

ESCUELA UNIVERSITARIA DE EDUCACIÓN DE PALENCIA

GRADO DE EDUCACIÓN SOCIAL



LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN
EN VALORES ORIENTADO AL PÚBLICO INFANTIL

Alumna: Sandra Garmilla Valladares

Tutor: Jose Miguel Gutiérrez Pequeño

Curso 2012-2013

RESUMEN

Los medios de comunicación representan una de las formas más rápidas y eficientes de transmitir mensajes al resto del mundo, pero dichos mensajes, no siempre guardan connotaciones positivas y una visión real del mundo en el que vivimos, sino que se encuentran manipulados por diferentes poderes de la sociedad y no muestran el verdadero mundo que nos rodea. La televisión, como uno de los medios de comunicación que más se consumen en nuestros días, ejerce un gran impacto e influencia en nuestra sociedad, y sobre todo en los más pequeños, que consumen televisión sin poseer una mente crítica que filtre todo lo que les llega de manera tan atractiva, por lo que su alto contenido negativo no hace más que producirles una deseducación y desinformación en sus vidas cotidianas. Estas premisas, desembocan en la idea de la necesidad de un mayor control en la televisión que las niñas y niños ven, enfocándome en los dibujos animados, puesto que estos son uno de sus programas favoritos. En este documento se pone de manifiesto la creación de una serie de dibujos animada con temáticas actuales, que transmiten valores y hace que los niños y niñas desarrollen una mente crítica, para que proyecten sus aprendizajes en su vida diaria y futura.

PALABRAS CLAVE

Medios de comunicación, televisión, dibujos animados, deseducación, desinformación, entretener y educar en valores.

ÍNDICE

1. JUSTIFICACIÓN.....	4
2. OBJETIVOS	5
3. FUNDAMENTACIÓN TEÓRICA.....	6
3. 1 Creación de los modelos de comportamiento y socialización étnica.....	9
3. 2 Los estereotipos.....	11
3. 3 La imagen como espejo de la realidad.....	14
3. 4 Los dibujos animados como recurso de trasmisión de los recursos educativos, culturales y sociales.....	16
3. 5 Programación infantil: entretener, desinformar y deseducar.....	19
3. 6 La violencia en los dibujos animados.....	21
3. 7 El género en los dibujos animados.....	24
4.PROYECTO.....	28
4. 1 Introducción.....	28
4. 2 Familias en “Villa de los Alpes”	29
5.CONCLUSIONES.....	42
6. BIBLIOGRAFÍA Y WEBGRAFÍA.....	44

1. JUSTIFICACIÓN

Tras analizar en profundidad un conjunto de series de dibujos animados que los niños y niñas ven a lo largo de día, hemos comprobado que su carga educativa y de valores no es la adecuada o es escasa. Los contenidos de las series animadas muestran comportamientos inadecuados que pueden influir negativamente en la actitud de los más pequeños, quienes por su vulnerabilidad aprenden de la observación directa de las mismas. Las repercusiones de esta exposición de aprendizajes hacen que los niños y niñas reproduzcan dichos comportamientos en su vida cotidiana.

Al conocer que la exposición que los niños muestran ante la televisión es casi mayor que su estancia en el colegio, creemos que el matiz educativo de la misma ha de ser acorde a la educación recibida en la escuela, la familia y el entorno. Consideramos que una continuidad en la educación promueve una adquisición y un refuerzo de los valores aprendidos.

La necesidad de una unión entre la educación formal, no formal e informal enlazada con el ámbito familiar es uno de los puntos más significativos bajo nuestro punto de vista; por eso nos hemos centrado en los dibujos animados, ya que aprovechando el atractivo que ejercen en la población infantil podremos conseguir una influencia positiva en los más pequeños.

Al analizar estos datos comprobamos que la creación de una serie de dibujos animados para los niños y niñas de Educación Primaria, haciendo hincapié en la educación de valores, hará de estos niños y niñas unos individuos críticos, tolerantes, responsables, empáticos y solidarios en su futuro; esto va interferir directamente en la propia sociedad creando un clima de bienestar social idóneo al siglo en el que vivimos. Aprovechando los avances tecnológicos existentes y su capacidad de atracción infantil, conseguiremos una educación actual de calidad satisfaciendo las necesidades educativas y tecnológicas del momento.

Como profesionales de la Educación Social, consideramos que los aspectos sociales en materia comunicativa deben ir de la mano de la educación, para crear un desarrollo pleno y crítico de los niños y niñas y así evitar que estos sean simples marionetas de la sociedad de aquellos que controlan a los medios.

2. OBJETIVOS

- **OBJETIVO GENERAL**

- Promover un aprendizaje en valores y actitudes positivas a través de unos dibujos animados creados específicamente para tratar temas de actualidad y socioeducativos desde la perspectiva de la Educación Social

- **OBJETIVOS ESPECÍFICOS**

- Normalizar temáticas sociales que generalmente no se tratan en la educación primaria
- Fomentar el respeto y la tolerancia entre los niños/as.
- Incentivar el pensamiento crítico sobre temas socioeducativos en el alumnado de primaria
- Promover actitudes solidarias y de compañerismo entre el alumnado
- Facilitar un nexo de unión entre la educación formal y la educación en el ámbito familiar
- Analizar críticamente el contenido de las series infantiles

3. FUNDAMENTACIÓN

Los Medios Audiovisuales se han convertido en una de las principales fuentes de influencia en las actitudes sociales y culturales de la sociedad de finales del siglo XX y principios del siglo XXI. De todos los Medios de Comunicación de Masas, la televisión es la que tiene mayor presencia en la vida diaria de la mayoría de las familias, ya que un alto porcentaje de familias españolas no compra el periódico diariamente, prácticamente no escuchan la radio, o lo hacen exclusivamente en los diales de música, y sin embargo, la televisión está encendida desde que comienza el día hasta que se acuestan. Ocupa un lugar privilegiado en el seno familiar y se comparte con la mayor parte de las actividades familiares: como la comida, el trabajo, las tareas domésticas o incluso los deberes.

Por ello considero indispensable elaborar un análisis de la calidad y el contenido ético que vemos en la televisión, enfocándome principalmente en aquellos programas dirigidos a niños y niñas. Los programas de televisión están inmersos en un sistema, primordialmente materialistas; donde la televisión es un negocio y no siempre va acompañado de una conducta ética.

Los niños y niñas quizás sea el público más numeroso y vulnerable, y de ahí radica mi mayor foco de preocupación; La población infantil realiza sus primeros aprendizajes a través de la observación e imitación y la televisión actúa como instrumento que mediatiza e interpreta la realidad. No dificulta la experiencia directa pero tiene demasiada autoridad y resulta muy atractiva. No solo les muestra experiencias enriquecedoras de aprendizajes, sino que también puede mostrarles modelos antisociales o violentos que un niño puede aprender y realizar del mismo modo y manera que observa en la televisión. Por ello, es imperativa la importancia de una televisión con buena calidad ética y cultura, espacio que no puede ser mejor diseñado que por una Educadora Social.

Los niños pueden aprender mucho de la televisión; no se les debe dar lo malo, lo agresivo o lo destructivo, sino enseñarles a crear opiniones, creencias, actitudes, comportamientos y valores que luego puedan aplicar en su vida diaria, mostrándoles una imagen de un comportamiento cívico.

Los medios audiovisuales participan en la construcción de identidad de los niños y pueden provocar reacciones de adhesión o rechazo a través de los personajes como refleja el psicólogo Josep Cornella (1991). Las imágenes de los medios deben mostrar lo bueno y lo malo, lo positivo y lo negativo. Deben ofrecer ideas de qué es el ser humano, de cómo vestirnos, cómo comportarnos, qué consumir, cómo ser tolerante con otras etnias, cómo comprender y aprender sobre sus costumbres y culturas, como reaccionar ante grupos sociales diferentes al nuestro y de qué forma responder a normas, instituciones y valores sociales para humanizar nuestra convivencia; es ahí de nuevo donde la figura del Educador Social se muestra imprescindible para transmitir todos estos valores, ya que guarda consigo todos los contenidos y las herramientas para realizarlo.

Por el contrario, el control de la televisión está en manos de personas a las que no les interesa que todos estos contenidos y valores se transmitan, ya que como dijo Leibniz, (citado por Joan Ferrés, 1996) “el que es dueño de la educación puede cambiar la faz del mundo”, y por ello es lógico que las grandes instituciones sociales de la historia moderna como la iglesia o los partidos políticos, hayan luchado por un puesto de poder en la institución escolar, ya que se considera a la escuela como un espacio privilegiado para la educación de las nuevas generaciones de ciudadanos; pero hoy la televisión es la que se ha convertido en un instrumento de penetración cultural, de socialización, de formación de las conciencias, de transmisión de los valores e ideología y esta no tiene ni un filtro ni un refuerzo educativo que haga que los niños y niñas tengan pautas para que interpreten y analicen la información de manera crítica.

También es necesario ver y valorar el contenido temático de una serie audiovisual analizando los conceptos que transmite y los efectos que produce, ya que su correcto uso puede hacer que todos esos aprendizajes se proyecten en la vida diaria de las personas y

ciudadanos, haciendo que temas tan comunes como el respeto a otras culturas o incluso hasta el reciclaje se manifiesten o practiquen en la sociedad.

La televisión es uno de los fenómenos sociales y culturales más impresionantes de la humanidad y el mayor instrumento de socialización que jamás ha existido, ya que ningún otro medio de comunicación había ocupado tantas horas en la vida cotidiana de las personas, unos la consideran la culpable de los males individuales y sociales y otros como un mero divertimento gratuito e ideológicamente neutro, pero ambas concepciones consideran que la mayor influencia de la televisión la realizan los discursos, mientras que donde más influye son en los relatos y no solo en los contenidos o comunicaciones que somos conscientes sino y sobre todo, en los efectos primordiales que pasan inadvertidos por los motivos que sean, y la utilización de estos puede inclinar la balanza de los aprendizajes, contenido de valores y educativos hacia un lado o hacia otro, siendo esta otra pequeña pero muy importante incidencia negativa que pueden causar los relatos audiovisuales en las personas, pero con mayor incidencia en la población infantil que no está ni enseñada ni preparada para analizar críticamente lo que está recibiendo. El cuidado de estas pequeñas cosas puede contribuir enormemente a proyectar esos comportamientos y aprendizajes positivos en la vida cotidiana de nuestras futuras generaciones.

Hoy en día, las personas se engañan al creerse libres tan solo porque no existen impedimentos externos para la ejecución de sus deseos, pero la libertad humana no puede limitarse a la llamada libertad de espontaneidad o libertad física, debe ir acompañada de una libertad interna, de una libertad de elección, que debería medirse por la capacidad de adoptar creencias y comportamientos autónomos, independientes, basados más en convicciones que en imitaciones, en la reflexión, en actitudes conscientes y autocríticas, pero ahí entra de nuevo el juego que ejerce sobre nosotros la televisión y la coacción psicológica que desempeña al influir sobre la voluntad de las personas modificando o canalizando interesadamente las emociones, sentimientos o deseos, hacia aspectos que benefician solo a unos pocos y que no facilitan que las personas sean autónomas o libres para elegir o pensar por ellas mismas, haciendo que muchas de ellas proyecten en su vida diaria actitudes negativas hacia los demás o hacia los que quieren que les interese y

realizando prácticas poco cívicas. (Ferres, J. 1996)

Uno de los principios reguladores del comportamiento humano es la previsión de las consecuencias que pueden tener los actos y esta previsión a menudo está condicionada por la observación, aprendizaje denominado por algunos psicólogos sociales como aprendizaje por imitación (Vander Zanden, J.W. 1990). Cada vez son menos los ámbitos de la vida en los que el conocimiento de los efectos de las acciones pueden adquirirse de manera directa, ya que mayoritariamente son aprendizajes mediatizados, hasta el punto de que en algunos idiomas la palabra enseñar es la misma que mostrar (Bandura, A. y Walters, R.H. 1987); miedos, deseos y valores son inducidos por la observación de modelos y estos ya no solo provienen del entorno o la familia sino que en su mayor parte también de los medios audiovisuales, y además representando un modelos con mayor poder de atracción, y esto es importante porque como dice Bandura (1982) “ha quedado repetidamente demostrado que los niños tienden a cambiar sus criterios de valoración moral para situarlos en la dirección de los juicios de sus modelos”; y el hecho de que se premien las actitudes y comportamientos que van en la línea deseada y se castiguen los que van en la línea opuesta potencia, pues, la interiorización de las pautas de conducta de estos modelos.

3. 1 Creación de los modelos de comportamiento y la socialización étnica

En televisión hay multitud de sistemas con los que podemos reforzar positiva o negativamente el valor de los modelos, y esta empíricamente demostrado que la influencia social que ejercen los modelos se incrementa en función del grado de excitación de los observadores. Hay pruebas que demuestran que la excitación emocional aumenta la probabilidad de que se modifique la conducta social de los observadores en el sentido que le ponen las pautas ofrecidas por los modelos (Bandura, A. y Walters, R.H. 1987). La televisión puede denominarse como el reino de las emociones y por ello puede potenciar la capacidad socializadora con las historias, los personajes, la puesta en escena, la música, el entorno... y la inducción de valores o las pautas de comportamiento resultaría más sencillo trabajando todos estos aspectos, que puede crear, dirigir u organizar un Educador Social.

La imitación de los modelos no solo afecta a la parte externa de su personalidad sino que también a los más internos; en temas culturales existe un claro ejemplo que a Pastor Vega, (citado por Gubern, R. 1993) le llama mucho la atención, es el caso de la carga ideológica que tiene el Mito de Tarzán, que más allá de la aparente neutralidad, representa un hombre blanco que ha aprendido más en unos pocos años en contacto directo con la naturaleza que los indígenas negros, pese a la cultura acumulada por estos a lo largo de muchísimas generaciones, con lo que se pone de manifiesto la superioridad de la raza blanca. Un estudio realizado por Kenneth y Mamie Clark en 1947 (citado por Ferrés, J. 1996), reveló que, cuando las niñas negras se les daban a elegir entre jugar con muñecas blancas o negras, estas preferían las blancas. Este estudio se repitió entre los años 1950 y 1970 demostrando que las niñas negras preferían cada vez más las muñecas negras, pero en los ochenta esta elección disminuyó, y es que como dijo Myers (1991) el prejuicio racial sigue vivo aunque haya menguado. Otro de los casos lo mostraba la prensa japonesa a mediados de los años 90, (Aznárez, J. 1991) manifestando que cada vez más mujeres se operaban los ojos para parecerse a las mujeres blancas, atribuyendo a estas decisiones para ellos poco racionales a la oleada de cultura cinematográfica como Sony o Walt Disney que potenciaba los modelos culturales anglosajones, la belleza física está estrictamente influenciada por cada cultura, pero según decía John Locke, (citado por Gubern, R. 1993) “la belleza no está en el objeto, sino en la mirada que contempla el objeto”, pero lo que ocurre es que la cultura modela esa mirada, y la industria audiovisual educa o deseduca las miradas de las nuevas generaciones, haciendo perder valores culturales y afectando a toda las personas que lo observan y en especial a los niños y niñas.

En todos los materiales audiovisuales existe una selección de contenidos y una selección de códigos para expresarlos, en este doble proceso se expresa la ideología latente o explícita de los creadores, que se manifiestan a veces a través de los estereotipos, en cuanto suponen una visión tipificada, simple y resumida de la realidad. Los estereotipos pueden analizarse desde la doble óptica de la causa que los justifica y de los efectos que producen. Desde el punto de vista de la causa, los estereotipos pretenden una reducción y simplificación de la realidad, haciendo que esta parezca ser conocida, controlada, entendida, extendida y por supuesto dominada.

Los niños y niñas tienen tendencia al pensamiento binario, es decir, que encasillan a las personas con formas de dualidades muy simples: buenos y malos, listos y tontos, ricos y pobres, altos y bajos, gordos y flacos... haciendo que para ellos sea más fácil identificar e interpretar los personajes tanto positivos como negativos, pero en la etapa adulta ocurre lo mismo, ya que existe una gran tendencia a estereotipar en cuanto a profesiones, nacionalidades, etnias, clases sociales, sexos... tanto el cine como la televisión se muestran como grandes imperios de la simplificación y de los estereotipos que no muestran sentimientos o situaciones más complejas, haciendo que no se muestren todas las realidades y que el inconsciente humano intente clasificar a las personas siempre de manera dual, interpretando y proyectando valores, actitudes o sentimientos que no son del todo ciertos, por ello el trabajo y la educación en estos aspectos es importante, ya que facilitamos que las personas piensen y reflexionen de manera crítica y más acorde con la realidad.

3. 2 Los estereotipos

El estereotipo, en cuanto creencia generalizada y errónea respecto a un grupo, supone actitudes de prejuicio frente a este grupo, y por ello también es el reflejo de la ideología dominante, siendo un instrumento que intenta organizar la realidad, pero lo positivo es que estos pueden modificarse como se hizo en la década de los 40, cuando la mayoría de la población estadounidense estaba de acuerdo con que espacios como los autobuses tuvieran sitios reservados solo para negros, opinión que hoy en día la mayoría de la población no está de acuerdo, al igual que con la integración racial escolar que en tan solo cuatro años la apoyó el 90% de la población (D.G Myers, 1991).

No es que estos ejerzan una fuerza “mágica” sobre la población, sino que existe la posibilidad de vencerlos con un mayor estudio y conocimiento de la realidad o con un mayor adecuamiento de los contenidos que estos transmiten a los observadores, siendo más reales en el mundo en el que vivimos.

Diversas investigaciones demuestran la eficacia de la televisión en la transmisión de los estereotipos, independientemente de la edad, el sexo o nivel cultural y educativo. Los

modelos simbólicos de los estereotipos a través de la televisión, repercuten de manera errónea en la concepción de etnias, roles sociales, culturas.. que no se ajustan a la realidad. (A. Bandura, 1982). Un estudio realizado en población infantil estadounidense, demostró que los niños y niñas de tres años que pasan más tiempo frente al televisor, tienen opiniones más estereotipadas sobre los papeles sexuales que los que pasan menos tiempo, y así lo reflejó Greenfield, (1985) . En cambio en dirección opuesta, se demostró que los niños y niñas que veían Sesamo Street habían sufrido efectos beneficiosos, al representar por ejemplo, niños con discapacidades bajo una imagen realista y positiva.

Las personas que trabajan con niños y niñas son conscientes de los efectos que pueden producir en estos los estereotipos en forma de marginaciones o burlas con colectivos “tradicionalmente” marginados como gitanos, negros o árabes, sino con grupos cotidianos como los gordos, bajos, narigudos, torpes... Si ofrecemos una visión más amplia a los niños y niñas sobre temas como estos u otros como la homosexualidad o los tipos de familia, estos aprenderán a reconocerlos como situaciones o actitudes normales en la sociedad en la que vivimos, originando una mayor tolerancia y respeto.

Uno de los mayores estereotipos, y de los más habituales, es el de los roles de sexo, que a pesar de los avances, las poblaciones occidentales siguen siendo muy machistas, perfil que se mantiene en las nuevas generaciones. La televisión no suele ser neutra en cuanto a la representación de los roles sexuales y en la mayoría de las veces no muestra otras formas de este, mostrando a las mujeres como débiles y poco autónomas y a los hombres como los que toman las decisiones, los fuertes, independientes, violentos... en un estudio realizado sobre dibujos animados infantiles se demostró el carácter sexista de estas series, en los personajes principales los masculinos dominaban en un 3 a 1 a los femeninos, representando a las mujeres como débiles y a los hombres como eficaces y agresivos.

Según otro estudio, realizado por la UNAE (Unión Cívica Nacional de Consumidores y Amas de Casa de España), también en los anuncios de juguetes, se potencian estos roles sexistas, un 46% de los juguetes se dirigen a niñas, un 32% a niños y el 21% restante a ambos grupos; el problema es que los anuncios para niños potencian los valores tradicionalmente asignados a los roles masculinos: fuerza, valentía, competitividad... y los

destinatarios al público femenino con un carácter más pasivo y fomentando claramente el papel de la maternidad. (News assetjats, artículo del periódico Auvi en 1993, citado por Joan Ferrés, 1996).

Otro de los estereotipos más comunes es el que se establece entre la identidad y asociación de la belleza y bondad y en contrapartida con la fealdad y la maldad. Lo bello es bueno, es lo que aprendemos desde niños y como dijo ya Virgilio en La Eneida “hasta la virtud es más hermosa si vive en un cuerpo hermoso”.

La televisión aprovecha constantemente el estereotipo de la belleza física con fines socializadores, este casi siempre funciona de manera inconsciente, actuaría en lo que antes se denominó la estructura del contexto. La belleza y la fealdad son elementos contextuales, respecto a lo que realmente se evalúa, pero son transferidos al valor conjunto de la persona en cuestión, es decir, que el pensamiento primario vence ante el secundario, o la emoción frente a la razón.

Por último, quiero detenerme frente a otro estereotipo que los medios de comunicación y especialmente la televisión muestran, es el caso del tratamiento de las drogas, socialmente se distinguen diversos tipos de droga. Se habla de droga blanda y droga dura, o de drogas legales o ilegales; la cocaína, por ejemplo, está tipificada como droga dura y no legal y el alcohol o el tabaco no tienen exactamente esa consideración social. Pero, en cambio, estas están más extendidas en la cultura occidental. A principios de los años 90, el 14% de los escolares españoles de 11 años fumaba de forma regular o lo había hecho alguna vez. Entre los de los 13 años, la proporción se elevaba a 38%, y entre los de 15 años, a 58%. Los españoles son los escolares que más fuman de toda Europa. (Joan Ferrés, 1996).

Las drogas consideradas legales son socialmente más nocivas, es decir, se producen más muertes y daños irreparables como consecuencia del consumo de tabaco o alcohol, que como consecuencia de consumo de drogas denominadas convencionales. En la mayor parte de los casos en los que aparecen personas adheridas a las drogas son personajes marginales, relacionados a menudo con delitos y con multitud de clase problemas relacionados con la

economía y la sociedad; pero, por el contrario, los que se representan fumando o bebiendo, a menudo son mostrados como personajes positivos, con posición social elevada o nivel cultural alto... estas puestas en escena son radicalmente opuestas, lo que lleva a asociar y criminalizar un tipo de comportamiento y legitimar el otro.

El problema es el relato que se establece sobre las drogas ilegales, representando este “mal” como algo individual, es decir, el problema de las drogas siempre está en el individuo, nunca en la sociedad, la drogadicción es una enfermedad personal, no social, haciendo que las instituciones, aparezcan como garantes del orden. Así de este modo el relato, además de proporcionar seguridad al espectador, inculpa a los drogadictos y no sólo exculpa a las instituciones, sino que enaltece su papel benefactor. (J. A. Younis, 1993).

En cambio, el relato que se establece con las drogas legales, es el de un personaje socialmente integrado, joven, deportista, con profesiones sofisticadas... es decir en definitiva estos relatos ha problematizado un tipo de droga, y de algún modo, ha legitimado al otro. Con datos como el de que hay 20.000 muertes al año directa o indirectamente provocados por el alcohol y el tabaco y unos 8.000 casos de muerte por consumo de drogas ilegales, es evidente que algo estamos haciendo mal, y que la representación de estos relatos no hace sino más que perjudicar y empeorar esta situación, que afortunadamente podemos ponerla freno utilizando los mismos medios atractivos que llegan a los niños y jóvenes, para que estos se den cuenta de las verdaderas consecuencias, mostrándonos neutros.

3. 3 La imagen como espejo de la realidad

La eficacia socializadora de la imagen, se incrementa por el hecho de que el ciudadano suele aproximarse a la información audiovisual como si se tratase de un espejo de la realidad, y no como lo que es de hecho.

Ante la imagen de una manzana se suele decir: “esto es una manzana”, y ante la palabra escrita de manzana se dice: “ esto significa manzana”, Magritte ya ironizó sobre ello en uno

de sus cuadros más celebres. Parece innata la tendencia que tenemos a considerar las imágenes no como representaciones de la realidad, sino como la propia realidad, la imagen juega en ventaja con la palabra, no solo se parece más a la realidad, sino que aparenta ser la realidad; convenciéndonos erróneamente, de que la imagen no miente; y ante esto solo hay dos posibilidades educar para una conciencia crítica sobre la imagen o mostrar esta como realmente es.

La televisión fascina del mismo modo que en ocasiones inquieta, es una de las distracciones preferidas de los niños y niñas, que satisface sus necesidades, suscita nuevas preguntas e intereses, que les muestra situaciones cuya naturaleza realista o ficticia, no siempre consiguen discriminar, situaciones de conflicto y violencia que les causa miedos y ansiedades y situaciones que les atraen y seducen.

La televisión se suele emplear como una “niñera electrónica” de fácil uso y acceso para los niños y niñas. La televisión es un medio socializador que las instituciones educativas y los educadores no pueden ignorar, y asumir su significado como elemento de cultura que desempeña en nuestro mundo actual. Como indicó Meyrowitz (1985), “la televisión hoy acompaña a los niños a conocer el mundo mucho antes de ser capaces de pasear solos por la calle”, ya que está muy presente y desde muy temprano en la vida de estos. Es necesario complementar familia y escuela en la educación de los niños y niñas con la Educación para los Medios, hablar sobre ella con estos, puede desarrollar una educación que facilite una mente crítica y sobretodo un uso crítico de la televisión.

Los niños pueden afianzar actitudes críticas y aprender a preguntarse sobre lo que ven o lo que oyen, ser selectivos con los programas que ven y proyectar todos estos aprendizajes y esta autonomía en su vida diaria. La televisión incluso puede ser un nexo de unión entre la familia, si se usa de mejor modo, hablando sobre los contenidos que estos están recibiendo, para que ellos filtren, interpreten, busquen sentido a los mensajes, para así criticar y conversar sobre todos esos temas.

Como dice Sara Pereira (1996), profesora del Centro de Profesores y Educadores

(CEFOPE) de la Universidad de Miño (Braga), en un estudio titulado “Educar para un uso crítico de la televisión en Educación Infantil” para la puesta en marcha de un programa de “Educación crítica para el uso de la televisión” es importante tener presente no sólo este medio audiovisual y el impacto de sus contenidos, sino también los contextos y condiciones de recepción, el medio social y cultural, los estilos de vida de las familias, los tipos de familias que existen... y todo ello actualizados en el mundo actual, para mostrar una visión lo más real posible de nuestra sociedad. Hay que tener siempre presente que como decía Mariet (1989) “aprender a usar la televisión ofrece una autonomía comparable a la que se adquiere cuando los niños aprenden a atarse los cordones de sus zapatos, a escoger sus ropas, a saber la hora, a atravesar la calle o preparar su cartera”.

3. 4 Los dibujos animados como recurso de transmisión de los recursos educativos, culturales y sociales

Como el mejor medio para llegar a los niños y niñas y utilizarlo como un instrumento de educación, he considerado a los dibujos animados, que son una narración realizada mediante una sucesión de imágenes que aparecen en pantalla, y que constituyen un recurso fácil y accesible a la mayoría de la población infantil de nuestro país, para transmitir una serie de valores culturales y educativos, que paralelamente se muestran en otros medios audiovisuales. Una investigación realizada en 1998 sobre el universo televisivo infantil en Euskadi, afirma que la media de consumo televisivo en niños de 4 a 12 años alcanzaba los 162 minutos. Mostrando también, que el 22% consideraban a los dibujos animados sus programas favoritos. (Ibáñez, J.L; Pérez, J.C; y Zalbidea,B, 1998) y (Garitoanandia, Juaristi, y Oleada, 1997).

Otros estudios reflejan que el protagonismo alcanzado por la televisión en los niños y niñas entre 6 y 12 años es innegable, ya que el 99% lo ven, el 95% lo observa diariamente, un 52% le dedica más de 3 horas diarias y un 14% más de 5 horas. Un niño con esta franja de edad puede pasarse ante la pantalla de la televisión entre 900 y 1000 horas anuales, y por ello la programación que observa y consume se muestra fundamental para su forma de

aprender y de actuar, así como para formar sus valores y creencias. (Rajadell, N; Pujol, M^a y Violant, V, 2005).

Estos datos me hacen reforzar más la idea de que los dibujos animados pueden considerarse como transmisores de valores culturales y educativos, tanto para niños como para adolescentes, siendo un gran elemento socializador, ya que la televisión socializa en cuento potencia el pensamiento anticipatorio. Es especialmente importante porque consigue que “ se interioricen sus modelos no por su valor intrínseco sino por el placer que producen” (Ferrés, 1997). Los dibujos animados pueden considerarse como otra alternativa de enseñanza – aprendizaje en la que el niño o la niña pueden aprender conceptos, actitudes, valores, normas... a través de personajes animados que les resulten atractivos.

Nuria Rajadell, M^a Antonia Pujol y Verónica Violant,(2005); profesoras del Departamento de Didáctica y Organización Educativa, de la Facultad de Pedagogía de la Universidad de Barcelona y pertenecientes al Grupo de Investigación y Asesoramiento Didáctico, han establecido un cuadro de bloques básicos para agrupar la serie de valores que transmiten los dibujos animados, aunque no pretende ser una clasificación cerrada :

Etnológico: Reflejan los intereses y necesidades de nuestra sociedad a través de seres de ficción, que con sus actuaciones, pensamientos, conceptos e ideologías, deberían parecerse a nuestra sociedad. Por ello diferencian aspectos de carácter formativo, histórico, moral y humorístico. Son series que además de divertir transmiten formación al espectador. Como por ejemplo, la serie de “Willy Fog” que daba información histórica y geográfica. El problema es que nuestra sociedad ha cambiado mucho y su tradición moral, cívica y cultural se ha transformado, debido en parte a la entrada de producciones orientales con dudosa calidad y por la incorporación de series enfocadas a un público más adulto.

Didáctico: Las series animadas pueden ser una alternativa de educación, por la claridad en la transmisión de valores de manera divertida y atractiva para los niños y niñas. Por ejemplo con la serie de “Erase una vez” se aprenden ciencias naturales o con “David el Gnomo o Los Picapiedra” se fomenta la imaginación creadora.

Psicológico: Las series de dibujos animados alimentan la imaginación, desarrollan aptitudes personales y sociales, hacen que los niños puedan crear su propia identidad, actúa para que

mantengan la atención, pueden fomentar la reflexión sobre el mundo que nos rodea y sobre el mismo... favoreciendo la evolución psicológica del niño o niña receptores de estas series. Lingüístico: Las series de animadas son una fuente de aprendizaje de la lengua materna de manera lúdica, ya que el niño o la niña está recibiendo una enseñanza de la estructura y composición lingüística de su lengua: vocabulario, formación de frases, expresiones... pero la carga lingüística actual se está perdiendo simplificándose cada vez más, estableciendo muletillas, monosílabos y palabras poco educadoras, faceta que debería ser revisada con mucha atención. Y aprovechando esta transmisión yo iría un paso más allá, es decir, realizaría un aprendizaje de otras lenguas, algo que considero muy importante en la era en la que vivimos.

Otra de las clasificaciones que más se utilizan son las que reflejan los aspectos dudosos a nivel educativo como el dominio del género masculino, la extrema violencia o la gran dosis de amoralidad:

Género: La figura de la mujer es discriminada en la mayoría de las series de dibujos, ya que tiene protagonismo por su belleza física, en cambio los niños, aparecen como inteligentes y valientes. En esta clasificación se refiere no solo a las diferencias físicas, sino a los rasgos de masculinidad y feminidad que la sociedad ha ido perfilando.

Violencia o crueldad: En los últimos años se ha registrado un aumento de violencia física y un crecimiento exagerado de violencia psicológica o moral, con amenazas verbales, insultos, desprecio... se ha establecido la violencia sin sentido.

Amoralidad : las series animadas de hace unos años manifestaban valores positivos como la bondad, la responsabilidad o la solidaridad, y se castigaban los negativos como la soberbia, la envidia... pero en los actuales todos estos valores positivos casi han desaparecido e incluso en algunas ocasiones se burlan de los personajes que los dan importancia.

Entre la franja de la televisión infantil, no podemos olvidar los anuncios publicitarios, que representan un 5% de esta programación y que existe una gran diferencia entre cadenas.

Antena 3 y Telecinco superan el 15%; TVG, Canal 9, Telemadrid y Canal Plus no llegan al 5%. Con respecto su contenido, seis de las once cadenas difunden anuncios inadecuados

para los niños con escenas violentas o muy eróticas, anuncios de medicamentos o de productos milagro. Las cadenas que menos se esmeran en el cuidado de esta publicidad son Telecinco, Antena 3 Telemadrid; mientras las que si las controlan son Canal Sur, Canal Plus, TVE1 y La 2.

En las parrillas de programación infantil casi no aparecen series educativas, sino las denominadas “contenedores” como el Club Disney, Megatrix, ClubSuper3... que en su interior albergan diversos contenidos sobre dibujos animados alternados con imágenes reales, concursos, música... Cada cadena establece la organización de sus programas contenedor y el nombre de este. (Rajadell, N; Pujol, M^a y Violant, V, 2005).

3. 5 Programación infantil : entretener, desinformar y deseducar

La imposición del modelo de televisión comercial en las cadenas españolas ha tenido importantes repercusiones en la programación infantil. La primera y más clara consecuencia ha sido la reducción del tiempo dedicado a los programas para niños en los canales de televisión; en la mayoría de las cadenas la programación infantil ha desaparecido de las tardes para situarlos a las primeras horas de la mañana y los fines de semana.

Otra de las consecuencias que sufren los programas infantiles por la imposición de la televisión comercial, ha sido el de la variabilidad de dichos programas, es decir, los programas para niños cambian o se eliminan con facilidad sin previo aviso, demostrando que estos programas sino interesan a los anunciantes tampoco interesan a los programadores. Además como consecuencia, también está el propio contenido con programas contenedor, las series importadas y la excesiva e inapropiada publicidad.

Muchos de los programas contenedor se basan de series de dibujos animados importadas, principalmente de EEUU y Japón. En relación a los valores que se transmiten en las series de EEUU, podemos ver que muestran una ideología tradicional, conservadora y mercantilista; así lo reflejan los audiovisuales de Disney y como explica Giroux (2002), estos reflejan valores sobre el respeto a la autoridad, el papel central de la familia nuclear y tradicional, la

jerarquización social, la ideología patriarcal, el refuerzo de diferencias raciales, la defensa del consumismo, la competitividad, el patriotismo... en cuanto a las series japonesas, sus críticas se centran en su excesivo uso de la violencia y su calidad estética, que además transmiten ideas como la violencia gratuita, la competitividad, el liderazgo y sometimiento al líder, el individualismo, egoísmo... con un argumento casi centrado al igual que las series de EEUU en los conflictos entre buenos y malos, con la victoria de los primeros.

La publicidad que se muestran en los espacios infantiles, también ha sido criticada por su tiempo excesivo de emisión, contenidos violentos, conductas sexuales, etc. estos contenidos refuerzan los valores de competitividad, individualismo, consumo, conseguir cosas sin esfuerzo, sexismo, etc. (Alonso, Matilla y Vázquez, 1995, págs. 117-120).

Siguiendo con la publicidad, cabe destacar el término de “Product Placement”, que se ha convertido en los últimos años en una de las fórmulas de publicidad no convencional más fructíferas en cuanto su impacto en el público. Esta publicidad se inserta en el mismo guión de la serie televisiva, y algunos la consideran que está casi en la ilegalidad por sus efectos en la franja infantil, ya que como explican (Unnikrishnan, N y Bajpai, S, 1996), a pesar de que los niños empiezan a reconocer la intención comercial de los spots publicitarios a partir de los 8 años, no será esta la etapa de la adolescencia en la que empezará a ver la forma crítica los anuncios emitidos por la televisión. Un análisis llevado a cabo entre los meses de febrero y junio de 2005, reveló que cinco de las series seleccionadas como las series favoritas por una muestra de 333 niños y niñas de edades comprendidas entre los 8 y 12 años, utilizan el “Product Placement” como herramienta publicitaria. (Jiménez Morales, M, 2005).

(Albert Bandura, 1963) defiende el aprendizaje vicario, es decir, aquel que se obtiene mediante la imitación de modelos establecidos, así pues este aprendizaje se basa en la imitación y en la identificación, a la tendencia de una persona a reproducir acciones, actitudes o respuestas emocionales que representan los modelos de una vida real o imaginaria, continuando con esta idea, si utilizásemos los Product Placement de otra forma, los beneficios sociales serán más que evidentes, utilizando por ejemplo, marcas o productos

que respetan el medioambiente, de comercio justo, materiales reciclados o productos naturales, para que esta identificación se proyectase a la vida diaria de las personas, partiendo desde las generaciones más pequeñas.

3. 6 La violencia en los dibujos animados

Con respecto a la violencia presente en los programas infantiles, no cabe duda que resulta especialmente preocupante. La infancia se caracteriza por su permeabilidad y maleabilidad, y se trata, por tanto, de un sector de la población muy influenciado y especial. Así los dibujos animados, se convierten en un medio influenciado para los niños, (García Galera, 2000), alerta sobre este hecho, debido al nivel elevado de aceptación que las series animadas tienen en los niños, que a pesar de aparentar no influir pueden resultar perjudiciales para los más pequeños, ya que como dice Bandura, (1982), la observación de modelos agresivos es condición suficiente para producir agresiones por imitación.

La violencia en este medio pueda aparecer de diferentes formas, de manera general podemos referirnos a aquellas acciones llevadas a cabo por alguno de los personajes y que implica daño físico o psicológico hacia otro personaje del entorno. La violencia también puede llevarse a cabo verbalmente o con gestos. Por su parte, Escandell y Rodríguez, (2002), se refieren a tres tipos de violencia: narrada, visual y verbal.

El estudio de la violencia en las series de dibujos animados se clasifica en cuatro grandes grupos: comportamientos o acciones violentas, lenguaje violento, manifestaciones de sentimientos previos a la violencia, resultados de la violencia.

Comportamientos o acciones violentas

- Encañonar
- Disparar
- lanzar objetos
- Envenenar, atropellar...
- Empujar, investir, abofetear...
- Encerrar o inmovilizar

- Agresiones sobre objetos, robos, roturas...

- Persecuciones

- Accidentes violentos

Lenguaje violento

- Insultos y decir palabrotas

- Amenazas verbales y gestuales

Manifestaciones de sentimientos previos a la violencia

- Odio, ira, miedo, terror...

- Gritos, llanto, sudor, tiritar...

Resultados de la violencia:

- Efectos visuales: ojos desorbitados, lengua fuera, humo de las orejas...

- Deformaciones en el cuerpo

- Roturas de topa

- Desmayos

Basándonos en esta clasificación, se realizó un estudio por dos profesoras de la Universitat de les Illes Balears, (Garcias, F y Urbina Ramirez,S, 2002) , comparando series animadas antiguas con las nuevas, reflejándose que las series antiguas tenían mayor índice general de violencia, pero que en algunas categorías, las actuales despuntaban mucho.

Por ejemplo, algunas series basan su hilo argumental en la resolución de conflictos mediante la violencia, como es el caso de “Las Supernenas”, poseedora de las mayores escenas de violencia con diferencia, seguidas de algunas con un esquema similar como “Shin Chan o Lilo y Stitch”, y las series con escasa violencia encontraríamos “Las tres mellizas o Doraemon”.

Los protagonistas de las series animadas, mayoritariamente son humanos, y los animales aparecen como mascotas, aunque poseen atributos humanos y humorísticos. Además predominan las agresiones directas, los disparos y los insultos, que intentan ser cada vez más realistas.

Como algunas series de dibujos animados que triunfan en la actualidad, y que transmiten aprendizajes y valores, encontramos Bob Esponja, Dora la Explorada y Caillou, que guardan todas las claves para alcanzar éxito.

- Bob Esponja



Bob Esponja, es una de las series preferidas del público infantil, que incrementa cada vez más su cuota de pantalla. No es considerada como una serie que tenga una alta sofisticación de imagen, pero sus historias simples y divertidas atraen a todos los públicos. A través de sus alocadas aventuras, la serie transmite valores como la tolerancia, la generosidad, el respeto al medioambiente, que además son reforzados por los protagonistas, que no guardan la apariencia típica de guapo o listo.

Como contrapartida a todos estos valores que transmite la serie, se encuentran integrados algunos chistes enfocados para adultos, que según sus autores los niños no perciben.

Se cree además que cada personaje, está inspirado en los pecados capitales; la envidia está representada por el personaje de Plankton, la codicia por Don Cangrejo, la soberbia por la Ardilla Arenita, la lujuria por el propio Bob Esponja, la ira por Calamardo, la pereza por Patricio y gula por el caracol Gary.

- Dora la exploradora



Esta serie animada, refleja enseñanzas como el honor, los valores familiares, la amistad, la importancia de la inteligencia sobre la fuerza... consideran que esta serie no solo está compuesta por sus protagonistas, Dora, Botas, Mochila y el Zorro sino que también incluyen al público,

haciendo que los niños y niñas se sientan partícipes, por medio de un “juego interactivo” en el que Dora les pide ayude para elegir lugares por medio de un Mapa, también protagonista. Otra de las mejores partes de Dora la Exploradora es mostrar el aspecto bilingüe. Los personajes hablan Inglés y Español, sus aventuras son divertidas e interesantes, con un énfasis en el intercambio, el compromiso y la interactividad.

- Caillou



entre lo imaginario y lo real.

Esta serie animada entretiene, enseña y fomenta buenas acciones y la imaginación. De las aventuras de caillou nacen multitud de elementos que se convierten en situaciones de aprendizaje. Es una serie pensada para ser educativa específicamente, combinando imaginación, creatividad y la realidad, pero enseñando a diferenciar

entre lo imaginario y lo real. Las conductas que los personajes muestran, motivan e incentivan las buenas acciones para que estas sean copiadas y proyectadas por los niños y niñas en su vida real como el respeto, al igualdad, la familia, la amistad, la cooperación, el trabajo en equipo, la solidaridad...

3. 7 El género en los dibujos animados

Retomando el tema de la representación del género en la televisión infantil, se realizó un estudio en Alemania en 1998, que los expertos afirman que sus datos pueden ser extrapolados a nuestro país, que muestra una seleccionada muestra al azar de 138 niños y niñas sobre los canales de televisión.

Se demostró que en el área de la ficción, casi el 70% de las figuras centrales eran masculinas y solamente el 10.4% lo eran las niñas o mujeres. Los hombres son los grandes héroes de la televisión infantil, que superan todos los problemas y son protagonistas de las

aventuras y los personajes femeninos que gustan son las guapas, normales, con pelo largo... y específicamente en los dibujos animados la inmensa mayoría se basan en los ideales de belleza que además sexualizan el cuerpo con piernas larguísimas y delgadas y cinturas de avispa. (Bengoechea, M; Díaz-Aguado, Falcón, L; López Díez, P y Pérez, 2005).

Los medios de comunicación, con su poder de representación y emisión son fundamentales en la construcción y reforzamiento de los estereotipos de género, pero el IORTVE (Instituto Oficial de RTVE) y el Instituto de la Mujer, en 2005, establecieron una serie de pautas para superar los roles y estereotipos de género:

- Atención al número de niñas y niños que representamos
- Atención al lenguaje que creamos para nuestros personajes
- Atención a la segregación de los espacios en función de género
- Enfatizar la complejidad de los grupos
- Atención a la sexualización de las relaciones entre niños y niñas

Las programaciones infantiles de los canales públicos y privados al igual que el resto de la sociedad, se han de involucrar de manera muy activa para la consecución de la igualdad de género entre hombres y mujeres. Los contenidos infantiles pueden contribuir a este hecho para que niños y niñas tengan las mismas oportunidades y proyecten las actitudes positivas en su vida diaria, de tal modo, que la televisión implementaría las recomendaciones que desde distintos organismos internacionales, como lo es la ONU han venido recomendando, pues en la IV Conferencia Mundial de las Mujeres de 1995 en Beijing, reconoce a los medios de comunicación como uno de los doce puntos fundamentales para conseguir la igualdad de género. Por su parte, el IV Plan de Igualdad de Oportunidades del Instituto de la Mujer del Ministerio de Trabajo y Asuntos sociales, señala como uno de sus objetivos “ evitar una imagen estereotipada y sexista de las mujeres en los medios audiovisuales y en la publicidad”, en la que en una de sus actuaciones han elaborado una Guía de Buenas Prácticas dirigida a los medios de comunicación, para que estos pongan freno a este tratamiento.

La televisión es un medio de comunicación de masas de alcance casi universal en nuestra sociedad. Según un reciente estudio divulgado por la prensa, en casi todas las casas españolas hay un televisor (99.7%) y el 50% de los hogares tiene dos aparatos, además el televisor es el electrodoméstico más utilizado por los miembros de la familia, datos del I Estudio de Calidad de Vida en el Hogar, (citado por Eva Antón, 2001); por eso Ferrés (1996), tiene razón al afirmar que es el instrumento de mayor socialización, incluso algunos autores la consideran como el medio más perverso, sobretodo para las audiencias desprotegidas como el público infantil.

Está demostrado que el público infantil, está altamente influenciado por el discurso televisivo, en aspectos de la vida como la construcción de su identidad, la modelación cultural, el respeto, en el deporte, política, e incluso lo bélico. La influencia que ejercen los programas de televisión en la adquisición de pautas culturales y conocimiento del entorno, así como en la formación de la propia identidad en las edades infantiles, es la tesis expuesta por Margarita Schmidt (Schmidt, 1992: 32 y ss.). Señala que, entre los siete y doce años, puede manifestarse la influencia de los contenidos, formas y cualidades de los programas de televisión produciendo un “efecto continuado, cuantitativo y cualitativo, en las emociones, conocimientos y significados simbólicos, así como en la capacidad de interacción con la realidad” (Schmidt, 1992: 36). También existen amplios estudios, que reflejan los efectos perjudiciales del consumo televisivo para la salud integral de los niños, es decir, su bienestar bio-psico-social. (Pérez Chica y López Álvarez, 1991: 53 y ss.)

Cuando las personas y en especial los niños y niñas ven los dibujos animados en la televisión, se transforman en sujetos pasivos que miran y escuchan imágenes y sonidos, los cuales cada vez intentan ser más realistas, pero esta realidad no siempre se ajusta al entorno en el que estos niños y niñas viven y con el que conviven todos los días; por lo que les puede producir cierta confusión, asimilación y creencia de conceptos, aptitudes y valores que no son del todo correctos y además que producen una deseducación en el niño o niña. Pero, cuando esta transmisión se ajusta a la realidad en la que vivimos y sus valores otorgan actitudes positivas, el efecto es el inverso, es decir, produce en los niños y niñas una coeducación, apoyada por la escuela, la familia o el entorno que facilita que estos proyecten

esas actitudes que ven todos los días en su dibujos favoritos en su vida cotidiana.

Para la mayoría de los niños y niñas ver dibujos animados supone además de tener una niñera electrónica, una de las actividades preferidas que realizan, y ya que el tiempo que pasan ante estas series es bastante elevado, hace que la importancia de estas aumente considerablemente, y suponga la razón por la que he decidido realizar este proyecto. Considero que la función de una Educadora Social en la elaboración, diseño o control de los contenidos de las series animadas, haga que su influencia se potencie de manera positiva en los más pequeños. Es decir, utilizarlos como una herramienta de educación en valores, educación multicultural, medioambiental, género... o cualquier otro tema que consideremos importante o de actualidad, ya que nuestros personajes pueden adaptarse y transmitir los contenidos que nosotros consideramos necesarios acorde con la evolución de nuestra sociedad; ya que como dicen la ONGD Interés (2013)

"La educación es la primera condición para la libertad, la democracia y el desarrollo sostenible."

4. PROYECTO

4.1 Introducción

Tras las aproximaciones teóricas, hemos creído necesario crear una serie de dibujos animada, que transmita valores y que además fomente el aprendizaje educativo, cuidando la imagen, actualizando los personajes, propiciando el pensamiento crítico...

La serie animada transcurre en un pequeño pueblo denominado "Villa de los Alpes", rodeado de montañas y naturaleza, en el que viven una serie de familias con distintas profesiones, etnias y culturas. Las familias que allí habitan son animales, siguiendo la línea de creación de Walt Disney, utilizando el antropomorfismo, es decir, atribuyendo pensamientos y sentimientos humanos a animales.

La serie a la que hemos dado vida refleja todos los contenidos educativos que consideramos importantes para los niños y niñas de nuestro días. La mayoría de las familias tienen hijos, los verdaderos protagonistas del proyecto, ya que estos son las herramientas para esa proyección en la vida diaria de los más pequeños. No solo hay distintos tipos de familias, sino que también hemos añadido algunos personajes individuales, como una paloma, una comadreja, un lobo o una ardilla, que ayudan a explicar y reflejar otras temáticas que hemos considerado necesarias e importantes.

La series estará compuesta por 25 capítulos por temporada con una duración aproximada de 30 minutos. Cada capítulo se centrará como protagonistas en una familia distinta con un problema y temática diferente, el problema se mostrará al inicio del capítulo, desarrollándose a lo largo de este y no desvelando la solución hasta el próximo; con ello lo que queremos conseguir es una participación de los más pequeños para que pregunten a sus padres y madres, desarrollen un pensamiento crítico, sean autónomos a la hora de tomar decisiones y participen indirectamente en la serie, intentando dar solución a ese problema.

En los últimos 5 minutos de cada capítulo, mostraremos las diferentes opciones de resolver

el problema, tanto los aspectos positivos como los negativos, para que tengan constancia de sus propios actos y decisiones.

Como estamos en la era de las Nuevas Tecnologías, consideramos que su utilización es fundamental en la educación actualizada de los niños y niñas , por lo que barajamos la posibilidad de crear una aplicación móvil donde existan juegos relacionados con la temática de cada familia; para así reforzar los contenidos que la serie muestra.

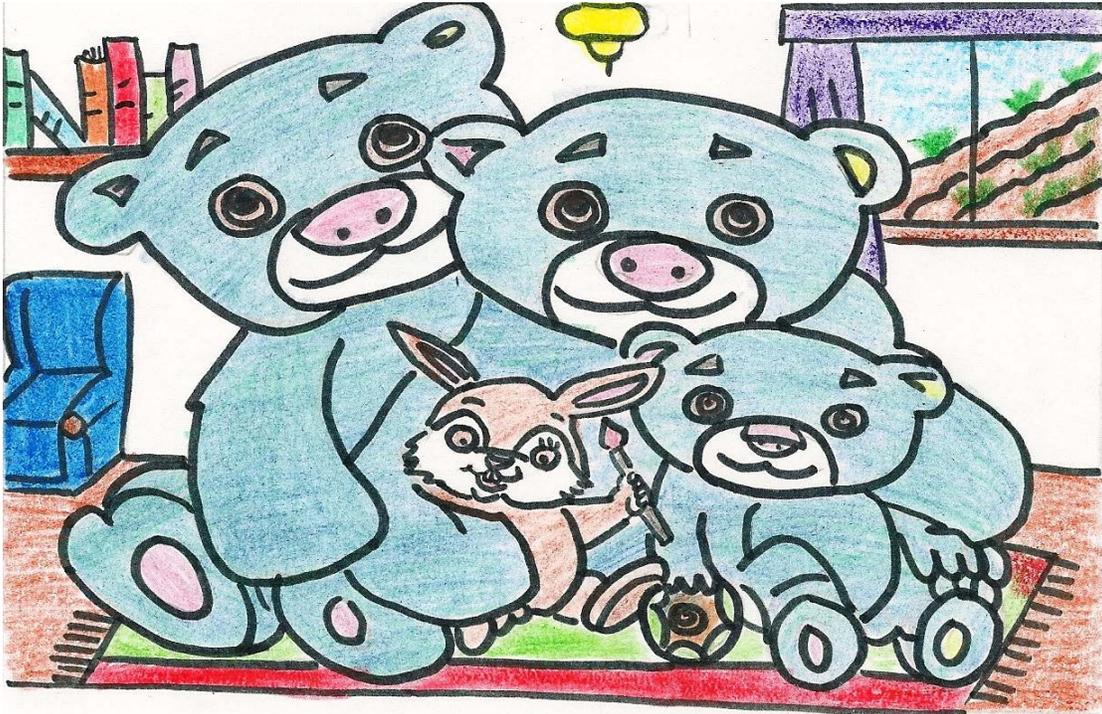
Los dibujos de las familias son los “Storyboards” realizados a mano por nosotras, que posteriormente necesitan ser pasados a soporte digital.

Foto pueblo:



4. 2 Familias en “Villa de los Alpes”

FAMILIA AZUL



1. Desarrollo

Esta familia de osos azules está compuesta por el padre Coco, la madre Linda y sus dos hijos Pipo y Ronnie, el cual es un conejo enano adoptado por la familia.

La madre, Linda, es la profesora de la escuela a la que todos los niños del pueblo asisten y su marido Coco, es el encargado de trabajar en el hogar como amo de casa.

2. Objetivos

- Fomentar el conocimiento de la existencia de otras culturas y el respeto de estas.
- Dar un marco de normalidad al ejercicio de las adopciones, de manera sencilla para que los niños lo entiendan y lo asimilen como algo normal.
- Trabajar la visión de los estereotipos en el ámbito del hogar, para crear una imagen de igualdad.

3. Metodología

La creación de esta familia, ha sido para trabajar diversos aspectos. El primero de ellos es la multiculturalidad, reflejándola como una familia de osos que son diferentes al resto por ser azules, este echo quiero que transmita la diversidad de etnias y culturas que existen y además la importancia que estas tienen, por su riqueza cultural; fomentando así el interés por otras culturas y el respeto por ellas.

El segundo aspecto que quiero tratar es el de los estereotipos sobre los roles de hombre y mujer, dando en este caso el papel laboral a la mujer y el ámbito doméstico al hombre, para que así los niños relacionen que esta distribución es tan válida como a la inversa, y que el papel de ambos es importante.

Por último quiero trabajar el papel de las adopciones, dando una imagen de normalidad tanto para los niños como para los padres, dando una visión de que las familias pueden ser de diferentes tipos.

A demás Linda, amante de sus profesión, defenderá ante todos la importancia de una educación pública de calidad.

4. Actividad complementaria

Conoce el mundo con la Familia Azul y sus diversos habitantes; juego con el que conocerán otros países, sus culturas y costumbres, practicando geografía y aprendiendo

quien vive en cada lugar.

FAMILIA BUITRE



1. Desarrollo

Esta familia, es algo más atípica que el resto, ya que es la única que no posee niños o niñas pequeños.

Está compuesta por Rita, la mujer y alcaldesa del pueblo, Ruperto, marido y jefe de policía de la Villa, Raimundo su hijo mayor y director de colegio y Roy, hijo menor dueño del consultorio y médico de la Villa. Es la familia que prácticamente controla el pueblo, de una forma injusta y abusiva, en la que solo les interesa el poder, salvo al hijo menor, Roy, que se ha desplazado del seno familiar para hacer lo que le gusta, ser médico y ayudar a los demás.

2. Objetivos

- Cultivar el pensamiento crítico de los niños y niñas
- Fomentar la participación social frente a injusticias sociales
- Dar una visión de la política y el poder de manera sencilla.
- Propiciar una visión simplificada sobre la sanidad y la educación

3. Metodología

Con la creación de esta familia, quiero dar una visión sobre la política y el poder que sufren las sociedades actuales, otorgando papeles de poder a estos personajes; a los que con acciones de interés económico y no social, activen las mentes críticas de los niños y niñas reflejando injusticias, que sufrimos en nuestra sociedad.

El papel de la sanidad, vendrá dado por el hijo menor, Roy, quien es muy diferente a su familia preocupándose por los demás y ayudando a las personas que viven en su pueblo, atendiéndolos de manera desinteresada.

La educación se reflejará, en el personaje del hijo mayor, Raimundo, director de colegio, y con intereses económicos y no educativos y con el papel de Linda Azul, profesora de dicho colegio y amante de la educación pública, que he explicado en la familia anterior.

4. Actividad complementaria

Práctica el discurso con la familia Buitre; juego con el que partiendo de unos diversos temas, se les enseñara por medio de sencillas pautas, a realizar un correcto discurso para convencer a alguien, y así poder utilizarlo en su vida cotidiana.

FAMILIA RABBIT



1. Desarrollo

Esta familia de conejos, está compuesta por Rubi, madre soltera y embarazada, que trabaja en un supermercado y que además cultiva productos ecológicos con la ayuda de su padre, Osanín, el cual está ciego, como integrantes de la familia también se encuentran los cuatro hijos pequeños de Rubi, Evan, Aissa, Ian y Ariadna que asisten a la escuela de la Villa.

Rubi, vende sus productos ecológicos al dueño del ultramarinos del pueblo, la Comadreja Chus. Del padre de los hijos de esta no se sabe nada.

2. Objetivos

- Reflejar un tipo de familia distinta, para que los niños establezcan una visión de normalidad por cada tipo de familia, en este caso la monoparental.

- Humanizar la temática de la discapacidad normalizándola y dándole el mismo valor, creando también una imagen de que las personas que sufren una discapacidad pueden conseguir metas importantes y actividades como el resto del mundo.
- Informar a los niños y niñas sobre el proceso del embarazo.

3. Metodología

Esta familia, ha sido creada, para reflejar un tipo de familia diferente, la monoparental, para así mostrar que cualquier tipo de familia es importante y que ninguna tiene hegemonía sobre el resto.

Rubi, la madre, refleja una madre soltera trabajadora que además cultiva productos ecológicos y que defenderá su consumo por encima del resto, fomentando así la importancia de consumir dichos productos que son más beneficiosos para la salud, además mostrará una imagen de mujer emprendedora.

Su padre, Osanín, ayudará a dar una visión humanizada de la discapacidad, en este caso la visual ,pero refiriéndose a todas ellas, teniendo un papel de motivador para que los niños y niñas que lo ven, consideren que todo se puede conseguir si pones el suficiente esfuerzo, independientemente de lo que te ocurra; será uno de los personajes más positivos, que siempre ve el lado bueno de las cosas.

Por último, se dará una información didáctica y simple sobre el embarazo por parte de Rubi, que realizaría un seguimiento sobre los cambios que tienen las mamás cuando están embarazadas.

4. Actividad complementaria

Rubi y su huerto ecológico; con este juego Rubi dará consejos sobre cómo realizar un huerto ecológico en casa con materiales totalmente reciclables, los beneficios de consumir estos, y como debemos cuidarlos correctamente.

FAMILIA MININOS



1. Desarrollo

La familia Mininos, está compuesta por el padre y gato salvaje Duque, una ex vieja gloria del boxeo y actual policía de la Villa, su mujer Katy, es una gata común que trabaja en la biblioteca del pueblo, y su pequeña hija, Duquesa, que asiste a la escuela con el resto de niños y niñas.

Duque, el padre, tiene actitudes muy dominantes sobre su mujer, a veces incluso con actitudes de violencia, ella esté muy enamorada de su marido, por lo que la costará darse cuenta de dicha situación a demás fomentará siempre la importancia de la lectura.

2. Objetivos

- Dar una visión crítica sobre las actitudes dominantes y la violencia doméstica.
- Incentivar el pensamiento crítico sobre temas de género.
- Propiciar la importancia de la lectura en los más pequeños.

3. Metodología

Con esta familia, quiero reflejar, aunque de manera suave y sutil los temas de género y la violencia familiar con las actitudes dominantes de Duque y la actitud de Katy de no hacer nada. El tema de la violencia de género está muy presente en nuestra sociedad, por lo que la he considerado un tema muy importante que hay que trabajar desde muy pequeños para acabar con ella. Por ello se fomentará el pensamiento crítico de los niños y niñas sobre estos temas y la importancia de la igualdad entre hombre y mujeres y el respeto mutuo. Con el papel de Katy, además quiero trabajar la importancia de la lectura y del aprendizaje de otras cosas por medio de los libros, intentando realizar una animación a la lectura para los más pequeños.

4. Actividad complementaria

El cuentacuentos de Katy; con esta aplicación los niños escucharán cuentos de carácter educativo y podrán ser partícipes del desarrollo de las historias mediante opciones que pueden realizar los personajes.

FAMILIA CUA



1. Desarrollo

Esta familia abarca numerosos temas importantes y de actualidad.

Aram, es el padre, un cisne negro perteneciente a un país muy lejano y además dueño del restaurante junto a su mujer, Lisa, una cisne blanca autóctona de la zona; ambos tienen un hijo, Lucas, el cual posee un color peculiar por la mezcla de etnias, es de color gris, lo que le provoca burlas en el colegio.

El restaurante de la pareja Cua, es todo de comida muy equilibrada y sana y solo utiliza productos autóctonos de la zona que compran en el ultramarinos de la Comadreja Chus; además todos los domingos la comida es la típica del país de origen de Aram, para que los habitantes tengan la oportunidad de probarla.

2. Objetivos

- Fomentar el interés por otras culturas y reflejando al numerosa riqueza que nos proporciona la multiculturalidad.
- Incentivar el consumo de productos naturales y la comida sana.
- Trabajar el temática de bulling en las escuelas

3. Metodología

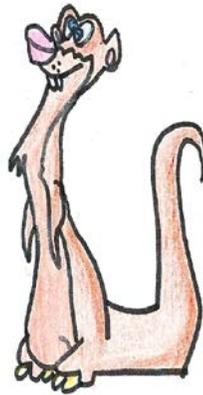
Con el papel de Aram, quiero trabajar la multiculturalidad, el respeto y la riqueza cultural, además de algo de geografía, ya que procede de otro país. En el restaurante solo se utilizaran productos ecológicos y autóctonos de la zona, como los cultivados por Rubi. Se mostrará la importancia de las comidas saludables y de la dieta mediterránea por medio de los "Product Placement" es decir, la publicidad insertada en las historias, que fomentará el consumo de productos ecológicos y siempre de una manera sostenible.

Lucas, es un pequeño cisne de un color muy extraño para sus especies y los niños y niñas del colegio se ríen y burlan de él, por lo que con su papel trabajaremos el bulling en las aulas y el respeto por otras culturas. Linda la profesora, realizará muchas actividades con los niños para trabajar todos estos temas.

4. Actividad complementaria

Ayuda a Aram y Lisa a preparar un menú saludable; mediante diversos ingredientes y productos ecológicos realizarán menús, aprendiendo las propiedades positivas de estos y a cocinar de manera divertida.

COMADREJA CHUS (Personaje individual)



1. Desarrollo

Chus, es una comadreja dueña del ultramarinos de la Villa, ha levantado su empresa desde la nada, reflejando el emprendimiento y el esfuerzo personal, como política de su empresa solo puede comercializar productos ecológicos y de la zona, pues el siempre apuesta por el valor de su zona. Está soltero y guarda el secreto de estar enamorado de Rubi, su proveedora de productos, siendo siempre muy agradable con ella y sus hijos, pero es muy tímido y no se atreve a decírselo.

2. Objetivos

- Fomentar el consumo responsable y de productos ecológicos de la zona, apostando por comerciantes pequeños de allí.
- Motivar al emprendimiento para la creación de empresas.
- Reflejar el tema del amor y las relaciones de pareja

3. Metodología

Con este personaje, quiero trabajar el emprendimiento a la hora de crear una empresa, como el consumo responsable y la apuesta acertada de comercializar solo productos de la zona, elaborados de una manera ecológica.

A demás con algunos matices mostraremos el papel del amor y el de las relaciones de pareja.

4. Actividad complementaria

Disfruta de la gastronomía con Chus la Comadreja; con esta aplicación aprenderemos las gastronomía típica de las ciudades y comunidades españolas y las del resto del mundo, a través de un juego de preguntas en el que habrá que asociar el lugar con la comida típica.

Paloma Minerva (Personaje individual)



1. Desarrollo

Minerva es una paloma, que acaba de perder su vivienda por impago de la hipoteca de esta, por lo que no tiene a donde ir, ya que no tiene familiares. Los primeros días dormirá en la calle, pero en cuanto sus vecinos estén al tanto de su situación se movilizarán para ayudarla.

2. Objetivos

Aproximar terminaciones como hipoteca, dación en pago, desahucios... que tanto se están escuchando en nuestra sociedad.

Incentivar el pensamiento crítico sobre este tipo de situaciones

Fomentar la solidaridad y el apoyo mutuo.

3. Metodología

Con el personaje de Minerva, queremos acercar la actualidad a los niños y niñas, que muchos incluso junto a sus familias hayan sufrido dichos problemas, para que entiendan lo que significan algunas de las denominaciones y aprendan como pueden ayudar ante estas situaciones y a criticar la práctica de estas.

Con la ayuda que Minerva recibe de sus vecinos, mostramos un ejemplo de qué podemos hacer nosotros, de la importancia de la participación ciudadana, y de cómo podemos luchar para que estas situaciones no sucedan y ante quién hay que hacer las alegaciones para frenarlo.

4. Actividad complementaria

Aprende a diferenciar los alimentos de primera necesidad del resto de alimentos; por medio de este juego se tendrá que distribuir una lista de alimentos en primera necesidad y en el resto, para saber identificarlos.

5. CONCLUSIONES

Con el análisis realizado, llegamos a la conclusión de que la televisión es un medio de masas que llega a multitud de hogares. Además, su influencia no tiene distinción en el público que la contempla de manera pasiva, pero como foco de mayor riesgo, se encuentran los niños y niñas que pasan numerosas horas frente al televisor; entre los programas que más ven, encontramos las series animadas, que en su gran mayoría, poseen unos contenidos, a veces muy simplificados, para tener un mayor alcance, pero no muy aptos para la población infantil, que ejercen una desinformación, deseducación y confusión de la realidad actual.

El interés por el contenido de las series animadas ha estado olvidado o descuidado, reproduciendo imágenes de violencia, machismo, racismo, creando numerosos estereotipos o reforzando actitudes que no son positivas, pero esta preocupación aunque lenta, ha llegado a nuestros días, con la creación de algunas series que fomentan las actitudes positivas y la educación en valores; pues los medios de comunicación, poseen una gran importancia en nuestras vidas y su contenido o uso indebido, pueden llegar a ser muy perjudiciales en nuestros valores reales y en nuestra vida cotidiana.

La televisión, como medio muy atractivo, que seduce a muchas personas, puede ser nuestra perfecta herramienta para la educación, no se la puede considerar como un único apoyo de transmisión, sino que debe de trabajar conjuntamente con las escuelas, la familia y el entorno, pero nos puede servir, para reforzar actitudes positivas en nuestros niños y niñas, para que estos a su vez proyecten los aprendizajes en sus vidas diarias, y como dice (H. Aznar, 2005, pág. 9) “La influencia de los medios no es en sí misma ni mala ni buena (...) Los medios de comunicación son precisamente eso: medios; y como en el caso de los demás instrumentos que han acompañado el avance de la humanidad, es en la responsabilidad y el cuidado de su uso donde hay que poner el acento. Lamentablemente esto no es lo que siempre ocurre”.

La televisión es una gran ventana al mundo, y como tal , creo que es la que tiene que traer y reflejar la realidad en la que vivimos, con su complejidad, multiculturalidad, libertad, derechos y obligaciones... fomentando valores como el respeto, la solidaridad, la responsabilidad, el cuidado del medioambiente y enseñando también a ser críticos y a pensar. Los dibujos animados no solo deben de servir para entretener a los más pequeños, sino que deben transmitir una serie de normas, actitudes positivas, valores culturales y sociales, convirtiéndose en un medio de aprendizaje.

Considero a la televisión en valores, como un factor clave en el trabajo de padres, escuelas y educadores sociales, que por la realidad social en la que vivimos, adquiere aún más una mayor reflexión y trabajo; su capacidad de proyección hace que valores e identidad vayan de la mano, es decir, una formación plena que permita crear la identidad del ser humano, no puede desvincularse de una correcta y positiva educación en valores; por lo que valores y educación, también deberían ser dos realidades inseparables. Y como dijo Pitágoras "Educad a los niños y no tendréis que castigar a los hombres",

Para finalizar, animo a todos los educadores a trabajar con la televisión y su capacidad de transmitir y fomentar actitudes y contenidos, que refuercen los valores y conductas positivas, realizando una coeducación, que haga que nuestros niños y niñas crezcan con una visión de la realidad en la que viven, respetando y comprendiendo dicha realidad tan cambiante, proyectando así sus aprendizajes en su vida real y futura.

6. BIBLIOGRAFÍA y WEBGRAFÍA

- Libros

- ALONSO. M, MATILLA. L y VÁZQUEZ. M. (1995): *Teleniños públicos, teleniños privados. Proyecto didáctico* Madrid. Quiron, de la Torre.
- AZNAR, H. (2005): *Comunicación responsable*. Barcelona. Ariel
- BANDURA, A y WALTERS. R.H. (1987): *Aprindizaje social. Desarrollo de la personalidad*. Madrid: Alianza
- ESCANDELL, O y RODRÍGUEZ, A. (2002): *La televisión, ¿genera violencia y agresividad en los niños y adolescentes?*. Revista electrónica interuniversitaria de Formación del Profesorado
- FERRÉS, Joan. (1994): *Televisión y educación*. Paidós
- FERRÉS, Joan. (1996): *Televisión subliminal. Socialización mediante comunicaciones anadvertidas*. Barcelona: Paidós.
- GIROUX, H.(2002): *Cine y entretenimiento: elementos para una crítica política del filme*. Barcelona: Paidós
- GREENFIELD, P.M. (1985): *El niño y los medios de comunicación*. Madrid: Morata.
- GUBERN, R. (1993): *Espejo de fantasmas. De Jhon Travolta a Indiana Jones*
- MARIET.F: (1989): *Les regarder la télé*. Paris: Calmann lévy
- MEYROWITZ. J. (1985): *No sense of Place.The Impact of the Electronic Media on Social Behavior*. EEUU: Oxford University Press
- MYERS, D.G. (1991): *Psicología Social*. Madrid: Medica Panamericana
- PÉREZ CHICA, M.A y LÓPEZ ÁLVAREZ, J. (1991). *Publicidad y programas infantiles*. Dirección General de Protección Jurídica del Menor, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid,
- SCHMIDT, M; (1992): *Dibujos animados y educación: Un análisis ecológico*. Dirección General de Protección Jurídica del Menor, Ministerio de Asuntos

Sociales, Madrid.

- UNNIKRISHNAN, N y BAJPAI, S. (1996): *The impact of television advertising on children*. London: Sage publications
- VANDER ZANDEN, J.W. (1990): *Manual de Psicología Social*. Barcelona: Paidós
- YOUNIS, J.A. (1993): *El aula fuera del aula*. Las Palmas de Gran Canaria, Librería Nogal Ediciones.

- Artículos

- ANTÓN, E. (2001), *La socialización de género a través de la programación infantil de televisión*. Valladolid
- AZÑÁREZ, J. J. (1991), en el diario El País, pág. 33
- CORNELLA, J. (1991), *El nen que voila ventre Déu*, Butlletí del Col·legi Oficial de Metges de Girona
- JIMÉNEZ, M. (2005), “*Selling me softly, la persuasión sutil*”: *influencia del Product Placement en las audiencias infantiles de las teleseries*, Barcelona
- PEREIRA, S. (1996), CEFOPÉ, *Educación para un uso crítico de la televisión en la Educación Infantil*, Universidad de Miño (Braga)
- RAJADELL, PUJOL y VIOLANT. (2005), *Los dibujos animados como recurso de transmisión de los valores educativos y culturales*, Revista científica Iberoamericana de comunicación y educación, ISSN 1134-3478, Nº 25, 2.

- Estudios

- BENGOCHEA, DÍAZ-ÁGUADO, FALCÓN, DÍEZ, y PÉREZ, (2005): *Infancia, televisión y género. Guía para la elaboración de contenidos no sexistas en programas infantiles de televisión*, IORTVE e Instituto de la Mujer
- GARITOANANDIA, JUARISTI, y OLEADA, (1998): *Qué ven y cómo juegan los niños españoles. El uso que los niños y los jóvenes hacen de los medios de comunicación*.
- ÍBAÑEZ, PÉREZ Y ZALBIDEA (1998): *Televisión y programación infantil en*

Euskadi, Revista de estudios de comunicación, ISSN-e 1137-1102, Nº 7.

- PÉREZ GARCÍAS y URBINA RAMÍREZ, (2002): *Violencia en los dibujos animados de ayer y hoy*, Revista científica Iberoamericana de comunicación y educación, ISSN 1134-3478, Nº 25, 2.

- Páginas web

- Erase una vez... Walt Disney (2011), Consultado el 3 de Junio de 2013 en <http://www.youtube.com/watch?v=yzNa7ZbyeKc>
- Los estereotipos de Disney (2011), Consultado el 21 de Mayo de 2013 en <http://www.youtube.com/watch?v=K00W3gvc4dg>
- ONGD InteRed, (2013). Consultado el 14/06/13, 13:28h, en <http://www.intered.org/>
- Sexismo, violencia y denominación en las películas de Disney, (2012), Consultado el 21 de Mayo de 2013 en <http://www.youtube.com/watch?v=bbfq8Rx9AXM>