso evitar actitudes de rechazo, antipatía, racismo hacia las demás personas, conversar con sus hijos acerca de los programas favoritos, poner reglas en cuanto al horario, y también ofreciendo otras opciones de programas para ver.
- Los psicólogos recomiendan que mientras ven el programa, es mejor evitar escenas donde los niños miren sufrir o en alguna situación que cause peligro a su personaje favorito, porque los niños se apropian de el y empiezan a mostrar cuadros de preocupación, impotencia y tristeza, o de lo contrario explicar al niño que simplemente son actores dentro del personaje con lo real y lo ficticio.
- Los contextos audiovisuales que los niños se llevan son muy importantes por eso se debería crear un puente de explicación entre la familia, educación y televisión, evitando que su programación sea el centro del hogar, por eso también es mejor que los adultos miren sus programas en un horario donde los niños no interrumpen sus horas de sueño o demás actividades.

ANEXOS

ANEXO 1

Descripción del trabajo de campo

La metodología utilizada fue la visita al centro educativo San Joaquín y Santa Ana, consistió en realizar encuestas a los padres de familia y entrevistar a los con la ayuda de maestros. Se pudo establecer cuáles son los hábitos se crearon en los niños a raíz de ver esta serie, que estereotipos genera Doraemon en los niños y niñas, y como interpretan los contenidos que reciben por este medio.

Además se conversó con los maestros que fueron partícipes de esta jornada y ellos manifiestan que muy poco material audiovisual se utiliza para trabajar con los niños por falta de recursos económicos, y aunque ellos si perciben que la televisión influye a veces de manera violenta y de hecho generando estereotipos mas entre los niños con la niñas se trata de controlar ese momento pero con un taller, tiempo, material didáctico o capacitación no cuentan, es por eso que se pide ayuda a los padres de familia, porque aunque no en un gran porcentaje si existen niños que descuidan sus tareas o que hace de menos a las niñas por ser mujer y no tener la misma condición física.

La encuestas con los padres determinó hasta que punto la familia está involucrada en la forma en que los niños ven la televisión, como ven a sus niños en ese momento y después de ver Doraemon.

El análisis de las encuestas y entrevistas realizadas muestra que el grupo de focal este estudio ven la televisión todos los días, de dos a tres horas diarias, más aun cuando regresan a casa después de la escuela, pero también en muchos casos cuando hacen sus tareas y antes de dormir, cuando es horario solamente con programación de adultos. Y el consumo aumenta mucho más los fines de semana sábados y domingos por las mañanas.

Los niños y niñas manifestaron que Doraemon ahora es el que esta a la moda y su favorito. Según indican los datos arrojados en este estudio, prefieren aquellos programas que los divierten, donde existe fantasía. Todos los niños encuestados se muestran unánimes en decir que no les gustan nada los programas que son más populares. Así, al preguntarles por qué no les gustaban las noticias contestaban que "porque no son divertidas" o "porque son reales". La publicidad no en todos pero si en el 50% les llama la atención los anuncios comerciales y desean tener el último juguete que miran en televisión.

El humor, la fantasía, la aventura, los personajes tienen relación entre lo real e imaginario de los niños, aparecen como motivaciones. Estas motivaciones llegan a incidir en la capacidad del niño para la comprensión y posterior interpretación de lo que mira en relación con los referentes que le llegan a través de otros contextos comunicativos. Cuando no existe motivación, el niño abandona el interés por el programa.

En si tanto padres de familia como maestros concuerdan que la televisión no es buena para los niños y que como educadores tienen grandes dificultades para atraer la atención de los alumnos, admitieron que nunca preguntan a sus alumnos sobre lo que han visto en televisión o usan los programas preferidos de los niños.

Los niños dicen no ver ni hablar de de sus programas con sus padres, la mayoría se sienten impotentes ante esta realidad. Muchos quisieran compartir esos momentos con sus hijos quisieran, reducir también el tiempo de los niños frente a la pantalla, aunque otros padres están satisfechos de que sus hijos no tengan demasiado interés en la televisión.

El grupo focal sabe bien qué es lo que les gusta y porque, aunque en los niños de cuatro años es un poco mas confuso ellos definen a Nobita y Doraemon como su personaje favorito. Los resultados del trabajo aquí presentado nos llevan a establecer la necesidad de continuar buscando maneras que nos puedan ayudar a entender la complejidad e interrelatividad de los contextos de socialización.

ANEXO 2 (Modelo de Encuesta)

Encuesta para Padres de Familia

Sexo de su hijo/a

M_____F_____

Esta encuesta tiene la finalidad de investigar la incidencia que usted percibe cuando su hijo/a mira el programa de televisión "Doraemon"

1. ¿Con qué frecuencia su hijo mira este programa de televisión?
 - a. Siempre
 - b. Algunas Veces
 - c. Pocas veces
 - d. Nunca

2. ¿Ha notado que ha influido este programa en el rendimiento académico?
 - a. Si
 - b. No

3. ¿Cuál considera sea el factor más importante que atrae la atención de su hijo al ver este programa?
 - a. Lenguaje
 - b. Imágenes
 - c. Sonidos
 - d. Situaciones
 - e. Personajes

4. ¿Cómo califica a un personaje animado su hijo?
 - a. Real
 - b. Ficticio

5. ¿En referencia al gusto de su hijo que genero prefiere su hijo al momento de ver la televisión?
 - a. Dibujos animados
 - b. Series infantiles
 - c. Películas
 - d. Musicales

ANEXO 3 (Modelo de Entrevista)

Entrevista a los niños seleccionados en el grupo focal

Guía de la Entrevista

Edad

M _____ F _____

1.- ¿Cuántas veces a la semana ves Doraemon?

.....

2.- ¿Por qué te gusta esta serie?

.....

3.- ¿Qué personaje te gusta más y por qué?

.....

4.- ¿Consideras a Novita que tiene algo similar contigo?

.....

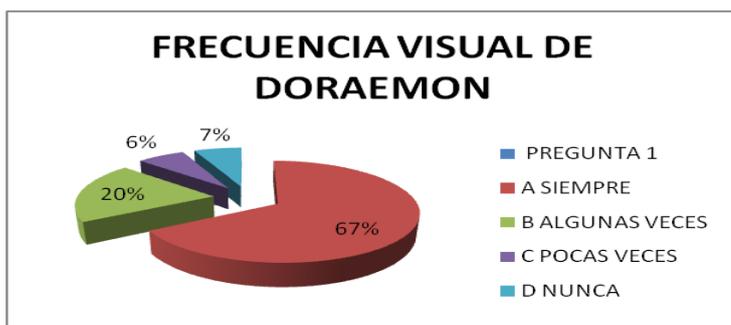
5.- ¿Conversas con tus padres sobre los dibujos que miras y que más llaman tu atención?

.....

ANEXO 4 (Tabulación)

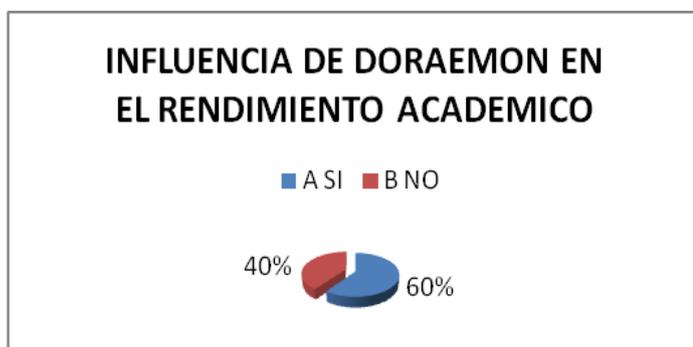
1. ¿Con qué frecuencia su hijo mira este programa de televisión?

	PREGUNTA 1	
A	SIEMPRE	10
B	ALGUNAS VECES	3
C	POCAS VECES	1
D	NUNCA	1



2. ¿Ha notado que ha influido este programa en el rendimiento académico?

	PREGUNTA 2	
A	SI	9
B	NO	6



3. ¿Cuál considera sea el factor más importante que atrae la atención de su hijo al ver este programa?

	PREGUNTA 3	
A	Lenguaje	1
B	Imágenes	4
C	Sonidos	1
D	Situaciones	4
E	Personajes	5



4. ¿Cómo califica a un personaje animado su hijo?

	PREGUNTA 4	
A	Real	8
B	Ficticio	7



5. ¿En referencia al gusto de su hijo que género prefiere su hijo al momento de ver la televisión?

	PREGUNTA 5	
A	Dibujos Animados	11
B	Series Infantiles	2
C	Películas	1
D	Musicales	1



BIBLIOGRAFÍA

- AGUADED, Ignacio, Cabero, Julio, “*Educación y medios de comunicación en el contexto iberoamericano*”, España, Primera edición, octubre 1995.
- BRUNER, J. S, “*Desarrollo cognitivo y educación*” Madrid, Morata, 1988.
- CAFEIRO, Mercedes, Roberto Marafioti, “*Atracción Mediática*”. Editorial Biblos, UNESCO, Argentina, 1997.
- FLEUR, Melvin, “*Teorías de la comunicación masiva*”, Segunda Edición, Editorial Paidós, Buenos Aires 1970.
- Freire, Paulo ¿Extensión o comunicación? La concientización del medio rural. Siglo XXI, Editores Bogotá, 199.
- Freud, S, Esquema del psicoanálisis; Ed. Paidós; Argentina, 1974
- FUENZALIDA, Valerio, “*Expectativas Educativas de las Audiencias Televisivas*”, Bogotá 2005, Editorial Norma.
- GARCIA DEL CASTILLO, Julián, “*La imagen es el mensaje*”, Ediciones Tripode, Venezuela 1987.
- GATTEGNO, Caleb, “*Hacia una cultura visual*” , Primera edición, México, 1973.
- GLASER, 1995 en De Moragas, M. Sociología de la comunicación de masas: II Estructura, funciones y efectos, Editorial G. Gili. México, 1993, p. 156
- GUIRAUD, Pierre, “*La semántica*”, *Fondo de Cultura Económica*”, México, Segunda edición en Español, 1976, Tercera reimpresión 1988.
- Levine, M, “*La violencia en los medios de comunicación: cómo afecta al desarrollo de los niños y adolescentes*” Bogotá: Norma. 1997.

- LIZARAZO, Diego, “El espacio lúdico”, México 2006, Tercera edición, Pág. 38
- LOMAS, Carlos, y ARCONADA, Miguel Ángel; “Mujer y publicidad: de la diferencia a la desigualdad”, en LOMAS, Carlos (comp.) (1999); *¿Iguales o diferentes? Género, diferencia sexual, lenguaje y educación*, Paidós Educador, Barcelona. Pag 117
- MATURANA, Humberto, “*Emociones y lenguaje en educación y política*”, Fernández Editores, México, 2002.
- MUNARI, Bruno, “Diseño y comunicación visual”, Cuarta Edición, Editorial Gustavo Gili S.A, Barcelona 1980.
- Papalia, D.E. y Wendkos Olds, S, “Desarrollo humano” SantaFé de Bogotá: Mc Graw-Hill, 1997.
- PIAGET, Jean, “*Actividades estratégicas de enseñanza y aprendizaje*”, Primera Edición, Editorial CACE, Barcelona 2003.
- PROPPER, Flavia, “*La era de los superniños: infancia y dibujos animados*, Buenos Aires, Alfagrama 2007.
- RICE, F.P, Desarrollo humano: “*El estudio del ciclo vita*”l. México: Prentice-Hall, 1997.
- SALOMON, Gabriel, (1992): “*Las diversas influencias de la tecnología en el desarrollo de la mente*”, Infancia y Aprendizaje, Buenos Aires, 1992
- SANTAELLA, Lucia , “*Imagen comunicación semiótica y medios*”, Edición, Reichemberger, 2003
- SARTORI, Geovanni, “La sociedad Teledirigida”, 1997, Editorial Tauru.
- Unesco, Consejo Mundial de Radio y Televisión. *La radio y televisión pública. ¿Por qué? ¿Cómo?* Quito:
- VILCHES, Lorenzo, “*La televisión los efectos del bien y el mal*”, Primera Edición, Editorial Paidos, Barcelona Buenos Aires, 1996.

REVISTAS

- LAZO, Carmen, “La televisión, epicentro de la convergencia entre pantallas”, *Revista Venezolana de información tecnología y conocimiento*, 2008, pp 11-23
- MORDUCHOWICZ, Roxana, “Los medios de comunicación y la educación: Un binomio posible”, *Revista Iberoamericana de la Educación* , N. 26, Mayo-Agosto 2001, Pág. 20
- Revista VIVA, “Información y comunicación”, Clarín 20 de septiembre de 1998, Pág. 29.
- LOMAS, Carlos, y ARCONADA, Miguel Ángel; “Mujer y publicidad: de la diferencia a la desigualdad”, en LOMAS, Carlos (comp.) (1999); *¿Iguales o diferentes? Género, diferencia sexual, lenguaje y educación*, Paidós Educador, Barcelona. Pag 117

FUENTES DE INTERNET

- Castillas J, “Comunicación Masiva”, http://www.elprisma.com/apuntes/comunicacion_y_periodismo/comunicacionmasiva/default3.asp, (Fecha de acceso 15 de abril 2011).
- Martini N, “Comunicación de Masas” (2001) <http://www.rrppnet.com.ar/massmedia.htm>, (Fecha de acceso 16 de abril)
- Magna” <http://enciclopedia.us.es/index.php/Manga> (Fecha de acceso 10 de mayo)
- Martínez, Enrique, “Educación Familiar y socialización con los medios de comunicación” 1998,

<http://www.uhu.es/cine.educacion/articulos/educacionfamiliar-socializacion.htm>, (fecha de acceso 12 de mayo)

- Enciclopedia libre, “Doraemon”,
<http://es.wikipedia.org/wiki/Doraemon>, (Fecha de acceso 15 de mayo 2011)
- García, Carmen, “Las raíces biológicas de la estética del manga y del anime”, Abril 2006,
<http://www.paperback.es/articulos/poblacion/raices.pdf>, (Fecha de acceso 25 de mayo)
- CUBILLOS, José, “Efectos psicológicos de los videojuegos en los niños”, Enero 2011,
<http://videojuegosdiabolicos.blogspot.com/2011/01/efectos-psicologicos-de-los.html> (Fecha de acceso 6 de mayo)
- SÁENZ, Albert, “Educar al hombre Mediático”, (15 de junio del 2011), Pág. 103
<http://www.raco.cat/index.php/EducacionSocial/article/viewFile/168921/241732>
- Paul F. Lazarsfeld y Robert K. Merto, “Comunicación de Masas”, (Fecha de acceso 16 de abril del 2011)
<http://www.mexicodiplomatico.org/lecturas/Comunicacion%20de%20masas.pdf>
- La televisión y los niños, (Fecha de acceso 28 de abril,
<http://betterkidcare.psu.edu/TipsEsp/TIPSep15.pdf>
- CASILLAS, Jhon, “Comunicación Masiva”, Fecha de acceso 23 de abril del 2011)
[http://www.elprisma.com/apuntes/comunicacion_y_periodismo/comunicacionmasiva/default4.asp /](http://www.elprisma.com/apuntes/comunicacion_y_periodismo/comunicacionmasiva/default4.asp/)
- MILLAN, Mayra, “Modelos y Teorías de la comunicación”, (Fecha de acceso 1 de abril 2011)
http://www.astraph.com/udl/biblioteca/antologias/modelos_teorias_comunicacion.pdf

- Guinsberg E, (junio 2003) “La influencia de los medios masivos en la formación del sujeto: Una perspectiva psicoanalítica”, (Fecha de acceso 12 abril 2011) <http://www.scielo.br/pdf/pe/v8n1/v8n1a02.pdf>
- Spiri, “Disfunción Narcotizante”, Junio 2008, <http://dialogos.mejorforo.net/t411-la-disfuncion-narcotizante> (Fecha de acceso 16 de abril)