



UNIVERSIDAD PEDAGÓGICA NACIONAL
Unidad Ajusco
Licenciatura en Pedagogía

*LA TELEVISIÓN COMO RECURSO
DIDÁCTICO. Los Simpson y la enseñanza
de la ética.*

PROPUESTA PEDAGÓGICA

Para obtener el título de
LICENCIADA EN PEDAGOGÍA

PRESENTA:

CARINA YÁÑEZ GÓMEZ

Asesora: Dra. Luz María Garay Cruz

ÍNDICE

Introducción.....4

I. MIRADA INTERDISCIPLINARIA: PEDAGOGÍA Y COMUNICACIÓN

1.1. Teoría de usos y gratificaciones.....6

1.1.1. Comunicación masiva.....7

1.1.1.1. Características de la comunicación masiva.....8

1.1.2. Los usos y las gratificaciones.....9

1.1.2.1. Gratificaciones.....12

1.1.3. La audiencia activa.....14

1.1.3.1. Formación de la nueva audiencia.....15

1.2. Comunicación educativa.....17

1.2.1. Características de la comunicación educativa.....19

1.2.2. Educación en medios21

1.3. Televisión en la educación.....23

1.3.1. Alfabetización audio visual.....25

1.3.2. Usos didáctico de la televisión.....27

1.3.2.1. Modalidades en el uso didáctico del video.....28

1.3.2.2. Funciones del video en la enseñanza.....29

II. CONTEXTO TELEVISIVO

2.1. Televisión en México, datos de consumo.....33

2.1.1. Televisión abierta.....36

2.1.2. Programación infantil.....39

2.2. Televisión educativa.....43

2.2.1. Historia de la televisión educativa en México.....45

2.2.1.1. Canal 11.....48

2.2.1.2. Canal 22.....49

2.2.2. Tv educativa alterna.....49

III. ANÁLISIS CRÍTICO DE CONTENIDO TELEVISIVO

3.1. La serie Los Simpson.....	53
3.1.1. Lectura situacional.....	53
3.1.2. Lectura fílmica.....	54
3.1.2.1. Lectura narrativa.....	54
3.1.2.2. Análisis formal.....	60
3.1.2.3. Lectura temática.....	61
3.2. Capítulos analizados.....	62
3.2.1. Capítulo (6x7)“La novia de Bart”	62
3.2.2. Capitulo (9x9)“La cruda realidad”	65
3.2.3. Capitulo (10x7)“Lisa Obtiene un 10”.....	67
3.3. Lectura valorativa.....	70
3.3.1. Valoración narrativa.....	70
3.3.2. Valoración formal.....	71
3.3.3. Valoración temática.....	72

IV. RELEVANCIA DE LA ÉTICA EN CONTENIDOS ESCOLARES

4.1. Ética.....	75
4.1.1. Objeto de estudio de la ética.....	76
4.1.1.1. La ética a través de la historia.....	78
4.1.2. Partes de un acto moral.....	81
4.1.2.1. Responsabilidad y respeto.....	83
4.1.3. Valor.....	84
4.2. Ética en educación secundaria.....	85
4.2.1. Propósitos.....	86
4.2.2. Enfoques.....	90
4.2.3. Recursos didácticos.....	93
4.2.3.1. La tecnología como recurso de aprendizaje.....	97

PROPUESTA PEDAGÓGICA

LA TELEVISIÓN COMO RECURSO DIDÁCTICO. Los SIMPSON EN LA ENSEÑANZA DE LA ÉTICA.

1. Planteamiento.....	99
1.1. Objetivos.....	100
2. Fundamentación teórica de aprendizaje.....	102
3. Metodología.....	106
3.1. Delimitación.....	106
3.2. Bosquejo de procedimiento.....	108
4. Planeación y estrategia didáctica.....	110
4.1. Fase de apertura.....	111
4.2. Fase de desarrollo.....	116
4.3. Fase de cierre.....	122
Síntesis.....	127
Anexos.....	128
Referencias.....	136

Introducción

La pedagogía como disciplina se encarga de reflexionar acerca de la formación del hombre y de su educación. Por lo tanto, el humano y la educación son objetos de estudio de la pedagogía. A partir de la concepción que el pedagogo tenga del humano realizará su labor profesional, usando a la educación como el medio para el proceso de formación del hombre.

La educación en este sentido, pretende llevar al hombre a una transformación ideal de él. Para esto, es esencial la difusión y conservación de cultura y conocimiento. Esto implica entender el contexto en el cual las personas se desarrollan para enseñar valores, costumbres, tradiciones y saberes relevantes, de esta forma el individuo puede entender su contexto y desarrollarse plenamente en él.

La labor del pedagogo por lo tanto es reflexionar acerca del hombre y su educación, pero al mismo tiempo investigar, conocer y resolver problemáticas educativas emergentes.

En la actualidad diversas problemáticas atañen a la educación, una de ellas es la que articula el presente trabajo.

Por un lado, la presencia de los medios de comunicación masiva en la cultura actual ha generado una forma diferente de tener acceso de forma fácil a cualquier tipo de información. Modificando la forma de conocer, aprender, relacionarse, etc. Y por otro lado, la poca o mala forma de integrar a la educación esa realidad en la que actualmente nos encontramos.

Ambas situaciones generan un problema en el área de la educación, esto es, los contenidos escolares muchas veces se pueden ver alejados de la realidad de los alumnos. En muchas ocasiones los alumnos no pueden concebir la relación o utilidad que hay entre lo que aprenden o les intentan enseñar en la escuela y la realidad de su vida cotidiana. Saber cuál es la utilidad de contenidos escolares fuera de la escuela resulta complicado si no existe algún significado útil para el alumno. En consecuencia, los alumnos recurren o confían en lo más factible desde el punto de vista de lo

inmediato para entender y usar en su contexto o realidad, los medios masivos de comunicación. Alejando a la educación de uno de sus propósitos: educar para la vida.

A raíz de esta problemática surge la estrategia de acción pedagógica, la cual pretende argumentar a favor de lo útil que puede llegar a ser la inserción de los medios de comunicación en el ámbito educativo, no desde el punto de vista de la modernización o equipamiento de escuelas, sino desde una perspectiva de integración de contenidos de dichos medios para su análisis y uso a favor de la enseñanza-aprendizaje.

La propuesta pedagógica, que es el resultado del presente trabajo, pretende proporcionar un material para docentes o interesados en educación que muestre una forma de integración de contenidos televisivos para reforzar temáticas escolares de ética. Para llegar a dicha propuesta se desarrollan cuatro capítulos que argumentan lo benéfico y conveniente de la integración de la televisión en la escuela. En el primer capítulo “Mirada interdisciplinaria pedagogía y comunicación” se desarrolla una teoría de comunicación, la cual habla de los usos y las gratificaciones que se buscan obtener en el consumo de los medios de comunicación masiva, destacando el lugar que ocupan dentro de la sociedad. Por otro lado se desarrolla, las áreas de la comunicación educativa, que se preocupan de la investigación de dichos medios de comunicación y su intervención en el área de la educación. “Contexto televisivo” que corresponde al capítulo dos, presenta un panorama acerca de la televisión en México, y finaliza con la distinción de la televisión educativa, comercial, cultural y televisión educativa alterna, esta última es la que se propone en la propuesta didáctica.

Posteriormente el capítulo 3, “Análisis crítico de contenido televisivo”, toma un contenido para ser analizado e identificar las probabilidades educativas que puede tener para reforzar un contenido educativo, en este caso la enseñanza de la ética. El capítulo 4, “Relevancia de la ética en contenidos escolares”, describe la importancia de la elección de dicho contenido curricular para ser reforzado por contenidos televisivos y a su vez desarrolla las temáticas a reforzar en la propuesta pedagógica que se presenta al final de este informe.

I. MIRADA INTERDISCIPLINARIA PEDAGOGÍA Y COMUNICACIÓN

En tiempos donde los medios masivos de comunicación se encuentran inmersos en la sociedad es importante el diseño de estrategias orientadas hacia su pleno uso y desarrollo. Dicho esto, es importante considerar a la comunicación como elemento indispensable en las relaciones interpersonales y comenzar a darle un sentido transversal. Más aún, cuando se trata de ponerlo en práctica en aquellas líneas de las humanidades, como en la pedagogía.

La relación entre comunicación y pedagogía constituye un vínculo para comprender la comunicación educativa, ya que en los últimos tiempos ha adquirido una enorme relevancia, sobre todo en su aspecto de Tecnologías de la Información y de la Comunicación.

De ahí el interés por abordar a la comunicación bajo una mirada pedagógica en lo general, y en particular bajo una mirada didáctica, para rescatar las aportaciones de ambas disciplinas, es decir, aprovechar las herramientas comunicacionales para el diseño de estrategias educativas.

1.1. Teoría de usos y gratificaciones

Mediante la Teoría de Usos y Gratificaciones (que se consolidó en 1960 por aportaciones de autores como: Elihu Katz, Jay G. Blumler y Michael Gurevitch) se podrá explicar una de las múltiples interpretaciones sobre el consumo de los medios de comunicación. Dicha teoría permite establecer un vínculo entre la importancia de la integración de los consumos televisivos en la educación contemporánea.

Para describir dicha teoría es pertinente comenzar con la definición y desarrollo de las características de la comunicación de masas, para contrastar el concepto de masa y

audiencia activa, ya que esta última es la que se rescata en la teoría Usos y Gratificaciones.

1.1.1. Comunicación masiva

Las gratificaciones que proporcionan los medios masivos de comunicación, los usos de contenidos que estos ofrecen y las funciones que cumplen para las personas, están estrechamente relacionados con las condiciones de la sociedad actual. Los países que se encuentran en constante desarrollo con cambios económicos y sociales, con un gran aumento de la industrialización y alfabetización, son los que están más ligados al avance de los sistemas masivos de comunicación. Las exigencias de estos países y de los que están en proceso de desarrollo, vuelven a los medios de comunicación masiva muy útiles. Los constantes cambios de estos países en donde las actividades políticas y económicas son muy complejas se requiere de nuevos y diferentes ajustes para manejar sus relaciones, siendo los medios un punto importante para el desarrollo de las organizaciones de masas.

Los medios hacen más fácil la comunicación, potencializando la estructuración de varios campos de la conducta de las personas, logrando un desarrollo de la organización de forma impersonal. Esto es, que lo masivo se relaciona con la idea de tratar a las personas como una totalidad, en este caso las similitudes de las actitudes y las conductas de las personas se consideran más importantes que sus diferencias. La masa en este sentido son las personas que "... carecen de organización social establecida, estructura de roles, liderazgo reconocido, un sistema de normas y de regulaciones morales, conciencia de su propia identidad. Por lo tanto en vez de actuar sobre la base de reglas establecidas actúan de acuerdo con los impulsos que surgen..." (McQuail,1969:43).¹ Por lo tanto, la comunicación masiva es un proceso que emite contenidos a grandes conglomerados con las características mencionadas, con la ayuda de medios de comunicación masiva impresos o electronicos. Este proceso de comunicación tiene un importante papel en el desarrollo de las sociedades en

¹ En este trabajo, se retoma el concepto de *masa* únicamente para dar pie y contrastar con concepto *audiencia activa* que se maneja en la teoría Usos y Gratificaciones.

nuestros días. Conocer sus características y su papel en la sociedad ampliará el panorama en cuanto a las áreas de oportunidad en el ámbito educativo.

1.1.1.1. Características de la comunicación masiva

El proceso de comunicación de masas, no es igual a medios de comunicación masiva. La tecnología que se usa para hacer posible la comunicación o para expresar contenidos, es solo parte de un complejo proceso. El termino *comunicación masiva* no se termina con las tecnologías que se emplean para hacer posible ese proceso.

La comunicación masiva tiene una serie de características específicas McQuail en su libro *Sociología de los medios de comunicación*, desarrolla las siguientes:

La comunicación masiva requiere de organizaciones formales y complejas con estructura jerarquizadas que exigen el uso de grandes recursos financieros. Se dirige a grupos amplios, lo que implica la existencia de ciertas tendencias hacia la estandarización y al estereotipo. La comunicación masiva es pública, el contenido está abierto a todos y su difusión es relativamente inestructurada e informal. Sin embargo, lograr un acceso totalmente abierto es complicado debido a diversas limitaciones determinadas por la estructura social tales como: la fijación de nuevos precios, distribución limitada de aparatos receptores, prohibiciones legales, limitaciones naturales (diferencias de lenguaje, cultura, ingresos, educación, clase social, etc.).

Para que un medio de comunicación se considere masivo es necesario que los mensajes o contenidos que se transmiten lleguen de forma simultánea a una gran cantidad de personas que están lejos de la fuente y que al mismo tiempo están lejos unos de otros. El contacto inmediato y simultáneo hace posible una mayor velocidad en la difusión y en la respuesta. Aunque la respuesta no se da precisamente al medio, si hay una reacción al mensaje obtenido, ya que la relación entre el emisor y el público es impersonal, la información fluye en una sola dirección.

Por último, la comunicación masiva cuanta con un público, o colectividad característica de la sociedad moderna, que tiene las siguientes particularidades: un gran número de personas que los une un mismo interés en contenidos, observan un

comportamiento idéntico, y a pesar de eso, no se conocen entre sí. La composición del público varía constantemente, no existe un líder reconocido en el grupo, ni sentimiento de identidad ni pertenencia.²

La comunicación masiva se puede entender como un proceso que integra a un emisor o comunicador, a un receptor en masa, que recibe el mensaje por medio de instrumentos de comunicación como: televisión, radio, periódico, cine, etc.

1.1.2. Los usos y gratificaciones

La presencia de los procesos de comunicación de masas en la sociedad causó interés y preocupación en la aparente influencia que causaban en las personas. Esto generó una serie de investigaciones enfocadas en los posibles efectos que producían los procesos de comunicación masiva. Desde el comienzo de dichas investigaciones, se indagaba en conocer las reacciones del público frente a las propuestas mediáticas.

Hasta después de los primeros años del siglo XX, las teorías de la comunicación ya no se centran en los efectos que los medios causan a las personas. Contrario a esto, a principios de la década de los 60 la corriente *Usos y Gratificaciones* se consolida apoyándose en los hallazgos de estas teorías previas y cambiando la cuestión sobre los efectos que tienen los medios de comunicación en las personas, "...en vez de preguntar ¿Qué hacen los medios con la gente?, los partidarios de este nuevo enfoque propusieron cuestionar ¿Qué hace la gente con los medios? Para ellos la audiencia era activa y sus miembros consideraban los medios como alternativas -entre muchas otras cosas- para la satisfacción de sus necesidades" (Lozano Rendón,1996:132).

Las investigaciones empíricas sobre la comunicación de masas dieron una lista de las funciones cumplidas por algún contenido específico o por el medio, entre ellas

² Las características en su mayoría están presentes en diversos grados en una situación de comunicación masiva. Véase: McQuail, 1969:20

se encuentran: comparar el ingenio propio con el ajeno, obtener información o consejo para la vida, dar una cierta organización a la propia existencia, prepararse culturalmente para la exigencia de la inserción en la sociedad, o confirmar la dignidad y utilidad de la misión de cada uno en la vida (Katz, Blumler, & Gurevitch:1985). A partir de dichas investigaciones surge el interés por las gratificaciones que los medios proporcionan, la utilidad que las personas le dan a los medios de comunicación y explicar cómo son usados por la gente para satisfacer sus necesidades. De igual forma, intenta comprender qué es lo que buscan en los contenidos de los medios y lo que estos les proporcionan para satisfacer las necesidades que pretenden encontrar.

La teoría *Usos y gratificaciones*, reemplaza la hipótesis de las investigaciones enfocadas en los efectos (*los medios producen efectos en las personas*, por la hipótesis *las personas usan los medios de comunicación*); Basándose en las funciones que otorgan los medios de comunicación colectiva; prestando más atención en lo que las personas hacen con los medios, que lo que los medios hacen con ellas. Y con esto poder entender los altos niveles de consumo en medios que hay en las sociedades actuales.

La teoría afirma que, ni el más poderoso contenido de cualquier medio de comunicación puede influir en las personas, si no tiene alguna utilidad o uso para ella en el contexto en el que se desarrolla. "... la gente lleva sus propias necesidades a los medios masivos de comunicación y está guiada por un conjunto de expectativas y por la búsqueda de determinadas gratificaciones, a señalar que estas necesidades se originan en parte en la personalidad o en las circunstancias sociales y a justificar un esfuerzo por tomar en cuenta las necesidades del público en cualquier estudio sobre los efectos de la comunicación" (McQuail,1969:99). Por lo tanto, las personas solo retoman de los medios de comunicación lo que les es útil, adaptando y seleccionando los contenidos ofrecidos de acuerdo con sus intereses, "...con una teoría sobre los usos del medio se tiene mayor probabilidad de comprender sus efectos" (Katz, Blumler, & Gurevitch,1985:129). Con base en esta teoría se pueden presentar pruebas que probablemente explicarán la conducta de las personas respecto a los medios y los posibles efectos que llegaran a causar en ellas, pero solo a partir de la comprensión

del papel que desempeñan los medios de comunicación, para ayudar a las personas a relacionarse de mejor manera con el mundo que las rodea.

Este enfoque teórico cuenta con dos principales ventajas "... ayuda a comprender el significado y la finalidad del uso de los medios masivos y sugiere un cierto número de nuevas variables que deben ser tenidas en cuenta en la búsqueda de efectos." (McQuail, 1969:96). Una de estas variables surge a partir del cambio de pensamiento de la perspectiva respecto a las personas, debido a que se plantea que estas no llegan a los contenidos de los medios en blanco, más bien como personas con experiencias, opinión propia y subjetividad, siendo la audiencia capaz de usar a su gusto los contenidos que proporcionan los medios masivos.

Usos y gratificaciones se apoya en cinco supuestos básicos, los cuales pretenden explicar la forma en que las personas usan a los medios de comunicación para satisfacer sus necesidades. Primero se concibe al público como activo, "...buena parte del consumo de medios masivos puede ser considerada como una respuesta a las necesidades sentidas por la audiencia, ya que, dadas las disposiciones psicológicas y los papeles sociales el espectador, oyente o lector individual, experimenta o confía experimentar alguna forma de satisfacción de necesidades, mediante sus conductas en el uso de los medios." (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1985:136). Se puede decir que es un proceso interactivo, ya que los contenidos de los medios responden a las necesidades, que a su vez responden al contexto social en el que las personas están inmersas. Después el público selecciona los medios y sus contenidos, vinculando sus necesidades con las gratificaciones que los medios les pueden proporcionar, resaltando que las personas son las que usan a los medios, no los medios a ellas. Luego, los medios son solo una de la gama de gratificaciones de las diversas necesidades. Las personas satisfacen sus necesidades de una variedad de alternativas con las que compiten los medios de comunicación. Esto es que las personas utilizan a los medios de comunicación, entre otros recursos de su ambiente, para satisfacer sus necesidades y para conseguir sus objetivos. También las personas son conscientes y pueden proporcionar información acerca de lo que les interesa ver. La variedad de los contenidos de los medios de comunicación masiva se derivan de

las opiniones y los datos que proporcionan los consumidores. Y por último, la relevancia y calidad social de los contenidos se juzga en función de los usos que le da el público.

1.1.2.1. Gratificaciones

Los factores del contexto social en el cual las personas se encuentran pueden intervenir en la generación de necesidades "...el producto combinado de disposiciones psicológicas, factores sociológicos y condiciones ambientales, es el que determina los usos específicos de los medios por los miembros del público." (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1985:152). Estas necesidades pueden surgir por diversos factores, entre los cuales se encuentran los siguientes: Liberar tensiones, estrés o conflictos ocasionados por problemas económicos, sociales o laborales, que llevan a las personas a presionar su alivio mediante el consumo de medios masivos. El contexto social en el que se encuentran las personas crea una conciencia de problemáticas, las cuales requieren atención e información y la buscan en los medios. Del mismo modo, la situación social ofrece pocas oportunidades en la vida real para satisfacer ciertas necesidades, las cuales son orientadas hacia los medios para su servicio complementario, suplementario sustitutivo, idea de Rosengren/Windahl, 1972 recuperado por (Katz, Blumler, & Gurevitch, 1985). La afirmación y refuerzo de valores que la sociedad acepta, son facilitados por los medios. Por último, los medios muestran formas de contacto social entre las personas y estas se identifican con esos comportamientos o grupos sociales que se ofrecen en los medios.

A partir de estos factores sociales que intervienen directamente en el consumo de las personas, McQual, Blumler y Brown (1972) proponen una tipología de necesidades a satisfacer. Las más comunes o las que se repiten constantemente son:

- *Diversión*: con contenidos fantasiosos y escapistas, que logra que las personas salgan de la rutina o evadan los problemas personales, la soledad, la tensión, etc. Obtienen gratificaciones que son distintas a sus propias circunstancias, consiguen desahogos emocionales casi siempre con contenidos de fantasía.

- *Relaciones personales*: como compañía, apoyo (para tener una conversación en común), utilidad social, seguridad, aumento de auto estima, (para poder funcionar de forma eficaz en determinado papel social). El consumo de diversos contenidos, donde la audiencia se identifica, ayuda a reducir sensaciones de insignificancia y aumenta sus sentimientos de seguridad.
- *Identidad personal*: buscan (en los medios) conocer y saber acerca de su realidad y valores que son aceptados en su contexto.
- *Supervisión o información*: donde la audiencia quiere enterarse de acontecimientos que considera importante saber acerca del contexto global o inmediato.³

La teoría de *Usos y Gratificaciones* se constituye, de esta forma desde este marco de tres principales grupos de estudio.

- El que se enfoca en conocer acerca de las repercusiones y la magnitud que tiene las satisfacciones que adquieren las personas, o las que estas buscan en los diferentes materiales de comunicación masiva. Tomando como punto de partida a la audiencia, más que a los mensajes de los medios, para explorar su conducta en función de la experiencia directa con los medios.
- El grupo que se especializa en describir el uso que los niños le dan a los medios de comunicación, los cuales muestran el principio de algunas necesidades a satisfacer con el uso de los medios.
- Los grupos de estudios que se enfocan en proporcionar pruebas del origen y de las consecuencias de las gratificaciones que las personas buscan en los medios de comunicación masiva.

El enfoque representa un intento para explicar algo sobre la forma en que las personas utilizan a los medios de comunicación, entre otros recursos de su ambiente para satisfacer sus necesidades.

³ La necesidades a satisfacer se desarrollan en: Katz, Blumler, & Gurevitch, *Uses and Gratifications Research*, 1973-1974, pág. 512

1.1.3. La audiencia activa

La audiencia es un punto importante para la teoría, ya que con base en los estudios de esta se puede comprender mejor su cometido.⁴ La audiencia actual comparte algunas características con la audiencia antigua como el carácter público de los actos. Los contenidos tienen como principal propósito la diversión, entretenimientos, la educación y la capacidad de las personas de decidir asistir al espectáculo o no. Después con la llegada del cine, la audiencia es vista como masa, debido a que la actuación no era en vivo y la misma función podía ser vista en cualquier lugar y momento, superando el espacio y tiempo.

A causa de las nuevas circunstancias de la sociedad moderna, la audiencia muestra una nueva forma de colectividad. “Esta nueva audiencia era muy grande y estaba sumamente dispersa; sus miembros no se podían conocer entre sí; su composición siempre cambiaba; carecía de toda noción de identidad propia a consecuencia de su tamaño y heterogeneidad; no la regia ninguna norma; parecía que no actuaba por sí misma, sino que se actuaba sobre ella; y así como sus relaciones internas eran impersonales, también lo era necesariamente toda relación con las fuentes” (McQuail, 2001:436). La audiencia después es vista “... como mercado como un conjunto de consumidores, reales o potenciales, de servicio y productos mediáticos, con un perfil socioeconómico conocido” (McQuail, 2001:438). El vínculo entre emisor y receptor únicamente es un acto de consumo, reduciendo la posibilidad de comunicación pública. El concepto limita la atención al acto del consumo y se basa en criterios económicos, para investigar las tendencias de la audiencia y con base en esas proporcionar los nuevos productos.

⁴ La audiencia es un conjunto de espectadores y oyentes de cualquier canal mediático o de algún tipo de contenido mediático. El origen de este concepto surge con el público de los espectáculos de la antigüedad, donde se presentaban actuaciones en vivo, estando en un tiempo y espacio determinado, las personas eran ocupantes de un auditorio. Véase: McQuail, 2001

1.1.3.1. Formación de la nueva audiencia

Las cuestiones ¿qué influye en la elección de contenidos? y ¿qué factores de contenidos y presentación ayudan a llamar y a retener la atención de una audiencia? Son la línea de investigación para comprender mejor la formación de la nueva audiencia (McQuail, 2001). La indagación en estas preguntas revela elementos y circunstancias que contribuyen en la formación de una audiencia. Estos elementos se les llaman factores, los cuales pueden surgir del propio auditorio, el cual es influido de los contenidos que ofrecen los medios, o sea de los factores generados desde los contenidos. Por lo tanto la formación de la audiencia puede ser influida desde la propia audiencia o desde los contenidos.

Factores desde la audiencia: Los principales factores que influyen en la elección de contenidos desde la audiencia pueden ser los siguientes:

- ✚ *Circunstancias generales sociales y culturales* como: las familiares, educativas, la edad, el género, que intervienen en la elección de ciertos contenidos.
- ✚ La *disponibilidad*, que se refiere al tiempo que se tengan para la recepción de contenidos en cuanto a lugar y momento, esto influye directamente a la captura de audiencia, ya que se toma en cuenta el horario de trabajo y sueño.
- ✚ Los *Hábitos* de uso mediático, las personas tienen preferencias y hábitos de determinados contenidos que los hacen ser más o menos selectivos y activos en la cantidad de usos.
- ✚ *Preferencias generales en cuanto a contenidos, gustos e intereses*, la mayor parte de las personas cuenta con determinados intereses y gustos hacia una amplia gama de contenidos, esto hace que las personas los busquen y los consuman.
- ✚ *Conocimiento de las alternativas*, los contenidos se seleccionan dependiendo de los intereses personales, pero solo si la persona sabe de las alternativas en el momento de su disponibilidad.
- ✚ *Contexto de uso de la televisión*, la elección personal dependerá de las circunstancias en las que se encuentre la persona, por ejemplo: si esta solo o no, si tiene capacidad de decidir, o si se encuentra motivado o no.

Factores desde los contenidos: Los factores que llegan a influir en la formación de una audiencia desde los contenidos son:

- ✚ *La atracción deliberada de grupos sociodemográficos*, el pertenecer a ciertos grupos influye en los gustos, por ejemplo niño, joven, adulto, hombre, mujer, etc. *Atracción de género*, invitan a preferir determinados contenidos de una amplia variedad (comedia, drama, tragedia, etc.)
- ✚ *Intensidad y tipo de publicidad previa*, la forma en que se presentan los contenidos y la forma de atraer a la audiencia con contenidos o intensidad, influye de manera considerable en la selección.
- ✚ *Programación y planificación* de los contenidos en función de la disponibilidad, poner determinados contenidos en horarios donde el tipo de audiencia tenga mayor posibilidad de consumirlos.

La audiencia vista como activa considera que el uso de los medios puede ser tan solitario o sociable como quiera el interesado, a diferencia de la audiencia considerada como masa la cual aísla a las personas. “La televisión brinda oportunidades tanto para la participación en el círculo familiar como para el distanciamiento del mismo” (McQuail, 2001:467). De esta manera, la audiencia no es forzosamente la víctima pasiva como lo dice la teoría de masas, más bien es activa, en cuanto puede seleccionar o usar los contenidos que proporcionan la televisión o los medios en general. En el libro *Concepciones opuestas de la Audiencia: Los hemisferios activos y pasivos de la Teoría de la comunicación de masas* (Biocca, 1988), se hace una compilación de aspectos de actividad en la audiencia, entre los cuales se desarrollan los siguientes:

- ❖ *Selectividad*: de una amplia variedad de medios de comunicación la persona elige, así como también elige los contenidos de alguno de esos medios.
- ❖ *Utilitarismo*. En este caso la elección de los contenidos o los medios implica un razonamiento o motivación, guiada por la experiencia y el contexto, seleccionando lo que resulta valioso para la persona.

- ❖ *Intencionalidad.* La audiencia hace un procesamiento cognitivo de la información y selecciona contenidos de forma consiente en función de ello.
- ❖ *Implicación.* “Rosengren y Windahl (1972) identificaron dos dimensiones distintas de relaciones mediáticas (en el caso de la televisión), una de <<interacción>> (cuando alguien se imagina que participa en la acción o cuando se produce un estado de <<estimulación mutua>>), y la <<otra de identificación>> (con un personaje de la pantalla) cuando ambas intervienen, surge un estado de <<captura>> que constituye el grado más intenso de <<implicación>>”citado por (McQuail, 2001:475).

Por otro lado, también hay que considerar que se hace uso activo de los medios al reflexionar críticamente sobre los contenidos expuestos, aunque esta reflexión sea o no expresada verbalmente.

1.2. Comunicación educativa

La presencia de los medios de comunicación masiva y las nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC), cumplen diversos fines en la sociedad actual, como favorecer la comunicación, el intercambio y acceso a información de cualquier parte de mundo, el entretenimiento, la socialización, y también aun cuando sea su propósito específico educan, transmiten valores, forman opiniones y enseñan.

En la actualidad los medios de comunicación y las TIC son parte ya de la sociedad, se usan a cualquier hora y lugar para estas y otras actividades, debido a que ya son parte de la cultura⁵ contemporánea. El constante uso de los medios de comunicación y las TIC ya es un modo de vida para las personas y más para las nuevas generaciones de jóvenes, que ya desde muy temprana edad están acostumbrados a interactuar con dichas tecnologías.

Roxana Morduchowicz en su libro *El capital cultural de los jóvenes (2004)*, habla de la *cultura popular* o cultura pop, la cual es entendida como la que construye los

⁵ *Cultura* entendida como conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos y grado de desarrollo artístico, científico e industrial, en una época y grupo social. Diccionario de la Real Academia Española.

medios de información y comunicación. En este sentido podemos decir que la cultura pop es el entorno mediático con el cual los jóvenes interactúan y se desarrollan el cine, la música, la televisión, la radio, Internet etc.

Esta inclusión de la cultura pop en los jóvenes ha generado problemas en el ámbito de la educación, ya que la escuela se ve un tanto deslindada de dicha cultura, la cual es consumida por los jóvenes y no es tomada en cuenta dentro de la educación formal. La *cultura pop*, proporciona nuevas y diferentes formas de comprender y desarrollarse en determinado contexto, estimulando de forma diferente a los jóvenes en comparación con la escuela.

La televisión a partir de estudios de comportamiento de personas descubre sus necesidades y la manera de satisfacerlas, rescatando determinados gustos y comportamientos que posteriormente plasma en contenidos televisivos, donde se muestra determinada forma de hablar, de vestir o de actuar. Los jóvenes al sentirse identificados o atraídos por dichos gustos, los adoptan para su vida diaria. Mientras que en la escuela no toma en cuenta esos gustos o intereses y en general su contexto, proporcionando contenidos que no son de su interés y que no son usados de forma inmediata en su contexto, o que no son asociados de forma directa con la vida cotidiana, como lo hacen con los contenidos televisivos.

La escuela debe proporcionar conocimientos socialmente relevantes, para que el alumno los use en resolver problemas y situaciones sociales. Y si esta se mantiene al margen de los procesos socioculturales de los jóvenes, el alumno no podrá vincular los aprendizajes obtenidos en la escuela con la realidad social en la que se desenvuelve. “La educación, en este sentido, debe entenderse como práctica cultural que permite generar espacios para que [las personas] construyan significados y creen sus propios significados e historia de vida, basadas en sus experiencias reales y cotidianas” (Morduchowicz, 2004:54). Por tanto:

“La incidencia y o efectos de la introducción de nuevos sistemas de información y comunicación en el sector educativo por la convergencia de la información, las telecomunicaciones y el audio visual vuelven así a ser considerados problemas prioritarios en la agenda pública y de investigación. Pues además de jugar un rol

importante en las tendencias de integración y globalización económica, la comunicación educativa es hoy un campo estratégico de las transformaciones culturales que emerge en el actual contexto informal...” (Sierra,2006:24).

A raíz de esto, y del constante cambio que vive día a día la sociedad actual, como una “...reingeniería de la educación desde la comunicación y la cultura” (Castiblanco, 2000:7) surge la Comunicación Educativa como un campo transdisciplinario interesado en el actual contexto con nuevos consumos culturales.

1.2.1. Características de la Comunicación Educativa.

La Comunicación Educativa surge a finales de los ochentas, como una necesidad de la unión de ambas disciplinas para la contribución de estabilidad en el campo de la educación afectada por el desarrollo y cambio constante de las tecnologías de la información y su transformación en las nuevas formas de consumo cultural, que incide en el desarrollo de un nuevo ciudadano.

En 1973, el Consejo Internacional de Cine y Televisión (CICT) dio la siguiente definición:

“Por educación en materia de comunicación cabe entender el estudio, la enseñanza y el aprendizaje de los medios modernos de comunicación y de expresión a los que se considera parte integrante de una esfera de conocimientos específica y autónoma en la teoría y en la práctica pedagógica, a diferencia de su utilización como medios auxiliares para la enseñanza y el aprendizaje en otras esferas del conocimiento...” (UNESCO, 1984:8).

Destacando que la comunicación educativa como disciplina forma parte de la praxis pedagógica y no se reduce al estudio del uso de las nuevas tecnologías en la escuela, sino que hace una diferenciación entre el saber usar las nuevas tecnologías a favor de la formación de los alumnos en un nuevo contexto y saber usar mecánicamente un aparato.

La UNESCO, en 1979, amplió y completó la definición de educación en materia de comunicación:

“...todas las formas de estudiar, aprender y enseñar a todos los niveles (...) y en toda circunstancias, la historia, la creación, la utilización y la educación de los medios de comunicación como artes prácticas y técnicas, así como el lugar que ocupan los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación” (UNESCO, 1984:8).

La comunicación educativa es un campo académico en construcción, que tiene diferentes objetos de estudio. *La ciudad*, debido a que dentro de ella se encuentran las tecnologías de la información y comunicación creando espacios y formas de relación. La ciudad, “Considerada como el más complejo sistema de formas, modos y redes de comunicación y de educación. Asumir este tópico como horizonte de reflexión y de acción es procurar contextualizar y reconocer un lugar antropológico en donde y desde donde se inicia la problematización de la acción educativa” (Castiblanco, 2000:2). *Las investigaciones por los Estudios de recepción y consumo cultural*, las cuales se preocupan por el papel del receptor y de cómo asume las escenas culturales que ofrecen los medios, dando interés en los consumos culturales y en cómo estos son usados en la interacción diaria de diversas instituciones sociales tradicionales, como la familia o la escuela.

La comunicación educativa abarca todas aquellas actividades de la educación formal, no formal e informal; se preocupa por la educación institucionalizada, con un carácter estructurado y con objetivos; por la educación no escolarizada, que también se lleva a cabo de forma sistemática para lograr determinados objetivos, a través de medios de comunicación impresos, audiovisuales, informáticos y de telecomunicaciones.

Así mismo, se incluyen dentro de la temática de la comunicación educativa las investigaciones sobre el impacto o educación no intencionada o informal que se da en las personas a través de los medios de comunicación comerciales, así como de las

nuevas tecnologías para el entretenimiento como son los video juegos o Internet. Por otro lado, la comunicación educativa también se incorpora al campo de la las investigaciones para el logro de una recepción más activa, crítica y responsable de los receptores hacia los mensajes que se envían a través de los medios. Para lograrlo surge el enfoque de investigación de la *educación en medios*, que es un proceso de enseñar y aprender acerca de los medios de comunicación, la alfabetización mediática es el resultado, el conocimiento y las habilidades que adquieren los alumnos (Buckingham, 2005). La educación en medios gira en torno al desarrollo de capacidades críticas y creativas de las personas.

1.2.2. Educación en medios

Existen diferentes concepciones y enfoques de la *educación en medios*, en la actualidad al referirse a este término se puede entender desde diferentes perspectivas dependiendo de la manera en que se implementa esta enseñanza. “Algunas corrientes priorizan el enfoque semiológico y proponen el estudio del lenguaje de los medios y los símbolos que representan. Otras son más sociológicas y analizan la relación de los niños y de los jóvenes con los medios. También están las que proponen examinar los efectos de los medios en la sociedad, sobre todo en la niñez (este enfoque últimamente han perdido peso). Finalmente, hay una corriente que plantea un enfoque crítico, más vinculado a los estudios culturales.” (Morduchowicz, 2003:1).

El significado y objeto de estudio de la educación en medios puede ser diferente, dependiendo del contexto social en el que se desarrolle la practica. En primer lugar, hay enfoques centrados en el estudio de los efectos o influencia que tiene los medios de comunicación en las personas, analizan como se refleja los contenidos de los medios en el comportamiento de las personas, y pretende defender o proteger de estos efectos.

En segundo lugar, están las corrientes que analizan las motivaciones personales para la elección de consumo, las cuales se preocupan por saber por qué se selecciona determinados contenidos, cuales son las razones, saber los consumos culturales de las personas qué ven, qué leen, qué oyen y cómo la relacionan con la cultura.

En tercer lugar, la tendencia de la investigación del lenguaje de los medios se propone conocer cómo a través del lenguaje que se usa en los textos de los medios se reflejan realidades del mundo. Analiza las representaciones que transmiten los medios para entender el propósito de los códigos y el por qué se usa determinado texto.

Una cuarta corriente con una concepción crítica pretende analizar las representaciones de la realidad social que proponen los medios y a partir de eso saber cómo las personas incorporan esas realidades en el mundo. Su propósito es entender a los medios y las relaciones sociales a partir de contextos específicos históricos, políticos y económicos dándole un enfoque crítico. En este enfoque los medios se ven como parte de los textos que se utilizan en el aula, no como tecnologías de entretenimiento simplemente. Este modelo pretende que los alumnos puedan entender el proceso de producción desde una perspectiva social, estética, política y económica.

Por otro lado, también se puede destacar una concepción tecnicista, en ésta los recursos tecnológicos son usados por los profesores, pero únicamente para desarrollar en los alumnos destrezas y habilidades. Esta concepción sólo se enfoca en que los alumnos aprendan a usar las tecnologías, pero no se preocupa en generar una reflexión sobre sus contenidos, es decir, deja de lado la base ideológica de los discursos construidos por dichas tecnologías. Se cree que las tecnologías producen cambios y modificaciones en el alumno con el simple hecho de usarlos (Morduchowicz, 2003)⁶.

De forma general, se puede decir que la *educación en medios* tiene como prioridad, en su ámbito de conocimiento, centrarse en conocer y entender cuáles son las expectativas que las personas tienen de los medios; saber cuál es la gratificación que esperan conseguir de estos; conocer los contenidos que ofrecen los medios; comprender la relación que existe entre las personas y los medios de comunicación, para saber lo que ofrecen los medios en relación a la cultura (formas de vida, expresión, socialización, etc.) y lo que realmente perciben las personas de esto que se

⁶ A partir de los ochentas con los estudios de la audiencia, se deja a un lado el estigma de los efectos negativos y lineales de los medios en las personas, quedando superado el enfoque a los efectos. Véase: Morduchowicz, 2003.

ofrece, con el fin de que se expliquen o aclaren las convergencias y divergencias que puedan existir; pretende formar personas en el uso los nuevos lenguajes y códigos audiovisuales, para que sean capaces de consumirlos de una manera crítica, usarlos de forma creativa y activa como canales personales de comunicación; promover y crear acciones pedagógico-didácticas de forma planeada y organizada, con el fin de promover una actitud crítica frente a los medios, para que haya una comprensión del lenguaje audiovisual, de la estructura y función que los medios representan, además de usarlos a favor de las capacidades y actitudes de los alumnos; y por último, que se tenga una concepción globalizada del fenómeno educativo en su doble interacción con los medios, primero como objeto de estudio dentro de la escuela y después como instrumento que está al servicio de un modelo alternativo de comunicación educativa (Pérez, 2004).

De dichos objetivos que pretende la educación en medios, cabe destacar que en la propuesta pedagógica del presente trabajo se promueve principalmente la creación de acciones didácticas novedosas y creativas enfocadas al uso de los medios de comunicación en beneficio a la educación.

1.3. Televisión en la educación

Introducir en la práctica educativa tecnologías de la comunicación y las nuevas forma de expresión, que día a día surgen en la sociedad, es indispensable para hacer una conexión entre la educación y las realidades del contexto actual, que han generado un nuevo tipo de persona. Dando especial interés, no en la tecnología como tal, sino en las formas de expresión que estas desarrollan.

Para aprovechar el potencial educativo de las tecnologías de la comunicación, se debe comenzar por comprender el lenguaje *audio visual*, como una forma diferente de expresión. Ya que adoptando criterios de uso coherente y creativo de estos nuevos lenguajes se podrá lograr dicho aprovechamiento educativo.

Los medios de comunicación masiva se han convertido en el contexto en el que crecen actualmente los niños, y es a través de ellos que obtienen accesos a la

realidad, adoptando de estos una visión del mundo, de la historia, del hombre y de todo tipo de temáticas que los medios abordan en sus contenidos, ligados a la visión que ellos mismos imponen al público.

Lamentablemente algunas escuelas no cuentan con herramientas necesarias para preparar a los alumnos para una sociedad que se encuentra en constante progresos, más aún si se habla de tecnologías de la comunicación. Actualmente no se aportan conocimientos necesarios para enfrentar la realidad social con nuevas y variadas formas de expresión de realidades y personas. Algunas de las principales causas por las cuales no se introducen nuevas estrategias que incorporen lenguajes usados por los medios de comunicación son: la poca preparación de los docentes en cuando a la integración de medios de comunicación en el aula, los gastos que implica asistir a congresos de actualización y en algunos casos, la resistencia o miedo que radica en el pensamiento de la posible sustitución de la letra impresa por el lenguaje audio visual, sin embargo, esto no es posible, ya que leer y ver una imagen son dos operaciones distintas del cerebro, en donde una no sustituye a la otra.⁷

Actualmente los niños y en general las personas comprenden y reaccionan mejor a contenidos mediante estímulos de los sentidos y emociones, cosa que la televisión suele hacer muy bien, obteniendo la atención de la gente a través de la estimulación de sus sentidos.

Si la escuela integrara los medios de comunicación masiva en los procesos de aprendizaje, proporcionaría coherencia entre lo que se vive dentro de la escuela y fuera de ella, dando al alumno un carácter crítico frente a los contenidos de cualquier medios de comunicación masiva y una oportunidad para que el alumno construya su significado de vida a partir de lo aprendido en la escuela y de su experiencia con la realidad.

⁷ Leer un texto escrito "... Es una operación analítica doblemente abstracta: primero hay que hacer análisis dramático y luego análisis lógico. (...) Por el contrario, contemplar una imagen solo puede hacerse sumergiéndose en ella. Es una operación sintética, que se realiza primariamente de una manera global. La actual producción de imágenes y sonidos está dando lugar al nacimiento de un nuevo tipo de inteligencia (...) Conocer a través de sensaciones. Reacciona ante los estímulos de los sentidos, no ante la argumentación de la razón. Véase: (Ferrés, Video y educación, 1997:26)

1.3.1. Alfabetización audio visual

El lenguaje audio visual es un conjunto organizado de forma estética compuesto de imagen, colores, texturas, formas específicos y sonidos, ya sean verbales o musicales, que pretenden transmitir ideas que puedan ser percibidas y entendidas por las personas a través de sus sentidos. "...son las emociones suscitadas por la interacción de imágenes, música, palabra y efectos sonoros las que están cargadas de sentido o significación" (Ferrés, 1997:93).⁸

A partir de este nuevo lenguaje, que usan los medios de comunicación, surge la preocupación por la alfabetización audio visual, que es entendida como un proceso educativo que proporciona a las personas mecanismos para manejar de forma consciente y autónoma contenidos que transmiten los medios audiovisuales. El congreso internacional de la Association for Media Literacy de Canadá, en 1998, definía la alfabetización audio visual como <<la capacidad de decodificar, analizar, evaluar y comunicarse en una variedad de formas>>. Citado por (Pérez, 2004:83).

La educación o alfabetización audio visual pretende lograr un proceso continuo a lo largo de la vida, para que los alumnos sean capaces de aplicar lo aprendido en la escuela y en sus consumos fuera de ella y si esto no pasa la educación audio visual no tendría ninguna relevancia (Masterman, 1996).

Existen algunas ideas erróneas, por parte de los profesores frente a la alfabetización audio visual, por ejemplo: que pretende proteger a los niños contra los medios, o que su propósito es capacitarlos y que aprendan a distinguir entre los buenos contenidos y los malos. Lamentablemente, muchos de los profesores en la

⁸ P. Babin y M.F. Kouloumdjian definen el lenguaje audio visual mediante siete rasgos principales: *Mezcla*: Se crea una experiencia en las personas al unificar sonido-palabra-imagen. *Lenguaje popular*: Se caracteriza por no usar un discurso determinado o técnico, se expresa de forma coloquial. *Dramatización*: Le dan un toque de acción y drama a cualquier actuación con el propósito de crear tensión. *Relación óptima entre fondo y figura*: Se crea un ambiente relacionando entre ambos elementos fondo y figura para crear determinado ambiente. *Presencia*: El lenguaje audio visual hace que las personas al mirar y escuchar los contenidos se cree una sensación de ver y oír con todo el cuerpo. *Composición por flashing*. Conjunto de aspectos destacados que aparentemente no se perciben con algún orden y se encuentran en un fondo común. *Encadenamiento*: <<de mosaico>>. Es cuando se presentan aspectos por partes sin coherencia aparente si se separan unos de otros, pero cuando se ve estos elementos en conjunto se puede percibir una coherencia. Véase: Ferrés, 1994.

actualidad siguen pensando de esta manera, continúan con una idea de la alfabetización audio visual de tipo proteccionista.

Para abatir este tipo de pensamiento, se debe comenzar por quitarle el puesto central al profesor, esto es, que el profesor ya no decide qué es lo que pueden ver o no los alumnos (los contenidos que él considera bueno o malos), de este modo la información la proporcionan los medios, para que los alumnos y el profesor se conviertan en investigadores reflexivos frente a los contenidos audiovisuales.

Tomando en cuenta los puntos anteriores, la educación audiovisual debe de propiciar en las personas alfabetizadas "...la doble articulación de decodificar (leer) y codificar (expresarse) a través de signos de naturaleza diferente a los escritos, así como lograr que esos signos puedan ser usados (trasferidos) en diferentes situaciones y aéreas de conocimiento del proceso de enseñanza-aprendizaje y de la realidad cotidiana" (Aparisi & Garcia, 1998:IX).

La formación audio visual se plantea en dos niveles: el primero es la enseñanza de la *pedagogía de la imagen* y, en segundo lugar, la enseñanza de *la pedagogía con imágenes*. La pedagogía de la imagen consiste en conocer el lenguaje audiovisual. Debido a que los medios de comunicación muestran una realidad de forma subjetiva. Estas tecnologías forman parte de la sociedad actual y provocan la necesidad de integrar un nuevo aprendizaje en las personas, el de aprender a leer y comprender los mensajes audiovisuales. En cuanto a la *pedagogía con imagen*, se refiere a usar los medios a favor del proceso de enseñanza aprendizaje. Este nivel es muy útil, ya que los medios de comunicación están muy presentes en la vida de los niños y jóvenes, tan es así, que este sector de la población cuenta con una cultura que toma de los contenidos audiovisuales.

La utilización de los medios audiovisuales permite evaluar conocimientos, actitudes y también la propia metodología del trabajo que se pone en práctica. En cuanto a los conocimientos, podemos saber si se produce un aumento de la retención, si se facilita el aprendizaje y si los diferentes códigos audiovisuales permiten un aumento de interés y captación total del mensaje. En las actitudes, podemos saber si

se facilita el análisis crítico, si los cambios son observables y si responden a una determinada área individual. Por último, en la metodología, nos interesa conocer si el mensaje puede ser decodificado con habilidad por los alumnos, si aporta ventajas en la recepción de la información y fomenta determinadas actitudes entre los estudiantes (Aparisi & Garcia, 1998). Conocer los lenguajes de los medios audiovisuales y sus tecnologías, como lo marca el nivel de la pedagogía de la imagen, permitirá posteriormente un mejor uso didáctico en las aulas, más coherente y aplicable a las necesidades curriculares, que es lo que pretende el nivel de la pedagogía con imágenes, haciendo indispensable la dominación del nivel de la imagen para poder aplicar el nivel posterior.

1.3.2. Uso didáctico de la televisión

Los medios de comunicación e información masiva y las nuevas tecnologías tienen una gran cantidad de posibilidades didácticas, que se pueden integrar en la educación como elementos curriculares. Con sus características y su adecuada utilización, pueden propiciar el desarrollo de diversas habilidades y conocimientos en las personas, facilitando y favoreciendo la estimulación de aprendizajes.

Usar a la televisión como recurso didáctico trae al desarrollo del aprendizaje diversas ventajas. “Ayuda a presentar de manera objetiva las ideas, dándole claridad y realismo. Captan y mantienen el interés en los alumnos. Hacen posible que los objetivos de aprendizaje se alcancen en un tiempo más corto. Coadyuvan a que los alumnos se involucren en diversas actividades de aprendizaje activo”(Noguez,2008:13).

Al integrar los contenidos de la televisión, en la educación formal, se pretende cumplir con diversos objetivos; como analizar los fines de la televisión y la función que esta ofrece a la sociedad; analizar la técnicas de lenguaje de determinados géneros televisivos, principalmente los más populares entre la población; comprender la relación entre los géneros que se manejan en la televisión y los receptores de cada contenido y programa; y propiciar el ambiente adecuado para que las personas desarrollen una actitud crítica ante los discursos presentes en la televisión. Desde este

punto de vista, la televisión es un buen recurso didáctico, pues ofrece contenidos de toda índole, es también un medio con muchas posibilidades en el apoyo, motivación y complemento de diversos contenidos escolares de cualquier nivel y materia, siempre y cuando el docente sepa conjuntar ambos contenidos en beneficio del tema o los temas seleccionados.

1.3.2.1. Modalidades en el uso didáctico del video

Aunque, desde el punto de vista didáctico, el uso del video en el aula es relativamente nuevo, en *Video y educación*, Ferres sistematiza diversas posibilidades de uso del video en la educación los cuales se describen a continuación:⁹

- Video-lección: consiste en expresar los contenidos de forma sistemática, como una clase normal, pero el profesor en este caso es sustituido por el video. Esta modalidad es un tanto limitada, tradicional, sin imaginación ni interacción alguna, sin embargo resulta útil para transmitir información científica.
- Video-apoyo: se usa para ilustrar el discurso del profesor, no precisamente apoyándose de lo que se muestra, si no como un acompañamiento de lo expuesto.
- Video-proceso: es cuando los alumnos se sienten implicados en la actividad, como sujetos activos, haciendo posible una dinámica de aprendizaje activo, reflexionando, cuestionándose, debatiendo, etc.
- Programa motivador: pretende básicamente suscitar un trabajo posterior al observado. El trabajo posterior didáctico se realiza precisamente a partir de lo visto, ya que para esta modalidad los contenidos de los videos deben estar integrados de imágenes, música, texto hablado y efectos sonoros formando una expresión concreta y acabada. El programa motivador, pretende provocar en el alumno una respuesta activa, estimulando la participación de los alumnos que lo han visto, obteniendo, reforzando o aclarando el aprendizaje después de ver el material.
- Programa mono-conceptual: se usan contenidos muy breves y en ellos se desarrolla solo un concepto, un aspecto parcial o concreto de un tema, un

⁹ Tomando en cuenta que la televisión emplea lenguajes audiovisuales como el video, se adaptarán las modalidades del uso didáctico del video a la televisión.

fenómeno, una noción o un hecho, sobre conocimientos, hábitos o destrezas, facilitando de esta forma su comprensión o aprendizaje.

- Video interactivo: en este caso la secuencia de los contenidos está determinado por la elección del usuario, ofreciendo progresivamente la información dependiendo del nivel de comprensión y capacidad de aprendizaje del alumno.

Cabe mencionar que video proceso y programa motivador, son los dos principales estilos didácticos a emplear en la propuesta pedagógica del presente trabajo, debido a sus posibilidades en la integración del alumno para la participación activa en el proceso de enseñanza aprendizaje, rescatando la importancia de la participación activa en la construcción de su aprendizaje.

1.3.2.2. Funciones del video en la enseñanza

El lenguaje audiovisual ha provocado una gran cantidad de cambios en la práctica educativa y esto, a su vez, ha generado problemas en el quehacer docente, debido a que el avance tecnológico es mucho más rápido que los avances en educación. Los profesores no están en contacto con las nuevas tecnologías como los alumnos, lo cual produce un conflicto al querer introducir éstas en la práctica docente, dicho conflicto ocasiona un sentimiento de amenaza por parte de los medios, al no saber cómo usarlos en pro de la educación.

En el caso exclusivo de la televisión y los medios audio-visuales, para integrarlos como recursos didácticos en la práctica educativa, se puede comenzar conociendo las funciones de la enseñanza al emplear este medio como recurso didáctico. Las principales funciones que se pueden destacar son las siguientes:

- En la *función informativa o referencial*, el mensaje pretende expresar una realidad lo más objetivamente posible, cumpliendo una función informativa y de fomento el acceso de todos a la información. Mediante este recurso el alumno puede acceder a sus realidades más cercanas.
- La *función motivadora* es: "... cuando el interés del acto comunicativo se centra en el destinatario, buscando afectar de alguna manera su voluntad para incrementar las posibilidades de un determinado tipo de respuesta" (Ferrés, 1997:71). Esta

función en el proceso didáctico pretende producir emociones y sensibilizarse en torno a un tema. Siendo la imagen mas eficaz que la palabra para provocar este tipo de efecto en los alumnos.

- La *función expresiva*: centra su atención en el emisor, rescata lo que este pretende o quiere expresar. Parte de la estética de la forma de comunicarse, ya que apartir de la belleza o arte expresada se suscitan determinadas reacciones en respuesta a estos.
- La *función evaluativa*: rescata en el acto comunicativo las conductas, actitudes o destresas que se expresan, dando la posibilidad de ver y reflexionar comportamientos propios, identificarse con lo expuesto y tomar conciencia de una identidad propia.
- *Función investigadora*: permite al alumno conocer y analizar comportamientos, fenómenos ya sean naturales o no. Los materiales audio visuales dan esta posibilidad de investigación debido a la manipulación que se puede hacer a los acontecimientos grabados, dando la posibilidad de hacer un mejor analisis de lo expuesto, ya que es un buen complemento de la observación directa.
- La *función lúdica*: se enfoca básicamente en el juego, entretenimiento y la gratificación. Se usa para producir en el alumno o personas placer a lo estético, para obtener entretenimiento, "...el deleite es un requisito indispensable para la motivación. Y esta se impone a su vez como condición indispensable para el aprendizaje (...) el caracter lúdico de la tecnología del video puede optimizar el proceso de aprendizaje" (Ferrés, 1997:85).
- La *función metalingüística* pretende guiar un aprendizaje del lenguaje, en este caso audio visual, diferenciando los códigos utilizados para determinados caso de expresión. Por ejemplo no es la misma forma de expresión que se usa para comercial publicitario que para un documental.

Dichas funciones pueden presentarse juntas o algunas de ellas en una aplicación didáctica concreta, o bien pueden predominar unas más que otras, dependiendo de la creatividad del profesor al implementar la estrategia didáctica.

La integración de medios audiovisuales en la educación, actualmente es algo indispensable para la formación de las nuevas generaciones. Relacionar los consumos y preferencias de dichos medios de comunicación con el contexto en el cual los alumnos se desarrollan, es crear coherencia entre la realidad social que los alumnos viven y los objetivos de la educación. La educación es parte indispensable en la formación de personas, y si esta no está en constante actualización e informada del contexto cultural de los alumnos respecto a las necesidades emergentes de la educación, la formación de los alumnos se verá limitada e insuficiente.

El primer paso que se expresa en la propuesta para la integración de la televisión en los procesos de aprendizaje es precisamente indagar y conocer el contexto televisivo en el cual se encuentran nuestros alumnos. Conocer lo que en nuestro país se consume respecto a este medio y focalizar nuestra área de oportunidad para dicha integración coherente.

II. CONTEXTO TELEVISIVO

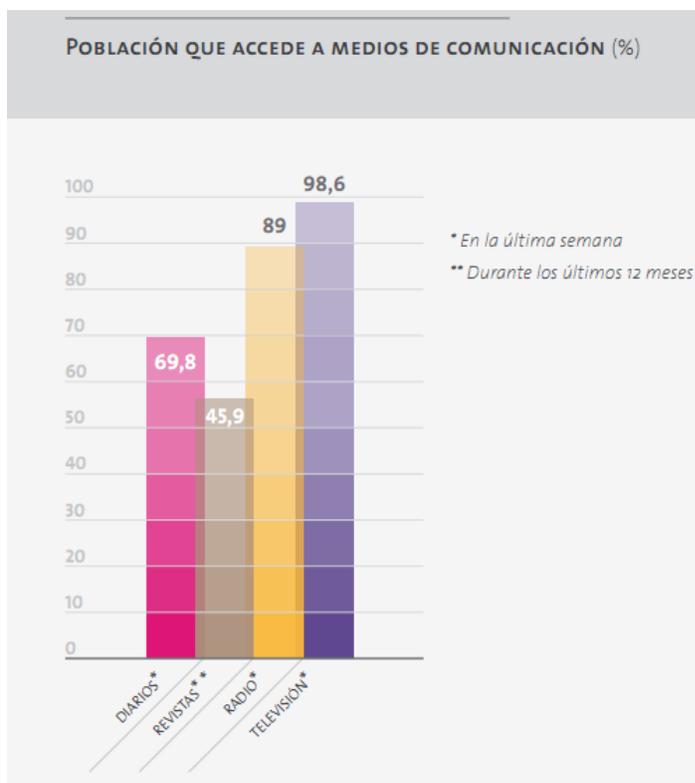
Hoy en día, es una realidad la intervención de diversos medios masivos de comunicación en varias actividades, transformando la forma de interactuar en nuestro contexto. En el caso de la televisión, como ya se mencionó en el capítulo anterior, cumple diversas funciones en la sociedad como entretener e informar. Actualmente la televisión sigue siendo el medio de comunicación masiva por excelencia con más poder y alcance en el mundo y, por lo tanto, en nuestro país.

Esta realidad de la que no podemos escapar y que contribuye a la formación de nuevas personas, es indispensable tomarla en cuenta, más aún si se pretende integrar en el ámbito educativo. Al integrar contenidos televisivos en la propuesta didáctica, es esencial conocer lo que ofrece dicho servicio en nuestro contexto. El presente capítulo aborda de forma general un panorama de la televisión mexicana y, de forma específica, contenidos que se proporcionan en televisión abierta, principalmente contenidos para niños y jóvenes. El apartado solo se enfoca en televisión abierta, ya que es la más accesible. Saber de estos contenidos será útil para estar al tanto de lo que actualmente es consumido por los alumnos con acceso a este servicio y ubicar las posibilidades educativas rescatables.

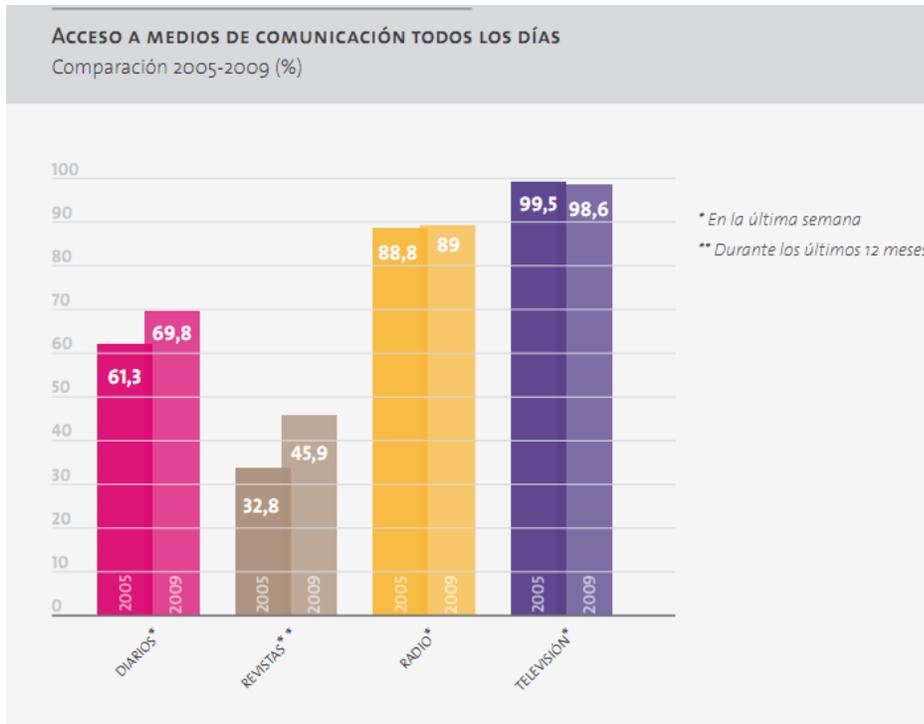
Por otro lado, en la segunda parte del capítulo, se proporciona información acerca de los esfuerzos que ha logrado la televisión educativa en nuestro país, aclarando que la idea es recuperar en el salón de clase lo más consumido por los niños y jóvenes (tv comercial). Pero, asimismo, es importante conocer y reconocer lo que ofrece y pretende este tipo de televisión, para tener puntos de comparación de la televisión comercial, cultural y educativa, y así tener un panorama de las diferencias entre la televisión educativa y lo que pretende la Propuesta Pedagógica con la televisión en la educación, destacando que, aunque la televisión comercial es la más consumida, es la que menos se toma en cuenta en el ámbito educativo.

2.1. Televisión en México, datos de consumo.

La televisión ocupa un espacio importante en la sociedad contemporánea, como el medio de comunicación de más impacto en nuestro país y el mundo. Según datos obtenidos, de la Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural (CONACULTA, 2011), los medios de comunicación masiva más consumidos por las personas son la televisión (98,6%) y la radio (89%), encontrando que casi la totalidad de los habitantes de nuestro país ve televisión. De la población de 15 años o más que viven en zonas urbanas, ven televisión al menos una vez durante la semana. El 97.9% de los entrevistados tiene televisión en casa, y de ellos 37.2% responde tener dos o más televisores.



El tiempo dedicado a estos medios es significativo, casi la mitad de los encuestados (48.9%) ve televisión de dos a menos de cuatro horas diarias, alrededor de uno de cada cuatro (26.8%) lo hace más de cuatro horas y uno de cada cinco (19.8%) menos de dos horas diarias (CONACULTA, 2011).



Cuadro.1. (CONACULTA, 2011)

Con base en los datos señalados, se puede observar que principalmente en las grandes ciudades, las personas le dedican bastante tiempo a ver televisión. Esto debido a diversos factores, entre ellos se pueden destacar la falta de recursos y tiempo para acceder a otro tipo de diversión o esparcimiento, la falta de interés o conocimiento de otras formas de entretenimiento, etc.

En el caso del consumo de los niños, la necesidad de los padres por salir a trabajar, provoca que dejen a sus hijos entretenidos con el televisor. También la falta de recursos y tiempo para poder integrarlos a otras actividades o evitar salir de casa debido a la inseguridad, son factores muy influyentes.

La televisión se ha convertido en el medio de comunicación masiva preferido entre las personas para satisfacer estas y otras necesidades como la distracción, entretenimiento, obtención información, esparcimiento, entre otras. Aproximadamente dos terceras partes de quienes encienden la televisión (68.7%) lo hacen específicamente para ver un programa que les gusta, 28.4% lo hace para ver qué están pasando y 2.9% para no sentirse solos (CONACULTA, 2011). Los porcentajes

muestran a la televisión como una de las primeras alternativas para la distracción y la obtención de información.

Dentro de los consumos para diversión o distracción se encuentra los usos principalmente de niños y jóvenes, por la gran cantidad de tiempo que pasan solos en casa. Esto afecta directamente las formas de relacionarse con familiares, padres o amigos ya que la televisión pasa a sustituir de alguna forma las funciones de estas personas, ocupando un lugar central en los hogares. La compañía que ofrece este aparato es incondicional y a todas horas alimenta la imaginación con todo tipo de contenidos, además otorga un refugio cuando se tienen problemas.

Por estos y otros factores "...la televisión representa para los ciudadanos de las sociedades modernas lo que el tótem para las tribus primitivas: objeto de veneración y reverencia, signo de identificación individual y colectiva... Como tótem, la televisión concentra las expectativas y temores de las tribus modernas. A ella sacrifican su tiempo. Ella da "sentido" a la realidad. (...) Para muchas personas la televisión compendia el total de sus esperanzas..." (Ferrés, 1994:13).

Otro factor que afecta directamente al consumo televisivo, como la ocupación de las personas, provoca que el consumo varíe. Por ejemplo, los estudiantes tienen los grados más altos de consumo televisivo (98.4%), (estudiantes de educación básica: primaria y secundaria), a excepción de las personas con mayor escolaridad, que tienen los niveles más bajos de consumo. Al analizar los tiempos que cada grupo le dedica a ver televisión, se aprecia que entre la población con educación universitaria se da la proporción más baja (20.9%) de quienes ven televisión cuatro horas o más. La proporción más alta se da entre las amas de casa (34.0%) y los estudiantes (33.3%) (CONACULTA, 2011).

Esta información nos indica una relación sumamente estrecha entre la situación económica y educativa de las personas y los hábitos de consumo cultural, siendo más vulnerables a grandes cantidades de consumo televisivo, las personas que pasan buena parte del tiempo en casa, como niños, amas de casa o personas con menor escolaridad.

2.1.1. Televisión abierta

De las personas que ven televisión, 22.4% manifiesta ver televisión de paga (CONACULTA, 2011), siendo más de la mitad los que aún no cuentan con ese servicio. Como la televisión abierta es la más consumida actualmente en nuestro país, es en la que se enfocará el apartado y la propuesta pedagógica, ya que es la más criticada en ámbitos educativos, la más consumida y la que menos se toma en cuenta para análisis en la educación.

La televisión aporta diversa cantidad de contenidos y conocer lo que proporciona a nuestra sociedad es de suma importancia para entenderla mejor. Siendo el principal medio usado por la gran mayoría de los habitantes para obtener entretenimiento e información, para muchos representa la única opción de mantenerse enterados de acontecimientos, así como la única oportunidad de conocer lugares del mundo que, si no fuera por este medio, no sería posible. Sin embargo, la televisión mexicana no cuenta con variedad en contenidos y estos en su gran mayoría son comprados a empresas extranjeras. A pesar de esto, la programación que ofrecen es del agrado de las personas.

Es importante mencionar que, “la incorporación de México a la economía global (1982-1994). A partir de 1982, con las administraciones de los presidentes Miguel de la Madrid (1982-1988), y de Carlos Salinas de Gortari más tarde (1988-1994), se establecieron políticas económicas encaminadas a la privatización de la participación del Estado en la economía...” (Gómez, 2004:55), a favorecer la inversión extranjera, el comercio exterior, así como la privatización de empresas, con el objetivo de acelerar la modernización del país por medio de inversión privada nacional y extranjera. Con este cambio de orden económico y político, México se ajusta a las exigencias internacionales para la modernización en el área de comunicaciones, finanzas, leyes, etc. En función de las necesidades de las empresas nacionales y transnacionales.

A partir de la lógica del libre mercado, en México el sistema televisivo también experimentó muchos cambios. El gobierno, después de tener tres redes televisivas de ámbito nacional, sólo mantiene una, la red nacional del Canal 11, decana de las televisiones públicas latinoamericanas, denominada dentro de la órbita de canal público educativo y cultural. Asimismo el Canal 22, que pertenecía a la extinta Imevisión, se mantuvo como televisión pública cultural (Gómez, 2004). Ambas empresas dependen de la Secretaría de Educación Pública y del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, respectivamente.

Tomando en cuenta que la señal de dichos canales no llega a todo el país, actualmente hablar de televisión abierta en México se reduce prácticamente a las dos empresas privadas que se han adueñado de la mayoría de los canales de televisión abierta en México¹⁰ (Véase: *Cuadro. 1.1*).

Televisa se coloca encima de TV azteca, con mayor dominio de canales y rating. En el 2000, el grupo Televisa fue considerada la empresa mediática número 31 a nivel mundial y la número uno de habla hispana. Desde la entrada en operaciones de TV Azteca, el grupo Televisa perdió el monopolio de la audiencia televisiva y de los anunciantes, ya que del 90% de los telespectadores, con los que contaba en 1994, llegó en 1997 hasta un mínimo de 67%, es decir, en sólo cuatro años de operaciones TV Azteca llegó a 33% de la audiencia nacional. Para el año 2000, Televisa se recuperó llegando a 69% de la teleaudiencia (Gómez, 2004). En la actualidad controla casi la mitad de las estaciones de televisión en el país y su competencia TV Azteca, un poco más de una tercera parte.

¹⁰ Canal 2, 4, 5 y 9 de Televisa, y los canales 7 y 13 con participación en el canal 40 de Televisión Azteca.

Compañía/Institución	Número de Estaciones	Porcentaje
Televisa	326	46.2
TV Azteca	251	35.6
Gobierno	91	12.9
Otras	37	5.3
<i>Total</i>	<i>705</i>	<i>100.0</i>

Cuadro.1.1. (Sánchez E. , 2005) *Entre la empresa Televisa y TV Azteca controlan el 81.8% de las frecuencias de todo el país.*

El canal Canal 2 de Televisa, el más famoso y consumido de la televisión mexicana, ofrece contenidos variados, principalmente telenovelas, noticieros, programas de deportes y reality shows. Este canal compite directamente con canal 13 de TV Azteca, El cual dirige sus contenidos a la totalidad de la población mexicana. “La programación que actualmente presenta, es un 75% de producción propia y el restante 25% es adquirida. Sus contenidos son de corte generalista, en donde destacan los noticiarios, variedades, telenovelas, deportes y películas.” (Gómez, 2004:69)

El Canal 5 de Televisa está dirigido principalmente a una población infantil y juvenil, de las cuales, sus principales contenidos son caricaturas y series variadas de las cuales, en el año 2000 el 65% de sus transmisiones eran de origen extranjero (Gómez, 2004). Este canal compite con la segunda cadena de TV Azteca canal 7 que también está enfocada a niños y jóvenes, combinando sus programas de entretenimiento de producción propios con caricaturas, series y películas en su mayoría extranjeras.

El canal 9 ofrece, principalmente, programas variados, películas mexicanas, extranjeras y telenovelas. Por otra parte, el canal 4 Foro tv de Televisa tiene un contenido básicamente informativo, con una programación de noticieros en su totalidad.

En el Distrito Federal y zona conurbada, aparte de los canales mencionados de las dos televisoras que dominan el mercado, también se pueden captar las señales de Cadena 3 que se transmite por en canal 28 con programación variada; Proyecto

40 que opera en la frecuencia del canal 40, el cual en sus inició en 2006 transmitía únicamente contenidos informativos producidos por TV Azteca, actualmente también se transmiten programas de debate, noticieros, documentales, películas, entre otros (Proyecto 40, 2013); finalmente Televisión Mexiquense que trasmite por el canal 34 la gran parte de sus contenidos son producidos por el propio canal. Debido a que este canal es dependiente del gobierno de la localidad los contenidos políticos ocupan un lugar importante en la programación, por otro lado los programas de noticias son en su mayoría de contenidos de la localidad.

Algunos estados del país cuentan con televisoras manejadas por gobiernos locales, las cuales apenas alcanzan un 12.9% de estaciones (cuadro 1.1). por esta razón, la mayoría de ellas no cuentan con muchas frecuencias, imposibilitando cubrir el territorio del estado donde funcionan, lo cual permite que el consumo que hay sea de las empresas privadas que tienen un mayor alcance, incluso en zonas totalmente marginadas y alejadas. “La inexistencia de una televisión pública de alcance nacional, así como la ausencia de otras opciones en el campo de la televisión privada, han propiciado que la audiencia se concentre en los canales de esos consorcios”(Trejo,2011). De esta forma, la televisión abierta en nuestro país seguirá teniendo un gran consumo de los canales de empresas privadas a falta de otros bienes culturales, de la posibilidad de acceder a una televisión de paga o la apertura a una variada posibilidad de canales.

2.1.2. Programación infantil

La programación que actualmente existe en televisión abierta en México consiste, la gran parte de esta, en caricaturas, programas y series que son compradas por las televisoras mexicanas a extranjeros. Lo cual deja ver que la televisión en México es en su mayoría comercial, debido a que sus contenidos están orientados a satisfacer necesidades como entretener, informar, vender o pasar ratos de ocio.

El canal principal que está dedicado al público infantil es canal 5 de Televisa, pese a esto, en algunos horarios, principalmente nocturnos, cambian los contenidos y

los dirigen a público adulto. Básicamente la programación infantil en este canal se divide en caricaturas de súper héroes, acción y series, la mayoría son compradas a grandes compañías extranjeras con algunas excepciones. Mientras TV azteca en canal 7 solo ofrece para niños y jóvenes la serie Los Simpson y los programas Disney Club, Domingo infantil, Niños 7 y Sábado Disney, los cuales presentan exclusivamente contenidos de Disney como caricaturas, series y películas. La siguiente tabla muestra la programación actual de los canales que dedican contenidos a niños y jóvenes, Canal 5 de Televisa y canal 7 de TV Azteca respectivamente.¹¹

¹¹ Véase página oficial de los canales Televisa y Televisión Azteca

CANAL 5 DE TELEVISIA. PROGRAMACIÓN INFANTIL Y JUVENIL		COMENTARIOS
Caricaturas	Pocoyo, El chavo animado, <u>Bakugan</u> , Los padrinos mágico, Bob esponja, Jimmy Neutron, El nuevo pájaro loco, <u>Chowder</u> , Pinguinos de Madagascar, La granja, <u>The winx club</u> , La mansión Foster, Chicos del barrio, Dora la exploradora	Las caricaturas con más horas al aire en la semana son: Bob esponja y El chavo animado, con dos horas diarias. Son las caricaturas con más éxito entre niños de 4 a 10 años, debido al ambiente audio visual que se maneja.
	Héroes: Batman el valiente, Chicas súper poderosas, El escuadrón de los súper héroes y Ben 10.	Con publicidad constante de productos de los héroes animados y de acción.
	Acción: <u>Pokemón</u> y <u>Hot Wheels</u>	
Series	Niños y adolescentes: <u>iCarly</u> , <u>Drake y Josh</u> , <u>Zoey 101</u> , <u>Big time rush</u> , El manual de <u>Ned</u> , <u>Victorious</u>	Todos los contenidos son extranjeros con gran éxito en Estados Unidos.
	Juvenil: <u>Malcolm el de en medio</u> , <u>Smallville</u> , La teoría del <u>Big Bang</u> , La ley y el orden, El mentalista, CSI: Miami	
Especiales	RAW, Sábado de corona.	Programas deportivos enfocados a las luchas y al fútbol principalmente.
CANAL 7 TV AZTECA. PROGRAMACIÓN INFANTIL Y JUVENIL		
Caricaturas	Súper héroes: <u>W.I.T.C.H.</u> , <u>Ying Yang Yo</u> ,	
	<u>Lilo y Stitch</u> , El recreo, Las nuevas locuras del emperador. <u>Kid vs Kat</u> , la casa de <u>Mickey mouse</u> , <u>Barney</u> , <u>Pucca</u> , <u>Phineas y Ferb</u> , <u>Pingu</u> .	Los contenidos en su mayoría son de Disney.
Series	Los Simpson, <u>Hannah Montana</u> , Los hechiceros de <u>Waverly Place</u> .	La serie Los Simpson con maratones de más de cuatro horas continuas.
Programas	Disney club, Domingo infantil, Niños 7, Sábados Disney	Contenidos presentados solo en fin de semana.

Cuadro. 1.2. Programación obtenida de la página oficial de los canales correspondientes (Televisión Azteca, 2012) (Televisa, 2012).

Como se puede observar, los contenidos que se proporcionan al público infantil y juvenil son, en su mayoría, de fantasía y acción, marcando en los niños estándares de moda al hablar, vestir, actuar, relacionarse con su entorno, ya sea familia, compañero de escuela y amigos. Los niños y jóvenes son grandes consumidores de televisión, por esto se encuentran bastantes contenidos y canales dedicados a ellos. Pero lamentablemente uno de los principales factores que se encuentra en la televisión abierta es que los canales de las dos empresas que dominan (Televisa y TV Azteca) se adaptan al negocio que la televisión representa, haciendo uso de cualquier herramienta para obtener el máximo beneficio. Sin ningún interés en generar contenidos propios, diversos o alternativos a lo ya expuesto.

La programación infantil, en algunos contenidos para niños, cuenta con rasgos característicos muy comunes. Vellegia, en su libro *La televisión destinada al consumo infantil* destaca los siguientes:

- Un constante enfrentamiento entre el *bien* y el *mal*, en donde el mal es visto como amenaza que va en contra del orden establecido.
- Un orden de la estructura de los contenidos, donde primero se presenta la situación de los personajes, introducción del conflicto, el desarrollo y la solución del problema, “que se apoya en efectos de alto impacto, más que en la descripción de causas de la acción dramática y sus consecuencias según un discurso racional.”(Vellegia, 1983:210).
- Muestran constantes hábitos en los personajes que tienden a imitarse por los niños: el juego con otros niños, dialogo con su entorno, relación con la naturaleza, la iniciativa personal y la capacidad de descubrimiento.
- Los personajes se dividen en “los buenos” y “los malos”, dejando de lado una posibilidad intermedia, donde su enfrentamiento regularmente es violencia física o psicológica hasta el final donde siempre o casi siempre ganan los buenos.
- Los problemas son presentados en sociedades ficticias, donde existe un orden de jerarquías aparentemente natural y los personajes tienen el papel que merecen.

- Los valores que se muestran están dirigidos a modelos de personas con ingenio e inteligencia, con demandas a lo fantástico, encaminados a logros de un poder individual.

La televisión, desde este punto de vista, juega un papel importante en la conceptualización de bueno y lo malo, marcando actitudes, conductas y relaciones sociales de acuerdo a los contenidos ofrecidos. Si estos se orientaran a un análisis crítico por parte de alumnos con la intervención educativa, la construcción de conceptos sería desde una perspectiva más crítica.

En el caso de contenidos para la audiencia infantil, son muy pocos los canales que se preocupan por los consumidores y en contenidos apropiados para ellos, esto es, contenidos de acuerdo a edades o intereses útiles socialmente hablando. A diferencia de lo que pretende la televisión educativa, que cuenta con objetivos claros los cuales toman en cuenta a las personas a quienes van dirigidos los contenidos y se sustenta con teorías pedagógicas y de aprendizaje. Sin embargo, este tipo de televisión se limita a trabajar para instituciones formales de ambiente académico, dejando descuidada la parte de la educación informal.

2.2. Televisión educativa

Hay solo un tipo de televisión como medio de comunicación masiva, pero los contenidos en la programación de dicha televisión cuenta con diversos fines como el entretener, informar, educar, etc. Considerando esto, se pueden rescatar diversas clasificaciones de televisión; la *Comercial*, que su principal fin es el consumo y el entretenimiento; la *Cultural* que tiene como meta la difusión de ciencia y arte; y por último, la televisión *educativa* que pretende fortalecer el proceso de enseñanza aprendizaje.

La televisión educativa es generada por instituciones educativas, las cuales están formadas por proyectos pedagógicos, con propósitos de aprendizaje predeterminados. Este tipo de televisión es dirigida a público muy específico ubicado por niveles académicos, puede ser desde preescolar hasta educación superior. Generalmente

esta televisión se distribuye por vía satélite o por televisión de paga y en ocasiones por sistemas de televisión abierta.

La televisión educativa diseña programas con intenciones claras, los planteamientos del diseño deben de ser de corte didáctico para una mayor eficacia en el fortalecimiento de los contenidos. En cuanto a los objetivos de los contenidos de esta televisión, son definidos exclusivamente en el terreno de lo educativo, para ofrecer una serie de contenidos inmersos en cada uno de los niveles educativos, cargado de conocimientos, valores y habilidades.

“...la televisión educativa como concepto supone una oferta con rasgos propios y diferenciados, caracterizada fundamentalmente por ir dirigida a una audiencia específica, definida por buscar una formación. En este sentido, la vinculación con determinados diseños educativos (educación infantil, formación de adultos, enseñanza a distancia, etc.), resulta fundamental para dar sentido a la oferta televisiva con una reconocida finalidad formativa” (Javier Tejedor & García Valcárcel, 1996:182)

El impacto de los medios tecnológicos en la educación ha ayudado a que la labor educativa pueda llegar a más gente que se encuentra en lugares marginados, en este caso con la ayuda de lo audiovisual. La televisión educativa es sólo una parte de un programa educativo más amplio, que responde a una necesidad social, “... promueve el análisis, la crítica, la recreación, sobre la base de la información. Tiene una intencionalidad formativa, referida a desarrollo de las facultades racionales y emocionales del ser humano” (Parker, 1983:197).

La televisión educativa es un concepto basado en el servicio que brinda a la sociedad, esto es, que proporcione contenidos que correspondan con la cultura y el contexto en el cual se produce, dentro de un cuadro del contexto nacional. Esta televisión se contrapone a la televisión comercial, que tiene como finalidad el lucro y las ganancias. A diferencia de esta, la primera pretende contribuir al desarrollo de la audiencia, ofreciendo servicios que requieren las personas a las que va dirigido el contenido, con un propósito formativo.

2.2.1. Historia de la televisión educativa en México

En 1950 se lanza al aire en México el primer programa oficial con el gobierno de Miguel Alemán (1946 -1952). “Sin embargo, las transmisiones de carácter educativo no recibieren un apoyo colectivo, hasta que el gobierno estableció su proyecto de Alfabetización en 1965 (con Gustavo Díaz Ordaz, 1964-1970)” (Duncan, 1983:133). Posteriormente, se fundó un servicio de telecomunicación en todo el país, el cual hizo posible el proyecto Telesecundaria que dio acceso a la educación a toda la población, en especial a personas que se encuentran en lugares poco accesibles y con rezago educativo.

La televisión educativa llega a México oficialmente a finales de los años 70 con la expansión de la Telesecundaria, cuando la SEP crea la Dirección General de Educación Audiovisual (1964), con el objeto de que a través de los nuevos recursos tecnológicos audiovisuales se logran nuevas formas de educación para abatir el rezago educativo del país, la cual se encontraba dirigida a sectores marginados de la población y con base en el plan de estudios de la SEP para el nivel secundaria.

Después de evaluar el sistema Telesecundaria se convirtió en una nueva modalidad educativa. En 1978, la SEP cambia el nombre de Dirección General de Educación Audiovisual por Dirección General de Materiales y Métodos Didácticos. Dicha dependencia tiene a su cargo la elaboración, producción y transición de los programas educativos. Para 1981 vuelve a cambiar el nombre a Unidad de Televisión Educativa Cultural, en donde también estaba ya encargada de la producción de series culturales.

En 1988, con la creación del Consejo Nacional de la Cultura y las Artes, (CONACULTA) la Unidad de Televisión Educativa Cultural (UTE), se convierte solo en Unidad de Televisión Educativa (UTE) por que se transfiere a CONACULTA la programación cultural.

Es importante destacar la diferencia entre televisión cultural y televisión educativa. La cultural, a diferencia de la educativa, tiene una función informativa,

transmite valores, actitudes y formas de ser que corresponden a la cultura del contexto. "...La televisión cultural transmite valores, concepciones, emite opiniones, desde la perspectiva de la cultura que produce el programa" (Parker, 1983:196). Asimismo presenta temas de arte, científicos, tecnológicos, de danza, musicales, películas, deporte, formas de comportamiento, el desarrollo de la sociedad, etc. En cambio, la educativa tiene objetivos dirigidos al aprendizaje de determinada población.

En 1995 les proporcionan antenas, decodificadores y televisores, a planteles de la UTE, para iniciar con las primeras transmisiones por la Red Satelital de Televisión Educativa (Red EDUSAT)¹². En 1999 Unidad de Televisión Educativa (UTE) cambia a Dirección General de Televisión Educativa (DGTVE), teniendo a su cargo el sistema EDUSAT, el más importante en su naturaleza en Latinoamérica. Dicha instancia pretende aportar un esquema objetivo en materia de educación, como difusor de conocimiento con base en los medios electrónicos y con eso contribuir al abatimiento del rezago educativo. Sus principales tareas son la transmisión y programación de programas educativos, así como la dirección del Servicio Nacional de Imagen Educativa, que comprende la conservación de acervos, capacitación y actualización de profesionales vinculados con medios audio visuales educativos y de la investigación, desarrollo audiovisual y evaluación (Chávez, 2003).¹³

Para el año 2002 (DGTVE) inicia el servicio de televisión educativa en línea, con programación de canales de Red EDUSAT. Actualmente DGTVE depende de la Unidad de Planeación y Evaluación de políticas educativas, su tarea es producir programas y transmitir contenidos educativos (DGTVE, 2012).

¹² "Es un sistema digitalizado de señal restringida que cuenta con más de 35 mil equipos receptores instalados en planteles del país y algunos en dependencias educativas de otros países de la región. - Transmite trece canales de televisión con alcance continental, cuya huella satelital abarca el continente desde Canadá hasta la Patagonia en Argentina, incluyendo El Caribe.- Se reconoce como la red de transmisión de contenidos educativos y culturales más grande del mundo, con más de treinta mil horas anuales de programación." Véase página oficial del ILCE. (ILCE , 1956-2012)

¹³ Actualmente Red EDUSAT (Red Satelital de Televisión Educativa) transmite 15 canales y para su operación y programación requiere de dos instituciones: la DGTVE (Dirección General de Televisión Educativa) y el ILCE (Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa).

Ya en 2005, la SEP y la Cámara Nacional de la Industria de Televisión por Cable (CANITEC), inician el canal educativo y cultural *Aprende TV*, para ofrecer a las personas que cuentan con televisión por cable un canal con productos de las principales instituciones educativas y culturales de todo el mundo.

ILCE participa desde 1994 en la red de Educación Vía Satélite (EDUSAT)¹⁴, que abarca todo el territorio nacional, la cual es dirigida por la SEP y une a instituciones con interés común para proyectos televisión educativa, como la Unidad de Televisión Educativa (UTE). Produce y coproduce materiales educativos y culturales que proporciona a planteles escolares, a través de 5 canales de televisión.¹⁵

Como se puede observar, la televisión educativa persigue objetivos muy definidos en el terreno de lo educativo, está encaminada a educar ofreciendo, por medio de la televisión, contenidos inmersos en cada uno de los niveles educativos, incorporando valores y habilidades y está sustentada en la existencia de un currículum, que valida los contenidos en el procesos de enseñanza aprendizaje. Todos estos aspectos le dan el carácter educativo a este tipo de televisión.

En cuanto a televisión abierta, actualmente México cuenta con dos canales dedicados a la cultura y la educación: el Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional y el Canal 22, del Consejo Nacional para la Cultura y las Artes. Estos canales cuentan con valiosos contenidos informativos y formativos, desafortunadamente su señal abierta solo llega aproximadamente al 50% de la población. Esto genera que una de cada cuatro personas (24.9%) manifiesten ver algún canal cultural. Los motivos expresados por

¹⁴ Algunos de los organismos educativos que tienen presencia en EDUSAT- SEP -ILCE son: Instituto Nacional para la Educación de los Adultos, INEA, Consejo Nacional de Fomento Educativo, CONAFE, Dirección General de Educación Tecnológica e Industrial, DGETI, el propio ILCE, Universidad Pedagógica Nacional UPN, Unidad de Televisión Educativa UTE, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología CONACYT, TV UNAM, y el Sistema de Universidad Abierta SUA. También instituciones culturales: INBA (Instituto Nacional de Bellas Artes), INAH (Instituto Nacional de Antropología e Historia), INI (Instituto Nacional Indigenista) e IMCINE (Instituto Mexicano de Cinematografía) y productoras extranjeras y organismos mundiales con trayectoria en la producción de programas educativos como: Asociación de Televisión Educativa Iberoamericana, OEA (Organización de los Estados Americanos) y OPS (Organización Panamericana de la Salud.) Véase: EDUSAT, 2012

¹⁵ Canal 13 "Apoyo a la Educación", Canal 16 "Presencia en el 22", Televisión Metropolitana Canal 22 Canal 15 "Las Artes".

quienes no ven canales culturales tienen que ver con la falta de información, con la falta de interés y con la dificultad de acceso (CONACULTA, 2011).

2.2.1.1. Canal 11

Canal 11, del Instituto Politécnico Nacional (IPN), es el primer canal de televisión educativa y cultural de México. Desde 1959, que inició con sus transmisiones, hasta ahora, se ha dedicado a la difusión de cultura y educación. Tiene como misión “Generar y transmitir contenidos que impulsen y fomenten el desarrollo humano” (IPN, 2012). Dicho canal, cuenta con una variedad de programas de divulgación científico-técnica, información económica social y política, arte nacional y extranjera, programas de salud, naturaleza, entretenimiento, espectáculos, arte, con una barra especial para niños con un estímulo intelectual y provecho educativo. Esta emisora ofrece una programación que satisface gustos y necesidades de toda la población con contenidos para niños, jóvenes, adultos y de la tercera edad.

Entre los programas que proporciona el Canal 11 podemos encontrar, aquellos programas de análisis y reflexión, como *Primer Plano*, *Dinero y poder*, *Espiral*, *Línea directa* y *Agenda a fondo*; Una barra matutina de servicio comunitario e información dedicada a la mujer, como *Diálogos*, en donde se discuten temas de interés en la actualidad; Programas de corte social, de nuestra historia, cultura y entorno natural. Cinco noticieros, distribuidos a lo largo del día; La producción de programas para niños la barra *Once Niños*; aquellos que promueven el conocimiento de nuestra sociedad en la actualidad, como *Aquí nos tocó vivir*, donde se muestra, a través del testimonio de vida a México, o *Conversando con Cristina Pacheco*, donde muestra a personajes que han dado sentido a la vida cultural, artística, deportiva y científica de nuestro país. Para el público joven, *Central Once*, proporciona un espacio de reconocimiento, interacción y expresión (IPN, 2012).

En cuanto a la calidad de Canal Once, es importante mencionar que ha obtenido el reconocimiento que da UNESCO a la mejor televisora del mundo. Es el primer canal, público de televisión en el mundo, en estar certificado bajo la norma ISAS BC

9001:2003, la cual busca impacto directo en “La calidad de los contenidos de los programas, desde su diseño hasta la realimentación de las audiencias. - La relación con las autoridades nacionales reguladoras y/o el gobierno, y con los anunciantes. - La gestión de los recursos humanos” (IPN, 2012).

2.2.1.2. Canal 22

Por otro lado, el Canal 22 también dedicado a la difusión de cultura y educación. Dependiente de la Secretaría de Educación Pública y el Consejo Nacional para la Cultura y las Artes, inicio sus transmisiones en 1993 como televisora publica de carácter cultural. Se creó por la solicitud de integrantes de la comunidad cultural y artística de México para que el gobierno del país impulsara la existencia de una televisora cuyos contenidos procuraran la difusión de las principales manifestaciones del arte y la cultura y que al mismo tiempo, permitieran el desarrollo de un nuevo lenguaje audiovisual en la producción televisiva mexicana (CONACULTA-b, 2011).

El objetivo de este canal es impulsar contenidos de las principales manifestaciones de arte y cultura, para desarrollar nuevos lenguajes audiovisuales en la televisión mexicana. Sus contenidos son prácticamente de artes plásticas, música, literatura, historia, danza, cine, animación, miniserias, programas infantiles, informativos y de investigación periodística. En la actualidad su señal llega aproximadamente a 300 ciudades de la República a través de los sistemas de cable. Cuenta con una programación nacional del 49% del total de su programación. Y sus producciones han recibido diversos reconocimientos nacionales e internacionales.¹⁶

2.2.2. TV educativa alterna

La televisión educativa ha hecho diversos esfuerzos a favor de la educación. En el país representa un gran avance en cuanto al uso de las tecnologías en beneficio de diferentes problemas en materia de educación, como abatir el analfabetismo y el

¹⁶ CAMERA de la UNESCO 1997-2000 a la mejor política cultural, el Premio Nacional de Periodismo por divulgación cultural 1996, el Nombramiento a Canal 22 como Miembro Activo del Proyecto de la UNESCO, Plataforma Audiovisual de Televisión de Servicio Público, por los méritos de producción cultural educativa.

rezago educativo, favorecer la actualización y el trabajo docente, etc. O en el caso del modelo educativo telesecundaria, que impulsa la educación de este nivel en zonas rurales de difícil acceso. Esto representa un gran impulso en educación, por lo cual es importante tomar en cuenta todo el trabajo generado en este campo, así mismo conocer y reconocer los objetivos de este tipo de televisión. Sin embargo, la televisión educativa no está al alcance de todos, como la televisión abierta, y, por su forma específica de producción, no es tan consumida como la televisión comercial.

La televisión comercial muestra contenidos con temas que atraen la atención de los niños y jóvenes, dichos temas son abordados de forma atractiva para este tipo de población, usando ciertas estrategias cada vez más sofisticadas para abordar los contenidos.

A diferencia de la televisión comercial, la televisión educativa aborda temas interesantes, con contenidos socialmente útiles y formativos para los alumnos. Sin embargo, la forma de abordarlos no resulta tan atractiva para una población infantil o juvenil, debido a que los objetivos de la televisión educativa no son similares a la comercial, que está más encaminada a la distracción, lo que provoca mayor preferencia en contenidos de ese tipo. Por tanto, la televisión comercial es a la que más accede la población y es también la menos tomada en cuenta en el ámbito educativo. Integrarla en el quehacer educativo, es una oportunidad para originar la participación en el proceso educativo, los consumos culturales de los alumnos, así como proporcionar herramientas muy valiosas que favorezcan el análisis crítico de dichos consumos y, al mismo tiempo, reforzar y reafirmar contenidos curriculares, creando una forma diferente y atractiva de fortalecer contenidos curriculares para los alumnos y para los docentes. Por tanto, por su fácil acceso, por la forma de mostrar diversas temáticas y por el agrado que hay entre las personas hacia este tipo de televisión, la TV educativa alterna es una nueva forma de usar a la televisión comercial en beneficio de la formación de los alumnos, docentes y la educación en general.

La televisión educativa alterna, por otra parte, tiene como finalidad inicialmente conocer las preferencias de nuestros alumnos, partiendo de eso para focalizar las áreas de oportunidad, para reforzar contenidos de alguna área de conocimiento y, al

mismo tiempo, proporcionar al alumno herramientas para que vea desde otra perspectiva lo que cotidianamente ve en televisión. Pretendiendo que el alumno en un futuro sea más crítico y reflexivo en los usos que le dé a contenidos televisivos.

Al cambiar la forma de ver televisión, también se modifican los intereses o consumo de contenidos televisivos y, a su vez, se puede provocar una transformación en gustos y preferencias a ciertos contenidos. El alumno en este sentido, siendo consciente de las intenciones de dichos contenidos, pueda elegir seguir viéndolos o hacer un cambio en sus consumos. Provocando a largo plazo un cambio de lo que se ofrece en la televisión comercial, exigiendo nuevos y diferentes contenidos a partir de sus nuevos consumos.

La televisión comercial, desde esta perspectiva, se puede ver como una alternativa diferente que posibilita el aprendizaje de forma interesante y divertida para los alumnos, la cual logrará un vínculo entre los intereses y las necesidades que alumnos buscan en los consumos televisivos y los objetivos educativos, además de que podrá alcanzar una coherencia de la realidad cotidiana que vive el alumno en la escuela y fuera de ella.

III. ANÁLISIS CRÍTICO DE CONTENIDO TELEVISIVO

Para poder hacer posible la integración de la *Televisión educativa alterna*, en ámbitos escolares, es esencial conocer a profundidad los contenidos televisivos que se desean integrar en determinada área escolar. El presente capítulo desarrolla el análisis crítico de contenido de la serie televisiva *Los Simpsons*, la cual fue seleccionada de una amplia variedad de programas que se transmiten en televisión abierta, debido múltiples factores como los son: el éxito que tiene en el país desde hace más de veinte años, la variedad de generaciones que han crecido con la serie, la amplia gama de temáticas que se manejan, entre otros.

A lo largo del capítulo se podrá observar la relevancia de la elección de la serie y de los capítulos seleccionados para la integración de los mismos en la secuencia didáctica. El método de análisis crítico aporta al docente conocimiento específico de lo que los alumnos ven en televisión. Proporciona un panorama amplio para localizar las posibilidades que ofrece determinado contenido en el ámbito didáctico.

Para el análisis de dicha serie, se tomó como base la Propuesta metodológica para el análisis crítico de series televisivas y films, en el libro *Televisión y Educación* de Ferrés, donde además de proponer las pautas para el análisis de series y films, también se proporciona material para el análisis de publicidad e informativos. A partir de dicho texto, se elaboró un formato (Anexo 1), el cual permitirá al profesor o alumnos realizar el análisis de una forma más estructurada, puntual y coherente, si así lo requiere.

El procedimiento que se siguió para realizar el presente análisis parte de lo general a lo particular. Primero se analiza la serie en su totalidad y posteriormente los capítulos seleccionados para la estrategia didáctica.

3.1. La serie los Simpsons.

El presente apartado desarrolla el análisis de contenido de la serie en general, partiendo de la lectura de situación que consiste en contextualizar a la serie y la lectura fílmica que pretende analizar la totalidad del contenido, posteriormente se realizara el mismo procedimiento con los capítulos seleccionados y se finaliza con la lectura de valor de los contenidos.

3.1.1. Lectura situacional

Esta parte del análisis pretende ubicar la serie en el contexto económico, político, cultural y social que surge, para examinar los aspectos que se encuentran presentes en la serie y que pueden incidir en contenidos y temáticas de ella.

Los Simpson es una serie animada estadounidense, que en México se trasmite por Azteca 7 de televisión abierta, de lunes a jueves a las 7 de la noche. La serie fue creada por Matt Groening, para la compañía Fox Broadcasting, y fue puesta al aire en el año de 1989. Matt Groening es dibujante, productor y escritor. Su interés es proporcionar una alternativa a lo que él llamaba “basura establecida”, y un contenido televisivo el cual muestre cómo es la sociedad estadounidense de una forma satírica. Para esto se apoya en el género de la comedia y en una familia disfuncional de clase media. Sus personajes están basados en la familia del autor, incluso usa los nombres de su familia para los personajes, excepto el suyo, que lo cambio por Bart. (Groening, 2012)

Actualmente la serie tiene 402 episodios en 23 temporadas, los cuales abordan una gran variedad de temáticas como la política, racismo, religión, problemas económicos, culturales, de educación, valores, derechos, medio ambiente, sexualidad, drogadicción, homosexualidad, violencia, muerte, corrupción, inmigración, etc. En general, la serie aborda cualquier tema o problemática que se

presente en la realidad de cualquier sociedad actual, digna de mostrarse en la serie en forma divertida, sarcástica e irónica.

Debido a este amplio panorama de temáticas que se abordan en la serie de forma explícita, en muchos países ha sido censurada, argumentando que es una serie con mala influencia para los niños, jóvenes y, en general, para las personas, debido al lenguaje y las imágenes que se usan, las cuales son consideradas en ciertas ciudades inapropiadas.¹⁷ Sin embargo, la serie cuenta con amplia difusión y alcance alrededor del mundo, tiene un gran éxito y aceptación de público diverso, entretiene a niños, jóvenes y adultos, a pesar de que esté dirigida a público adulto. La serie se considera la mejor serie del siglo XX según la revista Time en *The Best Of The Century* (Time, 1999). Además de tener un personaje considerado como el más influyente del siglo XX, Bart Simpson.

3.1.2. Lectura fílmica

La lectura fílmica tiene tres partes en las que se realiza el análisis de la forma más objetiva posible, en cuanto a imagen y sonido, y se divide en tres partes; lectura narrativa, donde se expone lo que pasa en el contenido; el análisis formal, que explica cómo pasan las acciones; y lectura temática, que analiza el porqué de las acciones de los contenidos. (Ferrés, 1994)

3.1.2.1. Lectura narrativa

La lectura narrativa consta del análisis de los componentes de la historia *Argumento*, es de lo que trata ampliamente la historia; *Estructura narrativa*, se trata de rehacer la historia organizándola en bloques o secuencias; *Personajes*, consiste en analizar lo que representan en la historia y pueden estudiarse desde diferentes perspectivas, ya sea desde la funciones que cumplen en la historia como el héroe o el auxiliar, desde

¹⁷ En países como Iran, Turquía, Rusia, Alemania, Zúrica, Australia y Japon la serie animada Los Simpson es parcial o totalmente censurada, debido a que en esos países el gobierno considera que los contenidos son “inmorales” y se debe proteger de esto a la infancia (El Universal 2012).

las motivaciones que tienen, estereotipos, edad sexo, clase, profesión, etc. También se puede hacer desde valores que representan los personajes; *Entorno*, se describe los lugares o ambientes en donde se desarrolla la acción y la relación que existe entre relato y entorno. (Ferrés, 1994).

Argumento: La serie animada narra la vida cotidiana de una familia de clase media considerada disfuncional. En el desarrollo de cada uno de los capítulos se evidencian diversos defectos de las sociedades actuales, muestra de forma sátira cómo esta familia enfrenta diversas problemáticas comunes, desde las diversas perspectivas de los personajes.

Estructura narrativa: La estructura externa o general de la serie organiza el contenido en capítulos de media hora cada uno, aborda una temática específica diferente en cada uno de ellos. Los capítulos, a su vez, están organizados por temporadas y cada una de ellas varía en número de capítulos.

Personajes: La serie tiene cinco personajes principales, Homero, Marge, Bart, Lisa y Maggie, pero la serie cuenta con más de 250 personajes, los cuales han sido creados a lo largo de la serie, y actualmente siguen apareciendo más. En diversos capítulos la serie se vale de personalidades famosas como cantantes, políticos, científicos o actores para desarrollar temáticas específicas en los contenidos.

Homero Simpson

Es un hombre de 36 años de edad, pesa aproximadamente 120 kilos y está casado con Marge. Juntos tienen tres hijos: Bart, Lisa y Maggie. Pertenece a una familia de clase social media baja, trabaja en la planta nuclear de Springfield como inspector de seguridad.

Homero tiene una personalidad inmadura, se caracteriza por ser irresponsable, torpe, flojo, envidioso y tragón. Le gusta dormir, comer y descansar en el sofá de su casa, la mayor parte de su tiempo libre la pasa con amigos en el boliche o en la taberna de Moe.

Homero es un esposo fiel y responsable, en cuanto al ingreso económico de casa, sin embargo, es descuidado en las tareas del hogar, olvida fechas importantes, es un padre irresponsable, se la pasa estrangulando a su hijo mayor por sus travesuras, olvida los gustos de Lisa y en ocasiones olvida la existencia de su hija menor, Maggie.

El objetivo que persigue a lo largo de la serie es conseguir una mejor vida para él y su familia, desde su perspectiva, así como disfrutar de los momentos que le da la vida.

En general, el personaje de Homero responde a varios estereotipos, es un hombre que lo absorbe su trabajo, independientemente de cómo lo haga. La mayor parte de su tiempo está en la planta nuclear, esto provoca que en su tiempo libre lo único que quiera hacer sea descansar, ver televisión y dormir. Homero representa a una persona con malos hábitos alimenticios, de limpieza y casi es alcohólico. Se caracteriza por ser mentiroso habitual y deshonesto, éticamente no es admirable, sin embargo, existen acciones o rasgos del personaje que se pueden admirar, como el amor a su familia y que, a pesar de su problemática contextual, sabe disfrutar de la vida.

Marge Bouvier

Es la esposa de Homero, tiene 35 años y se dedica al cuidado de su familia y a los quehaceres domésticos. Es una persona paciente, servicial, atenta, le gusta la limpieza, dar consejos a sus hijos y vecinos. Su familia la considera sólo como la persona que debe encargarse de la comida y las compras, sin embargo, ella los ama incondicionalmente a pesar de sus defectos.

Dentro de la serie su personaje es reducido a representar a una mujer que acepta su papel o estereotipo de madre tolerante, esposa y ama de casa. Pero, en la familia, es fundamental para mantenerla siempre unida. Su personaje intenta fomentar valores en sus hijos. Lo más importante para ella es su familia, su valentía, honestidad, tolerancia y de más virtudes que la caracterizan, los cuales le sirven para ayudar a su familia.

Bart Simpson

Es un niño de 10 años, primer hijo de Homero y Marge. El personaje responde al estereotipo del niño problemático del vecindario y mal portado en la escuela. Le gusta andar en patineta, ver la serie del Payaso Krusty y la caricatura de Tomy y Daly, la cual es demasiado violenta. Bart se dedica a destruir cosas, hacer bromas y meterse en problemas, es considerado como un delincuente o el mejor ejemplo de niño “malo”. Básicamente la esencia de este personaje es estar en contra de la autoridad, rechaza la moral y las reglas que considera obsoletas para la realidad que vive.

El objetivo que persigue a lo largo de la serie es ser el más popular y reconocido por las travesuras que realiza, así como conseguir la aprobación de sus compañeros burlándose de los niños más inteligentes. En general burlar las reglas de forma ingeniosa y divertida.

A lo largo de la serie puedes observar que el rol de Bart no solo es ser travieso y buscar problemas, en diversos capítulos muestra su inteligencia y astucia para resolver conflictos de forma diferente a la acostumbrada, apoyado de diversos valores como el respeto, la amistad, el amor, etc.

Lisa Simpson

Es una niña de 8 años, la segunda hija de Homero y Marge, se dedica a estudiar y entre sus pasatiempos favoritos se encuentra tocar el saxofón, ver la caricatura de Tomy y Daly y apoyar cualquier causa justa y noble. Lisa es una niña con talento, lógica, racional y sensible. Sus principios más destacados son la lucha contra la injusticia, por el derecho de las personas y los animales y el cuidado del medioambiente, debido a esto es vegetariana. También está en contra de la codicia del Sr. Burns, que es el jefe de su papá y dueño de la empresa nuclear.

En el libro *Los Simpson y la Filosofía*, William Irwin destaca a este personaje como el que desempeña el papel de Sócrates, el optimista teórico, ya que a pesar de estar en un mundo caótico y absurdo ella cree que la razón no solo puede ayudarle a entender su contexto, sino también a corregirlo. (Irwin, Conard, & Skoble, *The*

Simpsons and Philosophy, 2001). En cada capítulo intenta cambiar a Bart, sacar de la ignorancia a Homero, curar al Sr. Burns de su codicia, etc.

El personaje de Lisa se podría decir que representa lo “bueno”, lo virtuoso, en cuanto a valores y actitudes, la honestidad, respeto, responsabilidad, promueve la lectura, escritura, el estudio, el voluntariado donde intenta involucra a su familia. En general, es el personaje con más conocimiento intelectual de la familia. Pero a pesar de ser uno de los personajes con más virtudes, también tiene sus debilidades como ser vanidosa, egoísta, antisocial y rebelde.

En diversos capítulos su personaje tiene la función de ayudar a resolver los conflictos a los que se enfrenta su familia o amigos, procurando siempre el dialogo y la cooperación.

Maggie Simpson

Es la bebé de los Simpson, tiene un año de edad, se dedica a ver televisión con sus hermanos, comer y dormir. Este personaje es el que tiene menos protagonismo, a pesar de esto su presencia en la serie muestra temáticas como la mala organización de la familia en cuanto al cuidado de un bebe, ya que a lo largo de la serie se muestran todos los peligros que libra gracias al descuido de sus padres. Debido a esto Maggie ha desarrollado autosuficiencia e inteligencia. El personaje es totalmente influenciado ya que repite todo lo que tiene a su alrededor, padres hermano y televisión.

Por otro lado, en el libro *Los Simpson y la Filosofía* (Irwin, Conard, & Skoble, The Simpsons and Philosophy, 2001), se habla de los personajes desde la perspectiva de los cuatro tipos de carácter, a saber: virtuoso, continente, incontinente y vicioso, en relación con la clasificación que da Aristóteles. El carácter *virtuoso*, que en la serie corresponde al personaje de Lisa, se caracteriza por que sus decisiones y acciones son guiadas por lo que considera correcto hacer socialmente y lo que decide hacer lo hace con gusto. El carácter *continente* se le podría asignar a Marge, ya que el personaje es capaz de tomar una decisión correcta socialmente hablando, actuando según la decisión que ha tomado, pero al hacerlo lucha contra sus deseos para hacer lo

correcto. El carácter incontinente corresponde a Bart, ya que es capaz de llegar a la decisión correcta de sus acciones, pero podría verse afectado por la debilidad de su voluntad, esto es que a pesar de que sabe cómo actuar correctamente no lo hace. Por último, el carácter vicioso podría corresponder a Homero, ya que la mayoría de las decisiones que toma son moralmente incorrectas, aunque después intenta corregirlas. (Irwin, Conard, & Skoble, *The Simpsons and Philosophy*, 2001)

Todos los personajes de la serie tienen un patrón de conducta, o rasgos que los caracterizan como estereotipos. Sin embargo, a lo largo de la serie existen diversos capítulos que contradicen su personalidad, debido a la naturaleza del espectáculo y a las temáticas que se abordan en los capítulos.

Entorno: La serie se desarrolla en una ciudad ficticia de Estados Unidos llamada Springfield, en ella aparecen diversos escenarios que apoyan el desarrollo de la narración, argumento y chistes. La geografía y el entorno que se muestra cambia constantemente, dependiendo de las necesidades de cada uno de los capítulos. Esta variedad de escenarios incluye bosques, praderas, montañas, desiertos, playas, costas, cañones, lagos, estanques, etc.

La ciudad de Springfield se compone de; una zona industrial, donde se encuentra las fábricas, la central nuclear y los estudios de televisión; la zona comercial con oficinas y almacenes; la zona marginada, con construcciones en ruinas; la zona rica con mansiones y residencias de los famosos que aparecen en diversos capítulos; y la zona rural con granjas y sembradíos. La zona industrial se caracteriza por ser la que más contaminación aporta la ciudad, debido a la forma desobligada de los dueños y a la corrupción. Los estudios de televisión se caracterizan por producir contenidos de mala calidad, como el noticiero, caricaturas y programas que promueven la violencia.

Entre los escenarios que más destacan en la serie encontramos el vecindario donde viven los Simpson, la escuela a la que asisten Bart y Lisa, la iglesia, la central nuclear en donde labora Homero, la taberna de Moe, entre otros.

3.1.2.2. *Análisis formal*

Esta parte del análisis consiste en analizar la serie desde el punto de vista artístico. Esto es, reconocer como se expresa la realidad que considera importante expresar el autor, valiéndose de la imagen y el sonido esta parte del análisis se hace desde dos fases, primero *tratamiento formal*, que consiste en analizar la historia desde el género, estilo y tono; la segunda fase es desde los *recursos formales*, aquí se detectan el usos que se hace en la obra de los recurso visuales y sonoros (Ferrés, 1994).

Tratamiento formal: El *género* de la serie es la comedia animada, debido a ello muestra a sus personajes en dificultades de la vida cotidiana. En cada capítulo, los Simpson enfrentan problemas comunes de la vida de forma graciosa y en muchas ocasiones los capítulos terminan con un *estilo* irónico, con una mezcla de humor y sarcasmo, sorprendiendo al público con finales totalmente inesperados, con un *tono* realista y coloquial. El manejo de problemáticas serias, como el racismo, homosexualidad, adicciones, tratadas de forma cómica, atrae bastante al público consiguiendo su agrado de dichos contenidos.

Recursos formales: La serie hace una integración de la imagen y el sonido, proporcionando un lenguaje audio visual que transmite al espectador ideas y sensaciones, facilitando la comprensión y la asimilación de los contenidos de los mensajes audiovisuales. Cabe mencionar que para la transmisión en nuestro país se realiza un trabajo de doblaje, el cual impulso el éxito de la serie en México debido a las adaptaciones de los diálogos con constantes expresiones y lenguaje coloquial mexicano, integrando también palabras de Centroamérica y Sudamérica.

Los colores, paisajes, escenarios y los personajes a lo largo de la serie son usados de forma estratégica en cuanto a composición angulación, y movimientos de imagen, junto con los diálogos, música y efectos sonoros para generar un impacto visual en los espectadores muy efectivo. De esta forma la serie logra las sensaciones y atención que se pretende generar en el público, estas pueden ser, de angustia, risa, ternura, lástima, etc.

3.1.2.3. *Lectura temática*

En la lectura temática se pretende encontrar las constantes ideológicas o *ejes estructurales* en las que se organiza la narración. Y a partir de eso, formula el tema o la intención final del autor. Finalmente se recuperan las *implicaciones emotivas*, esto es, se recuperan las sensaciones ya sea desde el punto de vista ético o ideológico (Ferrés, 1994).

Las constantes ideológicas que se perciben a lo largo de la serie, ya sea por capítulos o por temporadas, es la continua crítica a la deficiencia de las instituciones como la familia, la iglesia, la escuela, el gobierno, la pérdida de valores, abuso de poder, racismo, etc.

La serie tienen como intención última mostrar de forma cómica e irónica los problemas de una sociedad, desde la perspectiva de una familia disfuncional y hacer una crítica de problemáticas que surgen en diversas sociedades del mundo, desde la perspectiva del autor, exponiendo su inconformidad con la burla e ironía.

La concepción de la vida que se transmite, a partir de la familia Simpson, nos muestra cómo superar las adversidades que su contexto les presenta, ya que las busca resolver de la mejor forma y apoyándose siempre en familia, sin perder la esperanza de una mejora y procurando disfrutar los momentos en familia.

La serie refleja una sociedad caótica y en deterioro, donde la corrupción y el desinterés de las personas casi siempre ganan, provocando una sociedad en crisis, en donde cada vez es más difícil fomentar y promover valores éticos. Pero a pesar de esto, los personajes promueven diversos valores los cuales son reconocidos en la trama de la serie.

Implicación emotiva: A partir de la descripción de los personajes podemos decir que cada personaje despierta un sentimiento de identificación, debido a que los personajes representan a diversos estereotipos. A lo largo de la serie es muy fácil identificarse con los personajes o con las situaciones a las que se enfrentan, debido a

que estas son muy comunes en la vida de cualquier persona. La serie da la oportunidad de que una persona se pueda identificar con diversos personajes a la vez, debido a la gran variedad de situaciones a las que se enfrentan en cada capítulo.

3.2 Capítulos analizados

El mismo método usado para hacer el análisis de la serie también se aplica a continuación en cada capítulo seleccionado, para fortalecer los contenidos de la secuencia didáctica. El análisis por capítulo permite al docente focalizar las áreas de oportunidad que le brinda la serie y aprovechar la trama de éste para reforzar, esclarecer o ejemplificar los temas de la secuencia didáctica de la propuesta pedagógica.

3.2.1. Capítulo (6x7) La novia de Bart

Argumento: Bart se enamora de la hija del reverendo Alegría llamada Jessica, haciendo todo lo posible por llamar su atención y ser aceptado por ella, pero descubre que Jessica no es lo que aparenta, pese a eso inician una relación la cual le trae muchos problemas.

Estructura narrativa: La estructura interna, o del capítulo, es de forma lineal o cronológica, ya que el orden del discurso sigue el orden de la historia.

Secuencia de la historia

Inicio: Homero y Marge obligan a Bart y a Lisa a ir a la iglesia para aprender de moral, decencia y de cómo amar al prójimo. Bart se aburre y comienza a jugar, hasta que el reverendo anuncia a su hija Jessica para releer el pasaje de la Biblia, debido a que nadie había puesto atención. Cuando Bart la ve inmediatamente queda impactado con su belleza. Bart, interesado en ella, se acerca de forma a mable e intenta entablar una conversación con ella, pero fracasa. El interés en llamar su atención lo lleva a regresar a la escuela dominical, algo que para él representa un sacrificio, pero tampoco le

funciona. Cansado de mantener una buena conducta se da por vencido y decide hacer una travesura para tranquilizarse y olvidarlo todo.

Desarrollo: frente a la iglesia, el director Skinner le tiende una trampa a Bart para castigarlo. Pone al jardinero Willie tocando una gaita vestido como escocés y Bart no duda en alzar su falda escocesa con globos. Jessica observa todo y le dice a Bart que considera injusta la trampa que le pusieron y lo invita a cenar a su casa.

En la casa del reverendo, intenta ser educado y amable, pero no lo consigue, provocando que lo corran de la cena por decir malas palabras. Cuando iba de regreso a su casa, Jessica se escapa y le dice que es malo y que eso le agrada. Ambos se escapan, hacen desorden en la ciudad. Al siguiente día en la escuela, Bart se acerca a Jessica e intenta hablar con ella pero lo ignora. Ella le comenta que pueden seguir saliendo, pero en secreto por que su padre no lo permitiría. Bart acepta, pero al paso de los días se da cuenta de que Jessica le provoca muchos problemas. Desesperado Bart le pide un consejo a Lisa, ella le dice que el amor no es querer cambiar a alguien, que ella no cambiaría y lo mejor es que se separara de Jessica. Finalmente decide terminar con ella por su bienestar.

En la iglesia, Bart le comenta a Jessica que lo está convirtiendo en un delincuente y que no puede continuar con eso, pero ella en lugar de escucharlo roba la limosna y le deja el canasto vacío en las manos provocando que lo culpen del robo.

Desenlace: Bart es juzgado injustamente por el robo que cometió Jessica y sólo su mamá y Lisa le creen. Pero él no quiere traicionar a Jessica y no la delata. Decide hablar con ella y descubre que sólo se interesa en su bienestar y que no le importa en lo absoluto lo que le pasaba a Bart. A pesar de que la amenaza con delatarla, ella se comporta indiferente, porque considera que no le creerán ya que él tiene fama de niño malo y ella no.

Lisa, al conmoverse por la injusticia que todos cometen en contra de su hermano, decide dar un discurso moralista en la iglesia para que Jessica confiese, pero es imposible y la tiene que señalar. En ese momento todos los que se encontraban en la iglesia corren a la recámara de la niña para comprobar que efectivamente ella tenía el

dinero. Al darse cuenta de que se habían equivocado le ofrecen una disculpa a Bart por acusarlo injustamente.

Finalmente, Bart visita a Jessica para confesarle que, aunque su relación fue una experiencia difícil, aprendió mucho, ya que no será tan ingenuo en futuras relaciones, a lo que Jessica le responde que ella aprendió que podía hacer que un hombre hiciera lo que sea por ella. Y le pide a Bart que termine de hacer el castigo que le pusieron, Bart irónicamente ríe y dice –increíble lo que hace un hombre por una cara bonita, ¡pero yo no!, vas a ver lo mal que dejó las escaleras.

Solución del conflicto: La problemática que se presenta en el capítulo se resuelve cuando Lisa, la hermana de Bart, considera injusto que lo acusen de algo que no cometió, y decide ayudarlo para que no siga soportando los insultos de la comunidad. Para esto, prepara un discurso moral donde invita al culpable del robo a reconocer y a enfrentar las consecuencias de sus actos.

Personajes: En este capítulo la historia se desarrolla alrededor de Bart, uno de los 5 personajes principales de la serie, y Jessica, la hija de reverendo alegría, la cual ante sus padres se comporta como una dulce niña, pero en realidad es todo lo contrario, una niña mal portada y perversa.

En este capítulo, el objetivo que mueve a Bart para cambiar su conducta es agradarle y ser aceptado por Jessica, pero al darse cuenta de cómo es realmente, su motivación cambia e intenta hacer reflexionar a Jessica para que diga la verdad y enfrente la responsabilidad de sus actos. El móvil de Jessica es llamar la atención de sus padres y ver la capacidad que tiene para manipular a los niños.

Tema y valores promovidos: Muestra como idea central lo que socialmente es aceptado y lo que no. Desarrolla la importancia de la honestidad, la verdad y la responsabilidad frente a los actos que se comenten.

Desde el punto de vista ético, el capítulo pone de manifiesto la importancia de la honestidad y la responsabilidad en la convivencia social.

3.2.2. *Capítulo (9x9) La cruda realidad*

Argumento: Marge, cansada de su vida como ama de casa, decide demostrar a su familia que puede triunfar en el mundo laboral. Debido a esto, decide aceptar un trabajo de vendedora de bienes raíces, pero se da cuenta que para vender tiene que modificar la verdad, lo que le genera un conflicto entre ser buena vendedora o ser honesta. Por otro lado Homero compra un auto que pertenecía a Snake Jaibrird, un delincuente conocido como Serpiente, el cual hace todo lo posible por recuperarlo.

Estructura narrativa: La estructura u orden de acontecimientos es de contrapunto, debido a que en este capítulo se entrecruzan dos historias a lo largo de la narración. Cada historia sigue un orden cronológico, el discurso sigue el orden de la historia.

Secuencia de la historia

Inicio: Marge, aburrida en casa, se da cuenta de que ha desperdiciado su vida y quiere hacer algo diferente e interesante y sugiere a Homero salir para distraerse, pero él, al desconocer sus gustos, la lleva a una subasta de objetos decomisados por la policía.

Homero, sin consultar a Marge, compra un auto que pertenecía a un preso conocido como Serpiente. De regreso a casa, Homero maneja desenfrenadamente y Marge enojada decide caminar. En el camino se encuentra a un amigo que se dedica al negocio de bienes raíces, el cual la invita a unirse al grupo.

Marge interesada en la propuesta, decide hacer el examen de admisión. Sus hijos Bart y Lisa se ofrecen a ayudarlo a estudiar, mientras Homero le aconseja no intentarlo porque va a fracasar. Sin embargo, Marge aprueba el examen y su familia se muestra orgullosa por su nuevo empleo.

Desarrollo: Marge inicia su día de trabajo entusiasmada, comprometiéndose a defender los principios de la empresa, pero al mostrar las casas no puede evitar ser honesta, lo que le provoca problemas en la empresa. Al usar un método de no presionar a los clientes, ellos deciden no comprar o pensarlo mejor. Pero si no vende una casa será despedida. Esto le provoca un dilema, debido a que no quiere perder su

empleo, pero tampoco quiere deformar la verdad para vender. Al contarle su problemática a su familia, se da cuenta de que sólo la ven como una buena madre y ama de casa, lo que le provoca furia y lo toma como un reto para demostrar que ella no es solo una buena madre y que puede triunfar en el mundo laboral, a pesar de que vaya en contra de sus principios.

Por otro lado, Homero sigue disfrutando del auto que compro, sin darse cuenta que Serpiente sale de prisión para recuperar su auto, casualmente Homero siempre sale librado de las trampas de Serpiente.

Desenlace: En la última oportunidad por vender una casa, Marge da un recorrido con la familia Flanders para convencerlos de comprar alguna, pero la única casa que les agrada es la casa donde se cometió un asesinato. Marge decidió no comentar ese suceso para poder cerrar el trato. A pesar de que en la oficina y en su familia la reconocieron por su gran trabajo, ella no se sentía orgullosa por ocultar la verdad a los Flanders.

La conciencia de Marge no la deja tranquila y decide visitar nuevamente a los Flanders a su nueva casa, para decirles porqué el precio de la casa era tan bajo. Sin embargo, los Flander al conocer la verdad no se enfadaron y deciden conservarla.

Por otro lado, cuando Homero iba conduciendo el auto del preso, es sorprendido por el mismo y comienzan una pelea en el auto, pero esta se les sale de control y salen disparados hacia la casa que acababa de vender Marge, dejándola destruida. Al ver el accidente provocado por Homero, regresa el cheque a los Flanders y es despedida. Pero su familia le hace ver que aunque la hayan despedido había hecho lo correcto.

Solución del conflicto: El dilema en el cual se encontraba Marge se resuelve cuando considera que no vale la pena vender su dignidad para tener éxito en el ámbito laboral. El personaje finalmente decide seguir sus principios, a pesar de no obtener el objetivo que perseguía.

Personajes: La historia se desarrolla alrededor de Marge, una de las protagonistas de la serie. Este personaje tiene como objetivo realizar un cambio en su vida rutinaria, que es ser ama de casa y estar pendiente del cuidado de su familia, lo cual se torna aburrido para Marge y la hace pensar que la vida es muy corta y tiene que hacer algo diferente. El móvil que la lleva a pensar en dicho objetivo es el cambiar su vida aburrida como ama de casa, ser reconocida por aspectos diferentes al de una buena madre y mostrar a su familia y a las personas que es capaz de triunfar en el mundo laboral.

Cuando el personaje enfrenta conflictos morales para llegar a su objetivo, sus motivaciones por triunfar en el trabajo cambian y se ven afectadas por sus principios. Y aunque consiguió vender una casa y mostrar que tenía las habilidades para hacerlo, ella prefiere actuar conforme a sus valores y ser honesta con los demás, a pesar de que eso implique perder su trabajo.

Tema y valores promovidos: El capítulo muestra dos temas importantes; el primero, los problemas y las frustraciones que enfrenta el estereotipo que representa el personaje; y el segundo el dilema entre ser honesto o ser una mujer triunfadora, a cambio de decir la verdad. Los valores que representa el personaje y el capítulo en general son la honestidad, la verdad y la honradez.

3.2.3. Capítulo (10x7) Lisa obtiene un 10

Argumento: Lisa se hace adicta a los videojuegos y se olvida de estudiar para un examen. Siguiendo el consejo de Bart, hace trampa y consigue una nota que le posibilita a la escuela un gran aumento de presupuesto, lo cual la hace sentir culpable y considera que la escuela no merece el presupuesto.

Estructura narrativa: La estructura u orden de acontecimientos es contrapunto, ya que el capítulo narra dos historias las cuales se cruzan a lo largo de ella. Cada historia sigue un orden cronológico, el discurso sigue el orden de la historia.

Secuencia de la historia

Inicio: La familia Simpson sale de la iglesia y se dirige al supermercado para comer los productos de muestra y desayunar gratis. Homero, necio por encontrar un helado de sabor especial, introduce a Lisa en el congelador para que alcance el helado, lo que le provoca un fuerte resfriado a Lisa.

Por otro lado, Homero quiere comprar una langosta y se da cuenta que es muy cara y decide comprar una pequeña para criarla y engordarla.

Marge, preocupada por la salud de Lisa, no permite que asista a la escuela para que se recupere. Lisa se queda en cama y comienza a estudiar, pero su mamá le sugiere que descanse y que juegue con la consola de videojuegos de Bart. Después de que Lisa juega por algunas horas, se da cuenta que es muy divertido y se vuelve adicta, esto provoca que engañe a su mamá para no ir a la escuela y seguir frente al videojuego. Pero Marge se percata de su mentira y decide llevarla a la escuela.

Desarrollo: Al llegar al salón de clases Lisa se encuentra con la sorpresa de que tenían examen, para el cual había decidido no estudiar por permanecer jugando. Preocupada porque no sabía nada, reflexiona sobre lo que pasaría si reprueba, como el no entrar a la universidad de su preferencia. Alterada por sus pensamientos, se pone nerviosa y sale a tomar un poco de agua, en donde se encuentra con su hermano Bart. Lisa platica sobre su problema y Bart le sugiere que compre las respuestas del examen. Lisa se muestra ofendida porque ella nunca hace trampa, pero al recordar que pasaría si reprueba, decide comprar las respuestas y hacer trampa.

Mientras tanto, Homero se encariña con la langosta y la trata mejor que a una mascota, decidiendo no comérsela y conservarla.

Lisa obtiene un diez, sin embargo no se siente orgullosa de ello. Pero su situación se complica más cuando todos celebran su buena nota, hasta el director le da la noticia de que gracias a esa calificación, colocó a la escuela por encima del promedio mínimo establecido para ser acreedores de un apoyo económico. La presión

de culpa en Lisa provocó que confesara la trampa que había hecho, argumentando que no merecen ese apoyo.

El director quiere obtener el apoyo y para hacerlo pretende convencer a Lisa de ocultar la verdad, mostrándole a Lisa el deterioro de la escuela y el poco equipo con el que cuentan, tratando de que se percate del beneficio que haría a la escuela, si ocultaran la verdad. Esto provoca que Lisa se conmueva y acepta ocultar la verdad.

Desenlace: el director conocía bien a Lisa y sabía que sus principios no la dejarían ocultar la verdad. Por lo cual, el día de la ceremonia de la entrega del cheque, el director finge la ceremonia para no arriesgarse a perder el dinero. Y efectivamente, Lisa no resiste y da un discurso donde dice que, aunque el dinero es muy importante para la escuela, la verdad lo es más, confesando toda la verdad. Y en la actuación premian su honestidad y le entregan un cheque falso. Después de que Lisa y su familia se van, todos vuelven a sus lugares para recibir el verdadero cheque.

Por otro lado, la ignorancia de Homero provoca que la langosta sea cocinada en la tina de baño y, sin otra opción, se la come tristemente.

Solución del conflicto: La dificultad que se le presenta a Lisa al hacer trampa en el examen se soluciona cuando decide estar en paz con su conciencia y decir la verdad, aunque eso implique que la señalen, la juzguen, pierda credibilidad y que no obtengan el apoyo económico. El personaje prefiere ser honesto y enfrentar las consecuencias de su acto.

Personajes: El personaje principal en el presente capítulo es Lisa, la cual tiene como objetivo remediar su falta de honestidad cuando hizo trampa en el examen. Para lograrlo se enfrenta con una serie de dilemas; primero, las consecuencias de reprobado el examen; después, las consecuencias que obtendría al decir la verdad; y finalmente, con la contradicción de parte de la institución educativa que quiere obtener el beneficio económico, a pesar de que no era honestamente.

Los móviles que usa para solucionar la serie de conflictos a los que se enfrenta son sus principios, su honestidad y el ir en contra del sistema y la corrupción.

Tema y valores promovidos: El contenido principal que se presentan en el capítulo es afrontar las consecuencias y la responsabilidad que implica tomar determinadas decisiones, en este caso hacer trampa en el examen. Los valores que promueve son la responsabilidad o deber, la justicia, la verdad y la honestidad.

3.3. Lectura valorativa

De forma general, para finalizar esta parte del análisis, se valora la obra desde las tres dimensiones analizadas anteriormente: *Valoración narrativa, narración formal y narración temática*. Esto es, independientemente de que se esté de acuerdo o no con lo abordado en la serie, sino que, se debe de considerar todo lo analizado observando lo que socialmente representa la serie, los personajes o los temas.

3.3.1. Valoración narrativa

La serie refleja originalidad en el estilo que se usa para tratar temáticas serias que enfrenta las sociedades en la actualidad. El mostrar de forma animada y graciosa los problemas emergentes de la sociedad ha resultado muy eficaz, para muestra de eso está el éxito que ha tenido la serie en diversos lugares del mundo.

La estructura narrativa que se usa en la serie, dividir la serie en temporadas y capítulos, tiene como ventaja abordar temas relacionados por temporada, a su vez los capítulos permiten al público entender la trama de la serie, sin la necesidad de tener un seguimiento de ella, comprendiendo los temas del capítulo visto e identificando el perfil de los personajes de forma general en un sólo capítulo.

Los personajes y las situaciones a las que se enfrentan los personajes, son muy comunes y responden a estereotipos, esto provoca en los consumidores agrado e identificación con los contenidos de la serie y esto, a su vez, tiene implicaciones éticas, esto es, que los valores o anti-valores que representan o transmiten los personajes, benefician un proceso de reflexión más efectivo en el público, generando empatía con dichos valores adoptándolos o consolidándolos.

La serie se caracteriza por tener una amplia variedad de personajes con diversas personalidades, características físicas e intelectuales, lo cual no permite reducir a los personajes en buenos-malos, guapos-feos, fuertes-débiles, listos-tontos, etc. La presentación de los personajes en la serie no los reduce a maniqueísmos, al contrario, muestra que los personajes pueden tener en mayor o menor grado diversas características personales. De igual forma, las situaciones que se presentan en los capítulos son resueltas a partir de las características de los personajes y de sus posibilidades. Esto permite ampliar el panorama en la forma de resolver un conflicto, sin reducirlo solo a dos opciones, mostrando que el mismo problema se puede solucionar de mil formas, dependiendo de la persona y las posibilidades que el contexto proporciona.

Por último, el entorno que se genera para ambientar diversas situaciones en los capítulos aportan lo indispensable para enriquecer a los personajes, así como para favorecer el tema central de los capítulos y tener un mejor impacto en el público.

3.3.2. Valoración formal

Para la intención de los contenidos el género, el estilo y el tono son los más adecuados para la historia, ya que los productores y el autor de la serie pretenden mostrar de una forma cómica e irónica, con un tono realista excesivo, lo que acontece en la actualidad de diversas sociedades. Manejando de forma adecuada el género el estilo y el tono, ya que en conjunto tienen un mayor impacto en el público.

Los recursos visuales y sonoros también son adecuados para la intención de los temas, ya que la serie se caracteriza por mostrar situaciones reales, pero los recursos visuales y sonoros producen que esas situaciones se perciban de forma graciosa, logrando el objetivo planeado.

3.3.3. Valoración temática

Los temas abordados en la serie son problemáticas comunes que enfrenta una familia en una sociedad moderna. La esencia ocurrente y burlona de la serie frente a los problemas actuales, permite al público identificarse con dichas circunstancias y al mismo tiempo reírse de las mismas. La forma de hacer una crítica a diversos problemas sociales es muy original y divertida.

A pesar de los diversos problemas que se pueden presentar en la vida, siempre hay esperanza cuando te encuentras apoyado por tu familia y amigos. La visión que la familia Simpson transmite de la vida, muestra la fortaleza de la familia al preocuparse en resolver sus problemas de la mejor forma para todos, fomentando que siempre hay esperanza para seguir disfrutando de la vida.

Finalmente, hay que destacar que en la serie se refleja la falta de valores en las personas, pero a pesar de eso diversos personajes los defienden, aplican y transmiten lo cual ayuda a lo largo de la serie a resolver diversos conflictos de todo tipo.

El gran éxito de la serie desde sus inicios se puede vincular a necesidades o carencias sociales, tales como encontrar en la serie un momento para liberar tensiones y estrés, ver formas de contacto social entre personas con determinados comportamientos, que den pauta al público para que se identifiquen, provocando empatía con los temas y personajes. Partiendo de estos factores sociales que afectan al consumo de las personas, entre los elementos más gratificadores de la serie podemos encontrar la forma divertida de tratar temas comunes de la vida diaria, ayuda a liberar tensiones, estrés o evadir problemas personales. La identificación con las problemáticas presentadas, o con los personajes, ayuda a reducir sensaciones de insignificancia y aumenta sensaciones de seguridad. La serie en general produce gratificaciones de tipo liberadoras, da consejos para la vida, aumenta autoestima al ver que los personajes tienen problemáticas más complejas que las propias, entre otras.

A partir de lo anterior, se puede decir que la serie *Los Simpsons* tiene un contenido televisivo con diversas áreas de oportunidad para su integración en la estrategia didáctica para reforzar contenidos de ética. El proceso de análisis crítico de contenido, permite descubrir los puntos estratégicos que pueden ser útiles para reforzar o consolidar la temática educativa seleccionada. Tanto la serie como los capítulos analizados arrojan una amplia gama de posibilidades para usarse como parte del material de la estrategia didáctica. Las problemáticas y situaciones que acontecen en los capítulos de la serie permiten ejemplificar, generar debate, reflexión, analizar y promover el aprendizaje de ética.

En este proceso de integración de la *Televisión educativa alterna* en la escuela, también es indispensable conocer los contenidos curriculares a reforzar y al mismo tiempo estructurarlos de forma estratégica en la que se abordara la secuencia didáctica. Para esto, el siguiente capítulo muestra los contenidos de ética que se pretenden reforzar en la propuesta pedagógica y su relevancia a nivel social. Y, al mismo tiempo menciona cómo en la actualidad se pretende formar a los alumnos en el área de conocimientos de ética.

IV. RELEVANCIA DE LA ÉTICA EN CONTENIDOS ESCOLARES

Después de observar en los capítulos anteriores la importancia y los beneficios de la integración de los consumos televisivos de los alumnos en el proceso educativo, es necesario centrarse en un contenido curricular en específico, para después proceder a la integración de la televisión en dicho contenido. Para lograr esto es indispensable conocer las temáticas de dicha área curricular y, al mismo tiempo, ver si ésta área permite la integración de contenidos televisivos de forma apropiada para fortalecer el aprendizaje. Ya que en algunas áreas de conocimiento es más favorable la implementación de materiales audio visuales que en otras.

Por ejemplo, en el área de ciencias formales donde se encuentran las matemáticas, es más difícil reforzar temáticas con materiales de tipo audio visual, como lo son los contenidos de televisión. A diferencia del área de las ciencias sociales. Esto es debido a que en esta área de conocimiento las temáticas que se abordan se prestan a la reflexión crítica, al debate y a la problematización. Esto permite que sus temáticas puedan ser reforzadas con contenidos televisivos, que exhiben problemáticas que se abordan en estas áreas, dando un mejor resultado en el aprendizaje de los alumnos.

Debido a esto y a los propósitos del presente trabajo, se seleccionó la enseñanza de la ética, que se encuentra en la línea curricular de ciencias sociales en educación básica en la materia *Formación Cívica y Ética*. La enseñanza de la ética proporciona diversas posibilidades para establecer normas y reglas de convivencia, las cuales ayuda a crear cierta armonía en la vida de una sociedad. Conocer, comprender y practicar dichas reglas favorece un desarrollo más sano de la vida en grupos. Es por esto que el presente apartado se concentra en mostrar la relevancia de la ética en contenidos escolares y de su importancia como parte del desarrollo de los alumnos en la actualidad.

El presente capítulo comienza con el desarrollo de conceptos básicos de ética y moral que se abordan en educación básica y principalmente en educación secundaria. Muestra la importancia de la enseñanza de la ética en el desarrollo personal y social de los alumnos. También expone los recursos didácticos que se proponen desarrollar en dichos contenidos, esto permitirá conocer las áreas de oportunidad para implementar la televisión como recurso didáctico. Con esto, se podrá proporcionar un panorama general de la ética en la educación, para comprender su integración y relevancia en la propuesta pedagógica que se desarrolla en el último apartado del presente trabajo.

4.1. ÉTICA

El término ética es usado muy comúnmente entre las personas, lo escuchamos y usamos en conversaciones, en discursos políticos, lo tenemos como asignatura en la escuela desde educación básica. Sin embargo, usar y escuchar constantemente este término no significa que se tenga claro su significado o se use y aplique correctamente. En el presente apartado se establecerá una diferenciación entre dos conceptos que suelen usarse de forma indistinta: ética y moral. Para comprenderlos mejor se irán desarrollando a la par, ya que la definición de un concepto complementa la definición del otro.

La ética es una disciplina que se encarga de teorizar, investigar y explicar una parte de la conducta humana, a saber la moral (Sánchez V. A., 1969). Este comportamiento humano llamado moral, es el objeto de investigación de la ética. Por lo tanto, la moral como tal no puede ser ciencia sino un objeto a investigar de ella. Se podría decir que la ética surge de la moral, esto es, la moral ayuda a decidir qué debemos hacer y la ética ayuda a saber porqué lo hacemos. La ética posibilita justificar los motivos de las acciones.

4.1.1. Objeto de estudio de la ética

La misión primordial de la ética es explicar la práctica moral, estudiándola para dar razón del comportamiento y de su diversidad práctica en sociedades y épocas, explicando la variedad y diferencia de moral vivida en una gran cantidad de contextos, partiendo de la historia y el desarrollo de cada uno de ellos. Para comprender mejor la ocupación de la ética, se tiene que conocer primero su objeto de estudio. Las personas en la vida cotidiana nos enfrentamos a diversos dilemas¹⁸ morales a causa de la relación con otras personas en donde la solución de dichos dilemas puede afectar a terceros, (puede ser a una persona, un grupo social o a la sociedad en conjunto) como consecuencia de la decisión tomada para resolverlos. Estos problemas cotidianos se les denominan problemas práctico moral o moral vivida, los cuales se enfrentan a normas sociales que afectan la conducta y la forma de actuar frente a estos problemas.

Los problemas práctico morales son situaciones concretas o actos humanos que se realizan de forma consciente y totalmente voluntaria. Para decir que se actúa de forma moral, o que una conducta es denominada como moral, el comportamiento debe de tener rasgos característicos que logran que se distinga de otras conductas humanas. Primero, la conducta debe ser fruto de una decisión reflexiva, por lo tanto no instintiva o natural, la persona debe que ser responsable de la decisión tomada y de sus consecuencias, "...solo cabe hablar de comportamiento moral, cuando el sujeto que a si se comporta es responsable de sus actos, pero esto a su vez entraña el supuesto de que ha podido hacer lo que quería hacer, es decir, de que ha podido elegir entre dos o más alternativas, y actuar de acuerdo a la decisión tomada." (Sánchez V. A., 1969:18) Y por último, la conducta es juzgada conforme a normas establecidas para así poder formular juicios sobre ella.

¹⁸ Se le llama dilema a la presentación de un caso, situación, circunstancia, o conducta que tiene fuertes implicaciones de tipo legal, moral o ético, que plantea una disyuntiva en la que no hay claramente un camino mejor o más adecuado a seguir. Exige tomar postura a favor de una u otra solución. (Olmedo, 2009)

Las personas, aparte de actuar moralmente, también realizan juicios y valoran dichos actos, que de igual forma se ven influenciados por las reglas y normas sociales establecidas. Estas prácticas de reflexión sobre comportamientos morales que emiten juicios de valor, son el paso que lleva del plano práctico al plano teórico moral.

Como ya se mencionó anteriormente, la ética se encarga de estudiar el comportamiento moral de las personas. Estos problemas éticos son de carácter general a diferencia de los morales, esto quiere decir, que la ética es la que se encarga sólo de resolver problemas teóricos, como *qué es lo bueno o lo malo*. Sin embargo, no puede decir la forma de actuar en determinado problema práctico moral, pero sí influye en la decisión que se tome en él, ya que señala de forma general una guía para actuar en determinadas circunstancias.

Uno de los problemas centrales de la ética, es la definición de lo bueno (lo bueno en determinados contexto social), es decir, qué es lo que las personas al conocer consideran bueno en su contexto o pueden valorar qué hacer en determinadas circunstancias practico morales. Si en una sociedad se sabe cómo bueno o apropiado denunciar a un delincuente, entonces las personas tienen conocimiento en la forma de actuar si se encuentran en un caso similar. Unido a este problema, se encuentra la importancia de definir los rasgos del comportamiento moral, que nos lleva a definir la responsabilidad, la libertad y la obligatoriedad moral en la sociedad.

A grandes rasgos, para que la ética pueda dar cuenta de la práctica moral de las personas, tiene que teorizar sobre las problemáticas antes mencionadas y así entender mejor el comportamiento humano. Por lo tanto, se puede decir que "...la tarea fundamental de la ética es la de toda teoría: o sea, explicar, esclarecer o investigar una realidad dada produciendo los conceptos correspondientes" (Sánchez V. A., 1969:20).

Por otro lado, se ha tratado de ver a la ética como una disciplina normativa, cuya tarea principal sería decir la mejor conducta en sentido moral. Sin embargo, esto no significa que la ética diga cómo las personas deben comportarse, hacer las cosas o guiar su conducta con normas, ya que la ética "... se encuentra con una experiencia

histórico-social en el terreno de la moral, o sea, con una serie de morales efectivas ya dadas, y partiendo de ellas trata de establecer la esencia de la moral...” (Sánchez V. A., 1969:21). Si la ética fuera simplemente una disciplina que impone normas, se estaría dejando de lado la realidad histórica del contexto. La ética no se reduce a una disciplina que prescribe o recomienda acciones en situaciones concretas, se va formando a través de la historia de determinadas sociedades.

4.1.1.1. La ética a través de la historia

Conocer la etimología de las palabras es de suma importancia, ya que aportan un saber humano y comparten una experiencia que el hombre tiene con el mundo. Pero las palabras a través del tiempo van cambiando de significado, modificándose de acuerdo a las necesidades socio-históricas. A través de la historia, las palabras adquieren nuevos significados, actualizando y reinterpretando su sentido inicial. Tal es el caso del significado etimológico de ética y de moral.

La palabra **ética** proviene del griego *êthos* que significaba *morada* o *guardia* de los animales. Después se usó para el ámbito humano, como *lugar donde se habita*. Posteriormente, el *ethos humano* remite a la idea de *morada interior*. Esta palabra también significa *costumbre* o *uso*, que remite a la idea de una forma de comportarse, esto es, la **manera de ser** o **carácter**. “De esa idea de “consistencia” existencial derivada de la noción esencial del *ethos* como “carácter”, en el sentido literal de *modo de ser, disposición* (“carácter moral”, “modo ético de ser”). En tanto que *disposición* o *actitud* es forma de estar *ante* el mundo, ante los otros: forma de *relación* (de “recibir” y “dar”). El *ethos* hace patente la condición “relativa” del hombre (su ser-en-relación)” (González, 1996:10).

La palabra **moral** del latín *moralis*, que derivaba de *mos* (en plural *mores*) significaba *costumbre*. En un sentido general, se refiere a la manera de comportarse física o moralmente, no de forma legal, más bien con hábitos. Se trata de un conjunto de creencias, tradiciones, valores o normas de un grupo social. Esto nos lleva al sentido de *ethos* como *costumbre* o *modo de ser*. Esta palabra después se usara para

referirse a las normas concretas que rigen acciones de las personas. (Microsifia , 2012)

Etimológicamente, hay poca diferencia entre ética y moral una y otra hacen referencia a una realidad parecida. Pero hoy, lo que su etimología nos ofrece de forma valiosa, es que ninguno de los dos términos son naturales del hombre, o sea, que el comportamiento moral es parte de una naturaleza sujeta al proceso histórico de la humanidad, que ha sido construida por él hombre y para el hombre a través de la historia (González, 1996).

La ética, como teoría de una forma específica de comportamiento humano, está ligada al hombre como ser histórico, social y práctico, el cual va transformando su propia naturaleza. Por esto a la ética no se le puede ver como algo dado, sino como una realidad humana que cambia con el tiempo y, si su objeto de estudio es la moral, ambos conceptos surgen cuando el hombre deja su naturaleza instintiva y pasa a ser un ser social.

Se podría decir que, cuando el hombre primitivo comenzó a formar parte de colectivos, con la finalidad de generar una conducta que beneficiara a los intereses del grupo y viendo como bueno todo lo que ayuda a la unión de actividades comunes, surgió la moral, que en este caso sería una *moral primitiva*, la cual consistía en que todas las actividades hechas por los que integraban el grupo debían ser en beneficio de la tribu y la regulación de la conducta era a partir de los intereses de los demás, dejando de lado los intereses individuales y dando prioridad a la fuerza de las costumbres y tradiciones.

Con la aparición de la propiedad privada y la división de clases, la moral se separa en dos por un lado se encontraba la moral dominante, la de los libres, considerada como la verdadera y la de esclavos, que rechazaban las normas internamente. La idea dominante de esa época era que los esclavos eran objetos y como tal eran tratados. La forma en que se trataba a los esclavos no era considerado como algo inmoral, se creía que era natural la existencia de hombres libres y esclavos, que se encargaban del trabajo físico. Esta moral se deja a un lado con la desaparición

del esclavismo y posteriormente con el surgimiento del feudalismo, pero esto no quiere decir que el esclavismo no influya en rasgos de morales posteriores. En este tipo de sociedad los siervos se veían como personas y no como objetos, aunque las condiciones no eran muy favorables no se compara con las del esclavismo.

Después surge y se fortalece una nueva clase social, la burguesía que cuenta con medios de producción y trabajadores libres que vendían su fuerza de trabajo o producto, propiciando la liberación de los siervos y provocando que el hombre sea visto como instrumento de producción. La moral en esta sociedad se torna individualista donde la ley del máximo beneficio es la que rige sin sentido del bien común.

Finalmente, con el capitalismo se genera progreso tecnológico y científico provocando en las sociedades que se rigen por este sistema económico inculquen una moral común, pero solamente en beneficio de los intereses de la empresa.

El desarrollo de las sociedades a través del tiempo afecta directamente al desarrollo y cambio de la moral, llevando a las sociedades actuales a una construcción de una sociedad nueva y, por lo tanto, a una práctica moral diferente verdaderamente humana, con la prioridad de desaparecer la diversificación de la moral, en cuanto a rivalidades clasistas, que solo benefician a una parte de las personas, como el esclavismo. “Una sociedad es tanto más rica moralmente cuando más posibilidades ofrece a sus miembros para que asuma la responsabilidad personal o colectiva de sus actos; es decir, cuanto más amplio sea el margen que se les ofrece para aceptar consientes y libremente las normas que regulan sus relaciones con los demás. En este sentido el progreso moral es inseparable del desarrollo de la libre personalidad” (Sánchez V. A., 1969:52). Para que una nueva moral se logre alcanzar, es necesario que en la sociedad surjan una serie de condiciones necesarias tanto económicas, sociales y políticas, en beneficio de ésta para personas con diferentes virtudes morales. Pero para llegar a ella se deben generar nuevas condiciones positivas para su progreso, a través del proceso histórico.

4.1.2. Partes de un acto moral

Partiendo del hecho de que la moral evoluciona y cambia su práctica a través del tiempo y que es producto de procesos históricos, es difícil llegar a una definición concreta de lo que significa la moral, por esto sólo se desarrollarán rasgos esenciales que caracterizan el comportamiento moral, independientemente de su carácter socio-histórico.

Iniciando con el aspecto social, la moral se caracteriza por ser estrictamente un acto humano. Como ya se vio anteriormente, las normas y relaciones morales surgen por una necesidad de organizar el trato entre personas y asegurar cierto orden social. Independientemente de que la moral no es la única forma de mantener un orden social, contribuye a que las personas pongan en armonía de forma voluntaria sus intereses con los de la sociedad o con los del grupo al cual pertenezcan.

La moral aporta a la sociedad una forma de regular acciones para asegurar la convivencia en el marco de un orden social. Estas normas, se presenta como obligatorias, pero si no se cumplen no pueden obligarse mediante la fuerza, ya que la moral no tiene un carácter represivo, sin embargo, en su cumplimiento influye la opinión de los demás, esto es, se reprime con la desaprobación del grupo social en que se encuentra.

La ética, de esta forma se refiere a la moral en dos planos, el normativo y el fáctico. Estos dos planos son aspectos importantes para que la ética pueda dar cuenta de la esencia de la moral. El plano normativo, o ideal se refiere a una serie de reglas con determinados comportamientos a seguir, pero esto no significa que se realicen, o sea, la moral proporciona a las sociedades determinadas normas, que dicen lo que se debería de hacer en determinadas circunstancias morales, las cuales, dependiendo del contexto, son consideradas como valiosas e importantes para las relaciones entre personas, pero esto no significa que las personas siempre actúen de acuerdo a estas normas. Es en esta parte, cuando se le da la importancia y el lugar a las instituciones, como la familia y la escuela, para el desarrollo de un sentido de responsabilidad social en los niños y para que generen la apropiación de determinadas normas y valores

sociales. En plano fáctico o real ocurren actos morales independientes de lo que se debe o debiera hacerse, esto es, acciones concretas que se ajustan a normas morales, pero a pesar de eso, estas pueden ser consideradas como valiosas o no, ya que, si las acciones son o no valiosas, tienen significado moral.

A pesar de que lo normativo y lo fáctico no corresponden, existe una estrecha relación entre ellos, ya que lo normativo exige la realización de ello y en la práctica es cuando se puede tener un significado moral valioso o no. “La moral designaría el conjunto de principios, normas, imperativos o ideas morales de una época o una sociedad dadas, en tanto que la moralidad haría referencia al conjunto de relaciones efectivas o actos concretos que cobran un significado moral con respecto a la moral dada” (Sánchez V. A., 1969:57).

Para analizar este comportamiento humano llamado moral, la ética toma en cuenta los dos planos mencionados, el normativo y el fáctico, así como los aspectos que en ellos se desarrollan y la relación que existe entre dichos aspectos como el *motivo*, el *fin*, los *medios*, el *resultado* y las *consecuencias*. Por lo tanto:

El acto moral supone un sujeto real dotado de conciencia moral, es decir, de la capacidad de interiorizar las normas o reglas de acción establecidas por la comunidad, y de actuar conforme a ellas. La conciencia moral es, por un lado, conciencia del fin que se persigue, de los medios adecuados para realizarlos y del resultado posible, pero es, a la vez, decisión de cumplir el fin escogido, ya que su cumplimiento se presenta como una exigencia o un deber (Sánchez V. A., 1969:68).

El *motivo* o motivos por los cuales es impulsada la persona para realizar un acto moral, deben de ser con un carácter consciente donde la persona reconoce el motivo de sus acciones. El *fin* refiere a que la persona debe de tener conciencia del resultado que se quiere obtener, junto con la decisión de alcanzar dicho fin. La conciencia y la voluntad son, por su parte, características que distinguen un acto moral de uno instintivo, por esto, en los diversos aspectos del acto moral, se menciona la importancia de estar conscientes de estos, ya que los actos instintivos no contestan a un fin trazado por la conciencia ni son parte de una decisión. Esta decisión también implica la elección de un fin entre varios posibles, escogiendo el que más convenga

en una situación determinada. Los *medios* para alcanzar los fines y el empleo de ellos, son los recursos a usar por la persona para alcanzar el objetivo pensado. En un acto moral, un buen fin no justifica el uso de cualquier medio, esto es, que aunque el fin sea bueno, si los medios usados para llegar a él son bajos, los medios no son aceptados en el acto moral. Finalmente, para culminar un acto moral, hay que tomar en cuenta las *consecuencias* del *resultado* obtenido y ver como el resultado afecta a terceros. (Sánchez V. A., 1969)

El acto moral está en todos sus elementos, desde los motivos hasta las consecuencias obtenidas y para juzgarlo o calificarlo, hay que tomar en cuenta toda la estructura que conforma al acto, así como basarse en el código moral que rige en determinado contexto.

4.1.2.1. Responsabilidad y libertad

Finalmente, la responsabilidad y la libertad son aspectos fundamentales en la moral vivida. Un acto moral es aquel donde se encuentra el agente de responsabilidad, que a su vez está ligado con la necesidad y libertad humana, esto es, si una persona no tiene libertad de elegir una opción, para llegar a un fin en la moral práctica, no se le puede dar responsabilidad moral, ya que un acto moral no se juzga solamente conforme a una norma, sino además se toman en cuenta las condiciones en las que se produce el fin.

Por otra parte, es necesario ver si el acto se da al margen de la libertad para darle una responsabilidad moral. La ignorancia es una condición que también es tomada en cuenta para darle responsabilidad. Cuando la persona no tiene conciencia de lo que hace y se ignoran las circunstancias, naturaleza o consecuencia de la acción, se puede evitar la responsabilidad al acto. Sin embargo, ignorar algo no en todos los casos es justificación, ya que hay casos en los que la persona pudo y debió no ignorar algo, ya que hay cosas obligadas a conocer. Entonces, ¿cómo se le puede dar responsabilidad a una persona de sus actos? Primero: “Que el sujeto no ignore las circunstancias ni las consecuencias de su acción; o sea, que su conducta tenga un carácter consiente. (Y después) Que la causa de sus actos este en él mismo (o causa

interior), y no en otro agente (o causa exterior) que le obligue a actuar en cierta forma, pasando por encima de su voluntad; o sea que su conducta sea libre” (Sánchez V. A., 1969:94). La libertad de la persona por tanto se encuentra ligado al desarrollo de la humanidad como personas prácticas, que pueden transformar su contexto y su proceso de evolución, que es justamente su historia.

4.1.3. VALOR

Como se mencionó en los apartados anteriores, todo acto moral exige la elección entre varios actos posibles, pero ¿cómo se hace esa elección? Cuando las personas se enfrentan a dilemas morales, exige tomar postura a favor de una u otra solución, es en ese momento cuando la persona pone en balance las posibilidades para elegir la más valiosa.

Las personas prefieren lo más valioso, esto es, que tienen para nosotros un valor y este puede ser positivo o negativo. El valor en este sentido es visto como una cualidad que las personas le proporcionan a las cosas o hechos. “...el valor no lo poseen los objetos de por sí, si no que estos lo adquieren gracias a su relación con el hombre como ser social. Pero los objetos, a su vez, solo pueden ser valiosos cuando están dotados efectivamente de ciertas propiedades objetivas” (Sánchez V.A,1969:118).Por tanto, no hay valores indiferentes a la relación con el hombre, ya que este los crea al producir bienes o para apreciar las cosas reales que los conforman.

Existe el valor que se le da a los objetos útiles, ya sean naturales o artificiales producidos por el hombre, pero a estos no se les puede valorar desde un punto de vista moral. El valor moral se da en acciones humanas, realizadas consciente y libremente. Antes de actuar, las personas tienen que decidir lo que van hacer, pero esta decisión es imposible si la persona no cuanta con el conocimiento de los valores aceptados en su contexto, ya que solo con ese conocimiento puede preferir realizar una acción u otra.

...el valor es un modelo ideal de realización personal que intentamos, a lo largo de nuestra vida plasmar en nuestra conducta, sin llegar a agotar nunca la realización del valor. El valor es como una creencia básica a través de la cual interpretamos el mundo, damos significado a los acontecimientos y a nuestra propia existencia (Ortega & Mínguez, 2001:20).

De esta forma, los valores son principios que guían el comportamiento de las personas, son creencias que ayudan a las personas a preferir, apreciar, juzgar y escoger algo en lugar de otro. También son la base para vivir en sociedad, para mantener relaciones interpersonales, para que haya un orden y una convivencia armónica.

Los valores están relacionados con las actitudes y las conductas, ya que dependiendo de los valores que poseen las personas es el comportamiento que estas tienen frente a determinadas hechos. Justamente, es a partir de los valores personales donde se juzga o aprecia la conducta de la persona. Por lo tanto, una persona valiosa es la que actúa conforme a los valores en los que cree. Esto es, que las personas deciden actuar de determinada forma con base en lo que consideran importante para ellos como valor.

4.2. ÉTICA EN EDUCACIÓN SECUNDARIA

En el apartado anterior se mostró de forma general los rasgos que caracterizan a la ética, la moral, el valor y su importancia en la vida en sociedad. Partiendo de que surgen por una necesidad de la vida en sociedad y que son indispensables para una sana convivencia. Se puede ver claramente la importancia y el desarrollo de la formación moral en las personas desde temprana edad. La educación, en este sentido, juega un papel fundamental como agente productor y socializador de conocimiento, basado en las necesidades y contexto de las personas. La escuela es un espacio donde se inicia el cambio de la utopía que pretende la educación moral.

En nuestro país, la educación moral se implementa en los alumnos desde el inicio de la educación básica, que corresponde a preescolar. En el *Plan de Estudios 2011*

Educación Básica, integran a la educación moral en el campo de formación *Desarrollo personal y para la convivencia*, el cual tiene como finalidad que los estudiantes actúen a favor de la democracia, la paz, la libertad, el respeto, la legalidad y los derechos humanos. De igual forma, pretende que aprendan a convivir de forma armónica, para que desarrollen identidad propia y social, autoestima, autorregulación y autonomía. Este campo de formación se divide en espacios curriculares estratégicos, que ayudan al crecimiento personal desde preescolar, estos son: *Desarrollo personal y social* (en preescolar) *Expresión y apreciación artística*, *Formación Cívica y Ética*, (en primaria y secundaria) *Educación Física* (en primaria y secundaria) *Educación Artística* (en primaria) *Artes* (en secundaria) y *Tutoría* (en secundaria).

La educación moral como tal se desarrolla en preescolar en el campo formativo *Desarrollo personal y social* el cual pretende desarrollar la identidad, autorregulación y habilidades emocionales y sociales de los alumnos. En primaria y secundaria, *Formación Cívica y Ética* da continuidad al proceso de formación de identidad, de habilidades emocionales y sociales que se inician en preescolar y tiene como propósito que los alumnos asuman compromisos éticos personales y sociales.

4.2.1. PROPÓSITOS

Actualmente nos encontramos inmersos en un mundo complejo, debido a los rápidos cambios y transformaciones de nuestras sociedades, lo cual en materia de educación representa un gran reto, ya que esta tiene que proporcionar a los alumnos las herramientas necesarias para que actúen de forma reflexiva frente a las problemáticas y circunstancias que a diario se enfrentaran en la vida.

La Secretaría de Educación Pública modifica el Plan de Estudios para la Educación Secundaria 2006 y los programas de las materias que lo conforman, con el fin de mejorar la práctica docente y la formación de los alumnos de educación básica y, además, desarrollar en los alumnos los conocimientos, habilidades y valores necesarios para un buen desarrollo de su vida en la actual sociedad.

Entre las materias que integran la línea curricular de Ciencias Sociales se encuentran: *Geografía de México y el Mundo*, *Historia y Formación Cívica y Ética*, las cuales en el mapa curricular se consideran como fundamentales para que los alumnos comprendan la sociedad en la que viven. *Geografía de México y el Mundo*, en primer grado de secundaria, proporciona al alumno nociones y habilidades para la comprensión del espacio geográfico, comprensión del desarrollo sustentable y el respeto a la diversidad cultural. Los cursos de Historia, en segundo y tercer grado de secundaria, brindan al alumno nociones de espacios y tiempos históricos, conocen sucesos relevantes del pasado que han formado su realidad social actual. Y finalmente, la materia *Formación Cívica y Ética*, que se imparte en segundo y tercer grado de secundaria, "...brinda a los alumnos la oportunidad de utilizar elementos del contexto espacial y temporal para analizar procesos de diferente magnitud relativos a la convivencia, así como la posibilidad de adoptar una perspectiva personal sobre los mismos e identificar compromisos éticos que les competen como adolescentes"(SEP,2007:8). Estas tres materias de la línea *Ciencias Sociales* se complementan logrando vínculos de conocimientos entre ellas, que permiten que haya una coherencia al usar dichos conocimientos en la vida cotidiana de los alumnos, procurando que los alumnos comprendan el mundo en el que viven, estén al tanto de las problemáticas que atañen a su contexto inmediato, (Trejo, 2011) desarrollen habilidades para el manejo crítico de información y que se apropien de valores coherentes con su sociedad.

COMPETENCIAS

La palabra competencia es una de varias palabras que se usan para la traducción que se hizo al español de "literacy" que se refiere "...a la capacidad para aplicar conocimientos y destrezas en situaciones diversas y, por otro, a la consecución de procesos cognitivos complejos, tales como analizar, razonar, comunicarse de manera efectiva; así como plantear, resolver e interpretar diferentes problemas. (...) va más allá de la idea tradicional de la capacidad de leer y escribir: es considerada como una habilidad que se aprende a lo largo de la vida y no como un rasgo que un individuo tiene o no tiene" (INEE, 2010). En México, se adoptó la palabra competencia para

referirnos al conjunto de actitudes, estrategias intelectuales que hacen que las personas resuelvan problemáticas de la vida cotidiana en las cuales se encuentra inmerso lo moral y lo ético.¹⁹

La materia de *Formación Cívica y Ética* pretende desarrollar ocho competencias en los alumnos a lo largo de la educación primaria, las cuales se complementan en secundaria. Buscan fomentar en los alumnos un desenvolvimiento personal, ético y ciudadano de forma progresiva, debido a esto las competencias se mencionan de forma gradual, esta secuencia se basa en los supuestos básicos de la gradación, complejidad y distribución.²⁰ Por tal motivo, resulta necesario mencionar y explicar cada una de las ocho competencias:

- *Conocimiento y cuidado de sí mismo*: consiste en identificar, valorar y aceptar características físicas, emocionales y cognitivas que distinguen a cada persona, para establecer relaciones sociales, que procuren su salud, integridad personal y su medio natural. Esto desarrolla de forma simultánea el respeto y valoración de los demás.
- *Autorregulación y ejercicio responsable de la libertad*: le permite al individuo, a partir del autoconocimiento, ejercer su libertad, tomando decisiones y comportándose de manera responsable y autónoma, para no dañarse a sí mismos o a otras personas.
- *Respeto y valoración de la diversidad*: es la habilidad de reconocer la igualdad que hay entre las personas en dignidad y derechos, respetando las diferencias

¹⁹ Para traducir “literaci-2 se tiene una amplia gama de palabras tales como: alfabetización, competencia, habilidad, cultura, etc.

²⁰ Gradación

- Se determina un desarrollo progresivo y gradual de las competencias.
- Se establece una gradación que se vincula con el desarrollo cognitivo y moral que se favorece en preescolar y que mantiene continuidad en primaria y secundaria.

Complejidad

- Se organizan las competencias de lo concreto a lo abstracto y de lo particular a lo general.
- Se aumenta la complejidad de las competencias conforme avanzan en los grados que constituyen la Educación Básica; de 1° a 6° grados de primaria, y en 2° y 3° de secundaria.

Distribución

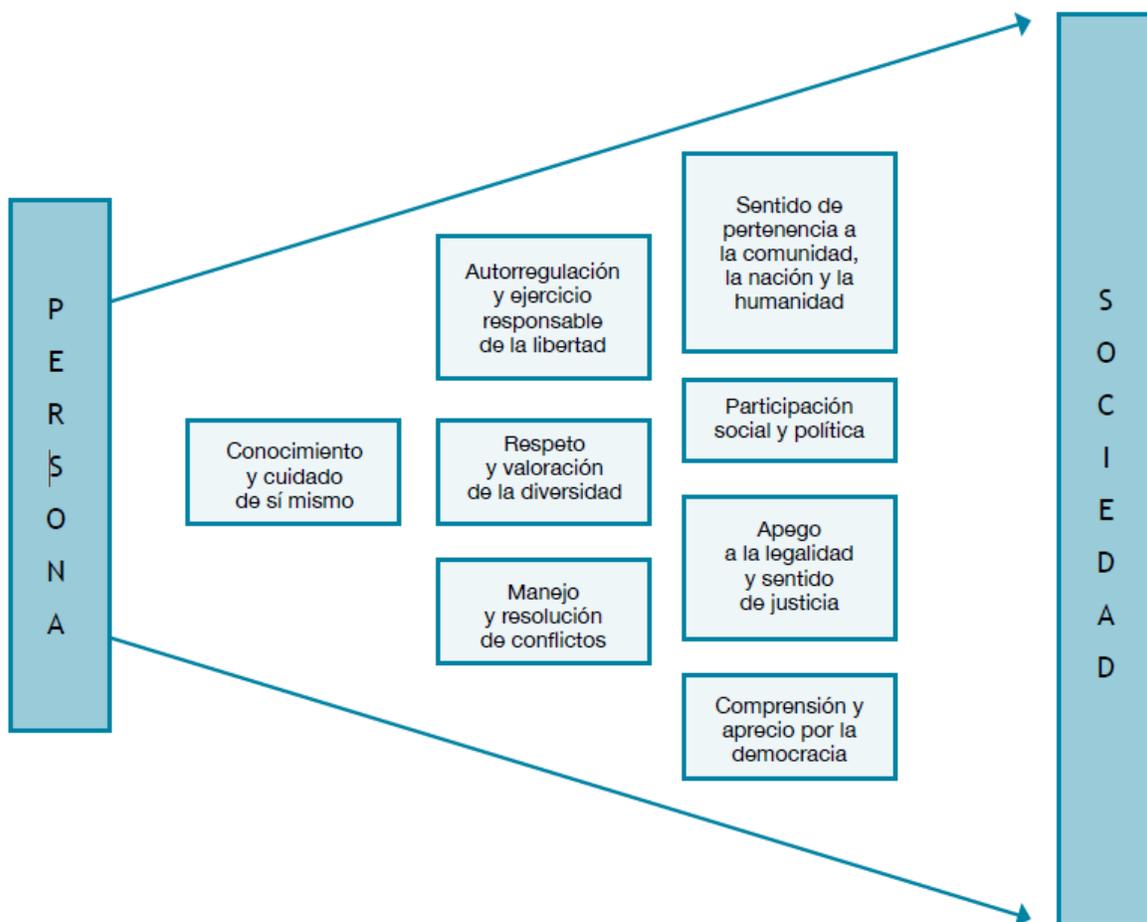
- Las competencias se desarrollan todo el tiempo.
- Para efectos didácticos, de acuerdo con el grado y nivel educativo, en cada bloque se destaca el desarrollo de dos o tres competencias cívicas y éticas. Véase: (SEP, 2011:21)

en la forma de ser, actuar, pensar, sentir, creer, vivir y convivir. Implica saber entender a los demás y poner los intereses colectivos frente a los propios. También abarca la habilidad para dialogar para conocer y valorar otros puntos de vista, ya sea de otra persona o cultura. Esto a su vez implica equidad, que exige la solidaridad hacia los demás y el rechazo de cualquier tipo de discriminación.

- *Sentido de pertenencia a la comunidad la nación y la humanidad:* Consiste en que los alumnos se identifiquen y enorgullezcan de los grupos en los que forman parte, con la finalidad de que los alumnos formen grupos sociales de forma activa y responsable para el mejoramiento del ambiente social y natural en el que se encuentran.
- *Manejo y resolución de conflictos:* Parte de que los conflictos son inherentes a la convivencia humana, que surgen por la diferencia de intereses y valores entre personas o grupos. Pretende desarrollar la habilidad de resolver dichos conflictos con soluciones pacíficas y respetando los derechos humanos.
- *Participación social y política:* Es la capacidad que obtiene los alumnos para participar en actividades que propicien el bien común o que influyan a todos los miembros de una sociedad.
- *Apego a la legalidad y sentido de justicia.:* Refiere al conocimiento, respeto y cumplimiento de las leyes y normas sociales que se encuentran ligadas con el valor de la justicia. Esta competencia consiste en la capacidad de las personas de actuar conforme a lo que establecen las leyes, producto de acuerdos establecidos que implican derechos y obligaciones a personas e instituciones como mecanismos para regular la convivencia social.
- *Comprensión y aprecio por la democracia:* Parte de la democracia como forma de gobierno, actuar y relacionarse. Esta competencia se basa en comprender, practicar y defender la democracia como una forma de organización política y social.

Se busca que las habilidades partan de la persona, para después integrar contenidos de convivencia social. Destacando la importancia del desarrollo personal

del alumno primero y después hacer una integración de esos conocimientos con los que ayudan a desarrollarse de forma colectiva.



Cuadro .2. Muestra como las habilidades, parten de la persona, para después hacer una integración de esas habilidades en contenidos de convivencia social. (SEP, 2011:24)

4.2.2. ENFOQUES

El enfoque está orientado hacia el desarrollo del alumno como una persona autónoma, con compromisos ciudadanos, principios, valores democráticos, respeto a las leyes y a los derechos humanos. Los principios que orientan *Formación Cívica y Ética* en la Educación Básica de acuerdo al Programa de estudios (SEP, 2011) son los siguientes:

- a) *El trabajo en torno a valores inscritos en el marco constitucional.* En cuanto a lo ético del programa, toma como referencia al artículo tercero constitucional; **Educación laica**, como un lugar donde se puede ejercer la libertad y los

derechos, lugar donde convivan con diversas costumbres, culturas y creencias, favoreciendo una convivencia armónica; **Educación democrática** centrándose en fomentar actitudes de respeto a la diversidad, al aprecio de su dignidad, a la solidaridad, responsabilidad, la justicia, la equidad y libertad; **Educación nacional**, fortaleciendo lazos que nos identifican como miembros de un país, los cuales comprometen a la mejora de este y favorece el desarrollo del respeto, la defensa de los derechos humanos como principio del desarrollo de la humanidad.²¹

- b) *La formación de la personalidad moral como un proceso dinámico de interrelación entre el individuo y la sociedad.* Pretende contribuir al desarrollo moral con la exploración crítica de los principios y valores de la sociedad y la forma en que estos se asumen en la vida diaria. La personalidad moral se fomenta con la reflexión sobre las experiencias de los alumnos en su vida cotidiana, con la finalidad de generar actitudes de participación responsable en su sociedad como el respeto y valoración de las diferencias, derechos humanos, diversidad y conservación del ambiente.
- c) *La construcción de valores dentro de un ambiente de aprendizaje basado en la comunicación y el diálogo.* La escuela como un lugar con un ambiente favorable para reflexionar conflictos morales (los cuales experimentan día a día), generar diálogos para analizar, decidir y asumir de manera responsable las decisiones tomadas.
- d) *El enfoque ético*, está basado en los derechos humanos y la democracia, lo cual propicia un desarrollo de valores culturales propios de contextos en el cual los alumnos se desarrollan.

²¹ Art. 3º “I. Garantizada por el artículo 24 la libertad de creencia dicha educación será laica y, por tanto, se mantendrá por completo ajena a cualquier doctrina religiosa. (...) a) será democrático, considerando a la democracia no solamente como una estructura jurídica y un régimen político, sino como un sistema de vida fundado en el constante mejoramiento económico, social y cultural del pueblo ;b) será nacional, en cuanto –sin hostilidades ni exclusivismos- atenderá a la comprensión de nuestros problemas, el aprovechamiento de nuestros recursos, a la defensa de nuestra independencia política, al aseguramiento de nuestra independencia económica y a la continuidad y acrecentamiento de nuestra cultura, y c) contribuirá a la mejor convivencia humana, tanto, por los elementos que aporten a fin de robustecer en el educando, junto con el aprecio para la dignidad de la persona y la integridad de la familia, la convicción del interés general de la sociedad, cuanto por el cuidado que ponga en sustentar los ideales de fraternidad e igualdad de derechos de todos los hombres, evitando los privilegios de raza, de religión, de grupos, de sexo o de individuos;...” (Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión, 2012)

- e) *El fortalecimiento de una cultura de la prevención.* Este principio pretende proporcionar recursos para el manejo de situaciones, las cuales pueden ser de riesgo para los alumnos. Lo que se pretende es generar en los alumnos la facultad de elegir un estilo de vida sano y responsable, basado en el apego a la legalidad.
- f) *El aula y la escuela como espacios de aprendizaje de la democracia.* Pretende fortalecer la práctica de los valores inspirados en la democracia y los derechos humanos, dejando de lado el manejo de contenidos exclusivamente informativo y acumulativo.

De esta forma, esta asignatura promueve un ambiente de aprendizaje, el cual toma en cuenta las necesidades e intereses de los alumnos como personas individuales y sociales. “Con esto se pretende fortalecer en los alumnos el desarrollo de su capacidad crítica y deliberativa para responder a situaciones que viven en los contextos donde participan. Se busca que aprendan a dar respuestas informadas acordes con los principios que la humanidad ha conformado a lo largo de la historia y reconozcan la importancia de la actuación libre y responsable para el desarrollo personal pleno y el mejoramiento de la vida social.” (SEP, 2011:17). Por tal razón, la materia de *Formación Cívica y Ética* ayuda a formar criterios, asumir posturas y compromisos de forma responsable. Genera en los alumnos experiencias significativas por medio de cuatro ámbitos: el aula, el trabajo transversal, el ambiente escolar y la vida cotidiana del alumno, esto se favorece de forma continua ya que estos cuatro ámbitos ocurren en la actividad diaria de la escuela.

En *La Reforma de la Educación Secundaria* (SEP, 2011:13) se menciona que la asignatura maneja los contenidos desde tres principales ejes formativos que son: formación para la vida, formación ciudadana y formación ética.

La formación para la vida o Formación de la persona: Cumple con la necesidad de las personas para desarrollar capacidades y enfrentarse a su realidad social. Ayuda, además, a hacer proyectos de vida que satisfagan sus intereses y necesidades específicas, esta dimensión permite al alumno enfrentar con principios éticos los problemas de la vida cotidiana, así como por elegir un sano desarrollo personal.

También busca que los alumnos aprendan a conocerse, valorarse, a saber cuáles son sus intereses y sentimientos, a regular su comportamiento, a cuidar su persona y a tomar decisiones.

La formación ciudadana: Esta línea está orientada a favorecer la cultura política democrática, desarrollando el compromiso de la legalidad, la justicia, el respeto a los derechos humanos y el gobierno democrático. Destaca la importancia de las normas que regulan las relaciones personales, los derechos y obligaciones. Este eje pretende provocar interés por lo que acontece en su país, el cual está inmerso en procesos globales, así como la participación social, la formación de personas de derecho y la formación de personas políticas.

La formación ética: Se enfoca en la importancia de los valores universales y los derechos humanos que mejoran la convivencia de las personas y de las sociedades. La finalidad de este eje de formación es desarrollar en el alumno la dimensión ética que guíe sus decisiones, juicios y acciones de una manera autónoma y racional.

Para que se logre el propósito del campo formativo, la materia primero se enfoca en desarrollar en el alumno el conocimiento de sí mismo, para que, a partir de la apreciación de su ser y la toma de conciencia de uno mismo, aprenda a convivir con los que le rodean y comprender sus relaciones. Estos dos ejes que articulan vínculos con el proceso formativo son aprender a ser y aprender a convivir.²² El eje de la convivencia se enfoca en que el alumno aprenda a vivir en un entorno diverso, en el desarrollo de habilidades sociales que le permitan interactuar con personas y evitar la solución de conflictos de forma violenta.

4.2.3. RECURSOS DIDÁCTICOS

Para organizar el quehacer educativo, los docentes deben de realizar un proceso que contrubuya al desarrollo del aprendizaje, que engloba el conocimiento y manejo de los

²² El eje de la conciencia de sí (de ser persona): que implica el autoconocimiento, conciencia del cuerpo y las emociones, la auto aceptación, el desarrollo de la asertividad, la formación del sujeto resiliente (La resiliencia es la capacidad de las personas para recuperarse de una situación adversa o de un problema, incluso para salir fortalecido de la adversidad al aprender de ella.), la autorregulación, el auto cuidado, la identidad personal y colectiva (SEP,2011).

contenidos, la intencionalidad, las estrategias a usar, los recursos adecuados y los procesos de evaluación. El presente apartado muestra la orientación pedagógica que se proporciona al docente en el programa de estudios 2011, como ayuda para realizar dicho proceso que representa la labor educativa. Se toma este documento como punto de partida para conocer las áreas de oportunidad para la integración de contenidos de televisión como recurso didáctico. Partiendo de que la realidad educativa es diferente, a lo que se recomienda realizar en dicho programa no es totalmente realizable ni realizado por diversas circunstancias de contexto escolar. A partir de él se tendrá una idea de lo que los docentes tienen a la mano para ayudarse en su quehacer educativo.

A partir de la Reforma Integral de la Educación Básica, surge *La Guía para el Maestro*, una herramienta que proporciona la SEP a los maestros de la subsecretaría de educación básica, con la finalidad de ofrecer al docente un material útil con orientaciones pedagógicas y didácticas. A continuación se examinarán las propuestas que este material proporciona, para tener un panorama acerca de cómo se complementan los contenidos de la materia para un mejor aprendizaje.

La Guía para el Maestro promueve tomar en cuenta diversos ambientes de aprendizaje, para favorecer y alcanzar la meta que el docente ha planeado. Durante los últimos años tomar en cuenta los nuevos ambientes de aprendizaje se ha tornado muy importante en la planeación, por la revolución en las nuevas tecnologías de comunicación e información y el impacto que generan en la educación.

Si el docente sabe acerca de las características de aprendizaje de sus alumnos, los puede considerar en el proceso de enseñanza y de esta manera generar condiciones para la inclusión de los alumnos, tomando en cuenta ritmos, estilos, niveles de aprendizaje. También puede aplicar estrategias variadas, para abarcar los requerimientos que sean necesarios, de los distintos contextos de la población escolar, lo cual es de suma importancia ya que no todos aprenden con las mismas estrategias y hace necesario tener una gama de estas para las necesidades de cada grupo.

Pero, ¿qué son los ambientes de aprendizaje, “Son escenarios contruidos para favorecer de manera intencionada las situaciones de aprendizaje. Constituye la

construcción de situaciones de aprendizaje en el aula, en la escuela y en el entorno, pues el hecho educativo no sólo tiene lugar en el salón de clases, sino fuera de él para promover la oportunidad de formación en otros escenarios presenciales y virtuales” (SEP, 2011:66). Al rescatar los ambientes de aprendizaje en la planeación educativa se fomenta una nueva forma de organizar la enseñanza-aprendizaje, que implica el uso de diferentes entornos y no solo el escolar, como se cree correcto. El docente va a retomar y usar a su favor situaciones centradas en el alumno para fomentar el auto aprendizaje.

Por las características de los contenidos y conocimientos que se aborda en las materias, que están enfocados a la práctica, análisis de ejemplos, la reflexión, la crítica y la solución de problemas, se recomienda abordarlas desde los siguientes aspectos básico: *Planteamiento de problemas y El uso de métodos educativos y técnicas didácticas pertinentes para la formación cívica y ética* (SEP, 2011). El primer aspecto es el que consiste en didácticas y proyectos basados en situaciones o problemas que enfrenta el alumno a contradicciones de valores, aquí los alumnos aprenden a ver sucesos cotidianos desde un punto crítico. También provoca que creen formas de intervención de forma directa o práctica, cognitivo o actitudinales. En segundo aspecto pretende erradicar la educación tradicional en la cual le dices al alumno qué debe hacer y cómo debe comportarse, ya que la enseñanza de esta materia requiere estos aspectos tengan congruencia con el enfoque de la formación que se pretende. Estos aspectos básicos alternos permitirán desarrollar las siguientes habilidades en los alumnos:

Clarificar valores: este método induce al alumno a ser consciente de sus creencias, valores y sentimientos que guían su forma de actuar, para que sean congruentes en la forma de pensar y en la forma de actuar. Se aconseja el uso de técnicas, como frases incompletas, hojas de valores y diálogos clarificadores.

Desarrollar el juicio moral: técnicas que promueven la capacidad de reflexión ante conflictos morales y verse en la necesidad de tomar una decisión. La principal técnica son los dilemas.

Aprender de la experiencia: que los alumnos a partir de vivencias aprendan y desarrollen sus valores.

Comprender críticamente y adoptar una perspectiva social: para que el alumno desarrolle habilidad crítica y de solución de conflictos se proponen métodos que favorezcan la búsqueda de información, su análisis y comprensión desde distintas perspectivas. Se propone, además, el uso de confrontación de valores, análisis de problemas, planteamientos de hipótesis, el juego de roles, etc.

Analizar la realidad: es favorable aplicar técnicas para saber el grado de satisfacción de las necesidades básicas y el respeto a los derechos humanos, para identificar aspectos que dañan la calidad de vida. Con esto se promueve el análisis de la realidad. Se pueden valer de notas de periódicos, canciones populares, datos estadísticos, documentos oficiales etc.

Fortalecer la socio-afectividad: Son técnicas que promueven la vivencia, estas proporciona al alumno la oportunidad de experimentar emociones, conductas, empatía, para comprender al otro. Se pueden usar la técnicas de experiencias vivenciales, juegos de roles, de simulación, dramatizaciones, etc.

Trabajar en equipo: promueve la convivencia, la deliberación, organización, en general las habilidades de comunicación para llegar a acuerdos.

Trabajo por proyectos: engloba, en un producto final, la organización de los aprendizajes. Es una actividad sistemática para analizar un problema y proponer una posible solución, los proyectos permiten que los alumnos aprendan a indagar y a actuar de manera informada.

Trabajos colaborativos: promueven el trabajo en equipo, el dialogo, escuchar opiniones, presentar argumentos, etc. Esta estrategia refuerza valores.

Materiales y recursos educativos: el uso de los materiales de la biblioteca escolar y los libros de texto ayudan a su formación en lecto-escritura. Los materiales

multimedia e internet articulan códigos visuales, sonoros y verbales que generan un entorno llamativo para los alumnos haciendo significativos los aprendizajes.

Para llevar a cabo lo ya mencionado se sugiere el uso de diversos materiales didácticos que ayuden a localizar, consultar, contrastar, evaluar y analizar información. Principalmente el uso de materiales impresos y digitales, también se recomienda, para las tareas de indagación y análisis, publicaciones de instituciones y organismos públicos como revistas, prensa escrita y publicaciones periódicas, materiales audiovisuales y otras tecnologías de la información y la comunicación (TICS), pero sólo se sugiere el uso de materiales escolares. A pesar de que recomiendan usar materiales de información y comunicación, no mencionan programas de consumo cotidiano de los alumnos, como cine, televisión, redes sociales, radio, etc.

4.2.3.1. *La tecnología como recurso de aprendizaje*

Los organismos internacionales como la Comisión Económica para América Latina y el Caribe (CEPAL) y la UNESCO (Organización de las Naciones Unidas para la Educación, la Ciencia y la Cultura) se han preocupado en los últimos años por la responsabilidad de las naciones en poner énfasis y generar una transformación de las sociedades de la información en sociedades de conocimiento. Pasando de un progreso que se basa en la tecnología a un progreso sostenido en dimensiones sociales, éticas y políticas. “La sociedad del conocimiento pone énfasis en la diversidad cultural y lingüística; en las diferentes formas de conocimiento y cultura que intervienen en la construcción de las sociedades, la cual se ve influida, por supuesto, por el progreso científico y técnico moderno” (SEP, 2011:70). El sistema educativo, por tanto, debe tomar en cuenta el desarrollo de habilidades digitales, tanto en alumnos como en docentes. El programa educativo se debe orientar al desarrollo de habilidades digitales en los alumnos, a nuevas formas y espacios para la comunicación, creación y colaboración que proporcionan las TICs y tomarlas como apoyo en la práctica docente y en la creación de ambientes dinámicos de aprendizaje.

En el plan de estudios se habla de una integración de las diversas tecnologías de la comunicación, pero dicha integración se reduce al uso de ellas para compartir ideas

y discutir las a través de las redes sociales, el registro y manejo de grandes cantidades de datos, para variar las fuentes de información y crear contenidos con las diversas formas de texto que ofrece, como el audio visual, el cual sirve para atender a los cambios y estilos de aprendizaje de las nuevas generaciones. Sin embargo, no menciona la recuperación de las experiencias y conocimientos que adquieren al usar las TIC, se enfoca únicamente en que los alumnos aprendan a utilizar las tecnologías de la información y no en aprovecharla a favor de su formación y de la educación en general. Reflexión sobre ellas y sus contenidos, analizar su función en la sociedad, servirá para que el alumno y el docente se conviertan en investigadores reflexivos frente a los contenidos que consumen a diario de los medios de comunicación.

PROPUESTA PEDAGÓGICA

LA TELEVISIÓN COMO RECURSO DIDÁCTICO. Los SIMPSONS EN LA ENSEÑANZA DE LA ÉTICA.

1. Planteamiento

El auge de los sistemas de información y de comunicación en la actual esfera cultural afecta directamente al sector educativo y modifica su práctica. Debido a esto surge el interés en generar un material útil en materia de comunicación educativa. La intención de la propuesta parte de la necesidad de proporcionar, a docentes o interesados en esta área de conocimiento, una herramienta que ayude a establecer cierta coherencia entre contenidos consumidos en televisión y contenidos escolares a favor de la enseñanza. Reconociendo que la educación debe generar espacios para que las personas construyan conocimientos basados en experiencias reales y cotidianas.

La propuesta también proporciona una perspectiva diferente acerca del uso de contenidos de los medios en beneficio de la educación. Para lograr esto, la organización de la propuesta se divide en dos partes, en el primer nivel encontramos el Análisis crítico de contenido, este consiste en conocer el lenguaje audio visual que se usa en contenidos televisivos y para que, posteriormente en el segundo nivel, la pedagogía con imagen llamado Planeación y estrategia didáctica, se use como contenido a favor del proceso de enseñanza aprendizaje.

Por otro lado, cabe mencionar que el contenido de la propuesta es un material dirigido a docentes que imparten Formación Cívica y Ética en secundaria, sin embargo también puede ser útil para docentes o interesados en educación que deseen fortalecer otro contenido curricular, debido a que la estructura de la secuencia está organizada de tal forma que puede usarse en diversas temáticas de otras áreas de conocimiento e incorporar otro contenido televisivo, adaptando la secuencia

didáctica a las necesidades específicas de la población a la cual va dirigida y a las temáticas.

1.1. Objetivos

Objetivo General

La propuesta pretende proporcionar a docentes y/o interesados, en la práctica de la comunicación educativa, un material útil para fortalecer la enseñanza de la ética rescatando contenidos televisivos.

Objetivos Específicos

Cognitivos	
Docente	Alumno
Que conozca el método a seguir para realizar un análisis crítico de una serie televisiva a partir del formato diseñado, con la ayuda del Anexo1. (Correspondiente al Capítulo 3.)	Que conozcan los conceptos básicos (ética, moral, responsabilidad, libertad y valores) para una mejor comprensión del bloque.
Que obtenga conocimientos concretos de contenidos televisivos que los alumnos consumen.	

Actitudinales

Docente	Alumno
Fomentar una actitud crítica y reflexiva frente a los medios de comunicación y de su integración en la educación.	Que el alumno reflexione acerca de la importancia de la ética en la convivencia social.
Desarrollar una actitud creativa e innovadora en cuanto al uso de contenidos televisivos como recursos didácticos.	<p>Fomentar y reforzar actitudes de responsabilidad, honestidad, respeto y uso de la libertad.</p> <p>Fortalecer y ayudar al desarrollo de las competencias que se pretenden formar en la <i>materia Formación Cívica y Ética como el respeto</i>, y valoración de los demás, autorregulación y ejercicio responsable de la libertad.²³</p>

Procedimentales

Docente	Alumno
Que a partir de los conocimientos obtenidos pueda desarrollar el método de análisis crítico de la serie en otros contenidos televisivos, de acuerdo con las necesidades de sus alumnos e intereses.	Que identifique y analice dilemas o problemas morales en los capítulos de la serie, para que aprenda a identificar los elementos de la dimensión moral en la convivencia cotidiana.
Que partir de lo que se proporciona en el presente material, promueva acciones pedagógico-didácticas creativas de forma planeada y organizada.	Que el alumno obtenga herramientas para que vea contenidos de televisión y reflexione frente a dichos contenidos desde otra perspectiva.

²³ Véase: (SEP, 2007).

2. Fundamentación teórica de aprendizaje

La teoría de aprendizaje, en la cual se basará la estrategia didáctica, es el constructivismo, ya que ofrece un modelo coherente para lograr los objetivos planteados en la propuesta. Esta teoría de aprendizaje ofrece la posibilidad de que los alumnos controlen la dirección de su aprendizaje, vinculando su contexto, en este caso televisivo, con su proceso de aprendizaje, esto dará como resultado una experiencia de aprendizaje diferente y significativo.

Constructivismo

El término constructivismo se ha empleado en múltiples campos de conocimiento, como la filosofía moral, la estética, la educación y la psicología. En el campo de la psicología y la educación, autores como David Ausubel, Lev Vygotsky, Jean Piaget y Jerome Bruner, son los principales teóricos del pensamiento constructivista. Esta postura surge de las aportaciones de diversas corrientes psicológicas de dichos autores, asociadas principalmente a la psicología cognoscitiva, como el enfoque psicogenético piagetiano, la teoría de los esquemas cognoscitivos, la teoría ausubeliana de la asimilación y el aprendizaje significativo, la psicología sociocultural vygoskiana, algunas teorías instruccionales, entre otras (Díaz Barriga, 1999). Estos autores comparten el principio de que el conocimiento es construido por el sujeto y no lo recibe pasivamente por el entorno.

Por su parte, Jean Piaget aportó a la corriente constructivista los nuevos conceptos de inteligencia, conocimiento y el proceso de adaptación del ser humano a las diferentes condiciones del entorno, de acuerdo con las diferentes etapas del desarrollo. El desarrollo cognitivo, según Piaget, son los cambios que ocurren dentro de la mente de la persona y que se expresan como habilidades, procesos y nociones a través de distintas etapas y niveles (García, 2010).

Un principio fundamental de Piaget es la naturaleza de adaptación de la inteligencia, que consiste en un equilibrio entre las acciones del organismo sobre el medio y las acciones inversas. Cuando la persona se adapta a través de sus acciones a los objetos que lo rodean, el proceso se llama asimilación, esto es, que en vez de

someterse al medio lo modifica, imponiéndole la estructura de la persona. A través de la asimilación la persona construye una realidad a partir de su experiencia (García, 2010). Por lo tanto, Piaget concibe a la actividad mental como una construcción que ocurre debido a las acciones del ser humano en la interacción con su ambiente.

Por otro lado, el constructivismo social de Vygotsky aporta los conceptos de realidad del alumno, conocimiento y el aprendizaje. La realidad del alumno entendida como la que se construye con las propias actividades, las cuales se entiende y define por el contexto al que pertenece, por lo tanto la realidad es vista como un proceso histórico. El conocimiento también es una construcción social y cultural. A través de la interacción social, las personas construyen significados útiles para dirigir su comportamiento en un contexto determinado. Por último, el aprendizaje también es un proceso social, no solo mental ni tampoco es la aceptación pasiva de acciones del contexto, el aprendizaje surge cuando las personas se involucran en ciertas actividades de manera organizada (García, 2010). La concepción del aprendizaje escolar se sustenta con la idea de que la educación, es promover los procesos de crecimiento personal del alumno, en el marco de la cultura y el contexto al que pertenece (Díaz Barriga, 1999).

Para Ausubel, lo importante del aprendizaje es reforzar la estructura cognitiva del alumno, en el proceso de adquisición de nueva información. Para esto, Ausubel se basa de la noción de significado para explicar el proceso del aprendizaje, el cual consiste en que el mundo exterior tiene sentido para la persona, sólo si los conocimientos son transformados en algo representativo, pasando de un mensaje verbal o escrito a una estructura mental (García, 2010), a esto se le llama aprendizaje significativo. Es lo que ocurre cuando el alumno es capaz de ligar de manera significativa lo que ya sabe con los nuevos aprendizajes. Consiste en lograr establecer de forma propia, vínculos entre ideas y situaciones no solo escolares, también situaciones de la vida cotidiana, de esta manera el alumno construye nueva información. Y para lograr este aprendizaje significativo, el profesor debe situar la nueva información en un contexto que permita ligar lo que el alumno ya sabe con lo nuevo y vincular los contenidos con situaciones reales y cotidianas.

El constructivismo, en el terreno de lo educativo, se basa en la participación activa del alumno en el proceso de aprendizaje, en particular, en lo que se refiere a la capacidad de resolver problemas, en el desarrollo de un pensamiento crítico e impulsar la creatividad (García, 2010). El constructivismo educativo propone que el proceso de aprendizaje sea didáctico donde la enseñanza se orienta a la acción.

El aprendizaje constructivo se realiza a través de un proceso mental que lleva a la adquisición de un nuevo conocimiento. En este proceso se brinda la posibilidad de construirlo y adquirir una nueva habilidad, donde el alumno pueda aplicar lo ya conocido a una situación o problema nuevo. A su vez, esta construcción se realiza con los conocimientos previos que el alumno ya posee, con lo que ya ha construido en su relación con el medio en el que vive.

Por lo tanto, este modelo se centra en el alumno, en su conocimiento previo y la construcción del conocimiento nuevo se genera cuando el alumno interactúa con el objeto de conocimiento, cuando hay interacción social para generar significados útiles.

Los significados útiles o aprendizaje significativo permiten fortalecer el aprendizaje, ya que proporcionan un significado complementario, reduciendo el olvido y haciéndolo más provechoso. Para lograr un aprendizaje significativo, se deben conectar las experiencias previas, con el nuevo conocimiento (Calero, 2009). Resaltando que el alumno cuenta con saberes cotidianos y al problematizar ese saber con los conocimientos escolares se genera un nuevo saber.

Constructivismo moral

La moral se construye por el alumno y desde adentro (Calero, 2009). Esta teoría de aprendizaje también argumenta la necesidad del aprendizaje activo en diversas áreas de conocimiento, pero en especial la enseñanza de la ética.

La enseñanza de la ética y la moral no se aprende por imposición de los adultos, cuando las normas morales se proporcionan a la nueva generaciones para que estas las adopten, se causa un mal para los alumnos y para la comunidad en general, ya que están provocando que el alumno este sujeto a lo que el adulto diga, impidiendo el desarrollo de su autonomía. Así mismo, provoca que las normas impuestas no sean

aceptadas por las nuevas generaciones o bien las adopten de forma conformista y pasiva. A diferencia de esto, las personas autónomas que participan en la elaboración o en el descubrimiento de una norma, tienden a sentirse regulada por una ley, tornándose importante la participación en la toma de decisiones. Es por esto que el aprendizaje de lo moral, valores o reglas sociales se inicia cuando el alumno es capaz de ver las cosas desde la perspectiva de los otros y coordinar su punto de vista con el de los demás (Calero, 2009). Construyéndose a partir de la interacción con su entorno, en la práctica de la regulación o la elección de la conducta.

Educación moral

Lawrence Kohlberg (1927-1987) psicólogo estadounidense, después de haber colaborado con Piaget sobre el juicio moral de los niños, por su parte creo la teoría del *Desarrollo Moral* y anuncio la filosofía de la educación moral.

Kohlberg expone seis modelos distintos de juicio moral Anexo 2, (Moral heterónoma; Individualismo propietario instrumental e intercambio; Relaciones, expectativas interpersonales, y conformidad interpersonal; Sistema social y conciencia; Contrato o utilidad social y derechos individuales; y Principios éticos universales) los cuales se desarrollan con la edad de los niños, aunque no precisamente depende de ella. En 1960 elaboro una teoría cognitivo evolutiva de la moral, en la cual se explica cómo se desarrollan esas etapas a partir de la interacción de la persona con su ambiente y como pasan de una etapa a otra.

En el campo de la educación, estas etapas se pueden desarrollar de mejor forma generando conflictos a partir de un problema moral expuesto en grupo. Es decir, si a los niños se les presenta de manera sistemática un razonamiento moral correspondiente a una etapa inmediatamente superior a la propia, les atraería ese razonamiento y se estimularía al desarrollo de la siguiente etapa de juicio moral. Una forma de lograr esto, es que en un grupo con alumnos que están en diferentes etapas se plantee un dilema moral y cuando los niños escuchen el razonamiento de los alumnos con etapas más avanzadas y al intentar conversarse de que unas soluciones son mejores que otras, los niños con un nivel atrás se aproximarán a razonamientos más elevados (Kohlberg Lawrence, 1989).

Es preciso destacar, que este desarrollo estimulado se produce al proporcionar oportunidades para generar conflictos y debatir, con la adopción de roles y el acceso a una etapa encima de la propia para su evolución. Uno de los grandes beneficios de implementar este proceso en la educación es que no es de forma temporal ya que el aprendizaje es duradero y se extiende a nuevos dilemas no tratados en el aula.

3. Metodología

La integración de contenidos televisivos en el ámbito educativo exige un proceso a seguir para obtener buenos resultados de los diversos objetivos planteados. Para lograr esto, primero se debe delimitar y conocer la población a la cual va dirigida la estrategia didáctica, los contenidos o temáticas escolares a reforzar y los contenidos televisivos que se usarán en la estrategia. Es importante tener presente que los contenidos televisivos pueden ser muy favorables para reforzar determinados aprendizajes, siempre y cuando posean las características adecuadas para el desarrollo del aprendizaje que se desea consolidar. También se sugiere que se asocien las características de la población a la que se dirige la estrategia con los posibles consumos televisivos, esto ayudará a seleccionar contenidos de televisión apropiados para dicha población.

3.1. Delimitación

TEMAS	NIVEL	CONTENIDO TELEVISIVO
<i>Ética y moral</i>	<i>2° Secundaria</i>	<i>Serie Los Simpson</i>

Este material en específico dirige la secuencia didáctica al fortalecimiento de temáticas la materia de *Formación Cívica y Ética*, de segundo grado de secundaria. Lo cual indica que la población de alumnos es de 12 a 14 años, reduciendo la gama de posibilidades en cuanto a contenidos televisivos a seleccionar. Debido a que los gustos televisivos varían dependiendo de la edad, género, formación educativa, contexto social, etc., el contenido televisivo a seleccionar debe estar dirigido a una

amplia población, para que abarque la mayor cantidad de alumnos que consuman dicho contenido.

La serie *Los Simpson* como contenido específico para fortalecer temáticas de ética, fue seleccionada por varios motivos. Primero, porque se transmite por televisión abierta y hay más posibilidades de consumo y por el éxito obtenido y la aceptación del público a lo largo de 22 años, sin embargo aunque es una serie dirigida para adultos es muy vista y aceptada por niños y jóvenes, debido al ambiente audiovisual que transmite.

La amplia gama de temáticas que abordan la serie proporciona un sin número de posibilidades didácticas en diversas materias de cualquier nivel educativo. Otra de las ventajas de la serie es que la diversidad de temas se divide por temporadas o capítulos, dando la posibilidad de entenderlos sin la necesidad de dar un seguimiento a la serie.

Para esta secuencia didáctica se seleccionaron 3 capítulos²⁴, analizados en el capítulo 3, los cuales reflejan problemáticas que pueden ayudar al fortalecimiento de los contenidos seleccionados, así como apoyar a problematizar las temáticas que se pretenden abordar. Los capítulos se distribuirán por lecciones, dando la posibilidad por su guión, contextos y situaciones presentadas, a una gran cantidad de reflexiones encaminadas a los temas a reforzar, destacando que "...El auténtico mensaje de un medio es el propio medio en cuanto provoca una serie de alteraciones en el contexto sobre el que actúa. El mensaje principal de la televisión es la transformación que ha provocado en la vida individual, familiar y social del hombre de nuestro siglo, más allá del conocimiento específico de cada uno de los programas" (Ferrés, 1997:49).

²⁴ La novia de Bart. Temporada 6 capítulo 7 (6X7), La cruda realidad. Temporada 9 capítulo (9x9) y Lisa obtiene un 10. Temporada 10 capítulo 7 (10x7) Véanse: (FOX y Century Fox)

3.2. Bosquejo de procedimiento

Para realizar la presente propuesta se retoman los capítulos: tres “Análisis crítico de contenido televisivo” que corresponde a los contenidos televisivos a usar para fortalecer temáticas de ética, las cuales se desarrollan en el capítulo cuatro “Relevancia de la ética en contenidos escolares”. Retomando así la pedagogía de la imagen, que consiste en conocer el lenguaje audio visual que se usa en contenidos televisivos para comprender desde otra perspectiva los mensajes audio-visuales. Para que posteriormente dicho contenido audio visual se use en la secuencia didáctica que refiere a la pedagogía con imagen, la cual usará lo analizado para favorecer el proceso de enseñanza aprendizaje.

Conocer los lenguajes de los medios audiovisuales y sus tecnologías, como lo marca nivel de la pedagogía de la imagen, permitirá posteriormente un mejor uso didáctico en las aulas, más coherente y aplicable a las necesidades curriculares, que es lo que pretende el nivel de la pedagogía con imágenes, haciendo indispensable la dominación del nivel de la imagen para poder aplicar el nivel con la imagen.

El objeto del procedimiento descrito es para que se tenga una concepción globalizada del fenómeno educativo en su doble interacción con los medios, primero como objeto de estudio dentro de la escuela y después como instrumento que está al servicio de un modelo alternativo de comunicación educativa (Pérez, 2004).

Tomando en cuenta los capítulos anteriores, como parte de un proceso a seguir para llegar a la integración de los contenidos televisivos analizados en secuencia didáctica el bosquejo de procedimiento, se estructura de la siguiente forma.

Relevancia de la Ética en contenidos escolares (Cap. 4)

Consiste en hacer una organización previa de los contenidos a reforzar en la secuencia didáctica. Mostrar la relevancia y necesidad de dichos contenidos en la formación de alumnos. Y posteriormente, examinar lo que se propone actualmente para abordar dichos contenidos, en especial los recursos didácticos.

Análisis crítico de contenido televisivo (Cap. 3)

Se basa en pautas para el análisis de series televisivas y films que propone **(Ferrés, 1994)**. El análisis se estructura en tres grandes bloques: lectura situacional, que pretende contextualizar la serie; la lectura fílmica para analizar lo más objetivo posible imágenes y sonidos; y la lectura valorativa que proporciona una crítica sobre la serie.

Es en esta parte donde el docente conoce mejor los contenidos televisivos y puede destacar características para usar en el refuerzo de los temas elegidos.

Planeación y estrategia didáctica (Propuesta pedagógica)

Después de haber elaborado el análisis crítico del contenido televisivo se procede a elaborar una secuencia didáctica la cual se divide en tres fases: apertura, desarrollo y cierre.

La fase de apertura del tema, indaga en conocimientos previos de los alumnos, e introduce y presenta los contenidos por aprender.

La fase de desarrollo incorpora, consolida y amplía los contenidos. Se aplican las herramientas metodológicas y teóricas para la resolución de problemas ligados a los contenidos escolares.

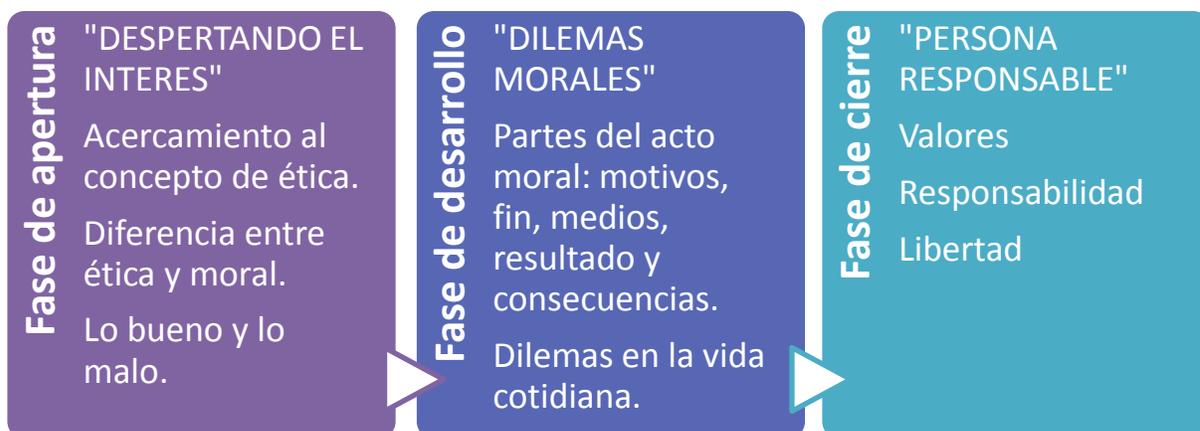
La fase de cierre profundiza y reafirma conocimientos y habilidades adquiridas.

4. Planeación y estrategia didáctica

Para finalizar el presente trabajo, se desarrolla la programación de la estrategia didáctica, "La televisión como recurso didáctico, Los Simpson en la enseñanza de la ética." Esta se divide en tres fases: apertura, desarrollo y cierre, las cuales se muestran a continuación:

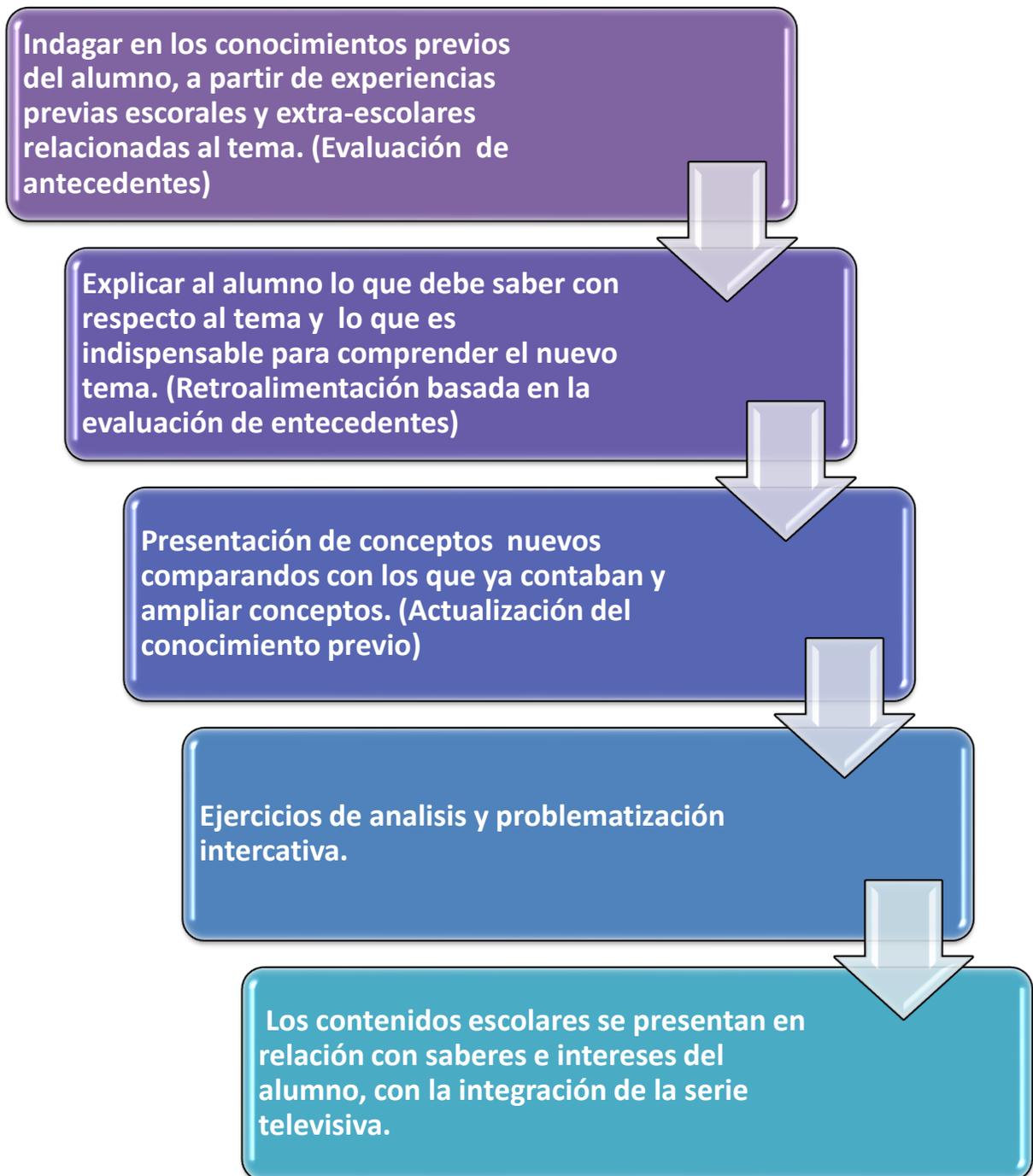
Contenidos

Para un mejor desarrollo de la secuencia didáctica, los contenidos a desarrollar en la estrategia se presentan en las tres fases mencionadas: apertura o inicio, desarrollo y cierre. Cada fase se dividirá en sesiones de una hora aproximadamente. De esta forma los contenidos se abordaran estratégicamente para seguir un proceso, el cual pretende proporcionar primeramente conceptos básicos, herramientas para que el alumno identifique problemáticas o dilemas morales y, finalmente, lo aprendido se use para conocer, identificar y actuar de forma consiente frente problemas morales cotidianos. Esto a su vez permitirá que los conceptos y las habilidades se vayan complementando o reforzando conforme al avance de la estrategia. Por otro lado, se reconoce que intentar hacer que una persona tome conciencia frente a problemas morales es una tarea difícil, ya que ésta es una actividad personal. Pero esto no quiere decir que no sea posible generar ambientes y proporcionar herramientas para que de forma personal se realice.



4.1. Fase de apertura

Esquema de estrategias de la fase de apertura de la unidad didáctica



Sesión	Actividad del maestro	Actividad del alumno	Técnicas	Material	Tiempo
1 Acercamiento al concepto de ética	<ul style="list-style-type: none"> Indagar sobre conocimientos previos del alumno acerca del tema. Socializar objetivos de aprendizaje buscando la motivación. Explicar a los alumnos de forma general el tema que se abordará en la sesión. 	<ul style="list-style-type: none"> Socializar las respuestas del pre-test en el grupo. Exponer sus puntos de vista acerca de las respuestas de sus compañeros. Construir sus propios conceptos a partir de la socialización de las respuestas del pre-test. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de antecedentes o diagnóstica. Debate Anotaciones en pizarrón y/o cuaderno. Ejercicios de reflexión y problematización. 	Pre-test. (actividad 1.1) Pizarrón, y/o cuaderno	1 hora
2 Diferencia entre ética y moral lo bueno y lo malo	<ul style="list-style-type: none"> Hacer una retroalimentación de conceptos con los acuerdos a los que llegaron la sesión pasada. Explicar conceptos básicos del tema (ética, moral, lo bueno y lo malo en determinados contextos.) Explicar ejercicios a realizar en clase para aclarar y reafirmar conceptos. 	<ul style="list-style-type: none"> Socializar los conceptos a los que llegaron la sesión anterior. En equipos o de forma individual, elaborar un cuadro comparativo con conceptos de la sesión 1 y 2. Realizar actividad para reafirmar conceptos y comentar resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> Retroalimentación Exposición Discusión 	Pizarrón, mapas, diapositivas Cuadro comparativo Ejercicio de reafirmación (actividad 2.1)	1 hora
3 Cierre de fase de apertura	<ul style="list-style-type: none"> Explicar a los alumnos la actividad a realizar a partir de la proyección del capítulo (6x7) de la serie. Generar un debate donde se expongan lo analizado en el capítulo. 	<ul style="list-style-type: none"> A partir de la transmisión del capítulo de la serie, identificar conceptos vistos en la sesión 1 y 2, para observar cómo se muestran en el capítulo. Discutir los resultados de la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de avances Debate Discusión 	Capítulo (6x7) de la serie televisiva Los Simpsons Cuestionario (actividad 3.1) Proyector	1 hora

Material para la fase de apertura

Actividades de la sesión 1.

- Para iniciar la clase el profesor indagará en los conocimientos previos del alumno aplicando una evaluación diagnóstica. Se escogerán algunos productos para ser leídos en clase, socializar las respuestas en el grupo y conocer conocimientos previos de los alumnos.

1.1. EVALUACIÓN DE ANTECEDENTES²⁵. PRE-TEST ²⁶

Contesta las siguientes preguntas.

1. ¿Qué entiendes por ética?
2. ¿Qué diferencia hay entre ética y moral?
3. ¿Cómo distingues algo que es correcto de algo que no lo es?
4. ¿Qué es un problema moral?
5. ¿Qué es un valor moral?

- El profesor dará a conocer los objetivos de aprendizaje del bloque.
- El profesor expondrá de forma general el concepto de ética que se abordará en las sesiones.

Actividades de la sesión 2.

- Para dar inicio con la clase, el profesor hará una retroalimentación de los conceptos vistos en la sesión pasada.

²⁵Sirve para verificar el nivel de preparación de los alumnos para el nuevo contenido, ubicar confusiones en conceptos y trabajar en corregirlos. Véase: (Olmedo, 2009)

²⁶ El pre-test "Es un material didáctico que establece el nivel de conocimiento inicial del alumno y que orienta al maestro acerca de los conocimientos que requiere actualizar antes de introducir al alumno en un nuevo tema. Es útil al aprendiz, ya que le informa acerca de los conocimientos antecedentes que debe obtener y que serán de utilidad para comprender un nuevo tema." Véase: (UNAM, 2003)

- El profesor expondrá a los alumnos los conceptos que abordarán en la sesión: diferencia entre la ética y la moral, lo bueno y lo malo en determinados contextos.
- Los alumnos elaborarán un cuadro comparativo con los conceptos abordados en la sesión 1 con la evaluación de antecedentes, y la sesión 2 con la exposición del profesor.
- Para reafirmar conocimientos los alumnos contestarán la actividad 2.1.

2.1. EJERCICIO DE REAFIRMACIÓN.²⁷

Señala con una X si las siguientes acciones son moralmente correctas, moralmente incorrectas o no calificables moralmente y di por qué.

Acción	Correcto	Incorrecto	No calificable	¿Por qué?
Guardar un secreto a un amigo				
Copiar en un examen				
Ir al cine				
Discriminar a alguien por su apariencia				
Ayudar a alguien que lo necesita				
Salir con tus amigos				
Ocultar la verdad				

- El profesor evaluará el ejercicio y tomará en cuenta si es necesario o no aclarar conceptos.

²⁷ Para consultar más ejercicios similares. Véase: (Microsifia , 2012)

Actividades de la sesión 3.

- Para cerrar la fase de apertura y conocer los avances que se han logrado, el profesor explicará la actividad a realizar a partir de la proyección del capítulo (6x7) de Los Simpson. La cual será una evaluación de avances.
- A partir del capítulo de la serie, los alumnos realizarán la actividad 3.1.

3.1. EVALUACIÓN DE AVANCES²⁸. CUESTIONARIO

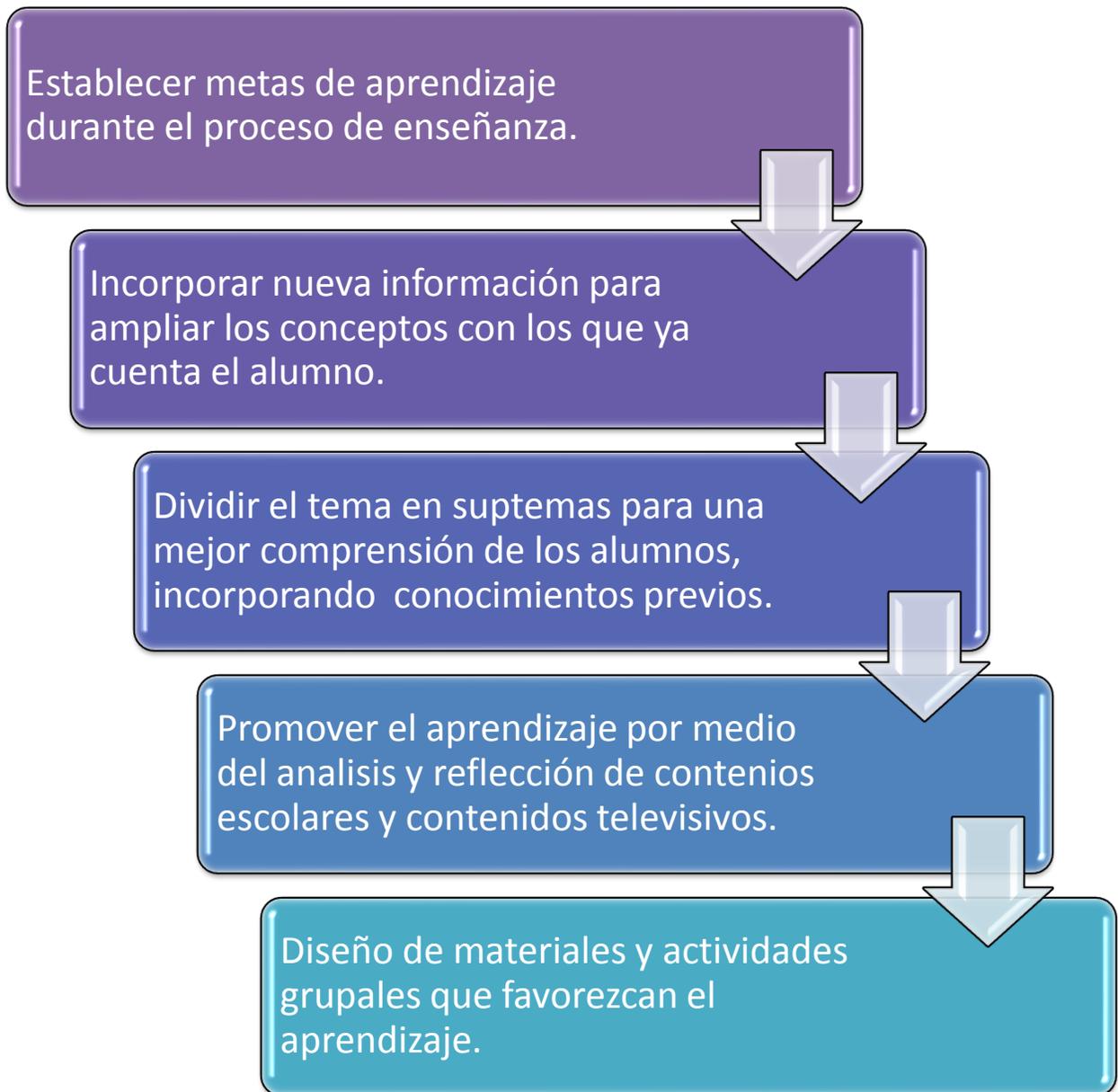
Identifica en el capítulo de la serie Los Simpsons los siguientes puntos y contesta las preguntas.

1. Identifica un problema moral que se desarrolle en la historia.
 - Describe el problema moral encontrado.
 - ¿Por qué consideras que es un problema moral?
 - ¿Gracias a qué se solucionó el conflicto?
 2. Identifica principios éticos que se muestren en la historia.
 - ¿Por qué son importantes esos principios?
 - ¿Cómo se castiga a los personajes que no siguen los principios éticos o normas morales de convivencia?
 3. Identifica los personajes que representan acciones aceptadas socialmente y a los que no.
 - ¿Crees que es aceptable lo que quieren conseguir los personajes? ¿por qué?
 - ¿Son adecuados los medios que usa para lograrlo? ¿Por qué?
- El profesor generará un debate donde se exponga lo analizado en el capítulo, a partir de la actividad 3.1.

²⁸ Sirve para verificar que el avance es adecuado y localizar deficiencias cuando aún se está en posibilidad de corregirlas. Permite saber si los alumnos están aprendiendo y si se manifiestan las conductas deseables.

4.2. Fase de desarrollo

Esquema de estrategias de la fase de desarrollo de la unidad didáctica



Fase de desarrollo

“Dilemas morales”

Sesión	Actividad del maestro	Actividad del alumno	Técnicas	Material	Tiempo
1	<ul style="list-style-type: none"> Exponer a los alumnos las partes del acto moral y explicar cada una de ellas. Integrar al nuevo tema los conceptos vistos en la fase de apertura. Resolver dudas acerca del nuevo tema a partir de preguntas intercaladas. Problematizar y discutir dudas del tema. 	<ul style="list-style-type: none"> Después de la exposición, elaborar un esquema individual o en equipo sobre las partes de del acto moral. Exponer el cuadro realizado y plantear dudas del tema. Participar en la problematización del tema y de dudas. 	<ul style="list-style-type: none"> Exposición Diagramas Esquemas Discusión o debate 	<ul style="list-style-type: none"> Pizarrón, imágenes o diapositivas. 	1 hora
2	<ul style="list-style-type: none"> Hacer una retroalimentación del tema visto en la sesión anterior. Exponer a los alumnos el significado de dilemas morales con un ejemplo cotidiano. Debatir la actividad 2.1 Generar participación por parte de los alumnos para compartir algún dilema que hayan vivido. 	<ul style="list-style-type: none"> Resolver actividad 2.1 Exponer opinión de la actividad Redactar un dilema que haya vivido el o alguna persona conocida (amigos o familiares) señalando las partes del acto moral. Compartir con sus compañeros la experiencia redactada y analizarla en grupos. 	<ul style="list-style-type: none"> Retroalimentación Planteamiento de ejemplos cotidianos Análisis de dilemas Redacción 	<ul style="list-style-type: none"> Imágenes, pizarrón o diapositivas. Dilema clásico. (Actividad 2.1) Guía para redactar dilema (Actividad 2.2) 	1 hora
3	<ul style="list-style-type: none"> Explicar a los alumnos la actividad a realizar a partir de la proyección del capítulo (9x9) de la serie. Generar un debate donde se expongan lo analizado en el capítulo. 	<ul style="list-style-type: none"> A partir de la transmisión del capítulo de la serie, identificar las partes del problema moral que se narra en la historia y analizar cada una de ellas. Discutir los resultados de la actividad. 	<ul style="list-style-type: none"> Evaluación de avances Debate Trabajo en equipo 	<ul style="list-style-type: none"> Serie televisiva Los Simpsons Cuestionario (Actividad 3.1) Proyector 	1 hora

Material para la fase de desarrollo***Actividades de la sesión 1.***

- Para dar inicio a la clase el profesor establecerá las metas de aprendizaje que se espera de los alumnos en esta fase.
- Posteriormente, el profesor expondrá las partes que conforman a un acto moral, explicando cada una de ellas con ejemplos cotidianos, procurando integrar y resaltar los conceptos abordados en la fase de apertura. Se puede apoyar con una presentación en PowerPoint o con esquemas y diagramas.
- A partir de la exposición, los alumnos elaborarán un esquema, en equipos o individual, con los nuevos conceptos y las partes del acto moral. Posteriormente, se escogerán algunos equipos para que expongan su actividad y se aclaren dudas de forma grupal.
- El profesor debe procurar la problematización en el grupo a partir de preguntas intercaladas.

Actividades de la sesión 2.

- Para iniciar la clase el profesor recapitulará lo visto en la sesión anterior.
- El profesor presentará el tema de dilemas morales planteamientos de ejemplos cotidianos.
- Después de la exposición, el profesor dará a los alumnos un dilema moral cotidiano (actividad 2.1.) para contestar de forma individual.

2.1. DILEMA CLÁSICO

Lee el siguiente dilema, contesta las preguntas y comenta con tus compañeros.

Encubrir un robo

Tú y tu mejor amigo (a) se encuentran en una plaza comercial. En una tienda de ropa están viendo y probando diferentes cosas y tu amigo (a) ve una playera que le gusta mucho. Él o ella comentan que quiere probársela. Tú sigues mirando otras cosas. Poco tiempo después sale del vestidor con la playera puesta y una chamarra encima y te hace una señal para que veas que tiene la playera debajo de la chamarra. Sin decir una palabra, se da la vuelta y sale de la tienda.

Pocos minutos después llegan el agente de seguridad de la tienda, un vendedor y el encargado de la misma. Ellos quieren registrar tu mochila, y le permites al encargado que la registre. Cuando él ve que tú no tienes la playera, te exige que digas quién era la persona que estuvo contigo.

El encargado te explica: "Yo no puedo dejar ir a los ladrones. Si tú no nos dices el nombre, te podemos denunciar por ser cómplice de un robo. Robar es un acto criminal y has apoyado un acto criminal".

1. ¿Qué harías en esa situación?
2. ¿Debes acusar a tu amigo(a)? ¿Por qué?
3. ¿Si no fuera tu amigo(a) lo acusarías?
4. Es contra las reglas que tu amigo(a) robe, ¿esto lo hace moralmente malo? ¿Por qué?

- A partir de la actividad anterior, el profesor debe cuestionar acerca de las respuestas y generar participación por parte de los alumnos.
- Si el tiempo es suficiente, los alumnos deberán redactar un dilema que hayan vivido ellos o alguna persona cercana, señalando las partes del acto moral (actividad 2.2). De lo contrario la actividad será para elaborar en casa y se retomara en la siguiente sesión.

4.3. GUÍA PARA REDACTAR UN PROBLEMA O DILEMA MORAL.

Redacta un dilema al cual te hayas enfrentado tú, alguno de tus amigos o familiares a partir de los siguientes puntos y contesta las preguntas.

Describe brevemente el dilema el cual debe tener: un personaje principal, el desarrollo de las circunstancias de forma clara y la descripción de las alternativas que tubo o tiene el personaje para resolverlo.

- ¿Cuál fue el motivo o razón que impulso a la persona a realizar un acto moral?
- ¿Cuál es el fin o propósito que quiere o quería obtener?
- ¿Qué hizo para conseguir su propósito?
- ¿Qué resultados obtuvo?
- ¿Qué consecuencias le generó el resultado?

Reflexión: ¿consideras que es correcta la decisión que tomo?

¿Qué hubieras hecho tú en su lugar?

Actividades de la sesión 3.

- Para iniciar la clase, los alumnos que deseen compartir el dilema que redactaron lo expondrán al grupo y debatirán si es o no un dilema moral y si cuenta con las partes de este.
- El profesor proyectará el capítulo (9x9) de la serie *Los Simpsons*. Y los alumnos elaboraran la actividad 3.1. la cual servirá con evaluación de avances.

3.1. EVALUACIÓN DE AVANCES. CUESTIONARIO.

Llena el cuadro a partir de lo visto en el capítulo (9x9) de la serie y contesta las preguntas.

Personaje	Motivo que lo impulso	Fin que quiere conseguir	Los medios que uso para conseguir el fin	Resultados y consecuencias que obtuvo.

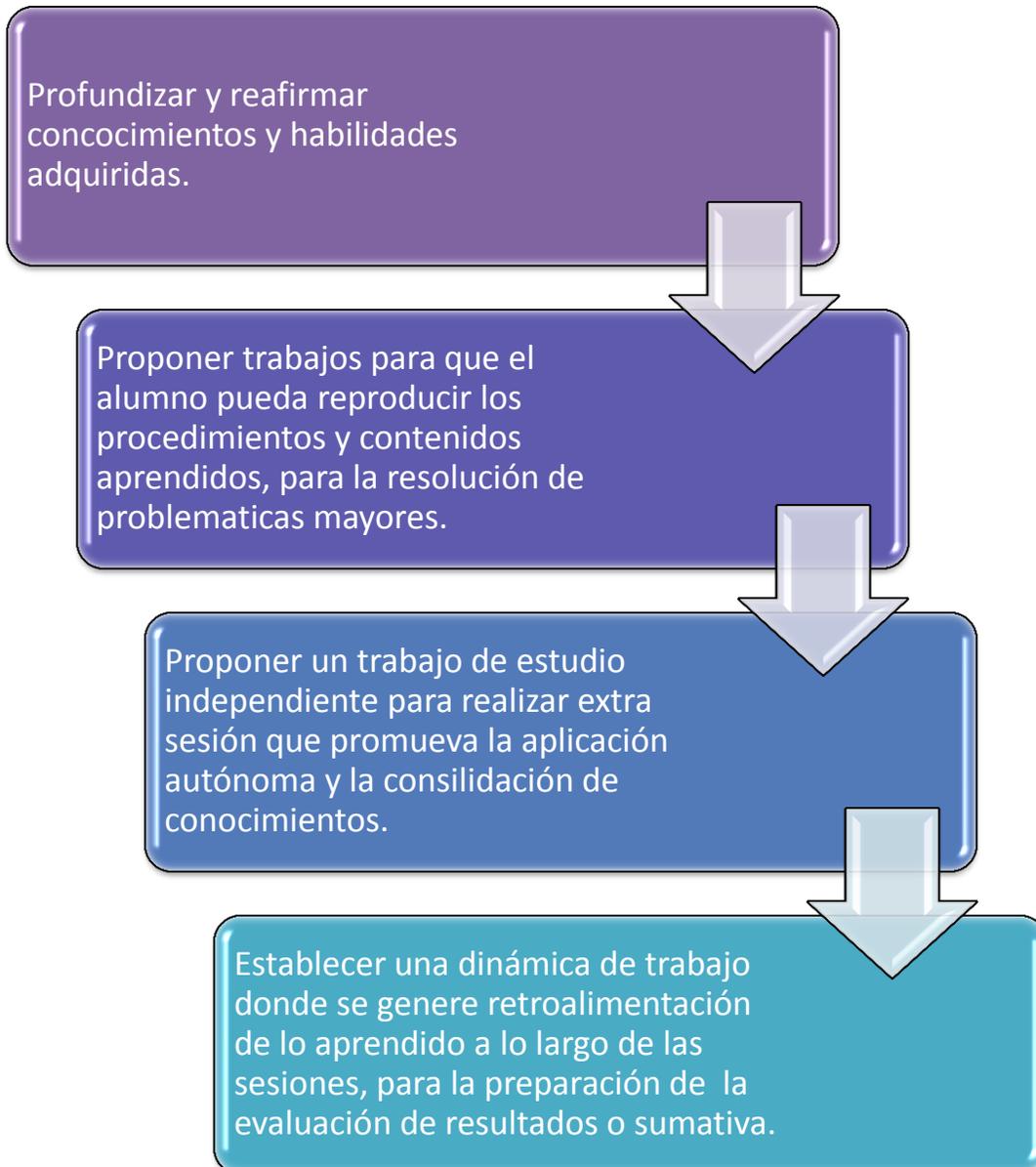
¿Consideras que el personaje hizo lo correcto? ¿Por qué?

¿Tú que hubieras hecho en esa situación?

- A partir de la actividad 3.1. comentar los resultados en grupo o en equipos, comprobar los avances y verificar la necesidad de algún cambio en la planeación que se adapte a las necesidades de los alumnos.

4.3. Fase de cierre

Esquema de estrategias de la fase de cierre de la unidad didáctica



Sesión	Actividad del maestro	Actividad del alumno	Técnicas	Material	Tiempo
1	<ul style="list-style-type: none"> Aclarar, reforzar y ampliar los conceptos que se abordaron durante las fases anteriores. Ampliar el concepto de valor y mostrar la relación que hay entre responsabilidad y libertad como parte del acto moral. Generar participación en el grupo para comentar lo aprendido. Explicar la actividad a realizar extra sesión (Actividad 1.2.). 	<ul style="list-style-type: none"> Participar en la retroalimentación de lo que se ha abordado en las fases anteriores. Exponer dudas acerca del trabajo extra sesión. Elaborar la actividad extra sesión (elaboración de un escrito a partir de lo analizado en un contenido televisivo de su preferencia). 	<p>Exposición</p> <p>Discusión o debate</p> <p>Participación oral</p> <p>Escrito- redacción</p> <p>Análisis</p> <p>Evaluación de resultados</p> <p>actividad 1.2.</p>	<p>Pizarrón, imágenes o diapositivas.</p> <p>Guía para la elaboración del ensayo. (Actividad 1.2)</p> <p>Contenidos televisivos</p>	1 hora
2	<ul style="list-style-type: none"> Revisar trabajo extra sesión, procurando la participación grupal y la problematización de contenidos. Explicar la actividad a realizar en clase para preparar la evaluación de resultados. 	<ul style="list-style-type: none"> Exponer y participar en la discusión de la presentación del trabajo realizado extra sesión. En equipos analizar y resolver los puntos de la actividad 2.3. consultando lo realizado desde la fase de apertura. 	<p>Exposición</p> <p>Discusión</p> <p>Problematización</p> <p>Redacción</p> <p>Repaso de contenidos en equipo.</p>	<p>Pizarrón, imágenes o diapositivas.</p> <p>Cuestionario</p> <p>guía de repaso</p>	1 hora
3	<ul style="list-style-type: none"> Explicar a los alumnos la actividad a realizar a partir de la proyección del capítulo (10x7) de la serie, resaltando que la actividad será la evaluación final. Evaluar e informar resultados y avances obtenidos. 	<ul style="list-style-type: none"> Realizar el trabajo a partir del capítulo visto y que corresponde a la evaluación de resultados. Conocer y aclarar errores y aciertos obtenidos en su evaluación. 	<p>Evaluación de resultados</p> <p>Discusión</p>	<p>Serie</p> <p>televisiva Los Simpsons</p> <p>Cuestionario de valuación</p>	1 hora

Material para la fase de cierre

Actividades de la sesión 1.

- Para iniciar la sesión, el profesor deberá aclarar dudas de todo lo abordado hasta el momento, haciendo preguntas intercaladas al grupo.
- A partir de los conocimientos previos del alumno, el profesor ampliará el concepto de valor y lo asociará con los valores responsabilidad y libertad, como parte fundamental de un acto moral.
- El profesor debe generar participación por parte de los alumnos para ampliar los conceptos mencionados.
- Para finalizar la sesión, el profesor pedirá a los alumnos la elaboración de un trabajo extra sesión (actividad 1.1) y explicará la forma de elaborarlo y los objetivos de dicho documento, así como informar que formará parte de la evaluación de resultados.

1.1. GUÍA PARA TRABAJO EXTRA SESIÓN

Selecciona un contenido televisivo que sueles ver con frecuencia en tus tiempos libres. Analiza el capítulo o episodio del día respondiendo a los siguientes puntos.

- Nombre, canal y hora de transmisión del contenido televisivo (caricatura, serie, programa, telenovela, etc.)
- Identifica y redacta un problema moral que se muestre en el contenido televisivo, resaltando todas sus partes (motivo, fin, medio, resultado y consecuencias)
- Describe cómo efectuó su libertad el o los personajes y las responsabilidades que enfrentaron a partir de esa decisión.
- ¿Consideras correcta la decisión que tomó el personaje para resolver su problema moral? ¿Por qué?

- ¿Crees que lo que le ocurrió al o los personajes te podría pasar a ti o a cualquier persona? ¿Por qué?
- En la vida real, ¿el conflicto se puede resolver de la misma manera? ¿Por qué?

Actividades de la sesión 2.

- Para iniciar la clase, el profesor seleccionará un grupo de alumnos que expongan su trabajo extra sesión, procurando que los contenidos televisivos a exponer no sean los mismos y generando participación grupal y problematización de contenidos.
- En equipos, o de forma individual, los alumnos resolverán la actividad 2.1. que les servirá como guía de repaso de lo abordados en las tres sesiones.

2.1. GUÍA DE REPASO DE CONTENIDOS

Contesta las siguientes preguntas a partir de lo aprendido en las sesiones anteriores, puedes consultar las notas de tu cuaderno o tareas realizadas.

1. ¿Cuál es la diferencia entre la ética y la moral?
2. Menciona un ejemplo de problema ético y uno de problema moral.
3. ¿Cuáles son los elementos que constituyen a un acto moral?
4. ¿Qué importancia tienen los valores en la vida humana?
5. ¿Cuál es la relación que hay entre responsabilidad y libertad?
6. ¿Cuál es la importancia de ser morales en la vida en sociedad?
7. ¿Qué crees que quiere decir la frase: "mi libertad termina donde empieza la del otro"?

Actividades de la sesión 3.

- Para iniciar la sesión el profesor proyectara el capítulo (10x7) y explicará la actividad a realizar (actividad 3.3.) resaltando que también será tomada en cuenta como evaluación de resultados.

3.1. EXAMEN DE RESULTADOS

A partir del capítulo de la serie, analiza y contesta las siguientes preguntas.

1. ¿Qué consecuencias obtiene Lisa al decidir engañar a su mamá para seguir jugando y no estudiar para el examen?
2. ¿La decisión de Lisa de engañar a su mamá y no estudiar para el examen fue al margen de la libertad? ¿Por qué?
3. ¿Consideras que fue correcto que Lisa comprara las respuestas del examen para sentirse segura de entrar a la universidad que ella quiere?
4. ¿Cuáles son las dos opciones que tiene Lisa frente al problema moral que enfrenta, después de haber hecho trampa en el examen?
5. ¿Consideras que la opción que eligió Lisa fue la más correcta? ¿Por qué?
6. ¿La reacción del director frente a la actitud de Lisa fue correcta? ¿Por qué?
7. ¿La trampa que le tienden a Lisa al final del capítulo justifica la causa? ¿Por qué?

Síntesis

A partir de la exigencia del contexto en el que se desarrollan los niños y los jóvenes actualmente, el cual debe de ser tomado en cuenta en la educación, surge la presente Propuesta Pedagógica que integra contenidos de televisión en el ámbito escolar como recurso didáctico para la enseñanza de la ética.

Las nuevas formas de comunicación y los lenguajes audiovisuales que se usan en la televisión, pueden estar al servicio de la educación y favorecer la enseñanza aprendizaje de cualquier área de conocimiento. Dejando con esto de lado la idea de que la práctica educativa debe limitarse a solo la lectura de la palabra o la lectura del texto, sino que es necesario incluir la lectura del contexto en el que vivimos.

El presente trabajo representa un intento por mostrar cómo se pueden usar contenidos audiovisuales, en este caso de la televisión comercial, para favorecer temáticas de ética.

Se parte de la teoría de aprendizaje constructivista, la cual destaca la idea de la vinculación del contexto de los alumnos con el proceso de enseñanza para llegar a una experiencia de aprendizaje significativa. En este sentido, se habla de una construcción de conocimiento activo tanto del alumno como del docente, debido a esto la propuesta enfoca sus objetivos en ambos sentidos, comenzando con el análisis de contenidos televisivos para que el docente conozca y encuentre los puntos relevantes para su integración en temas educativos a fortalecer y el alumno por su parte, fortalece conocimientos escolares y al mismo tiempo se genera un pensamiento crítico y más activo frente a contenidos televisivos.

Por lo tanto el uso de contenidos televisivos de interés de los alumnos beneficia tanto a los alumnos en su aprendizaje, como a los docentes en su práctica profesional como generadores de estrategias de aprendizaje creativas y coherentes con los contextos de sus alumnos.

Anexos

ANEXO 1 FORMATO PARA EL ANÁLISIS DE CONTENIDO DE SERIES TELEVISIVAS Y FILMS

Lectura situacional

Contexto de la serie

Nombre del contenido televisivo:		
Nacionalidad:		
Año de creación:		
Autor:		
Canales de transmisión:		
Horarios:		
Contexto económico, político, cultural y social en el que surge:		

Lectura fílmica

Lectura narrativa

Argumento /Sinopsis de la serie o capítulo:		
Estructura narrativa:		
Reconstrucción de la historia en general o del capítulo:		

Análisis de Personajes

Nombre:			
Edad:		Sexo:	
Profesión:			
Características (clase social, nivel cultural, apariencia, etc.):			
Función en la historia:			

Motivaciones y objetivos que persigue:
Rol social:
Representa un estereotipo:
Valor que representa:
<u>Análisis de entornos</u>
Ambientes o escenarios de la serie o capítulo:
Rasgos característicos de los escenarios:
Función de los escenarios en la narración:
Análisis formal
<u>Análisis de tratamiento formal</u>
Desde el punto de vista del género:
Desde el punto de vista del estilo:
Desde el punto de vista del tono:
<u>Análisis de recursos formales</u>
Visuales:
Sonoros:

Montaje:
Lectura temática
<u>Ejes estructurales</u>
Constantes ideológicas:
Simbolismos de la historia o los personajes:
<u>Formulación del tema</u>
Propósito último del autor o idea central explícito o implícito:
Concepción que transmite de la vida:
Valores que promueve:
Concepción de las relaciones sociales:
Valores reconocidos y valores castigados:
Visión de la sociedad que refleja y promueve:
<u>Implicación emotiva</u>
Personajes o acontecimientos con lo que te identificaste:
Sentimientos proyectados hacia una situación o personaje:
Implicaciones éticas que pone de manifiesto la identificación y las proyecciones:

Lectura valorativa
Valoración narrativa
Valorar argumento:
Valorar estructura narrativa:
Implicaciones éticas de los personajes y situaciones:
Analizar maniqueísmos y estereotipos en los personajes y sus implicaciones:
El entorno es adecuado para la historia:
Valoración formal
Para la intención de los contenidos, el género, el estilo y el tono son los más adecuados para la historia:
Los recursos visuales y sonoros son adecuados para la intención de los temas:
Valoración temática
Valor de la serie desde un punto de vista ético:
Valorara las motivaciones, objetivos y medios que usan los personajes desde el punto de vista ético:
La violencia en la serie es justificada:

Cuadro basado en el libro Televisión y Educación, (Ferrés, 1994).

Anexo 2 Las seis etapas del juicio moral Lawrence Kohlberg

Nivel	Etapa	Perspectiva social de la etapa	Que es correcto	Razones para hacer lo correcto
Nivel I: moral preconventional.	Etapa 1: el castigo y la obediencia (heteronomía).	El punto de vista propio de esta etapa es el egocéntrico, no se reconocen los intereses de los otros como diferentes a los propios. Las acciones se consideran sólo físicamente, no se consideran las intenciones, y se confunde la perspectiva de la autoridad con la propia.	Lo justo es la obediencia ciega a la norma, evitar los castigos y no causar daños materiales a personas o cosas.	Las razones para hacer lo justo son evitar el castigo y el poder superior de las autoridades
Nivel II: moral convencional.	Etapa 2: el propósito y el intercambio (individualismo)	La perspectiva característica de esta etapa es el individualismo concreto. Se desligan los intereses de la autoridad y los propios, y se reconoce que todos los individuos tienen intereses que pueden no coincidir. De esto se deduce que lo justo es relativo, ya que está ligado a los intereses personales, y que es necesario un intercambio con los otros para conseguir que los propios intereses se satisfagan.	Lo justo en esta etapa es seguir la norma sólo cuando beneficia a alguien, actuar a favor de los intereses propios y dejar que los demás lo hagan también.	La razón para hacer lo justo es satisfacer las propias necesidades en un mundo en el que se tiene que reconocer que los demás también tienen sus necesidades e intereses.
Nivel III: moral convencional.	Etapa 3: expectativas, relaciones y conformidad interpersonal (mutualidad).	La perspectiva de esta etapa consiste en ponerse en el lugar del otro: es el punto de vista del individuo en relación con otros individuos. Se destacan los sentimientos, acuerdos y expectativas compartidas, pero no se llega aún a una generalización del sistema.	Lo justo es vivir de acuerdo con lo que las personas cercanas a uno mismo esperan. Esto significa aceptar el papel de buen hijo, amigo, hermano, etc. Ser bueno significa tener buenos motivos y preocuparse por los demás, pone en el lugar del otro, también significa mantener relaciones mutuas de confianza, lealtad, respeto y gratitud.	La razón para hacer lo justo es la necesidad que se siente de ser una buena persona ante sí mismo y ante los demás, preocuparse por los demás y la consideración de que, si uno se quisiera que los demás se portaran bien

<p>Nivel III: moral postconvencional o basada en principios.</p>	<p>Etapa 4: sistema social y conciencia (ley y orden).</p> <p>El punto de vista desde el cual el individuo ejerce su moral se identifica en esta etapa con el del sistema social que define los papeles individuales y las reglas de comportamiento. Las relaciones individuales se consideran en función de su lugar en el sistema social y se es capaz de diferenciar los acuerdos y motivos interpersonales del punto de vista de la sociedad o del grupo social que se toma como referencia.</p>	<p>Las razones para hacer lo que está bien son mantener el funcionamiento de las instituciones, evitar la disolución del sistema, cumplir los imperativos de conciencia (obligaciones aceptadas) y mantener el <u>autorrespeto</u>.</p> <p>Lo justo es cumplir los deberes que previamente se han aceptado ante el grupo. Las leyes deben cumplirse del sistema, cumplir los con otros deberes sociales establecidos. También se considera como parte de lo justo la contribución a la sociedad, grupo o instituciones.</p>
	<p>Etapa 5:</p> <p>En esta etapa se parte de una perspectiva previa a la de la sociedad: la de una persona racional con valores y derechos anteriores a cualquier pacto o vínculo social. Se integran las diferentes perspectivas individuales mediante mecanismos formales de acuerdo, contrato, imparcialidad y procedimiento legal. Se toman en consideración la perspectiva moral y la jurídica, destacándose sus diferencias y encontrándose difícil conciliarlas.</p>	<p>La motivación para hacer lo justo es la obligación de respetar el pacto social para cumplir y hacer cumplir las leyes en beneficio propio y de los demás, protegiendo los derechos propios y los ajenos. La familia, la amistad, la confianza y las obligaciones laborales se sienten como una parte más de este contrato aceptado libremente. Existe interés en que las leyes y deberes se basen en el cálculo racional de la utilidad general, proporcionando el mayor bien para el mayor número de personas.</p> <p>Lo justo consiste en ser consciente de la diversidad de valores y opiniones y de su origen relativo a las características propias de cada grupo y cada individuo. Consiste también en respetar las reglas para asegurar la imparcialidad y el mantenimiento del contrato social. Se suele considerar una excepción por encima del contrato social el caso de valores y derechos como la vida y la libertad, que se ven como absolutos y deben, por tanto, respetarse en cualquier sociedad, incluso a pesar de la opinión mayoritaria.</p>

Etapa 6: principios éticos universales (autonomía).

En esta última etapa se alcanza por fin una perspectiva propiamente moral de la que se derivan los acuerdos sociales. Es el punto de vista de la racionalidad, según el cual todo individuo racional reconocerá el imperativo categórico de tratar a las personas como lo que son, fines en sí mismas, y no como medios para conseguir ninguna ventaja individual o social.

Lo que está bien, lo justo, es seguir los principios éticos universales que se descubren por el uso de la razón. Las leyes particulares y acuerdos sociales son válidos porque se basan en esos principios y, si los violaran o fueran en contra de ellos, deberá seguirse lo indicado por los principios. Los principios son los principios universales de la justicia: la igualdad de derechos de los seres humanos y el respeto a su dignidad de individuos. Éstos no son únicamente valores que se reconocen, sino que además pueden usarse eficientemente para generar decisiones concretas.

La razón para hacer lo justo es que, racionalmente, se ve la validez de los principios y se llega a un compromiso con ellos. Este es el motivo de que se hable de autonomía moral en esta etapa.

Fuente: (Kohlberg Lawrence 1989)

Referencias

- Aparisi, R., & Garcia, A. (1998). *Lectura de imágenes*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Biocca, F. (1988). Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory. En J. A. Anderson, *Comunicación YearBook 11* (págs. 51-80). University of North Carolina, Chapel Hill: Routledge.
- Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona : Paidós.
- Calero, P. M. (2009). *Constructivismo peagógico*. México: Alfaomega.
- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (9 de Agosto de 2012). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. México: Fondo de Cultura Eeconómica.
- Castiblanco, A. (Mayo de 2000). Comunicación educativa: una propuesta transdisciplinaria. *Revista de ciencias humanas*.(n°18).
- Chávez, A. (Diciembre de 2003). Televisión educativa o televisión para aprender. *Razón y Palabra*(n° 36).
- CONACULTA. (Marzo de 2011). *Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. México: Cultura.
- CONACULTA-b. (6 de Diciembre de 2011). *Canal 22*. Recuperado el 21 de Febrero de 2012, de <http://corporativo.canal22.org.mx/?seccion=6>
- DGTV. (2012). *Televisión Educativa* . Recuperado el 28 de Marzo de 2011, de <http://televisioneducativa.gob.mx/>
- Díaz Barriga, F. (1999). *Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo*. México: McGRAW HILL.
- Duncan, J. (1983). Televisión educativa, ¿vale la pena? En M. C. Bartlett Díaz, *Comunicación social* (págs. 133-135). México: Foro de consulta popular de comunicación social.
- EDUSAT. (2012). *Red EDUSAT - ILCE*. Recuperado el 4 de Abril de 2011, de <http://edusat.ilce.edu.mx>
- El Universal. (5 de septiembre de 2012). Censuran a Los Simpsons en Rusia. *El Universal* .
- Ferrés, J. (1994). *Televisión y educacion*. Barcelona: Paidós.
- Ferrés, J. (1994). *Televisión y educación*. Barcelona: Paidós.
- Ferrés, J. (1997). *Video y educación*. Barcelona: Paidós.

- FOX y Century Fox . (s.f.). *Canal Fox* . Recuperado el 12 de Junio de 2012, de <http://www.canalfox.com/us/series/los-simpson/>
- García, G. E. (2010). *Pedagogía constructivista y competencias*. México: Trillas.
- Gómez, R. (Enero-Junio de 2004). TV Azteca y la Industria televisiva en tiempos de la integración regional (TLCAN) y desregulación económica. *Comunicación y Sociedad*, 51-90.
- González, J. (1996). I. Ética y humanismo. En J. Gonzalez, *El ethos destino del hombre*. (págs. 9-43). México: Fondo del Cultura Económica.
- Groening, M. (2012). *Los Simpsons*. Recuperado el 7 de marzo de 2012, de <http://www.thesimpsons.com/>
- ILCE . (1956-2012). *Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa* . Recuperado el 7 de Marzo de 2011, de <http://www.ilce.edu.mx>
- INEE. (13 de Septiembre de 2010). *Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación*. Recuperado el 28 de Junio de 2011, de <http://www.inee.edu.mx/index.php/proyectos-y-servicios/pisa/que-es-pisa>
- IPN. (2012). *ONCE TV MÉXICO*. Recuperado el 21 de Febrero de 2012, de <http://oncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=acerca>
- Irwin, W., Conard, M. T., & Skoble, A. J. (2001). *The Simpsons and Philosophy*. United States of America: Blackie Bppks.
- Irwin, W., Conard, M. T., & Skoble, A. J. (2001). *The Simpsons and Philosophy*. United States of America: Blackie Bppks.
- Javier Tejedor, F., & García Valcárcel, A. (1996). *Perspectivas de las nuevas tecnologías en la educación*. Madrid: Narcea .
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973-1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1985). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En M. De Moragas, & G. Gili, *Sociología de la comunicación de masas* (págs. 105-111). Barcelona.
- Kohlberg Lawrence, P. C. (1989). *La educación moral segun Lawrence Kohlberg*. Barcelona: Debate Socioeducativo .
- Lozano Rendón, J. (1996). Los procesos de recepción y apropiación. En J. Lozano Rendón, *Teoría e investigación de la comunicacion de masas* (págs. 167-207). México: Alhabamamexicana.
- Masterman, L. (1996). La revolución de la educación audiovisual. En R. Aparici, *Revolución de los medios audio visuales. Educación y nuevas tecnologías*. Madrid: Edición de la torre.

- McQuail, D. (1969). *Sociología de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- McQuail, D. (2001). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós.
- Microsifia . (8 de Mayo de 2012). *Ética y filosofía para alumnos y profesores de secundaria*. Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de Recursos didácticos :
http://microsifia.com/etica/tema_01/act01.php
- Morduchowicz, R. (2003). El sentido de una educación en medios. *Revista Iberoamericana de Educación*(32).
- Morduchowicz, R. (2004). *El capital cultural de los jóvenes*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.
- Noguez, A. (2008). *Los medios y recursos didácticos en la educación básica. Guía practica para su planeación, elaboración y utilización*. México: Trillas.
- Olmedo, B. J. (2009). *Evaluación del aprendizaje ¿qué es eso?* México.
- Ortega, P., & Mínguez, R. (2001). *Los valores en la educación*. Barcelona: Ariel.
- Parker, H. (1983). La televisión educativa como un enfoque para la televisión del estado. En M. Bartlett Díaz, *Comunicación social* (págs. 194-198). México: Foro de consulta popular de comunicación social.
- Pérez, A. (2004). *Los nuevos lenguajes de la comunicación. Enseñar y aprender con los medios*. Barcelona: Paidós.
- Proyecto 40. (2013). *proyecto 40*. Recuperado el 25 de marzo de 2013, de
<http://www.proyecto40.com/>
- Sánchez, E. (2005). *El Audiovisual Mexicano:¿Concentrar para competir?* Recuperado el 10 de Febrero de 2012, de Global Media Journal Edición Iberoamericana:
http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/sanchezruiz_OT04.html
- Sánchez, V. A. (1969). *Ética*. México: Grijalbo.
- SEP. (2007). *Formación cívica y ética. Reforma de la educación secundaria. Programa de estudios 2006* . México: SEP.
- SEP. (2011). *Programas de estudio 2011. Guía para el Maestro. Educación Básica. Secundaria. Formación Cívica y Ética*. México: SEP.
- Sierra, F. (2006). *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Televisa. (2012). *Televisa*. Recuperado el 14 de Marzo de 2012, de <http://www.televisa.com/>

Televisión Azteca . (2012). *TV Azteca*. Recuperado el 14 de Marzo de 2012, de <http://www.tvazteca.com/index>

Time. (31 de diciembre de 1999). The Best Of The Century. *Time Magazine U.S.*

Time. (31 de Diciembre de 1999). The Best Of The Century. *Time Magazine U.S.*

Trejo, D. R. (Junio de 2011). Bajo el imperio de la televisión. *Infoamérica*, 75-85.

UNAM. (2003). *Elaboración y manejo de materiales instruccionales para la promoción del aprendizaje significativo*. México.

UNESCO. (1984). *Actas resumidas* . París : UNESCO .

Vellegia, S. (1983). La televisión destinada al consumo infantil. En D. M. Bartlett, *Comunicación Social* (págs. 210-215). México: Foro de consulta popular de comunicación social.

Revistas y periódicos

Castiblanco, A. (Mayo de 2000). Comunicación educativa: una propuesta transdisciplinaria. *Revista de ciencias humanas*.(n°18).

Chávez, A. (Diciembre de 2003). Televisión educativa o televisión para aprender. *Razón y Palabra*(n° 36).

Gómez, R. (Enero-Junio de 2004). TV Azteca y la Industria televisiva en tiempos de la integración regional (TLCAN) y desregulación económica. *Comunicación y Sociedad*, 51-90.

Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973-1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.

Morduchowicz, R. (2003). El sentido de una educación en medios. *Revista Iberoamericana de Educación*(32).

Time. (31 de diciembre de 1999). The Best Of The Century. *Time Magazine U.S.*

Trejo, D. R. (Junio de 2011). Bajo el imperio de la televisión. *Infoamérica*, 75-85.

Aparisi, R., & Garcia, A. (1998). *Lectura de imágenes*. Madrid: Ediciones de la Torre.

Biocca, F. (1988). Opposing Conceptions of the Audience: The Active and Passive Hemispheres of Mass Communication Theory. En J. A. Anderson, *Comunicación YearBook 11* (págs. 51-80). University of North Carolina, Chapel Hill: Routledge.

Buckingham, D. (2005). *Educación en medios. Alfabetización, aprendizaje y cultura contemporánea*. Barcelona : Paidós.

Calero, P. M. (2009). *Constructivismo pedagógico*. México: Alfaomega.

- Cámara de Diputados del H. Congreso de la Unión. (9 de Agosto de 2012). *Constitución Política de los Estados Unidos Mexicanos*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Castiblanco, A. (Mayo de 2000). Comunicación educativa: una propuesta transdisciplinaria. *Revista de ciencias humanas*.(n°18).
- Chávez, A. (Diciembre de 2003). Televisión educativa o televisión para aprender. *Razón y Palabra*(n° 36).
- CONACULTA. (Marzo de 2011). *Segunda Encuesta Nacional de Participación y Consumo Cultural*. México: Cultura.
- CONACULTA-b. (6 de Diciembre de 2011). *Canal 22*. Recuperado el 21 de Febrero de 2012, de <http://corporativo.canal22.org.mx/?seccion=6>
- DGTV. (2012). *Televisión Educativa* . Recuperado el 28 de Marzo de 2011, de <http://televisioneducativa.gob.mx/>
- Díaz Barriga, F. (1999). *Estrategias Docentes para un Aprendizaje Significativo*. México: McGRAW HILL.
- Duncan, J. (1983). Televisión educativa, ¿vale la pena? En M. C. Bartlett Díaz, *Comunicación social* (págs. 133-135). México: Foro de consulta popular de comunicación social.
- EDUSAT. (2012). *Red EDUSAT - ILCE*. Recuperado el 4 de Abril de 2011, de <http://edusat.ilce.edu.mx>
- El Universal. (5 de septiembre de 2012). Censuran a Los Simpsons en Rusia. *El Universal* .
- Ferrés, J. (1994). *Televisión y educación*. Barcelona: Paidós.
- Ferrés, J. (1994). *Televisión y educación*. Barcelona: Paidós.
- Ferrés, J. (1997). *Video y educación*. Barcelona: Paidós.
- FOX y Century Fox . (s.f.). *Canal Fox* . Recuperado el 12 de Junio de 2012, de <http://www.canalfox.com/us/series/los-simpson/>
- García, G. E. (2010). *Pedagogía constructivista y competencias*. México: Trillas.
- Gómez, R. (Enero-Junio de 2004). TV Azteca y la Industria televisiva en tiempos de la integración regional (TLCAN) y desregulación económica. *Comunicación y Sociedad*, 51-90.
- González, J. (1996). I. Ética y humanismo. En J. Gonzalez, *El ethos destino del hombre*. (págs. 9-43). México: Fondo del Cultura Económica.
- Groeoning, M. (2012). *Los Simpsons*. Recuperado el 7 de marzo de 2012, de <http://www.thesimpsons.com/>

- ILCE . (1956-2012). *Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa* . Recuperado el 7 de Marzo de 2011, de <http://www.ilce.edu.mx>
- INEE. (13 de Septiembre de 2010). *Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación*. Recuperado el 28 de Junio de 2011, de <http://www.inee.edu.mx/index.php/proyectos-y-servicios/pisa/que-es-pisa>
- IPN. (2012). *ONCE TV MÉXICO*. Recuperado el 21 de Febrero de 2012, de <http://oncetv-ipn.net/acercade/index.php?l=acerca>
- Irwin, W., Conard, M. T., & Skoble, A. J. (2001). *The Simpsons and Philosophy*. United States of America: Blackie Bppks.
- Irwin, W., Conard, M. T., & Skoble, A. J. (2001). *The Simpsons and Philosophy*. United States of America: Blackie Bppks.
- Javier Tejedor, F., & García Valcárcel, A. (1996). *Perspectivas de las nuevas tecnologías en la educación*. Madrid: Narcea .
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1973-1974). Uses and Gratifications Research. *The Public Opinion Quarterly*, 37(4), 509-523.
- Katz, E., Blumler, J. G., & Gurevitch, M. (1985). Usos y gratificaciones de la comunicación de masas. En M. De Moragas, & G. Gili, *Sociología de la comunicación de masas* (págs. 105-111). Barcelona.
- Kohlberg Lawrence, P. C. (1989). *La educación moral segun Lawrence Kohlberg*. Barcelona: Debate Socioeducativo .
- Lozano Rendón, J. (1996). Los procesos de recepción y apropiación. En J. Lozano Rendón, *Teoría e investigación de la comunicacion de masas* (págs. 167-207). México: Alhabamamexicana.
- Masterman, L. (1996). La revolución de la educación audiovisual. En R. Aparici, *Revolución de los medios audio visuales. Educación y nuevas tecnologías*. Madrid: Edición de la torre.
- McQuail, D. (1969). *Sociología de los medios de comunicación*. Buenos Aires: Paidós.
- McQuail, D. (2001). *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. México: Paidós.
- Microsifia . (8 de Mayo de 2012). *Ética y filosofía para alumnos y profesores de secundaria*. Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de Recursos didácticos : http://microsifia.com/etica/tema_01/act01.php
- Morduchowicz, R. (2003). El sentido de una educación en medios. *Revista Iberoamericana de Educación*(32).
- Morduchowicz, R. (2004). *El capital cultural de los jóvenes*. Buenos Aires: Fondo de cultura económica.

- Noguez, A. (2008). *Los medios y recursos didácticos en la educación básica. Guía práctica para su planeación, elaboración y utilización*. México: Trillas.
- Olmedo, B. J. (2009). *Evaluación del aprendizaje ¿qué es eso?* México.
- Ortega, P., & Mínguez, R. (2001). *Los valores en la educación*. Barcelona: Ariel.
- Parker, H. (1983). La televisión educativa como un enfoque para la televisión del estado. En M. Bartlett Díaz, *Comunicación social* (págs. 194-198). México: Foro de consulta popular de comunicación social.
- Pérez, A. (2004). *Los nuevos lenguajes de la comunicación. Enseñar y aprender con los medios*. Barcelona: Paidós.
- Proyecto 40. (2013). *proyecto 40*. Recuperado el 25 de marzo de 2013, de <http://www.proyecto40.com/>
- Sánchez, E. (2005). *El Audiovisual Mexicano: ¿Concentrar para competir?* Recuperado el 10 de Febrero de 2012, de Global Media Journal Edición Iberoamericana: http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/sanchezruiz_OT04.html
- Sánchez, V. A. (1969). *Ética*. México: Grijalbo.
- SEP. (2007). *Formación cívica y ética. Reforma de la educación secundaria. Programa de estudios 2006*. México: SEP.
- SEP. (2011). *Programas de estudio 2011. Guía para el Maestro. Educación Básica. Secundaria. Formación Cívica y Ética*. México: SEP.
- Sierra, F. (2006). *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. Barcelona: Gedisa.
- Televisa. (2012). *Televisa*. Recuperado el 14 de Marzo de 2012, de <http://www.televisa.com/>
- Televisión Azteca . (2012). *TV Azteca*. Recuperado el 14 de Marzo de 2012, de <http://www.tvazteca.com/index>
- Time. (31 de diciembre de 1999). The Best Of The Century. *Time Magazine U.S.*
- Time. (31 de Diciembre de 1999). The Best Of The Century. *Time Magazine U.S.*
- Trejo, D. R. (Junio de 2011). Bajo el imperio de la televisión. *Infoamérica*, 75-85.
- UNAM. (2003). *Elaboración y manejo de materiales instruccionales para la promoción del aprendizaje significativo*. México.
- UNESCO. (1984). *Actas resumidas*. París : UNESCO .

Vellegia, S. (1983). La televisión destinada al consumo infantil. En D. M. Bartlett, *Comunicación Social* (págs. 210-215). México: Foro de consulta popular de comunicación social.

Referencias electrónicas

CONACULTA-b. (6 de Diciembre de 2011). *Canal 22*. Recuperado el 21 de Febrero de 2012, de <http://corporativo.canal22.org.mx/?seccion=6>

DGTV. (2012). *Televisión Educativa* . Recuperado el 28 de Marzo de 2011, de <http://televisioneducativa.gob.mx/>

EDUSAT. (2012). *Red EDUSAT - ILCE*. Recuperado el 4 de Abril de 2011, de <http://edusat.ilce.edu.mx>

FOX y Century Fox . (s.f.). *Canal Fox* . Recuperado el 12 de Junio de 2012, de <http://www.canalfox.com/us/series/los-simpson/>

Groeoning, M. (2012). *Los Simsons*. Recuperado el 7 de marzo de 2012, de <http://www.thesimpsons.com/>

ILCE . (1956-2012). *Instituto Latinoamericano de la Comunicación Educativa* . Recuperado el 7 de Marzo de 2011, de <http://www.ilce.edu.mx>

INEE. (13 de Septiembre de 2010). *Instituto Nacional para la Evaluación de la Educación*. Recuperado el 28 de Junio de 2011, de <http://www.inee.edu.mx/index.php/proyectos-y-servicios/pisa/que-es-pisa>

Instituto Politecnico Nacional. (2012). *ONCE TV MÉXICO* . Recuperado el 21 de Febrero de 2012, de <http://onctv-ipn.net/acercade/index.php?l=acerca>

Microsifia . (8 de Mayo de 2012). *Ética y filosofía para alumnos y profesores de secundaria*. Recuperado el 8 de Mayo de 2012, de Recursos didácticos : http://microsifia.com/etica/tema_01/act01.php

Proyecto 40. *proyecto 40*. 2013. <http://www.proyecto40.com/> (último acceso: 25 de marzo de 2013).

Sánchez, E. (2005). *El Audiovisual Mexicano:¿Concentrar para competir?* Recuperado el 10 de Febrero de 2012, de Global Media Journal Edición Iberoamericana: http://gmje.mty.itesm.mx/articulos2/sanchezruiz_OT04.html