TESIS COS996 M3

UNIVERSIDAD "CATÓLICA ANDRÉS BELLO" FACULTAD DE HUMANIDADES Y EDUCACIÓN ESCUELA DE COMUNICACIÓN SOCIAL

"CAMINA CON BUENPIE" DISEÑO DE UNA SERIE DE MICROS INSTITUCIONALES PARA LA "FUNDACIÓN DEL NIÑO"

Trabajo Especial de Grado para Optar por el Título de Licenciado en Comunicación Social-Mención Medios Audiovisuales

Tutor: Maite Rotaeche Benko

Autor: Mario A. Marval Díaz

Caracas, septiembre de 1996



INDICE DE CONTENIDO

INTROD	UCCION1
	PRIMERA PARTE DISEÑO SERIE "CAMINA CON BUENPIE"
I. MARC	O TEORICO
1.1 (res consideraciones sobre la crisis económica .os números de la crisis socio-económica .a crisis de identidad del venezolano 1.2.1 Los valores del venezolano 1.2.2 El materialismo y la individualidad como reflejo de de la crisis de identidad del venezolano Cómo incide la crisis en el niño Respuestas a la crisis
2. La te	elevisión y los niños
2.2	Breves consideraciones sobre la socialización La televisión como agente de socialización y el niño 2.2.1 ¿Por qué el niño ve televisión? 2.2.2 ¿Cuáles programas ven? 2.2.3 Efectos de la televisión sobre el niño 2.2.4 Perspectivas pro-sociales de la televisión 2.2.5 Los dibujos animados en la transmisión de mensajes educativos. 2.2.6 Consideraciones finales Conclusiones
3.1 3.2 3.3 3.4	Reseña histórica del documental 3.1.1 El documental en Venezuela El documental como interpretación de la realidad Tipos de documentales El proceso de Producción del documental Posibilidades educativas del documental en la televisión infantil
4. La I	Fundación del Niño
	Misión, objetivos, financiamiento Política comunicacional televisiva de la Fundación del Niño 4.2.1 Antecedentes: "Sopotocientos" y "Los del Galpón" 4.2.2 Política comunicacional actual: "Comunicación para los niños"
5. Teo	rías de la Imitación, Desafío y Motivación al Logro54
5.1	Aprendizaje por observación: la imitación de conductas 5.1.1 Modelo 5.1.2 Imitación

5.	3 Teoría de la Motivación al Logro
	5.3.1 La persona motivada al logro
W DDAY	TITOMA AVYDVOVINOVAN II GAN TITOMA
II. PROP	UESTA AUDIOVISUAL "CAMINA CON BUENPIE"
2.1 F	Proceso de diseño
2.1.1	2.1.1 Argumentos que justifican la elaboración de un programa
57 10	infantil67
	2.1.2 Estrategia creativa para la realización del nuevo proyecto
	audiovisual infantil68
	2.1.3 Principios generales de diseño
36	2.1.4 Propuestas audiovisuales
	2.1.4.1 "Cuando sea niño quiero ser"
	2.1.4.2 "El camino de "BuenPie"
	2.1.5 La serie "Camina con BuenPie"
	2.1.5.1 Concepto
	2.1.5.2 Objetivo
	2.1.5.3 Descripción de la serie
	2.1.5.4 El personaje "BuenPie"
	2.1.5.5 El video clip
	2.1.5.6 Los documentales testimoniales
	2.1.5.7 Casos seleccionados para la primera etapa
2	.2 Descripción del proceso de producción
	2.2.1 Producción del video clip
	2.2.1.1 Primera versión
	2.2.1.2 Segunda versión
	2.2.1.3 Tercera versión
	2.2.1.4 Proceso de animación
	2.2.1.5 Observaciones sobre el video clip
	2.2.2 Producción de los micros testimoniales
	· 2.2.2.1 Micro "Pintura"
	2.2.2.2 Micro "Canto-cuatro"
	2.2.2.3 Micro "Estudio"
	2.2.2.4 Micro "Violín"
	2.2.2.5 Micro "Cuento"
	2.2.2.6 Micro "Nado sicronizado
	2.2.2.7 Observaciones sobre los micros
	2.2.3 Coletillas presentación y despedida
	2.2.3.1 Primera versión 2.2.3.2 Segunda versión
	2.2.3.2 Segurida version

5.1.3 Refuerzo vicario 5.1.4 Identificación

5.2 Teoría del Desafió o de la Resistencia

5.2.3 El "yo" reisistente o asimilador

adversidad

5.2.1 Antecedentes del modelo del Desafío

5.2.2 El modelo del Desafío o de la Asimilación: como los

sobrevientes de familias con problemas superan la

SEGUNDA PARTE EVALUACION SERIE CAMINA CON BUENPIE

I. METOI	DOLOGIA
1. Objeti	vo
2. Meto	do de analisis: la investigación cualitativa
	ca de recolección de datos98
3.1	Primera etapa: grupos de discusión
	5.2.5 Codificación
II. ANALI	SIS Y RESULTADOS
2.1	Primera etapa: sesiones de grupos de discusión
2.2	Segunda etapa: encuestas de opinión
	2.2.1 Conclusiones
2.3	Consideraciones finales
CONCLU	CIONES
	SIONES147
ANEXOS BIBLIOG	RAFIA

Expreso mi más sincero agradecimiento a todas las personas e instituciones que accedieron prestar generosamente su ayuda para la realización de este trabajo. Muy especialmente a mi tutora, Maite Rotaeche, por el apoyo incondicional y recomendaciones. A mi madre, Mary y Marian, por su fe. A Rossy y Marivit por las traducciones y a Nora por su paciencia.

A mi padre

INTRODUCCIÓN

Venezuela atraviesa por una crisis moral, social y económica. El alto índice de pobreza, el envilecimiento de la calidad de vida, el desmejoramiento del sistema educativo y la presencia de una jerarquía de valores que glorifica lo material y menosprecia el crecimiento personal, ha generado una ausencia de una identidad como personas y como nación.

Dentro de este contexto probablemente son los niños quienes sufren las mayores consecuencias, debido a su poca experiencia y la ausencia de paradigmas conductuales que incentiven un crecimento personal óptimo. El niño llega al mundo ávido de modelos de conducta que le permitan adaptarse de manera efectiva a su medio social. Los comportamientos, las opiniones, las actitudes y los valores que observa en su espacio vital los internaliza y le permiten estructurar su propia personalidad, convirtiéndose en el reflejo de su sociedad.

Inmersos en esta situación de crisis estructural se encuentran los medios de comunición social, que pueden contribuir al cambio socio-cultural o por el contrario mantener y legitimar la situación de caos y miseria. Los medios de comunicación social pueden reforzar las actitudes de pasividad e inamovilidad mediante el masaje irrestricto de contenidos sin sentido; o también pueden propiciar una transformación, mediante la difusión de mensajes que permitan al individuo percibir de manera crítica y afirmativa su realidad.

Ante esta situación de adversidad socio-económica y comunicacional, "La Fundación del Niño", decidió utilizar la televisión como medio para comunicar valores que orienten y estimulen el crecimiento personal y ciudadano del niño. Para la producción de esta idea, contrató a "Cinesa", empresa cinematográfica, donde un grupo multidisciplinario creó la serie de micros infantiles "Camina con BuenPie".

A través de esta serie la "Fundación del Niño" desea estrechar los vínculos con la infancia venezolana y contribuir en la formación de individuos capaces de responder con asertividad a las demandas del país en su proceso de desarrollo.

En este trabajo de grado hacemos una descripción de las variables que intervinieron dentro del proceso creativo del nuevo programa infantil. Necesidades de comunicación de la "Fundación del Niño". Gustos televisivos del público meta. Estrategias de diseño. Desempeño del proceso de producción de la Serie. Y finalmente, efectuamos una evaluación cualitativa de las posibilidades de aceptación en el público infantil al cual está dirigido el programa- sin intención alguna de llegar a afirmaciones concluyentes-

Existen varios trabajos de grado de la Escuela de Comunicación Social de la "Universidad Católica Andrés Bello" antecedentes del nuestro, sin embargo, consideramos a dos de éstos como los más significativos para nuestra investigación. El primero de ellos "Una nueva visión para la televisión infantil en Venezuela", realizado por Alida Bautista, 1987, propone un diseño interesante de la creación de micros infantiles para televisión. El segundo, "El niño como emisor del mensaje en campañas institucionales de televisión", realizado por Bereschenki y Sosa, 1992, expone las posibilidades del niño como imagen efectiva en la transmisión de mensajes que contribuyan con el cambio social.

Esta investigación fue realizada bajo dos modalidades: "Diseño de Proyectos y Producción", la cual consiste en la proposición de un plan operativo y factible para resolver un problema comunicacional e "Investigación Descriptiva", donde se aplica el método científico para la explicación de un fenómenio.

Con la primera modalidad, "Diseño de Proyectos de Producción", reseñamos la elaboración de un programa infantil como respuesta ante la baja presencia de contenidos didácticos: El Cliente, "Fundación del Niño"; solicita la creación de una propuesta ante un problema comunicacional, ausencia de programas que incentiven comportamiento positivos en los niños; a una empresa productora audiovidual, "Cinesa".

Mediante la Investigación Descriptiva, segunda modalidad, evaluamos niveles de aceptación que tiene la propuesta comunicacional en el público objetivo.

En la primera parte de nuestra investigación, constituida por el marco teórico, donde hacemos un bosquejo de la realidad socio-económica venezolana a la luz de la necesidad de mensajes que fomenten la autoestima e identidad como nación; la importancia de la televisión como medio para la transmisión de esos

mensajes desde temprana edad; las posibilidades educativas del documental y consideraciones acerca de la "Fundación del Niño" como cliente emisor. Las estrategias de diseño de la nueva serie audiovisual infantil "Camina con BuenPie" y la descripción del proceso de pre-producción, producción y post-producción de los micros documentales testimoniales.

En la segunda parte, realizamos un diagnóstico de las posibilidades de aceptación de la nueva serie en el público infantil, mediante la utilización de dos técnicas de metodología de investigación cualitativa, sesiones de grupos de discusión y la encuesta abierta de opinión.

Finalmente, dejamos abierta la invitación para la realización de nuevos y diferentes proyectos audiovisuales que estructuren mensajes coherentes con la realidad venezolana; trasciendan los límites de la cultura de masas y contribuyan con el desarrollo socio-cultural nacional.

PRIMERA PARTE "DISEÑO SERIE CAMINA CON BUENPIE"

I. MARCO TEÓRICO

1. LA CRISIS SOCIO-ECONÓMICA NACIONAL

"Yo muy asentado tengo en mi ánima que allí donde dije, en Tierra de Gracía, se halla el Paraíso Terrenal. Cristóbal Colón¹

Venezuela es una contradicción, una madeja de paradojas que desde su "descubrimiento" no se ha podido desenredar. Colón al llegar a sus costas, en 1498, creyó que se encontraba en el Edén perdido y la bautizó como "Tierra de Gracia". Para el negro arrancado del África ese "paraíso", sin embargo, no fue otra cosa que el peor y más terrible de los infiernos. Para el indio, simplemente una tierra que jamás volvería a ser suya. De las virtudes y defectos de esas tres culturas, distintas e irreconciliables, nació una nueva entidad, una nueva cultura, un nuevo país.

Venezuela es una nación con grandes riquezas naturales y humanas, pero sumida en el subdesarrollo y la pobreza. No es necesario relatar el listado taxativo y trillado por demás, de todos nuestros ilimitados recursos naturales y del potencial humano con que cuenta esta nación; más útil es preguntarnos sobre la gran contradicción, de por qué la población venezolana vive en la más grande pobreza e ignorancia.

1.1 Los números de la crisis socio-económica

En el más reciente informe del Proyecto Venezuela, elaborado por Fundacredesa² las cifras socio-económicas y demográficas echan por la borda el sugerente mito del "Paraíso Terrenal":

al niveles socio-económicos

El 5,4% de la población venezolana ocupa los estratos 3 I (máximas condiciones de calidad de vida: clase alta) y II (menores lujos que el anterior y no

¹ Carla de Cristóbal Colón a los Reyes Católicos, relatando el descubrimento de las costas de Venezuela. En "Descubrimiento y Conquista de Venezuela", Academia Nacional de la Historia, 1962 t. 1 pgs 17-26)

² Estudio Nacional de Crecimiento y Desarrollo Humanos, de Fundacredesa, en base a una muestra de 86.528 personas de todo el país. en Davies, Vanessa:"Radiografía de los venezolanos": "El Nacional," 30/7/1996, C-1

³ Los estratos corresponden al sistema de clasificación Graffar-Méndez Castellano, Fundacredesa 1993,

posee los medios de producción: clase media alta) Alta concentración de riqueza

El 14,1% de la población ocupa el estrato III (clase profesional, calidad de vida para satisfacer las necesidades básicas; clase media y clase media baja). Clase media débil

El 42,3% de la población venezolana se ubica en el estrato **IV** (situación de pobreza relativa, ya que no implica el nivel absoluto de privación. Puede homologarse con la clase obrera no desempleada y con determinado nivel de escolaridad). Pobreza relativa.

El 38 % de la población se encuentra en el estrato ${\bf v}$ (pobreza crítica, implica un alto nivel de privación. También se denomina pobreza estructural o pobreza que se recicla). Pobreza extrema

La psicólogo Lucila Trías⁴, afirma que esta pobreza es reciclable porque "carece de una motivación a salir de esa situación depauperada. No hay nada que los impulse a salir de ahí, y se regenera con los hijos, quienes heredan ese sistema y concepción de vida, por eso se recicla. La educación está muy deteriorada, la ignorancia es inflexible, por lo tanto se establece un estructura inamovible, por eso también se denomina pobreza estructural".

b) fuentes de ingreso y nivel de instrucción

En los niveles I y II el 92,7% de los jefes de familia son egresados univesitarios.

En el estrato IV, 61,9% es obrero especializado. El 68,7% depende de un salario semanal, por día o a destaio.

En el estrato \mathbf{V} , 55,9% pertenece a la denominada economía informal. De este sector, el 14,8% es analfabeta. Nueve de cada 10 depende de un salario semanal, por día o a destajo.

c) escolaridad de los hijos

En los estratos **I**, **II** y **III**, el motivo que impide a los niños asistir a clases son las enfermedades. Si los adolescentes desean dejar los estudios es por fastidio, pero no se les exige que trabajen.

En los estratos IV y V, la causa principal de la desersión escolar son las consecuencias económicas, 97%. A los jóvenes se les saca del mundo escolar debido a la imposibilidad de sostener los estudios 29,5%, o porque tienen que trabajar, 16,7%.

Esto guarda una gran relación con los resultados obtenidos por Javier Duplá

⁴ Psicólogo Lucila Trías, docente U.C.V. investigadora Fundacredesa, en entrevista personal realizada el 22-08-96

(1991: 25) "la tasa de prosecución escolar en Venezuela es relativamente baja así como la tasa de rendimiento escolar (...) de los 550.441 niños inscritos en 1979, sólo culminaron el noveno grado en el año 1988, 200.610, cifra que representa sólo el 36.4%".

d) símbolos patrios

El 92,2 % de los estratos **I, II** y **III** aseguró haberse aproximado al pensamiento de Simón Bolívar. El 44,6% dijó no conocer en su totalidad el Escudo Nacional.

El 51,8 % de los estratos \mathbf{IV} y \mathbf{V} dijo saber quién fue Simón Bolívar. El 80,9% desconce la totalidad del Escudo Nacional.

e) causa de las diferencias socio-económicas

Los estratos **I, II** y **III** piensan que la causa de la desigualdad socioeconómica venezolana es producto del nivel cultural, 75%, carencias económicas 67,2% y discriminación racial 32%.

En los estratos **IV** y **V** la desigualdad socio-economómica es producto de causas económicas, 57,8%; nivel cultural, 47,7% y discriminación racial 24%.

1.2 La crisis de identidad nacional venezolana

Por identidad nacional se entiende al "conjunto de significaciones y representaciones relativamente permanentes a través del tiempo que permiten a los miembros de un grupo social, que comparten una historia y un territorio común, así como otros elementos socioculturales, tales como un lenguaje, una religión, costumbres e instituciones sociales, reconocerse como relacionados con los otros biográficamente". (Montero 1987:76)

La **autoimagen** es la manifestación de esa identidad. Es la percepción que de sí mismo tiene un individuo o un conjunto de éstos, con respecto a su nacionalidad. Mediante la autoimagen se puede inferir la identidad nacional intrínseca a un grupo social.

Otro término relacionado es el de *autoestima*: "energía del organismo que proporciona actualidad, sentido y dirección a la experiencia total (...) mi definición e importancia radica en saber quién soy yo en este momento" (Barroso, 1987:107).

La investigadora Maritza Montero (1987:161), hizo un estudio para precisar las características de la autoimagen de los venezolanos basándose en dos enfoques: uno psico-social, en el cual pretende determinar la autocalificación o la

manera cómo se ve el venezolano y otro psico-histórico, con el que se trata de conocer lo que tradicionalmente los venezolanos han pensado de sí mismos. De los resultados de su investigación se concluyó que:

Desde una perspectiva psicosocial hay una autoimagen nacional negativa caracterizada por la "pasividad, la pereza, la falta de cultura, el irrespeto de las leyes, la prodigalidad". Entre los rasgos de una autoimagen positiva se encuentran: "la alegría, la simpatía y la inteligencia".

En la perspectiva psico-histórica la corriente no ha sido distinta a la que percibe el venezolano de hoy: "la violencia, la indolencia, la pereza, la falta de creatividad y la irreflexión". Mientras que positivamente tiene una autoimagen compuesta por el "igualitarismo, generosidad, coraje, humorismo y alegría".

David MacClelland (1974: 89) en su investigación sobre el "Perfil motivacional del venezolano durante los años 1930, 1950, 1970", observó una constante, durante esos períodos, donde el venezolano se caracteriza por estar predominantemente motivado al poder ("necesidad interior que determina la conducta de un individuo hacia el objetivo de influencia a otro grupo" -pág. 39-), un bajo nivel en motivación a la afiliación ("conducta social que responde a un impulso, que satisface, mediante la creación y disfrute de vínculos afectivos con otras personas" -pág. 27-) y un mínima, motivación al logro ("...patrón de pensamientos y de sensaciones que se asocian con la planificación y el esfuerzo en la consecusión de una meta de excelencia"-pág 24-).

Montero (1987: 76), opina que en el venezolano se da un "fenómeno de negación social del sí mismo, acompañado de hipervaloración del otro". De tal manera que el venezolano se reconoce como un grupo social definido, pero en forma negativa; mientras que percibe en una medida magnificada o exageradamente positiva, otros grupos nacionales, especialmente a los que gozan de un progreso y desarrollo socio-económico superior.

Vemos entonces, que en el venezolano prevalece una baja creencia de sí mismo y en su país, mientras que lo foráneo es lo que realmente tiene valor. "El venezolano cree en Dios, en el diablo, en el mal, en los espíritus, en los muertos, en lo de afuera, pero no en sí mismo". (Barroso, 1991: 25)

Por ende, Barroso (1987: 355-356) considera que "Venezuela es un país marginal", término que significa haber perdido conciencia de sí mismo. No se refiere necesariamente a lo socio-económico, "marginal es el desarraigado, el desubicado, el que se impide el crecimiento, el que se niega a ser lo que es, no

expresando sus sentimientos y sus necesidades, el que cambia todo por cosas, artefactos, para sentirse querido y en contacto". La marginalidad es la forma de pensar, de ser, de existir.

La falta de conciencia de sí mismo, es lo que signa la marginalidad y la negativa autoestima del venezolano; "la pérdida de la conciencia histórica", es el extravío de su identidad nacional (Montero, 1978: 58).

Montero explica esta pérdida de conciencia histórica como el resultado de un mecanismo de ideología⁵ y alienación⁶, denominado "ideología de la dependencia", la cual se presenta en circunstancias y en contextos de subdesarrollo y dependecia socio-económica y política. Los que detentan el poder justifican esa situación de dominación o conquista, magnificando en el grupo dominado las características negativas (pereza, irracionalidad, no aprovechamiento de los recursos); mientras que las cualidades positivas son reducidas, produciendo así una imagen nacional falseada. En el grupo dominado se borra todo vestigio del pasado, sobre el cual podría fundarse alguna forma de orgullo e identidad nacional. Paralelamente, ocurre un desplazamiento de la responsabilidad del colonizador hacia el gobernado, sobre quien recae la culpa de lo negativo, ocurriendo una autoculpabilización, que es reforzada externamente, y una estigmatización estereotipada de sus atributos como grupo nacional. De esta manera esta ideología transforma el efecto en causa, ya que pone en el conquistado la responsabilidad total de su situación de dependencia.

Por esa estructuración de dependencia, no se formó una identidad segura de sí misma, sino una apertura hacia otras culturas. Carías, (1983: 56), afirma que "la conciencia está limitada a un presente sin pasado, ingenuo, tomado como hecho indiscutible, donde cada día es un nuevo comienzo que termina en el anochecer para comenzar de nuevo al día siguiente".

Barroso, (1987:357) cree que aunque en este proceso de dependencia intervengan factores económicos, sociales, culturales y aun geográficos, en todo marginal "...hay una disposición y una actitud hacia el ser marginal". Hay una negación a querer integrar los elementos de la autoestima del individuo. El "sí mismo": conciencia de sus necesidades como fuerza motivadora y creadora. El

⁵ Ideología: sistema de representaciones e ideas, construidas a partir de una subjetividad o una visión deformada de la realidad, que justifica una relación de dependencia y de poder, además de crear una cohesión grupal. (Harnecker, 1982: 96-110)

⁶ Alienación: "despojo y extrañamiento que se producen entre el individuo y su medio social, la ruptura o separación respecto de sus obras, lo cual reifica las relaciones humanas, las relaciones con las cosas y las relaciones consigo mismo" (Montero, 1987:58). En el caso que aquí discutimos la pérdida o extrañamiento es la identidad nacional".

"contexto nacional": conciencia de límites de tiempo, espacio, personal; de los recursos, normas. El entorno mismo, lo no experienciado: lo que está afuera define y determina el rumbo(la naturaleza, los astros).

1.2.1 los valores del venezolano

Curwin y Curwin, (1989:9) consideran a los valores como "nuestra autodefinición como personas. Ocupan el primer lugar en nuestra escala de prioridades (,,,) guían todas las decisiones que tomamos y configuran la naturaleza misma de nuestro ser".

Rocher (1983: 70) define al valor como "manera de ser o de obrar que una persona o una colectividad juzgan ideal y que hace deseables o estimables a los seres o a las conductas a los que se atribuye dicho valor".

Los valores, según Jacob y Flink (1962: 5-34) se eligen libremente. "Un valor es auténtico cuando la conducta se sanciona por medio del mismo y no mediante penas coactivas externas".

Los valores, por lo tanto son ideas, que las personas comparten según una condicionamiento sobre qué es bueno o malo, deseable o indeseable; y en función de las cuales adopta una posición: juicios de valor, y/o asume una conducta orientada por esos valores.

Por último, los valores se organizan en función de su importancia. Klockhohn y Strodbeck (1961, citados por Rocher, 1983: 75) hablan de la "jerarquía de valores", la cual es el "órden jerárquico conforme al cual una persona o colectividad aprecia o estima los ideales a los que se adhiere". Los valores se organizan según sean dominantes, considerados como prioritarios o preferidos por el común del grupo; o variantes, subordinados a los anteriores. Rocher (1983:77-78), considera de gran importancia la jerarquía de los valores porque por medio de ésta se puede explicar e incluso prever el cambio social, por cuanto los valores variantes, "pueden servir de índices a la evolución de una sociedad (...) Un cambio de valores equivale a una transformación en la jerarquía de los valores más que a una creación de nuevos valores; la jerarquía de valores se modifica, y unos valores dominantes se debilitan y son sustituidos por alguna de sus variantes".

Luego de observar el significado y caractísticas de los valores en su modo más general, nos limitaremos a hacer una breve descripción de los valores del venezolano en su forma más amplia: no es nuestra intención realizar un análisis jerárquico de los mismos.

En el capítulo venezolano del más reciente "Estudio Mundial de Valores 1995-1996" ⁷, coordinado por la Universidad de Michigan. Se observó que el venezolano tiene en alta estima los siguientes valores:

- * "Libertad individual" y "orden social". Hay una diferencia marcada entre esas preferencias. El 49% considera que la libertad individual es el valor principal que debería respetar el gobierno. Frente a éstos, el 45% cree que el gobierno debe garantizar el "orden de la sociedad".
- * "Democracia" ante cualquier forma de gobierno. La necesidad de orden no está relacionada con un régimen de fuerza. el 33% se considera de "derecha", el 28% de centro y el 12% de "izquierda".
- * "Alto crecimiento económico": en el venezolano impera la necesidad de que se geste un alto índice de "crecimiento económico", 54%. Un 24% valora más la "seguridad personal". Otros abogan por ideas más progresistas y menos consumistas, el 14% desea el progreso hacia una "sociedad menos personalista y más humana" o una sociedad donde las "ideas valgan más que el dinero" 8%.

Se manifestó abiertamente a favor de una economía "liberal", frente a un capitalismo de Estado y en menor agrado por una economía comunista.

- * Trabajo estable o bien remunerado: El venezolano anhela más "un trabajo estable sin riesgo de quedar desempleado", 42% o un "buen sueldo para no estarse preocupando por el dinero", 30%; que "hacer un trabajo importante, que le dé la satisfacción del logro", 18% o "trabajar con personas agradables", 9%.
- * No confiar en los demás: el venezolano, por la gran inestabilidad económica e inseguridad personal, piensa que "no se puede ser tan confiado de la gente", 84%; contra sólo un 13% que sí piensa que "se puede confiar en la gente".
- * El matrimonio y la estabilidad familiar: para el venezolano el matrimonio es un valor deseado 99%. También "amar y repetar a los padres". La igualdad laboral entre hombre y mujer es bien vista dentro de la sociedad venezolana, sin embargo, el 50% de ambos sexos, piensa que si la esposa gana más que el esposo allí habrá problemas.
- * Dios y la religión: El 99% cree que "hay un Dios", mientras que 55% cree que "existe el Diablo". El 89% es "católico" y el 7% "protestante". Sin embargo, sólo el 22% dijo asistir a la misa "sólo en festividades especiales", el 21%, "una vez a la semana", el

18% manifestó ir "una vez al mes", 14% aseguró que "prácticamente nada", un 10%

^{7 &}quot;Estudio Mundial de Valores 1995-1996", sobre la base de una muestra de 1.200 personas a nivel nacional. "En el diario "El Universal" 13-5-96/16-5-96.

"más de una vez a la semana"; 8% "menor frecuencia" y 6% "una vez al año".

* El Compromiso: El 64% de los encuestados se consideran "transigentes" ante un compromiso (personal, social o laboral); el 29% es "Intransigente".

1.2.2. el materialismo y la individualidad, como reflejo de la crisis de identidad del venezolano

El aspecto económico sin duda es de vital importancia dentro de cualquier sociedad, tanto así que las sociedades se desarrollan y progresan a la par del crecimiento y evolución de su economía.

No obstante, el crecimiento económico es una variable más dentro de una gama de factores que conducen a los pueblos a "crecer" realmente en su totalidad: educación, cultura, equidad, logro e integración del colectivo, estabilidad social, crecimiento espiritual.

El problema viene cuando en una sociedad sólo se valora y resalta una de las partes de esa totalidad, tal como se manifiesta en Venezuela donde lo material es el valor dominante, sobre otros valores.

El psiquiátara, Pedro Delgado⁸, piensa que en una sociedad materializada como la venezolana la identidad nacional es una consecuencia de los índices económicos,"...la gente siente su identidad en función de lo que tiene, no en función de lo que es".

Por lo tanto, la economía es determinante en la forma cómo el venezolano se percibe a sí mismo y a su identidad nacional. Al haber una crisis económica acentuada, disminuye el poder adquisitivo de la gente. Entonces se afecta la identidad. "La gente tiende a sentirse mal, como sociedad, como país, como familia e individualmente. Entonces, hay una minusvalía, una pérdida de la identidad como pueblo. Algo que hace diez o quince años era impensable, porque como había bonanza económica, los venezolanos nos sentíamos con la identidad en alto (...) Si sumamos todos los colaterales que surgen a raíz de los problemas económicos: inseguridad, desmejoramiento de los servicios públicos, la gente tiende a estar desmoralizada, con un sentimiento de identidad bajo y evidentemente con miras a irse del país.

En concordancia con esto, McClelland (1974: 22), señala que las motivaciones de logro que ocurren en los individuos de una sociedad determinada

⁸ Dr. Pedro Delgado, egresado de la Universidad Central de Venezuela, post-grado en la Universidad John Hopkins. Entrevista personal realizada el 26-07-96. Miembro del equipo de la de investigación de la serie "Camina con BuenPie"

motivaciones de logro que ocurren en los individuos de una sociedad determinada muestran relación causal directa con la rata de desarrollo económico de esa nación. Por lo tanto, en las sociedades altamente técnificadas, y de gran crecimiento económico hay una tendencia a que sus individuos tengan un alto nivel de motivación al logro; contrariamente, en las sociedades con mayor desventaja económica, sus individuos tendrán una baja motivación al logro ⁹.

La individualidad y desconfianza que el venezolano tiene en el otro, lo hace una persona aislada e indiferente, incapaz de pensar en un colectivo nacional. Debido a la carencia de conciencia de sí mismo y a su baja motivación de logro, "es imposible exigirle al venezolano tener conciencia nacional y objetivos de país" (Barroso, 1991: 52). Es difícil pensar en una abstracción como lo significa la nación, cuando no se es capaz de ver lo concreto en el individuo.

1.2.3 la influencia de la televisión

Abraham Moles (1978:3) señala que "lo principal del conocimiento ya no se establece por intermedio de la educación sino de los mass-media de comunicación".

Casi la totalidad (80%) de la programación de televisión nacional es de origen foráneo y evidentemente, son una representación del país que las produce. Estas producciones no representan amenaza alguna para la integridad de un país con conciencia de sí como unidad, de la misma manera que una persona equilibrada, consciente de sí misma no imita a cuanta persona interactúa con ella. El problema ocurre cuando esa persona es carece de referencias personales, seguramente dará tumbos copiando conductas para encontrarse así misma. Muy similar a lo que hace un niño (igual ausencia de experiencias) cuando imita a algún modelo (Bandura y Walter, 1978).

La deficiente educación del venezolano impide enfrentar un lenguaje tan complejo como lo es el audiovisual, simplemente ocurre una lectura superficial del código televisivo, el cual se remite exclusivamente a la percepción visual y emotiva; mas no una visión crítica. La psicólogo Lucila Trías, piensa que "por esa ignorancia, tenemos la televisión que tenemos. Todo tiene una causalidad, nada es contingente. La televisión mantiene una situación y la justifica" 10.

⁹ Esta observación de McClelland se basa en un enfoque determinista, donde se confunde la consecuencia con la causa. Como veremos más adelante, esta explicación responde a un sistema de ideología que oculta los orígenes y la dinámica de la situación de dependencia.

¹⁰ Lucila Trías, psicólogo docente, U.C.V. investigadora Fundacredesa, en entrevista personal

Kübler y Würzberg (1986:69), dicen que la predominancia del entretenimiento en la programación de la televisión, además de tener una función de distracción intrínseca, es una hábil manipulación ideológica. "Se trata de formas compensadoras que la televisión proporciona constantemente para las sueños, las fantasías y la evasión individuales y a las que, a la vista de la creciente adversidad de la circunstancias, nunca se puede renunciar".

Aguirre (1986,a) advierte la imposibilidad de movilizar a la juventud venezolana hacia un proyecto nacional, ya que los vectores más dinámicos de los procesos de identificación son dominados por los centros foráneos. A pesar de que los esfuerzos públicos intentan conservar la memoria cultural a través de museos, educación, bibliotecas; ha habido dificultad de concretarse por la inadecuada articulación con los medios de comunicación social.

Paralelamente, se ha confundido la perspectiva de unidad nacional con la producción y exaltación de fetiches folklóricos. Antonio Pasquali (1990:409) considera que en el caso venezolano prevalece una situación disonante entre los medios de comunicación y la identidad nacional. Por su premisa mercantilista, los medios han impedido la formación de una conciencia nacional concordante con el desarróllo socio-económico del país. "Con pocas y honrosas excepciones, la colectividad entera ha asimilado de los medios un concepto pervertido de nacionalidad, reducible a una exaltación histérica de los símbolos patrios y de un folklore comercializado".

1.3 Cómo incide la crisis en el niño

Quizás la crisis socio-económica y de identidad incide en el niño de manera más contundente. Un contexto que no le brinda al niño posibilidades para su crecimiento integral, donde los valores que se pregonan son los del consumismo, la delincuencia y la corrupción quedan impunes ante la ceguedad de la justicia, la prioridad no es precisamente el estudio, no existe ninguna seguridad social y la autoconciencia de nación está perdida entre una maraña de mitos y cultos a deidades patrióticas; ofrece pocas garantías de desarrollo a las nuevas generaciones.

Conjuntamente en la sociedad venezolana la educación tanto familiar, como la formal se ha visto desplazada por la infuencia de los medios masivos de comunicación social, en especial la televisión. La pantalla chica como una "niñera elctrónica" suple la ausencia física o moral de los padres. "Un niño de seis años,

dejado cuatro o cinco horas delante del televisor padece un efecto hipnótico y se hace víctima de anclajes y condicionamientos la mar de variados. Todo esa información entra en el sistema del individuo, es organizada y dispuesta por la misma televisión desplazando a la familia y a los padres como guías y educadores de sus hijos". (Barroso, 1991:134)

Sin embargo, este medio ambiente carente de posibilidades de desarrollo y crecimiento puede ser, por el contrario, un estímulo de superación para el niño. Como veremos en el capítulo 5, esta situación de adversidad puede impulsar al individuo a superar los problemas y evolucionar. Esto depende de la personalidad innata del niño, capacidad de adaptación y de lo que lo agentes externos a él (grupos de referencia) hayan promovido.

Lo ideal para el desarrollo de una sociedad, no obstante, es que éste no dependa de la capacidad adaptativa de una individualidad, sino que sea un sentimiento manifiesto en todos los miembros de esa colectividad.

1.4 Respuestas a la crisis

Para salir de la crisis socio-económica hay que tratar dejar atrás la marginalidad y construir una nueva conciencia nacional venezolana. "Hemos visto surgir naciones que han transformado su geografía, porque tienen como pueblo una conciencia de grandeza y un destino, producto también de tomas de conciencia. Hay otros, sín embargo, que pasarán de pueblos ricos en recursos a pueblos empobrecidos, por la absoluta falta de conciencia como pueblo" (Barroso, 1978: 356). Hay factores en el comportamiento individual y social que van más allá de lo económico y externo.

Mediante la educación el individuo podrá tomar conciencia de sí mismo: de quién es; de sus necesidades: qué desea y qué hará con éstas; y conciencia de sus responsabilidades, como persona y como parte integrante de una colectivo.

Es imperativo adquirir un sentido histórico desideologizado y desmitíficado como base en la formación de una conciencia nacional. Es necesario ir a los orígenes de "Tierra de Gracia", y a partir de allí tomar un posición crítica ante lo que fuimos, lo que somos y lo que seremos. Hay que escudriñar en la historia nacional, en la estatal, en la comunal, en todo índicio del devenir que permita construir la

conciencia venezolana. Para el periodista, Oscar Yanes¹¹, en Venezuela solo se cultiva la gran historia de los héroes. Sin embargo, "en la medida en que cultivemos las pequeñas historias nos conoceremos más como pueblo. Si no sabemos quién es nuestro abuelo, no hay identidad."

Es preciso aspirar por la utopía de una transformación radical del uso de los medios audiovisuales, como generadores de una identidad nacional. "Una nueva y más racional planificación sociocultural aplicada a los medios de comunicación puede hacer realidad la posibilidad teórica de motivar culturalmente al venezolano, para que "desde dentro" se vuelva motor y protagonista de un más auténtico progreso social"; Pasquali. (1990:410).

Los niños son la potencialidad de ese cambio. Es necesario inculcar valores que les permitan crecer con perspectivas de vida diferentes que le garanticen un futuro mejor a su presente. La televisión es un instrumento eficaz para la transmisión de conocimiento e información; así como de valores y modelos de conductas prosociales capaces de inspirar al niño a una toma de posición como individuo integrante de una sociedad que se proyecta en el futuro.

En el capítulo siguiente, haremos una descripción de las relaciones del niño con el medio televisivo; y las potencialidades de cambio y crecimiento social que se derivan de esa interrelación.

¹¹ Oscar Yanes, Entrevista personal. Revista "Feriado" 18-08-1996. pág. 15

2. LA TELEVISION Y LOS NIÑOS

"... en un colegio de Shiraz hubo un astrolabio de cobre, construido de tal suerte que quien lo miraba una vez no pensaba en otra cosa, y así el rey ordenó que lo arrojaran a lo más profundo del mar, para que los hombres no se olvidaran del universo" Jorge Luis Borges, "El Zahir"

2.1 Breves consideraciones sobre la socialización

La socialización es el proceso mediante el cual un sujeto va adquiriendo patrones conductuales e integra los valores y roles que le permiten acceder y adaptarse a la sociedad en la que se desarrolla su vida (Light y otros, 1991). Este complejo sistema social concibe el desarrollo sistemático y sucesivo de habilidades y disposiciones, en el individuo que le permiten comprender, modular e interactuar eficazmente con el medio ambiente que lo rodea.

Paralelamente, mediante este proceso, la sociedad se reproduce a sí misma y se perpetúa históticamente. Este proceso permite que los valores y la tradición del pasado tengan una continuidad en el tiempo y en el espacio.

La socialización se incia desde el nacimiento del niño. A partir de entonces se somete al individuo a un largo proceso donde ocurren interacciones con personas, grupos y organizaciones diferentes, denominados agentes de socialización. Estos agentes desempeñan acciones diferentes en la vida del niño, tienen valores, metas, impacto, responsabilidades y esquemas propios, y en ocasiones contradictorios entre sí. Sin embargo, mediante su intervención e interrelación, se efectúa el proceso adaptativo del niño.

Según Geulen y Hurrelman, 1980 (citado por Kagelmann y Wenninger, 1986: 284) estos factores condicionantes o agentes socializantes se estructuran en tres niveles:

* Grupos de referencia (pequeño o grandes):

Robert Nisbet (1982:104), denomina "grupos de referencia" al "agregado social al que un individuo "se refiere", consciente o inconscientemente, al formar sus actitudes sobre un tema determinado o en la misma formación de su conducta". Los grupos de referencia puede ser pequeño o grande, personal o territorial; puede estar organizado alrededor del parentesco, la religión, el status social, la etnia o

intereses económicos.

Entre los más importantes se encuentra:

- la familia: es tradicionalemente, el primer agente de socialización del individuo y su primer grupo de referencia. En ella el niño experimenta los primeros aprendizajes de conductas, normas y valores. También inicia las primeras relaciones interpersonales e íntimas.
- grupos pares: interrelaciones que se establecen en base a la igualdad. Constituídos por individuos con características comunes de edad, sexo, educación o estatus. Los grupos pares generan las primeras experiencias igualitarias en el niño. *Instancias socializadoras organizadas: escuela y las instituciones relacionadas con la pedagogía social o religiosa. Mediante estas instituciones el individuo desarrolla de una manera sistemática y planificada, habilidades y destrezas que le permiten el aprendizaje socio-cultural.
- * Instituciones sociales: instituciones públicas, las instancias del control social -seguridad, salud- y los medios de comunicación 12.

Estas instancias o agentes socializantes no implican que la socialización sea un proceso unilateral-directo, donde el sujeto es arcilla moldeable de entes que lo transforman a su antojo; por el contrario, existe una interacción activa entre el individuo y el medio social donde éste se desenvuelve. La actividad del sujeto en socialización cumple un papel determinante por el efecto de su conducta sobre los demás agentes o elementos. Esto implica una reversibilidad del proceso de socialización y una retroalimentación constante. De esta manera la socialización no es una influencia unidireccional, sino un proceso en el que se forma el entorno social de unos individuos y que es formado por éstos.

Esta razón nos permite anticipar que la relación que se estable entre el individuo y lo medios de comunicación social, especialmente la televisión, tema que nos ocupa, debe ser comprendida dentro ese marco psico-social.

2.2 La televisión como agente de socialización y el niño

Gerbner (1973, 80-81) denomina a los medios de comunicación social en conjunto - y por ende a la televisión- como la "extensión de la aculturación pública

Rocher (1983: 154-155) añade que existen otros grupos o instituciones que ejercen "una cierta función socializadora secundaria", como lo son por ejemplo las empresas, los movimiento sindicales y los partidos políticos. Su función socializadora es más restringida que la de la familia o la escuela, y se limita a un segmento de la personalidad.

institucionalizada más allá de los límites de la interacción cara a cara o de la realizada a través de cualquier otro tipo de mediación personal (...) son los brazos culturales del orden industrial del cual surgen".

Donald Light (y otros, 1991:127) afirma que la televisión es probablemente el agente de socialización más influyente de todos los medios de comunicación, ya que "ningún otro medio consume más tiempo de los niños. A los nueve meses muchos infantes miran televisión (aunque no necesariamente la comprendan) por una hora y media cada día (...) A los cuatro años de edad promedian cuatro horas al día (...). En la niñez mediana y en la adolescencia, el promedio son de 20 a 24 horas semanales y algunos jóvenes alcanzan a pasar 40 horas semanales (...) Sobre todo, los niños (...) de las naciones occidentales pasan más tiempo mirando la televisión que el que pasan en la escuela y muy probablemente en comunicación directa con sus padres".

A pesar del tiempo considerable que el niño le dedica a ver televisión, Rocher (1983:156) considera que en la sociedad de masas los medios de comunicación tienen una incidencia indirecta sobre la socialización ya que los contenidos de los medios están reducidos al entretenimiento, caso diferente sería si los programas estuvieran estructurados con fines pedagógicos o propagandísticos.

Sin pretender, hacer un análisis sobre las diferentes posiciones en torno a sí la televisión es un agente de socialización directa o no¹³, en nuestra investigación partiremos de la suposición de que la televisión, debido al tiempo que se le dedica y a los contenidos que transmite, interviene de manera activa en la sociedad, y por ende en los individuos.

El niño observa conceptos, procedimientos, valores, actitudes, culturas y a otros grupos de referencia a través de su contacto con la televisión. La televisión es una ventana a una diversidad de comportamientos y formas de pensar que sirven de modelos al individuo en su proceso de socialización. Sin embargo, la dinámica de la televisión y el individuo, está permeada por múltiples variables sociales, ambientales y psicológicas que interactúan entre sí y determinan los niveles y dirección de las relaciones.

Para mayor información sobre las diferentes posiciones teóricas acerca de la influencia de los medios de comunicación social, consultar a Schorb y colaboradores (1986, en Kegelmann y Wenninger (1986) "Psicología de los medios de comunicación".

A continuación haremos una exposición de la interrelaciones que se establecen entre el niño, el medio societal y la televisión y cómo intervienen en el proceso de socialización.

2.2.1 ¿Por qué el niño ve televisión?

Este es quizás uno de los puntos donde hay mayor concordancia entre las investigaciones de la televisión y su relación con los niños.

Los niños básicamente ven en la televisión una forma de entretenimiento y distracción, que se manifiesta en el placer que brinda el poder escapar de la realidad y dar rienda suelta a la fantasía (Schram y otros, 1965).

Paralelamente a la distracción, los niños obtienen información de la televisión, bien sea para darle significado a algunas de sus experiencias o como fuente de conocimiento en las situaciones donde no tiene referencias previas. Este es uno de los aspectos que le da a la televisión la posibilidad de enseñar algo a los niños. "Los programas de esparcimiento no se limitan simplemente a hacernos pasar un buen rato(...) sino que además nos comunican información acerca de la estructura social y conforman unas actitudes frente a nosostros mismos, frente a los demás y frente al mundo en general (Liebert y otros, 1976: 50)". Se puede aprender de la televisión "actitudes y valores, e incluso nociones incorrectas y estereotipos sobre la vida y sobre otras gentes y grupos" (Halloran, 1974: 62).

El niño consciente e inconscientemente atraviesa por un proceso de socialización y aprendizaje. Aunque esté viendo un programa exclusivamente de "entretenimiento", el niño conoce nuevas conductas e información y confirma e inhibe, otras ya aprendidas.

Santoro (1980:195) considera que paralelamente a esa relación entretenimiento-aprendizaje, el niño observa la televisión porque le es impuesta mediante factor situacional. "Le es dada en el ambiente del hogar, y se le refuerza la conducta de contemplación por los padres y miembros de la familia, ya que es una forma de mantenerlo en el hogar, bajo la mirada de los padres, proporcionando así seguridad y tranquilidad a estos".

Los índices elevados de delincuencia y la acentuda escasez de zona's recreativas, en especial, deportivas; obligan a que el niño satisfaga sus necesidades de distracción, juego y aun de información con los personajes de la televisión. A nivel macro-social, la televisión resulta ser la alternativa más económica de entretenimiento del venezolano.

2.2.2 ¿Cuáles programas ven?

La preferencia por los programas de televisión depende de condiciones biológicas (edad, sexo, inteligencia), educativas y socio-económicas, presentes en el niño.

Sin embargo, hay una tendencia en los niños por los programas infantiles de televisión, que en nuestro país se limitan en un gran porcentaje a los dibujos animados. Luego, la atracción la despiertan las películas de aventuras, policíacas, y los dramas (este último, preferido por el público femenino). (Santoro, 1980)

Según Schram (y otros, 1965: 247) los niños invierten una gran parte del tiempo en ver programas creados para espectadores adultos, y que en "su mayor parte son de fantasía y de entretenimiento".

2.2.3 Efectos de la televisión sobre el niño

Para Schram (y otros, 1965: 9), el término "efecto" no es lo bastante claro como concepto, ya que sugiere que la televisión hace algo a los niños. Para estos autores la realidad es distinta, ya que es el niño quien desempeña la parte más activa en esta relación. "El es quien hace uso de la televisión, y no la televisión la que hace uso de él". Por lo tanto, se refieren a los efectos como el uso que hace el niño de la televisión.

Esta conceptualización de los efectos, permite percibir el fenómeno de una manera menos mecanicista y determinista, tal como lo indica Stelling, (1992:42) "La audiencia, destinataria de un mensaje, no está configurada por seres pasivos, que aceptan de manera acrítica cualquier contenido que se le presente, por más atractivo que éste sea."

2.2.3.1 efectos sobre los intereses, valores y opiniones

La gran demanda y los contenidos del medio televisivo han originado muchas investigaciones sobre cómo influye la televisión en los patrones conductuales, actitudinales y morales del niño. Entre las conclusiones se encuentran:

• La televisión puede estimular la imitación de conductas e inculcar valores, opiniones, actitudes o intereses en los niños. Tal como lo expone Bandura y Walter (1978:52), el individuo aprende comportamientos, asimila valores, creencias e ideas a través de un proceso de identificación e imitación 14, junto con otros agentes socializantes. "Debido al considerable tiempo durante el cual la mayoría de los

¹⁴ El proceso de imitación e identificación será explicado con más detalle en el capítulo 5 de esta sección.

jóvenes están expuestos a modelos iconográficamente representados, sobre todo a través de la televisión, tales modelos contribuyen a conformar conductas y a modificar las normas sociales y, por lo tanto ejercen una enorme influencia sobre la conducta de los niños y adolescentes".

- La televisión presenta una jerarquía de valores a través de sus modelos, los cuales pudieran ser reproducibles en el niño. Los valores que transmite la televisión occidental evidentemente son los de la cultura que los produce: consumismo, individualismo y riqueza. Si el niño está excento de otra jerarquía de valores, puede considerar a los que presenta la televisión como legítimos. Puede incluso ocurrir un conflicto en el niño al observar que lo que se pregona en la realidad como malo, en la televisión es una forma viable de resolver y hacer las cosas.
- La televisión puede mostrar estereotipos y reforzar una corriente ideológica determinada. La impronta de adaptación del niño ante una situación desconocida puede encontrar satisfacción en los prejuicios étnicos y sociales comúnmente transmitidos por el medio. La televisión debido a la máxima exigencia de su lenguaje: la inmediatez, se nutre del estereotipo 15 como una de las fórmulas más eficientes en esa búsqueda de economía dramática y temporal. El niño puede interpretar esa opinión distorsionada y mediatizada sobre las personas o grupos sociales y asumirla como cierta, en sus necesidad de darle un significado a lo desconocido.

Esto guarda, además un sentido político ideológico. Así como el niño ve en el estereotipo algo verdadero, de igual manera justifica una realidad. El niño puede asumir como "natural" y "lógico" una situación de dominio - dominación. De ahí el poderoso impacto propagandístico que la televisión ejerce en la población general y en especial en lo niños (Aguirre y Bisbal, 1981).

- Las actitudes y los valores arraigados y estructurados exigen una mayor intensidad para cambiarlos y por ende, necesitan de una serie agentes que promuevan dicha transformación, además de los medios de comunicación.
 Obviamente, en el caso de los niños esta situación es menos posible, debido a su menor tiempo de exposición a un reforzamiento de conductas y valores.
- De igual manera que la televisión puede contribuir en un proceso deformante de actitudes y esterotipos; es capaz de estimular lo contrario. Si

¹⁵ La estereotipación en un proceso donde se simplifican, exageran y generalizan los atributos de una persona o grupo social. Lippman (1922) los denomina categorías o "ideas erróneas". El esterotipo tiene un función de economía congnoscitiva, en la que individuo frente una realidad desconocida, hace uso de los prejuicios con la finalidad de darle sentido a la realidad, de una manera rápida.

transmite contenidos no estereotipados y que contengo televisión puede ser un ayudar en el cambio de action interesantes otros puntos de vista. (Six, 1986: 46)

• Himmelweit (y colaboradores, 1962, citado por Santo.

que la televisión es más efectiva en crear intereses que en provocintereses se ven acrecentados básicamente por la publicidad.

temprana edad se le persuade a consumir y a desear un tren de via la acumulación de riqueza y en el poder que se deriva de ésta.

Sin embargo, todos estos efectos sobre los valores y actitudes atribuila televisión son una posibilidad, mas no un axioma matemático. Halloran (1. 63), manifiesta que estas implicaciones de la televisión sobre la estructura moral actitudinal de los niños responde más a la ausencia de experiencias y de normas sociales en el niño, que a la efectividad del proceso persuasivo. "Es fácil que los niños sean particularmente vulnerables a las influencias externas, incluída la influencia de la televisión, si tienen pocas guías de conducta, carecen de experiencia relevante o si la familia y otros agentes primarios de socialización no han aclarado suficientemente su punto de vista o no han ofrecido las normas necesarias".

Además de las condiciones que imponen la interrelación televisión- individuo - sociedad; las diferencias individuales también intervienen activamente en el proceso. El sexo, la edad, la inteligencia, la educación, pueden diferenciar los comportamientos, la asimilación de valores, actitudes y opiniones de dos niños ante el mismo programa de televisión. (Stelling, 1992:43).

2.2.3.2 efectos sobre la agresión infantil

"En Noruega, una hiña fue golpeada, desnudada y dejada morir por tres niños de las edades 5 y 6 años. Cuando los se les preguntó por qué habían atacado la niña, los niños explicaron que estaban haciendo el "Mighty Morphin Power Rangers", y que estaban copiando a las Tortugas Ninjas"

Asociated Press, nov.3 1995

Casos similares a éste han aparecido reseñados en la prensa desde que la televisión emitió sus primeras hondas hertizíanas. Niños que saltan desde los balcones con la esperanza de volar, otros que queman sus casas con su familia adentro, robos, peleas, puñetazos, heridas. Todo un sin número de actos que tienen el estigma común de que el niño aplica a una situación de la realidad, un

procedimiento visto en la televisión.

La violencia en la televisión es quizás el tema que más investigaciones y polémica ha generado desde que se encendió el primer televisor; sin embargo, a pesar de los miles de resultados y recomendaciones, la violencia en la televisión ha sido tan "dura de matar" como uno de los tantos superhéroes que se valen de ésta para hacer el bien.

La violencia de los medios, según Tulio Hernández, (1986: 33-34) debe ser delimitada en su concepto. El autor considera que el término violencia puede ser tan ambigüo que puede significar mucho pero a la vez, nada: "mientras los radicales (...) de las naciones occidentales definen el término de un modo tan amplio que barca toda clase de injusticias sociales que otras personas no consideran necesariamente violentas (...); los conservadores, generalmente definen el término como un modo tan estricto que sólo abarca el uso ilegal de la fuerza física".

Aguirre (1986, b: 15) cree que la violencia debe ser vista desde su más amplio espectro, la considera como "recurso a medios de acción que lesionan la integridad física, psiquíca o moral de otro".

La violencia en la televisión básicamente es de dos tipos una real y otra ficticia. La violencia real se transmite en todos los géneros informativos y van desde las consecuencias físicas: asesinatos y catástrofes naturales, hasta las violencias morales y psicológicas: corrupción y censura. La violencia ficticia, se expresa en "un conjunto de escenas y situaciones cargadas de agresión, inclusive revestidas de humor que los medios crean para entretener (sic) al público" (Barrios, 1992: 39).

El tipo de violencia que los niños ven mayormente es la de tipo ficticia, en vista de que sus programas favoritos son de entretenimiento y diversión. Los dibujos animados presentan un carga evidente de violencia, Gerbner, (1989) expone que tienen de tres a cuatro veces más violencia que los programas destinados a los adultos.

Erausquin (y otros, 1980:53-54) reseña una entrevista a Bill Hanna ("Hanna-Barbera") en la que dice: "Nosotros somos especialistas de la comedia y de la sátira. No hay nada malo en el tipo de violencia de la fantasía irreal. Por ejemplo, en "Tom y Jerry" cuantos más palos lleva el gato es más divertido, pues se trata de comedia, no de violencia. Es el espíritu con que está hecha la película lo que la hace no violenta". Esta opinión no concuerda con un investigación realizada por Haynes (1978, citado por Eurasquin), en la que se evaluó a dos grupos de niños

entre 5° y 6° grado ante dos tipos de comiquitas: el "cartoon real", donde existe una semejanza con la vida y un argumento; y el "cartoon comic", donde la víctima no sufría repercusiones verdaderas y la violencia era el argumento central. Los niños consideraron que el "cartoon comic" era más violento y menos aceptable que el "cartoon real". Lo que implica que los niños estudiados puedieron discernir entre la intensidad y tipo de violencia de las comiquitas reales y "menos" reales.

La violencia se ha institucionalizado como el ingrediente principal de la televisión. Barrios (1992:39), afirma que la sumatoria: violencia, más acción, más sexo se ha hecho la fórmula irreductible si un programa quiere tener éxito.

Estas implicaciones las describe Aguirre (1986:11, b) al afirmar que "...un joven de 18 años habituado a ver 4 horas de televisión diarias a partir de los 3 años, habrá contemplado 113.658 heridos-muertos, 297.024 armas, 65.520 escenas bélica y 8.763 suicidios".

En un estudio reciente efectuado por la psicóloga Luisana Gómez¹⁶, encontró que en una semana de abril de 1996, la programación venezolana ofreció 3.144 situaciones situaciones de violencia (8% violencia física, 7% verbal, 6% moral, 4% psicológica y 3% sexual), lo que equívale a 249 en cada hora vespertina diaria y cuatro cada minuto.

Gerbner, (1982, citado en artículo de Colomina, 1996) observa que "la tv ofrece modelos de conducta que utilizan constantemente medios ilegítimos para alcanzar objetivos que se consideran legítimos (prosperidad, poder y justícia) y ha convertido esas representaciones violentas en uno de sus espectáculos más rentables".

Por otro lado, Gerbner (1989:52) justifica la violencia de la televisión a la luz de la raíz ideológica, "este escenario(...) procura a aquellos que la originan, el sentimiento y la realidad del poder, y si ellos persisten en esta vía, es quizás provechoso para los que definen y controlan los usos".

Luego de describir los tipos y la cantidad de violencia que es presentada en la televisión, haremos un resumen de algunos de los efectos 17 y las condiciones

16 Esta investigación fue realizada para el INAM y su objeto es determinar el contenido de la programación infantil de la TV venezolana. Referido por Colomina, Marta: El Universal 20-8-1996, p. 1/4

La discusión de los efectos sobre la audiencia, a pesar de ser abundante no ha llegado a resultados concluyentes. Nosotros solamente referiremos las opiniones sobre las que hay un mayor acuerdo. Para mayor información sobre las investigaciones sugerirmos consultar: Schram (y otros, 1965): "Televisión para los niños". Liebert (y otros, 1976)"La TV y los niños". Aguirre (1986): "La violencia programada en televisión y su influencia en los niños" revista Comunicación N° 54. Gerbner (1989): "Violencia y Terror en los Media". Y Santoro (1980): "La

psico-sociológicas que deben darse para desencadenar un comportamiento violento en el niño.

- La televisión muestra conductas agresivas, especialmente "modus operandi" que pueden ser aprendidos por el niño mediante un proceso de imitación. Esto depende del nivel en que pueda el niño identificarse con los personajes de la televisión, conjuntamente al grado en que la conducta agresiva es gratificada positivamante y sea vista como un procedimiento "aceptado" para lograr objetivos. (Bandura y Walters, 1978). El personaje de televisión que actúa violentamente y es recompensado con creces, puede estimular en el niño una necesidad de ser como él y tener su éxito.
- El niño puede ir aprendiendo las conductas agresivas y no manifestarlas inmediatamente sino a futuro y en situaciones similares al contexto donde ocurrió la agresión.
- La veracidad e impacto de las imágenes violentas puede afectar la percepción del niño, especialmente pequeños, para discernir la fantasia de la realidad. Mientras menos experiencia tiene el niño con respecto a la violencia audiovisual, mayor es la vulnerabilidad para que el niño crea que lo que ve en la televisión es el mundo real. Lo que puede producir en los niños angustia, paranoia o estrés.
- Los niños que ven la televisión con un sentimiento de agresividad tienen mayor probabilidad de recordar los actos violentos y aplicarlos cuando se sientan agresivos en la vida real. Igualmente puede indicar el patrón conductual a seguir en los conflictos.
- La televisión transmite una serie de valores morales y sociales acerca de la violencia que no están en relación con las pautas de una sociedad civilizada. El niño, especialmente el de menor edad, carece de pautas morales arraigadas y la televisión puede sembrar una percepción errónea sobre la permisividad de la violencia.
- La presentacion dosificada de ciertos tipos de violencia como las consecuencias de un accidente, negligencia o imágenes de una revuelta o guerra, puede tener efectos beneficiosos ya que muestran sus peligros.
- La teoría de la habituación manifiesta que la observación de violencia en la televisión reduce la sensibilidad ante la propia violencia, en vista de que se le considera como un modo de comportamiento normal de la vida díaria. Sin embargo, esta teoría no ha sido confirmada empíricamente (Kunczick, 1986:15).

criminalidad nacen de problemas socio-psicológicos del individuo. "De lo más que puede culparse a la televisión es de alimentar los impulsos malignos que ya existen" (Schram y otros, 1965: 241).

No obtante, es necesario no olvidar que muchas de las condiciones socioeconómicas detonantes de la delincuencia están dadas en Venezuela para que los niños en desventaja, asuman la violencia como una alternativa para satisfacer sus necesidades. La televisión sólo les indica el camino, la sociedad los lleva de la mano.

2.2.3.3 efectos de la publicidad sobre los niños

Hay un factor preponderante dentro de la dinámica publicidad y niño: el niño no produce económicamente. Los niños gastan poco. Compran, caramelos y refrescos, pero para los demás artículos que consumen, dependen de sus padres. "Son los adultos quienes compran la ropa que ellos llevan, (...) los alimentos que componen su desayuno, (...) los juguetes que encuentran debajo del árbol de Navidad o junto al pastel de cumpleaños" (Liebert, y otros, 1976: 11).

- Liebert (1976: 210-211), considera que el 50% de la publicidad dirigida a los niños está basada en productos alimenticios, especialmente dulces o cereales; el 30% a juguetes y un 10% a vitaminas. El elevado índice de dulces, puede provocar problemas de salud en los niños. El bombardeo de juguetes puede provocar en los niños una actitud abierta hacia el consumismo.
- Las medicinas y vitaminas también puede provocar problemas de salud. El niño aprende a automedicarse y a ingerir vitaminas que los "hagan más fuerte y lo hagan crecer más a prisa" (Eurasquin y otros 1980: 86-87)
- Muchas veces el niño adquiere un producto que ni siquiera es de su agrado sólo por el premio sorpresa que trae. Los premios sorpresas y los concursos, representan un fuerte incentivo para que los niños compren una golosina determinada o pidan a sus padres cierto alimento o cereal.
- La publicidad puede causar en los niños frustración, angustia o ira cuando no pueden comprar un determinado producto, lo cual generalmente, conlleva a una represión por parte de los padres.
- Los efectos de animación y audiovisuales alteran la representación del producto y le dan poderes especiales: aviones que vuelan solos, soldados que se mueven. Los niños a medida que crecen se van percatando de este engaño y le restan credibilidad a la publicidad especialmente cuando el producto que ensalza

es de baja calidad.

• La publicidad mueve los hilos de la programación de la televisón comercial -y en el caso de Venezuela, también a la estatal. Todo programa de televisión comercial debe contar con el apoyo de los anunciantes, quienes pagan los espacios de mayor raiting. Por consiguiente, lo primero que debe garantizar un programa de televisión es su facultad de atraer un público numeroso. Schram (y otros 1965:195) considera que es peligroso que una emisora trate de experimentar con programas que no representen las fórmulas para alcanzar el éxito. "En vez de tratar de experimentar con programas nuevos, la televisión comercial tiende a ofrecer más de los que han demostrado tener éxito".

Esta intervención publicitaria y el caracter comercial de toda planta de televisión ha contribuido a que los programas de tipo más educativo tengan pocas posibilidadades de realizarse en el país. Las experiencias pasadas de televisión infantil, han demostrado que sin el apoyo de los anunciantes es imposible mantenerlas en el aire.

• Además se ha creado el axioma televisivo de que los programas de tipo educativo o cultural no se ven. Como ejemplo de esta sentencia casi bíblica el gerente administrativo de Venevisión, José Urgüelles Fox ²⁰, en conversación con estudiantes de Comunicación Social, expresó que "no es rentable hacer una programación educativa porque no tiene rating (...) las películas de acción son las que dan rating o share de audiencia." Así mismo explicó que en "Venevisión" lo que genera los ingresos son "las novelas, luego los concursos: "El Kino", "Super 4"; después los programas humorísticos". No contamos con la información de otras plantas de televisión, pero la ausencia de una programación educativa evidente, nos hace suponer que otras plantas de televisión debe darse también la filosofía de Venevisión.

A pesar de este panorama de violencia y consumismo, hay evidencias de que la televisión puede tener muchas posibilidades para la transmisión de mensajes educativos que contribuyan con el aprendizaje y desarrollo personal de los niños, tal como expondremos a continuación.

²⁰ Charla dada a alumnos de Comunicación Social (UCAB) el día 23-04-96

2.2.4 Perspectivas pro-sociales de la televisión

En Gales un niño de 10 años ayudó a rescatar a su madre de una piscina."Me dí cuenta que mi mamá estaba en problemas, no me paré a pensar yo sabía que tenía que saltar y salvarla cuando llegué a su lado me recordé cómo hicieron los salvavidas de Baywatch y traté de copiarlos"

Gales. Reuters Nov 3, 1995

¿Qué sucede cuando el contenido programas infantiles busca contribuir en la estimulación del desarrollo integral del niño e intenta sugerir un cambio y desarrollo de la sociedad?

Marks, (1985:54) considera que la televisión muestra grandes potencialidades en la presentación de mensajes a los niños, ya que la imagen en movimiento contribuye significativamente en el aprendizaje del niño. La acción observada "en pantalla atrae la atención del niño; le ayuda a recordar la acción de una historia, puede facilitar a niños con la edad adecuada el aprendizaje de determinados procesos y prestar asimismo una ayuda en la eseñanza de capacidades físicas".

Liebert, (y otros, 1976: 164-168) al analizar varios estudios de laboratorio donde se les presentaba a los niños situaciones que estimulaban un comportamiento hacia el colectivo y de cooperación, concluyó que "es posible contribuir a una serie de actos positivos a través de modelos televisados".

Uno de los ejemplos más importantes a nivel mundial de las ventajas educativas de la televisión lo constituye el programa "Sesame Street", (Plaza Sésamo). Esta serie se estructuró en función de la teoría piagetiana del desarrollo intelectual del niño. Los creadores de Plaza Sésamo, se preocuparon en determinar qué era lo que atraía la atención a su público meta (dibujos animados, marionetas) y luego destacarlos en el programa. De esta manera integraron la diversión, con el aprendizaje. Plaza Sésamo combinaba las tácticas propias para la retención de la atención (personajes animados) con un programa educativo, planificado y destinado a fomentar capacidades como la memorización, lecto - escritura e interacción social.

Wagner, (1978:102) resume las conclusiones a que llegaron los creadores de "Plaza Sésamo", al hacer el diseño del programa:

• El primer contacto del niño con el mundo que lo rodea ya no es la escuela ni el

jardín de infancia, sino la televisión.

- A los niños no les gusta ver aparecer adultos, sino niños.
- Los consabidos cuentos de hadas resultan lentos e insípidos para la niñez actual.
- Los niño jamás deben darse cuenta de que reciben una lección: debe divertirse al ver el programa.
- Los niños se cansan pronto si se dedica demasiado tiempo a un solo asunto. Se debe pasar rápidamente, sin transición, de un tema a otro, y cambiar a la vez el tiempo y caracter de las secciones.

Esto demuestra que el medio es capaz de ajustarse, tanto a una nueva naturaleza de sus mensajes como a las exigencias de sus espectadores.

Liebert (y otros 1976: 188-190) analiza varias investigaciones que evidencian una correlación entre la presencia del programa "Plaza Sésamo" y los niveles de aprendizaje en los niños. El autor concluyó que los niños que habían visto el programa tenían una tendencia a ser más aventajados más que los que no lo vieron: "los espectadores más constantes eran calificados por los maestros como alumnos mejor preparados desde el punto de vista escolar que los espectadores esporádicos y que se adaptaban mejor a la situación escolar".

Marks (1985: 99-102), describe una situación similar en Níger. Se creó un programa "Teleníger" de estructura similar a la de "Pláza Sésamo", en su premisa de enseñar divirtiendo, pero Teleníger estaba diseñado para ser transmitido durante las clases escolares. Los niños aprenidieron rápidamente el lenguaje impuesto (francés), también salieron mejor en su periódo escolar y hubo avances en el aprendizaje de la lecto-escritura.

Marks, considera que la televisión tiene un gran potencial para contribuir en la adaptación y en el aprendizaje de niños que se encuentran en desventaja socio-económica o cultural. Especialmente, en el caso del tercer mundo y en el de los grupos minoritarios de los países industrializados, la televisión puede contribuir mediante contenidos coherentes y bien estructurados a una adecuada integración social e intelectual del niño.

En Venezuela dos de las experiencias de televisión educativa la conforman "Sopotocientos" y "Desde el jardín", ambos programas, hacían uso de marionetas y personajes de la fantasía para transmitir mensajes pro-sociales a los niños en edad pre-escolar y escolar temprana. Estos programas evidencian la posibilidad de realizar programas de tipo educativo que capten la atención de los niños en

Venezuela.

María Cristina Capriles²¹, considera que "la televisión es potencialmente el medio educativo más importante que ha creado el hombre para brindar educación y comunicación masiva".

Santoro (1980: 229) señala que la televisión puede ser utilizada como un medio de incremento del caudal cultural a nivel de la sociedad. Así como medio "para la promoción de campañas educativas, sanitarias o económicas en beneficio de la sociedad en general y de comunidades rurales en particular".

2.2.5 Los dibujos animados en la transmisión de mensajes educativos

Animar proviene del latín *animare*, de *anima*: alma, que significa dar vida. "infundir fuerza o actividad a cosas inanimadas" ²². La animación, por lo tanto, es el procedimiento que permite "dar vida" a una serie de imágenes u objetos carentes de alma. La técnica de la animación da la sensación de vida, mediante la sucesión de dibujos o imágenes fijas a cierta velocidad que causa la ilusión del movimiento²³.

La animación es un recurso de gran expresividad que permite crear personajes, situaciones y mundos totalmente fantásticos, lo cual es de gran atracción para los niños. Permite dar vida a objetos de diferentes características que forman parte de la vida cotidiana del niño, de manera similar como éstos lo hacen con su imaginación.

Hay un vínculo muy cercano entre la mente del niño y la animación. El niño vive en el mundo real, pero a la vez se evade de éste mediante su imaginación y el juego; la animación recrea de alguna manera esa evasión del niño y su mundo a través de personajes y situaciones fantásticas. Se forma, de esta manera, un lazo entre el mundo imaginario del niño y la representación de objetos y situaciones fabulosas mediante la técnica de la animación, donde cada uno aporta información. Los animadores se relacionan con los niños e interpretan sus gustos y deseos, los cuales enriquecen las creaciones; los niños encuentran en los dibujos animados una manifestación de su mundo fantástico que a la vez permite

²¹ Lic. María Cristina Capriles, directora de la Academia de Ciencias y Artes del Cine y la Televisión, en conferencia realizada en el Museo de Bellas Artes el día 12-11-95

^{22 &}quot;Diccionario Enciclopedico Ilustrado", Reader's Digest.

²³ La animación se basa en el principio de persistencia retiniana o estroboscópica: característica de la retina de poder mantener imágenes por breves lapsos de tiempo después de su desaparición real, las imágenes persistentes se "enlazan" entre sí y en consecuencia surge la sensación de que los dibujos u objetos cobran vida. Este mismo principio se aplica al cine donde en vez de dibujos las imágenes son fotogramas.

estimular aún más su imaginación, además de divertirlos.

Uno de las cualidades más significativas de la técnica de la animación es su facultad de permitir representar abstracciones o conceptos ideales complicados, díficiles de comprender por los niños, de una manera sencilla y divertida. Esto demuestra su potencial dentro de la enseñanza. Conceptos e ideas como la muerte, la paz, el amor, el bien, pueden ser simbolizados a través de dibujos o humanización de elementos, los cuales mediante su actuación pueden mostrar a los niños sus significados.

En los programas "Plaza Sésamo" y "The Electric Company", la animación es un recurso expresivo fundamental para la elaboración de mensajes didáctico. Por ejemplo, la enseñanza de las letras se representa mediante dibujos animados, las letras interactúan y le eneseñan a los niños sus cualidades: para qué se utilizan y las palabras que se pueden escribir con ellas. Haciendo que las letras actúen, se transformen más brillante, se amplíen y se muevan en el momento en que son pronunciadas, "aumenta la probabilidad de que el niño asocie el sonido correcto con la letra correspondiente, en la combinación resultante" (Marks, 1985:98).

"Rythmetic", (1956) del animador Norman McLaren²⁴ demuestra la posibilidad de la enseñanza de un tema tan abstracto como la matemática mediante el animación de números que resuelven ecuaciones algebraicas sencillas.

Otros ejemplo de la animación como recurso didáctico lo constituye la serie francesa "Erase una vez el hombre", en la cual los personajes vivían en varios períodos de la historia universal. Las situaciones se presentaban de una manera amena y divertida, sin perder la veracidad del hecho histórico.

Para el animador Mauricio Anteri²⁵, la animación es una herramienta muy valiosa para fines educativos ya que tiene posibilidades ilimitadas para captar la atención del niño: colores, movimiento, formas, efectos. Quizás una de las ventajas mayores de la animación es su posibilidad de crear una realidad que es interpretada como verdadera, por ejemplo "si un adulto se disfraza de "ada madrina", por muy real que sea el disfraz el niño de repente se da cuenta y no se lo cree, en cambio si ve un dibujo animado de Pinocho, el niño sabe que es real, no es alguien que está disfrazado como él".

De esta manera podemos observar que los dibujos animados constituyen

²⁴ Programación Cinemateca Nacional, 1992 No 9 p. 41

Mauricio Anteri, animador de la serie "Camina con BuenPie", creador del personaje "BuenPie". entrevista personal realizada el 04-09-96

una gran alternativa para la divulgación de mensajes didácticamente estructurados, que contriubuyan en la formación de los niños tanto intelectual como social. No son por lo tanto, agentes pro-violencia como comúnmente se han venido explotando, las comiquitas pueden favorecer en al desarrollo cognoscitivo del niño mediante su observación y puede ser un ayuda eficiente si son orientadas hacia fines educativos y sociales.

Luego de revisar las perspectivas de los programas de televisión orientados hacia la educación y el aprendizaje infantil podemos concluir que:

- Educativo y divertido no son términos excluyentes, tampoco antónimos. Es posible que el niño aprenda contenidos educativos y comunitarios mientras se divierte. Así como el niño puede conocer los "modus operandi" de la violencia, inconsciente y conscientemente, cuando su intención es simplemente entretenerse; de igual forma puede divertirse y a la vez aprender normas, moral, cultura e historia, sin percatarse de ese aprendizaje.
- A los niños por su escasa experiencia vital y su limitada madurez de abstracción, no se les puede preguntar si prefieren programas que le permitan acceder a un conocimiento mayor, cuando tienen por referencias programas con la concepción del maestro en televisión o simplemente, carecen de idea alguna de lo que es un verdadero programa educativo porque jamás lo han visto. (Schram y otros, 1965: 247).
- El argumento de que la televisión infantil resulta muy costosa porque necesita de un cuerpo de psicólogos y orientadores; sin olvidar las tecnología de entretenimiento de avanzada (animaciones, efectos especiales, video juegos e informática), y por eso no se hace, carece de validez. Más bien parece existir una relación con el poco poder adquisitivo de los niños, ya que los drámaticos de televisión, principal fuente de ingreso para la Planta, si cuenta con altos presupuestos de producción.
- Los dibujos animados están marcados con el estigma de la violencia y se les ve como fomentadores de la agresión en los niños, limitándose así sus potenicialidades en área del aprendizaje. Los dibujos animados son un efectivo recurso para la transmisión de mensajes a los niños ya que tienen la posibilidad de transgredir los límites de la realidad y la fantasía, tal como lo hace la imaginación de los niños. El problema no es el género, sino la forma como se usa.

Conjuntamente, los dibujos animados requieren de tecnología de avanzada para su creación y así poder ser competitivos con los creados por la industria

norteamericana y japonesa, lo cual implica enormes inversiones de dinero y recurso humano calificado. En Venezuela existe tanto la tecnología, como los animadores para realizar programas de calidad, pero faltan las inversiones. Por ende la tecnología y el talento están limitados a la realización de comerciales para televisión.

• La credibilidad y aceptación de la que goza la televisión puede intervenir en la transformación actitudinal y conductual del niño. La televisión por el impacto de la imagen, entre otras cualidades, hace que los mensajes que difunde tengan aceptación y sean considerados como verdaderos, especialmente por el niño. Por ende, las opiniones y conceptualizaciones morales que en ella se trasmiten, son poco cuestionadas y pueden servir de patrón a seguir por los niños sin una referencias anteriores, o para reforzar conductas y actitudes ya pre-establecidas.

La televisión, en combinación con otros agentes de socialización, puede contribuir, por lo tanto, en el mejoramiento de las relaciones el individuos con su grupo y medio ambiente social, mediante la presentación de modelos de conductas orientados hacia al alcance de objetivos sociales.

Conclusiones

Es evidente el gran significado que tiene la televisión en la socialización infantil y en el público en general. La televisión es fuente ilimitada para la divulgación de datos e informaciones sobre grupos de referencia, instituciones y culturas; así como la presentación de formas de pensar, sentir y actuar que contribuyen en la perspectiva psico-sociocultural del individuo.

Esta presencia constante de la televisión en la socialización del individuo ha generado diversas discusiones en torno a los contenidos de la televisión y su influencia sobre la conducta en los individuos. Hay un consenso entre los investigaciones que señalan a la televisión como un elemento más y no un agente causal-directo en el aprendizaje de conductas, actitudes y valores; ya que dentro de la dinámica social, intervinen múltiples variables, tanto propias del contexto socio-histórico, como íntrinsecas de la personalidad del individuo, que interactúan entre sí y en su combinación estructuran el proceso de socialización.

Tal como lo muestra su misma esencia, la televisión es un medio para transmitir mensajes y no un ente con vida propia. La televisión no es la que hace el posible daño o beneficio a los niños, sino quienes estructuran sus contenidos y orientan sus mensajes.

En concordancia con esta aseveración Schram y otros, (1965:1) consideran que la televisión no hace ni deja de hacer daño o beneficio a los niños -lo que vale igual para los adultos-:

"Para algunos niños, y en determinadas condiciones, cierta televisión es perjudicial. Para otros niños, en las mismas condiciones, o para los mismos niños en otras condiciones puede ser beneficiosa. Para la mayoría de los niños, en la mayoría de las condiciones, la mayor parte de la televisión no es, probablemente, perjudicial ni beneficiosa".

La televisión y el medio de comunicación que se derive de ésta en un futuro, seguirá siendo la misma, con sus limitaciones y potencialidades; lo que variará o no, será el uso que se haga de ésta.

3. EL DOCUMENTAL COMO ALTERNATIVA EDUCATIVA

3.1 Reseña histórica del documental

El término documental se deriva de la palabra documento: "del latín documentum, prueba escrita. 2. lo que ilustra acerca de un hecho" ²⁶.

Esta cualidad de ser testigo de la realidad, es la esencia misma del documental.

El génesis del documental ocurre desde que las primeras creaciones de los hermanos Lumière a finales del siglo XIX. Filmes como "Le déjeuner de bébe" (El llanto del bebe), "La partie de cartes" (La partida de cartas) y "La sortie des ouvriers de l'usine Lumière" (La salida de los obreros de la fábrica Lumière), son fieles testimonios de su intención por las representaciones cotidianas, donde se pretende captar las acciones empíricamente sin ningún otro interés que el descriptivo. En "L'arroseur arrosé" donde se registra la historia de una jardinero al que un niño el tranca la manguera, aquel mira por el orificio e inmediatamente sale el chorro de agua, demuestra un intento por desarrollar la incipiente cinematografía hasta convertirla en un medio narrativo de la vida real.

El grueso de los filmes de Lumière no tuvo otra finalidad que mostrar el mundo circundante tal como se presentaba. Mesguich, uno de los mejores camarógrafos de los Lumière dijo que "...ellos estableçieron los auténticos límites del cine de la manera más apropiada. La novela y el teatro bastan para estudiar el corazón humano; el cine es el dinamismo de la vida" (Kracauer, 1989:54)

Sin embargo, hay una aceptación generalizada en considerar al cineasta norteamericano, Robert Flaherty, como quien sentó las bases del documental como forma de creación. En su film "Nanook of the north" (1922, "Nanook el esquimal"), que describe las adversidades que vive un hombre común, Nanook, en el terreno inhóspito del Polo norte.

Flaherty realizó otros filmes ("Moana", 1926 y "El hombre de Arán", 1933, entrè otros) donde mostraba una sencilla representación de las vidas de personajes comúnes, en el medio ambiente natural donde vivían.

En palabras del mismo Flaherty, "la finalidad del documental tal como yo lo entiendo, es representar la vida bajo la forma en que se vive." (Colombres, 1985:

^{26 &}quot;Gran Diccionario Enciclopédico Ilustrado", Reader's Digest.

58)

El documentalista escosés, John Grierson, en 1926, utilizó por primera vez la palabra "documentary" (documental) derivada del francés "documentaire" (empleado hasta entonces para los filmes de viajes), al hacer una crítica sobre film "Moana" (1926), de Flaherty. (Medrano, 1986:15).

Flaherty trató de convivir con las personas que quería filmar y le daba mucha importancia a la selección y composición de las imágenes. Clemente (1960:15), dice que el director trabajaba con materia documental, con la finalidad "de narrar la verdad del modo más apropiado".

Contemporáneo a los filmes de Flaherty, Dziga Vertov, realizó su film "Historia de un pedazo de pan", entre otros, donde ponía en práctica sus teorías del Kino-Eye²⁷, (cine-ojo).

A partir de estos precedentes se comenzó a gestar la idea del documental como un reflejo de la verdad o realidad. Aunque en todo el cine, cualquiera sea su género, ha estado presente siempre la búsqueda de la verosimilitud, el documental intenta señirse a exponer una realidad más concreta.

3.1.1 El documental en Venezuela

En el país las primeras creaciones documentales se remontan al año de 1897, con la proyección de los filmes "Muchachos bañándose en la Laguna de Maracaibo" y "Célebre especialista sacando muelas", del pionero del cine nacional, Manuel Trujillo Durán (Naranjo, 1989:71).

A partir de entonces se realizaron varias filmaciones donde se presentaban aspectos comunes y corrientes de la vida cotidiana venezolana y algunos "institucionales", ordenados por el Benemerito Juan Vicente Gómez.

Los filmes con características más formales de documental creativo, semejantes a los trabajos de Flaherty, se iniciaron a partir de los años sesenta, con "Araya" (1959)²⁸ de Margott Benacerraf. Donde se narra la vida de los pobladores de la península sucrense.

²⁷ Kino-Eye o cine-ojo, es un planteamiento cinematográfico donde el interés del film es captar la realidad tal cual es y no como un documento preconcebido. Este movimiento cinematográfico se opone a la ficción y a la presencia de otras artes como el teatro, la música o la literatura dentro del cine. Quizás el característica más resaltante de esta corriente es el montaje. El cine-ojo utiliza todos los medios de montaje posibles, yuxtaponiendo y ligando entre sí cualquier punto del universo en cualquier orden temporal, violando, si es preciso, todas las leyes y hábitos que presiden la construcción del film. "Dziga Vertov: El "cine ojo" y el "cine verdad" en Colombres, 1985 p. 63.

²⁸ Para el crítico cinematográfico Julio Miranda (1989:13) "Araya" no fue el primer documental visto en Venezuela ya que se estrenó en 1977.

"Pozo Muerto" (1967) de Carlos Rebolledo, "La ciudad de que nos ve" (1967) de Jesús E. Guédez e "Imagen de Caracas" (1968), entre otros muchos documentales²⁹. Mostraron la dureza y el caos de la realidad socio-económica de Venezuela. (Miranda, 1989:14).

Desde su inicio formal el documental venezolano adoptó una posición de denuncia social y un tono contestatario que Oscar Lucien (1990:41) denomina "ética del compromiso". La mayoría de los documentales de esa década- y aun en nuestros días- reflejan la realidad socio-política que vivía el país: guerrillas, miseria y delincuencia, frente a la cual los cineastas asumían una posición ideológica.

Conjuntamente se dan otras manifestaciones menos socio-políticas y combativas, pero igualmente con una posición clara frente a los hechos. Tal son los casos de filmes etnológicos, "Atabapo"(1968): basado en la explotación de los indios del Estado Amazonas; artísticos como "Tisure" (1986) de Andrés Agustí, donde se describe la vida y obra del artista ingenuo Juan Felix Sánchez; o conservacionistas, como "Amazonas, el negocio de este mundo" (1986) de Carlos Azpúrua: donde se narran los desastres ecológicos en el estado Amazonas.

3.3 El documental como interpretación de la realidad

La cualidad de representar un hecho real acerca al documental a otros géneros que también tiene la verdad como su objetivo, sin embargo, existen algunas diferencias, especialmente en el procedimiento de recolección, tratamiento y exposición de los elementos de la realidad:

- Cine-verdad (cinema-verité): se basa en la teoría del Kino-Eye, (cine-ojo) recrea la realidad tal como se muestra a los ojos de los realizadores, no hay una planificación previa; los cineastas enfrentan directamente el mundo con sus equipos, y tratan de captarlo tal como se manifiesta.
- El reportaje audiovisual: género informativo que parte del hecho noticioso. Es un trabajo de investigación que busca, mediante la exposición de la información una reacción, pero sin tomar una posición determinada. Su contenido es de actualidad y siempre deja el debate abierto, por lo que no es concluyente; mientras que el documental presenta un principio y un fin y a la vez evidencia una intención. En el reportaje se describen y exponen los ambientes y los protagonistas de la manera más objetiva posible. La estética se subordina a lo informativo y periodístico.

²⁹ Para mayor información sobre los documentales venezolanos consultar: Miranda (1989) "El cine que nos ve" y Naranjo (1989) "Cronología del cine en Venezuela.

En el documental, a diferencia de los géneros anteriores, existe una intención manifiesta y una toma de posición ante una realidad. El cineasta venezolano, Oscar Lucién (1990)³⁰, señala que "podemos establecer una escala donde en un extremo, se encuentra el reportaje periodístico y en el otro, el documental de autor, en el cual yo (...) digo algo, de tal forma y de acuerdo a ciertos criteros estéticos".

John Grierson, considera al documental como "tratamiento creador de la actualidad" (Howard, 1970:314) lo que evidencia la intencionalidad del creador por interpretar y tomar una posición ante la realidad que describe.

En Grierson y en la "Escuela Documentalista Británica", de la cual fue fundador, se da una comprensión del documental como instrumento para el análisis de la sociedad. En "Canto de Ceilán" (1935) de Basil Wright, se observa un paralelismo entre dos acciones: la imagen de recolectores de té y las voces de los comerciantes y especuladores en la Bolsa de Londres, con lo cual se visionaba el destino del esfuerzo de los nativos (Feldman, 1991: 41).

Flaherty señala que aunque la finalidad del documental supone la representación de la vida tal como se presenta, "esto no implica en absoluto (...) que la función del director del documental sea filmar sin ninguna selección una serie gris y monótona de hechos" (Colombres, 1985:58).

La libertad de planificar estrategias, crear estéticamente y tomar una posición ante una realidad, permite al documental poder representar o recrear dramáticamente esa verdad. El documental tiene con frecuencia una estructura narrativa, la acción puede ser inventada o escenificada y a veces, interpretada por actores profesionales.

Aunque esto puede generar discrepancias sobre la veracidad de ese documento representado, Howard (1970: 314), considera que "si excluímos el uso del material ordenado o esenificado, el documento se limita a la observación de hechos que tienen lugar sin ningún arreglo previo o planificación por parte del realizador". Por lo tanto se limitaría al documental al campo noticioso, lo cual no es su objetívo auténtico.

Flaherty concuerda con la posibilidad de recrear o reproducir las acciones de la realidad, pero deben surgir "de la misma naturaleza". Este realizador relata que en su documental, "Sabú" ("Elephant Boy", 1936-37) hay una trama donde participan actores ingleses, pero " las 'estrellas' del film son la jungla, los elefantes y el niño indígena (...) la trama no estropea nada, lo que sí puede estropear es la

³⁰Oscar Lucién (1990) en revista Apuntes N°12, p. 9

forma en la que sea llevada la misma trama." (Colombres, 1985: 60)

Feldman (1991:44) considera que filmes como "Roma ciudad abierta" (1945) y "Paisá" (1946) de Rossellini "constituyeron impactantes documentos reconstruidos. Se basaban escrupulosamente en la realidad inmediata, en las contingenicas de la resistencia italiana, y se despojaban voluntariamente de todo elemento que consideraran artificioso".

El director de documentales, Michael Rabiger (1989:4) dice que "en su forma más perfecta, el documental refleja fascinación y un respeto por la actualidad. Es lo completamente opuesto al cine de esparcimiento y evasión, ya que se concentra en la riqueza y ambigüedad de la vida, tal como es realmente".

No obstante, es difícil determinar en los términos de actualidad, el grado de aproximación que un documental puede tener ante una realidad determinada; por lo tanto es preferible partir de la premisa de saber qué es lo puede captar un documental de esa realidad más amplia, de tal manera que "la escogencia de los temas, las modalidades de expresión, los tiempos, y en general, las formas expositivas estén condicionadas por esta particular forma de aproximación a la realidad" (Lucién, 1990:12).

3.3 Tipos de documentales

Medrano (1983:33-42) clasifica a los documentales en función de sus intereses temáticos: estructura temática, y su modalidades de producción: estructura de producción

La estructura temática, determina el área del conocimiento que se quiere describir con el documental: ciencias sociales: sociología, educación, política o periodismo; ciencias naturales: zoología, botánica o medicina; artes o literatura.

Por su estructura de producción los documentales dependen de quién motiva la necesidad de realizarlos, se distinguen en:

- documental de autor, es aquel donde el realizador observa e interpreta los hechos de acuerdo a sus creencias e intuiciones personales, para de esta manera emitir un juicio crítico sobre la actualidad. En esta modalidad, generalmente el director y productor³¹ se motivan a realizar el documental y deciden el tema, el tratamiento y la estética de en la obra.
- documental institucional se realiza por la exigencia y respaldo económico de una empresa o institución, que generalmente tiene la intención de comunicar algo

³¹ En Venezuela, y en gran parte de los países latinoamericanos, la función del director y del productor de documentales convergen en una misma persona.

específico a sus intereses como organización.

Esta distinción no debe ser vista como de manera antagónica, ya que pueden complementarse. Una institución puede pedirle a un cineasta que elabore un documental sobre un tema determinado, que a la vez sea de gran relevancia personal para él y de esta manera puede darle un "tratamiento de autor", lo cual depende, por supuesto, de la libertad creativa que la empresa le permita al director.

- También puede darse la **co-producción**, donde el autor busca respaldo económico y logístico de una institución. La motivación en esta modalidad varía según sea las necesidades de la investigación.

Terres (1985:57-60), se basa en una clasificación que puede complementar a la propuesta por Medrano, donde el autor parte de lo que denomina "términos respectivos de la relación de presentación" que son el destinador, el proceso observado y el destintario según manifieste una función de expresión, de conocimiento y de comunicación.

La función de **expresión**: otorga primacía a la estética como una necesidad.

La función de **conocimiento**: da prioridad a la búsqueda de una descripción y registro científico, por ejemplo el documental etnográfico o histórico.

La función de **comunicación**: manifiesta el interés por emitir mensajes didácticos, publicitarios o de propaganda.

Funciones de Presentación

ón Conocimiento	o Comunicación
	-
+	-
	+

En el cuadro el signo (+) representa el rol principal de los términos de presentación y el signo (-) el rol secundario.

Con las clasificaciones de Terres y Medrano podemos hacer una interrelación tentativa donde podemos observar que en los documentales de autor, hay una tendencia a la preminencia de una función expresiva (poéticos, artísticos) y/o una función de conocimiento (etnográficos, históricos), donde se busca someter la expresión del autor y la relación de este proceso con el espectador al desarrollo del proceso observado.

Mientras que en los documentales institucionales, por sus objetivos organizacionales, se puede observar una tendencia hacia la función comunicativa (educativo, publicitario o científico) donde las codificaciones establecidas en el uso del medio y las modalidades de comunicación con el espectador, además de los intereses de la institución, es lo que van a determinar el desarrollo y la presentación del proceso observado. Esta es la modalidad de documentales de la serie "Camina con BuenPie", objeto de nuestra investigación.

Terres, considera que las tres funciones: expresión, conocimiento y comunicación, están copresentes en los documentales y no son excluyentes entre sí, por lo que la relación entre las funciones y los tipos de documentales deben ser entendida bajo esa perspectiva.

3.4 El proceso de producción del documental

La producción cinematográfica involucra una acción de creación y planificación. "Es una actividad cuyo propósito es la creación de un plan para la realización de un filme que si se ejecuta genera una situación con resultados preconcebidos, que pueden o no traer efectos colaterales indeseables y/o negativos" (Cardozo, 1990: 22)

La planificación y sistematización del proceso de producción de documentales depende básicamente de la de estructura temática que se va llevar a cabo (documental antropológico, periodístico o artístico). Simón Feldman (1993:34) considera que dependiendo de la naturaleza del hecho que se va a describir se organizará el proceso de producción: "una ceremonia folklórica no exigiría un nivel de planificación similar al de un documental industrial".

Feldman (1993:34) observa el guión "como la descripción escrita de la obra a realizar (...) su contenido debe ser lo suficientemente explícito para permitir un adecuado plan de trabajo".

Existe una distinción entre *guión argumental*: el creado para un film ficcionado, donde se registran todas las variables que intervendrán en la película con la finalidad de controlarlas; y *guión documental*: pensado para servir de apoyo o esquema en un documental. Feldman (1993:35) señala el guión argumental permite una aproximación más detallada al tema; mientras que el documental "está obligado a dejar un margen mayor a lo fortuito".

Esta menor estructuración del guión documental se deriva de la imposibilidad de controlar lo contingencia de la realidad. Filmar de manera directa en el medio natural donde se manifiestan los procesos o fenómenos implica la

posibilidad de que se manifiesten efectos colaterales imprevistos que intervengan directa o indirectamente en el rodaje, es por ello que el guión documental debe de ser lo más "flexible" posible y además, tratar de suponer los diferentes escenarios que pudieran presentarse.

No obstante, esta imposibilidad de controlar las variables imprevistas, no descarta la posibilidad de enriquecer el documental pues los efectos que suceden forman parte de la dinámica misma del proceso que se describe.

A continuación describiremos una planificación que puede tener un documental dependiendo de su mayor grado de "control" sobre el tema a investigar. Aclaramos que la siguiente es una manera de describir un proceso de producción desde una perspectiva estructurada y sistemática, más cercana al guión argumental, el documental por sus características inherentes, puede o no ceñirse a ese modelo; o hacerlo hasta un nivel determinado. En la serie "Camina con BuenPie" se trabajó en función de una planificación similar.

Pre-producción

Fase preliminar donde intervienen tanto variables intelectuales, técnicas y financieras, que conllevan a la realización de una idea. Durante esta fase se elaboran estrategias que permiten "predecir" las variables y posibles imprevistos que pueden surgir antes, durante y después del proceso creación cinematográfica.

Este período sigue varias etapas:

• Debate de ideas y elaboración del guión:

Feldman(1993:34) recomienda para la elaboración del guión documental perseguir los siguientes objetivos:

- a) determinar de manera clara y explícita la finalidad del documental y el público al que se va a dirigir.
- b) describir detalladamente las escenas y los elementos previsibles.
- c) describir sólo tentativamente la escenas poco previsibles.
- d) completar el guión cuando ya se tienen todos los elementos materializados en imágenes y sonido.
- Determinación del tipo de producción: de autor o institucional o en coproducción. Esta gestión es la labor fundamental del productor.
- Contratación³² de personal y pemisología. Se selecciona el personal técnico, de

³² Este punto es de importancia, especialmente por los derechos de autor de la obra documental. Para una mayor información sobre este aspecto consultar: Antequera (1993):

producción, talentos y extras. Se gestionan todas las instancias legales para la filmación: permisos y contratos

- Plan de pre-producción: se elabora un esquema operativo que incluye todas las actividades que deben cumplirse para realizar el documental. Se planifica y establecen pautas de producción y rodaje, mediante técnicas de cronogramas. El plan de pre-producción permite visualizar el tiempo total de realización del audiovisual.
- Elaboración de costos de producción y presupuesto: se definen y calculan las distintas partidas mediante un desgloce presupuestario.
- Desgloce de guión y plan de rodaje: el director, su asistente y el productor organizan el desempeño del rodaje en función de los recursos y la posibilidad de articularlos en el momento preciso.

Producción

En esta etapa se lleva a cabo la implementación del plan de rodaje y se registra la efectividad del mismo. Durante esta fase se desempeña la elaboración tangible de la idea abstracta del guión a través de la articulación de toda la logística prevista en el plan de producción estructurado. Mediante el registro del productor de campo y la elaboración de informes diarios se evalúa el desempeño de la producción.

Post-producción

Fase última del proceso de producción. En esta etapa se realiza el revelado y copiado de la película para ser dispuesta en el montaje. Se seleccionan y estructuran las secuencias en función de lo preestablecido en el guión y a los cambios que durante la producción y post-producción se sucedan. Se organizan los planos de una manera secuencial lógica con el fin de cumplir el fin último del documental: transmitir la realidad captada. Finalmente, se distribuye y exhibe.

Tal como explicamos anteriormente, esta organización de la producción es una estrategia flexible, en muchos casos el documental no seguirá algunos de los pasos anteriormente descritos. No obstante, consideramos que las tres etapas básicas: pre-producción, producción y post-producción deberían generarse en la mayoría de los documentales debido a las condiciones de selectividad, estética y posición autoral inherente a este género audiovisual.

[&]quot;El nuevo régimen del Derecho de Autor en Venezuela".

3.5 Posibilidades educativas del documental en la televisión infantil

El documental es un excelente recurso en la elaboración de mensajes de interés didáctico debido a que representa una realidad de modo explícito y veraz. La premisa de verdad inherente al documental da crédito a los mensajes que transmite. Esto es de suma importancia para contribuir en la formación de criterios claros y cercanos a la objetividad.

Los modelos conductuales que se presentan en el documental son tal cual suceden en la realidad, igualmente las consecuencias que se derivan de ésta. Esto permite al niño hacer una interpretación de los efectos que se deriva de esa conductas.

El documental muestra realidades que muchas veces son imposibles de acceder directamente por el niño. Puede conocer desde lugares distantes, como las Pirámides de México, el desierto del Sahara o la Luna; hasta "introducirse" dentro del cuerpo humano y viajar por el torrente sanguíneo.

Por su posibilidades de representación, el niño tiene una fuente importante de conocimiento histórico en el documental. Mediante representaciones de épocas remotas el niño puede comprender mejor los procesos del devenir de la humanidad.

El documental también es fuente valiosa para la estimulación en la toma de una actitud crítica hacia el mundo y su esencia humana. Gracias a los documentales, se han podido guardar imágenes de especies casi extintas, sucesos culturales y sociales difícilmente posibles de recrear. Esto resulta de gran valor ya que el niño puede interpretar lo pasado y optar por un presente y un futuro mejores.

La posibilidad de poder expresar de una manera artística una realidad, puede motivar la percepción del niño y capturar su atención. El lenguaje audiovisual puede, ser explotado oportunamente en éste género lo cual puede resultar muy significativo, tanto en la posibilidad de despertar el interés del niño; como en la de contribuir en el enriquecimiento estético del niño.

El documental puede ser un medio eficiente para la búsqueda del entendimiento de las diferencias e igualdades que existen en todas las culturas. El niño de igual manera como puede conocer su contexto histórico inmediato, puede comprender culturas diferentes a la suya y adoptar una actitud pro-social. A este respecto Flaherty considera que el mundo de hoy necesita de la comprensión entre los pueblos, "debido a su misma naturaleza, el documental se halla en condiciones de aportar una contribución importante, tal vez la más importante en

ese sector" (Colombres, 1985: 57-58).

4. LA FUNDACION DEL NIÑO

4.1 Misión, visión, objetivos, financiamiento

La "Fundación del Niño", es una institución privada sin fines de lucro con una sola misión y un mismo objetivo: los niños. Desde su creación en 1964, ha prestado atención y protección integral a la infancia venezolana mediante diferentes programas asistenciales, educativos, culturales y recreativos.

Con una sede y 22 seccionales distribuidas en todos los estados de Venezuela, la "Fundación del Niño" mantiene su vínculo con el niño venezolano.

Misión

Bajo el principio fundamental "devolver a los niños su derecho a ser niños", esta Institución se ha trazado la misión de

"Ofrecer atención a la infancia venezolana para contribuir a su desarrollo integral, y en especial brindarle oportunidades para que disfruten de su derecho a la recreación".

Visión

"Consolidarnos como una organización con cobertura nacional, que desarrolle programas que respondan a las necesidades de los niños y la comunidad".

Valores institucionales

- * La Familia como célula del desarrollo social.
- * La equidad y la solidaridad.
- * La identidad nacional.
- * La paz individual y social.

Objetivos generales:

- * Contribuir a la promoción y defensa de los Derechos del niño.
- * Formar valores y actitudes favorables al desarrollo social, tales como: trabajo, cooperación, solidaridad, tolerancia, autoestima.
- * Propiciar el desarrollo físico y mental a través del deporte.

- * Contribuir a la educación integral de los niños.
- *Fomentar en los niños los juegos y tradiciones venezolanas
- *Cultivar el amor por el país propiciando el intercambio entre niños de diferentes regiones.

Programas

Para cumplir estos objetivos la "Fundación del Niño" ha diseñado a lo largo de su existencia varios programas a nivel nacional que brindan atención a un total de 483.626 ³³ niños.

- * Centros preescolares y maternales: brinda asistencia social, educativa, nutricional y de salud a niños en edades comprendidas entre 0 y 6 años, hijos de madres trabajadoras de escasos recursos económicos. Existen 212 centros en toda Venezuela que atienden a una población de 26.241 infantes.
- * Casa de los niños: programa de educación extra escolar, dirigido a la población escolarizada y no escolarizada, entre 7 y 14 años, quienes reciben atención especializada para el uso positivo de su tiempo libre. En estas casas se les da orientación pedagógica, se les dictan talleres (teatro, canto, danza, deportes). Actualmente existen en 118 casas a nivel nacional que reciben un total de 14.414 niños.
- * Comunicación para niños: tiene como objetivo primordial proponer lineamientos para la elaboración de una política comunicacional, a través de mensajes que contribuyan con la formación y recreación del niño.
- * Cultura y recreación: ofrece una visión general de nuestra cultura, historia y tradiciones, a través de visitas guiadas a museos, galerías y sitios históricos. También organiza campamentos vacacionales y otras actividades que estimulan las habilidades y conocimientos de los niños. Atiende un número aproximado de 425.014 niños
- * Salud y asistencia social: tiene como finalidad contribuir con el bienestar físico, mental y social de los niños, a través de centros pediátricos ubicados en varios hospitales nacionales. La Fundación, además les ofrece actividades recreativas y educativas, que le permiten adaptarse el medio hospitalario. Hay un aproximado de 17.957 niños beneficiarios.

³³ Estas cifras fueron tomadas del Informe Anual 1995 de la "Fundación del Niño"

Financiamiento:

Por ser una organizacion no gubernamental (ONG) sin fines de lucros, la Fundación del Niño, no recibe ingresos directos del Estado. El dínero que se percibe es a través de donativos recaudados en las campañas que hace la dirección de Promoción e Imagen Corporativa, a empresas privadas y públicas.

4.2 Política comunicacional televisiva de la "Fundacion del Niño"

4.2.1 antecedentes: Sopotocientos y Los del Galpón

La Fundación del Niño consciente de la significación y el impacto de la televisión en la sociedad venezolana, ha tratado tener una participación en la elaboración de programas infantiles que estimulen el desarrollo social y educativo de los niños, tal como lo demuestran: "Sopotocientos" y "Los del Galpón".

"Sopotocientos"³⁴, se dio entre los años 1972-74. Auspiciado por la Fundación del Niño y producido por Educatel, el programa estaba concebido especialmente para lo niños en edad pre-escolar (3-6 años). Su objetivo era estimular la formación de hábitos y valores durante los primeros años del niño y complementar la educación recibida en los planteles pre-escolares. El programa abarcaba tópicos como lenguaje y comunicación, razonamiento y creatividad, estructura familiar, hábitos higiénicos, habilidad matemática, ambiente natural y cultural, dándole importancia al sentimiento nacional.

Se produjeron alrededor de 132 programas, cada uno tenía media hora de duración, estructurados en 3 áreas:

- Familiar: donde se presentaba a una familia venezolana.
- Parque de la imaginación, actuaban niños: Pablito y Tinita personajes de la fantasía: "Potamito", "Doña Coco" y "Rascón Corroncho".
- Títeres, canciones, dibujos animados

Todo esto bajo la concepción técnica de la educación pre-escolar y adaptado a las necesidades particulares de percepción, aprendizaje y recreación.

"Los del Galpón" se transmitió entre 1989-1993. Surgió con el objetivo de concretar una opción televisiva en la que los niños latinoamericanos se vieran reflejados.

³⁴ Para mayor información sobre Sopotocientos, consultar la tesis, Delgado, Coral (1974): "Interpretación de los valores transmitidos por el programa Sopotocientos".

Sinopsis: en un barrio de cualquier ciudad latinoamericana, un grupo de niños descubre un galpón abandonado. El lugar está lleno de objetos viejos a los que los niños le dan una nuevo uso a partir del uso de su imaginación. El galpón se convierte en el centro de juegos de los niños.

Se realizaron aproximadamente 48 programas. Primero se transmitieron por Venezolana de Televisión. Luego, Radio Caracas Televisión, adquirió 25 programas. Sin embargo, a pesar de su largo período de incubación, el éxito no fue el esperado.

Básicamente ambos programas salieron del aire por problemas de presupuesto, entre otras razones. Lo costoso de las producciones impide mantener un proyecto a largo plazo, especialmente, si el ente que lo patrocina es una organización sin fines de lucro, carente de un superávit que le permita afrontar económicamente un proyecto de televisión infantil.

Este es uno de los puntos condicionantes en la nueva política comunicacional televisiva de la "Fundación del Niño". La crisis económica impide hacer programas de televisión de larga duración, por lo que el tiempo máximo de la nueva serie es de 1 minuto, 30 segundos.

4.2.2 política comunicacional actual: programa "Comunicación para los Niños"

Como resultado de discusiones e investigaciones recientes, la "Fundación del Niño" ha determinado que el objetivo fundamental de su política comunicacional para los niños, debe ser:

"La transmisión de valores en los niños como medio efectivo para formar un ciudadano capaz de participar en la construcción de una sociedad mejor".

De este modo el venezolano que se prepare hoy, tendrá mañana la capacidad de levantar una mejor sociedad sobre las bases de esos valores.

Conjuntamente la "Fundación del Niño", intenta fomentar en la opinión pública un ambiente menos propicio a la violencia y de mayor conciencia sobre los derechos del niño. Además de ayudar e integrar en la sociedad venezolana a los grupos de la población con mayores desventajas sociales:

*los niños menores de siete años

*los niños en condiciones de pobreza extrema.

En orden jerárquico, la "Fundación del Niño" estableció los siguientes valores como prioritarios en la formación infantil venezolana 35:

- a) Sentimiento de identidad nacional: sin amor al país es imposible luchar por él. El niño está rodeado de informaciones negativas sobre su lugar de origen y sobre sí mismo, ¿cómo esperar que dentro de este contexto pueda desarrollarse un venezolano capaz? Por lo tanto es necesario mostrar a nuestros niños la importancia del conocimiento de nuestras raíces y estimular la conciencia de una identidad nacional.
- b) Bien común: conjunto de actitudes de convivencia ciudadana que el individuo debe desarrollar para poder vivir en comunidad. Es importante transmitir al niño, desde sus primeros años, que actitudes como el respeto y cumplimiento de las normas cívicas, la cooperación, el orden y todas aquellas actitudes que faciliten la vida social, especialmente en las grandes ciudades, hacen posible que se mueva a un mejor ritmo, ese inmenso engranaje que es la sociedad.
- c) Responsabilidad: una sociedad será más equilibrada y más justa, en la medida en que cada uno de sus ciudadanos esté consciente del valor de su compromiso para con ella. La sociedad es un todo que requiere de la suma de las partes para funcionar correctamente.
- d) Honestidad: este es quizás uno de los valores más maltrechos en nuestros días. Por eso, es preciso estimular en el niño la idea del trabajo y el esfuerzo constante como únicos medios de obtener el bienestar económico.
- e) Amor y respeto al medio ambiente: el medio ambiente debe ser entendido en este caso como la globalidad del entorno físico donde el niño se desenvuelve y se desarrolla: la naturaleza, los parques, las playas, los ríos, las quebradas y el entorno urbano.

Para alcanzar estos objetivos la "Fundación del Niño" diseñó el programa Comunicación para Niños, que tiene como finalidad la transmisión de mensajes a través de los medios de comunicación social, capaces de contribuir en la formación del niño, que permitan reforzar cada una de las cinco áreas consideradas prioritarias.

El programa Comunicación para los Niños tiene por lineamientos generales:

- * Alcance nacional, se pretende que la comunicación llegue a los niños de todos los niveles socio-económicos y que contribuya en su formación ciudadana.
- * Establecer nuevos parámetros de recreación, en los diferentes medios de

³⁵ En función de estos valores se diseñó la serie "Camina con BuenPie".

comunicación social, a través de mensajes positivos.

* Reflejar la filosofía de la Fundación del Niño y la labor realizada a través de cada uno de sus programas.

Beneficiarios:

Todos los niños de 5 a 14 años, de áreas urbanas y rurales, de ambos sexos, a nivel nacional.

objetivos específicos

- * Contribuir a sembrar en el niño valores idóneos que le sirvan de guía para crecer como mejor persona y ciudadano.
- * Llevar a los niños la alternativa de un entretenimiento sano y favorable a su desarrollo.
- * Mantener al niño informado sobre los acontecimientos de su comunidad, país y planeta.
- * Hacer a los niños partícipes y potenciales agentes de cambio a los problemas de su entorno.
- * Motivar a los niños, mediante el ejemplo de otros, a canalizar sus energías hacia actividades relacionadas con la cultura y el deporte.
- * Servir de refuerzo a los programas de educación formal
- * Ayudar al niño a acercarse a los valores de la cultura nacional y universal.

necesidades y expectativas:

- * Crear programas que sean de agrado a los niños.
- * Satisfacer la necesidad del público infantil, de una programación amena, que al mismo tiempo transmita mensajes que estimulen su crecimiento integral.

programas:

- * Microprogramas para televisión: que insertos dentro de la programación cotidiana, contribuyan de forma sistemática y constante, a formar en los niños valores cónsonos con el hombre que el país necesita. Por necesidades de nuestra investigación, en este trabajo sólo haremos referencia a los microprogramas de televisión de la "Fundación del Niño".
- * Periódico infantil: que constituya una posibilidad pedagógico-informativa para mentener al niño informado sobre su entorno, complementando a la vez la formación escolar.
- * Emisora de radio para los niños: que represente una alternativa en formación,

diversión y medio de expresión de los niños. Este proyecto ha sido concluido, se introdujo en CONATEL, con el fin de conseguir el otrogamiento de la F.M.

4.2.2.1. principios de diseño para los programas infantiles de televisión

and the second of the

- *Los niños deben ser protagonistas y receptores de cada mensaje. Cada micro debe involucrar uno o más niños que protagonicen una situación posible, donde el valor a transmitirse quede al descubierto, de manera clara y sencilla.
- * El caracter de los mensajes debe ser positivo y constructivo. No es necesario mostrar el hecho negativo para que descubramos su lado opuesto. La idea es buscar la visión optimista y esperanzadora.
- * El mensaje debe ser espontáneo y generarse como consecuencia de la situación mostrada, nunca debe dársele tratamiento aleccionador.

5. TEORIAS DE LA IMITACION, DESAFIO Y MOTIVACION AL LOGRO

Haremos una breve exposición sobre los principios psicológicos fundamentales sobre los cuales se sustenta el diseño de la serie "Camina con BuenPie".

5.1 Aprendizaje por observación: la imitación de conductas

El estudio de los efectos de la televisión sobre los niños se basa en las investigaciones sobre el aprendizaje por observación: el cual hace referencia a una situación interpersonal donde un sujeto (observador) aprende o adquiere las conductas realizadas por otro (modelo). Paralelamente, conoce las consecuencias (refuerzo vicario) que se derivan de ese comportamiento, las cuales sirven de estimulantes para adoptar o no ese comportamiento. (Bandura, 1978:49).

5.1.1 La imitación

Proceso mediante el cual una persona adquiere o asimila el comportamiento efectuado por un modelo. Por medio de la imitación, las personas pueden aprender conductas nuevas o bien modificar conductas ya adquiridas.

Gabriel Tarde (1900), afirmaba que la sociedad era un agregado de individuos cuya unidad procede del instinto que cada persona tiene de imitar. Los cambios dentro de una cultura son realizados por individuos altamente creadores que luego los demás imitan. De esta manera, Tarde consideraba que la sociedad era "el comportamiento 'inter-mental" de ciertos individuos unidos por una recíproca imitación" (citado por Nisbet, 1982:33).

Piaget, (1982:59-60) considera que la capacidad de imitación comienza a manifestarse en el niño aproximadamente a los dos años de edad. Su aparición y desarrollo permite al individuo la evolución de las conductas posteriores.

El proceso de imitación es básico para adquisicición del lenguaje, costumbres, estilos de vida, dentro de cualquier cultura.

5.1.2. Modelo

El carácter fundamental del modelo es servir de paradigma o patrón para la imitación o estimulación por parte de otros. El modelo puede ser vivo o real: el de contacto directo, su padre o un amigo por ejemplo; o simbólico: que pueden ser icónicos, como por ejemplo los que se manifestan mediante algún medio

audiovisual (cine, tv); o verbales, como los tomados de historias o relatos.

Características de los modelos:

Son múltiples las características -físicas, individuales, sociales- que acentúan la potencialidad de un modelo, entre las de más importancia se encuentran:

- a) nivel de competencia o experticia
- b) fama o celebridad
- c) status social
- d) connotaciones de poder social o económico
- e) edad
- f) sexo
- g) conducta afectiva
- h) grado de parentesco
- i) coincidencia de creencias con el observador

Estas características del modelo influirán en el deseo o no del observador por imitar su conducta, por lo cual puede ser considerado como un pseudo-reforzante.

5.1.3 Refuerzo vicario

Consecuencia que se produce por el comportamiento realizado por el modelo. Estimula a su imitación o inhibición. Se imitarán aquellas conductas del modelo que hayan sido positivamente reforzadas, mientras que se inhibirán aquellas que hayan recibido un refuerzo negativo (castigo) (Bandura, 1978).

Mediante el reforzamiento vicario un niño no sólo aprende una conducta a través de la observación del modelo, sino que también aprende cuándo es apropiado actuar o evitar actuar de una determinada manera o si es oportuno o no hacerlo.

Esto no significa que para que se dé la imitación tienen que estar presentes las gratificaciones o castigos, el observador puede emular la conducta del modelo mediante la simple observación, codificación y retención, aunque éste no reciba refuerzo alguno.

Son muchos los estudios que han examinado las condiciones en las que tienen lugar la imitación³⁶. Las conclusiones más generales que se han establecido

³⁶ Algunos de estos experimentos pueden consultarse en Bandura y Ross, 1963: reforzamiento vicario e imitación; Hapkiewicz, 1974 "los efectos de lo real vs la los modelos imaginarios de

confirman a la imitación como medio para explicar y suscitar cambios en la conducta social de personas de todas las edades y culturas. Tanto si los individuos observan los modelos de la vida real o de reconstrucciones simbólicas.

5.1.4. Identificación

La identificación es un proceso psíquico mediante el cual un individuo asimila la conducta de un modelo con el cual guarda un vínculo afectivo. El observador adopta atributos personales, actitudes, valores, creencias y acciones de los modelos (Mussen, 1986).

De esta manera la identificación se concibe como un intento de representar (imitación) a un modelo que es envidiado, por las gratificaciones que recibe o por el poder que tiene de recompensar a otros. Generalmente se da en una relación interpersonal que despierta un deseo de ser como otra persona a fin de gozar de beneficios como afecto, o recompensas.

Los psicoanalistas³⁷ consideran a la identificación como un mecanismo de defensa del yo³⁸, que contribuye a la configuración de la propia personalidad. El sujeto actúa paulatinamente como el modelo, asumiendo sus características esenciales.

Distinguen entre:

- a) Identificación primaria: ligada a la incorporación oral³⁹, el niño asimila las cualidades de una persona significativa (la madre) mediante la alimentación. Las personas no son vivenciados como individuos sino como alimentos. Se incorpora sólo aquella parte del objeto que resulta valiosa mientras que se rechazan aquellos aspectos valorados como negativos.
- b) Identificación secundaria: permite el paso a identificaciones más maduras, internalizando la relación con las figuras paternas e interviniendo en la estructuración del aparato psíquico. El niño desea hacer las mismas cosas que sus padres, internalizando sus actitudes ante la vida y todas las prohibiciones y normas que va unido al hecho de querer vivir de acuerdo a los principios paternos. Con la

37 Chazaud, J: Nuevas tendencias del psicoanálisis, Herder, Barcelona 1981

39 fase oral: primer esatdio del desarrollo de la líbido y la sexualidad. La relación de objeto se expresa significativamente a través de las conductas de nutrición, que contienen las primeras experiencias de amor-odio; incorporación-rechazo

agresión"; Liebert, Neale Davidson, 1976: "La tv y los niños".

³⁸ Mecanismo psicológicos inconscientes del yo (próximo a lo consciente) que pone en funcionamiento la persona para aliviar la angustia que deriva del conflicto entre las exigencias del ello (instintos primarios) que entran en contradicción con el superyo (marco moral).

resolución del complejo Edipo-Electra⁴⁰ las figuras paternas se introyectan de una manera más organizada formando parte del "super yo" (moral).

Cada persona está influida en sus lazos de identificación por distintos modelos, construyendo de acuerdo con los mismos su "ideal del yo": modelo al que el individuo intenta ajustarse y que le sirve de referencia para valorar sus realizaciones. Sobre el ideal del yo se emprende el proyecto de autorrealización en el sujeto.

Chombart (1982) Se basa en el estudio del proceso de identificación del niño con los personajes de la televisión.

Chombart afirma que hay ciertos aspectos involucrados en la relación del niño con el personaje, los cuales se revelan por medio de la interacción y esta realiza cuando el niño discrimina entre lo que para él es positivo o negativo con relación al personaje.

Los personajes y su universo de fantasía sustituyen las adversidades reales, y se trata de compensar en esa forma la frustración que el niño siente cuando abandona ese mundo imaginario.

Chombart, definió la identificación como un proceso psicológico en el cual el niño asimila un determinado aspecto a otra persona y se transforma total o parcialmente sobre el modelo de dicha persona.

El poder social: representado por la atribución de recompensas y castigos; el status: posesión de honores o reputación; sexo, la raza o estereotipos nacionales, entre otros, actúan como agentes motivantes para que se dé una identificación con el modelo que ostenta alguna de estas características.

Esto indica que la identificación es un proceso selectivo⁴¹. Los individuos disciernen entre lo que ellos les gustaría ser, y por lo tanto se identifican con el modelo que tiene los rasgos más cercanos a ese ideal, además de evaluar las recompensas o reivindicaciones que obtiene el modelo con su comportamiento.

⁴⁰ Edipo: (hijo-madre); Electra:(padre-hija) complejos que suponen un deseo sexual del niño hacia el padre de sexo opuesto. El temor, sentimiento de culpabilidad y la angustia que causa la incertidumbre del castigo del padre del mismo sexo, hace que el niño se identifique o incorpore con el progenitor del mismo sexo.

⁴¹ La identificación se hace más selectiva a medida que ocurre la madurez biológica y psicológica del individuo.

La imitación y la identificación se complementan entre ambos y le permiten al individuo lograr el aprendizaje social: métodos de socialización (Light, 1991: 31-35). La imitación permite al sujeto aprender a hacer cualquier tarea práctica, lecto-escritura, normas, comportamientos, conjuntamente el ser humano asimila o adquiere las conductas ya cuando tiene cierto raciocinio, de los modelos de identificación: personas importantes en su vida, padres, hermanos mayores, amigos o personas de su misma edad que ellos ven que se han destacado, que han tenido éxito, para ellos. El doctor Pedro Delgado⁴², dice que los niños "tratan de ser iguales al modelo que se les presenta. Por eso los niños continuamente se identifican con personajes como "Superman", o "Los Power Rangers", porque quieren adquirir las características de ese ser que les da poder, capacidad de adaptación."

5.2 Teoría de la Resistencia o del Desafío

"Lo que no mata fortalece"

F. Nietzche

Jacqueline fue abandonada por su madre alcohólica y colocada en un hogar adoptivo(foster home). Su madre biológica solamente la fue a buscar cuando el padre adoptivo asesinó a su esposa. Jacqueline fue abusada por los novios de su madre y frecuentemente pasaba hambre. No obstante, la niña salía muy bien en el colegio y tenía muchos amigos cercanos. Se casó con un hombre que ella considera su mejor amigo. Y se convirtió en la "madre para mis hijos que yo nunca tuve". Ella está muy consciente del dolor contínuo de su niñez, pero al mismo tiempo está orgullosa de cómo sacó su "...vida del fuego. Fui probada y sé que tengo una gran fuerza". (Laign, 1992: 40-41)

Jacqueline es uno de los tantos los ejemplos sobre los que se sustenta la teoría o modelo del **Desafío** o de la **Asimilación**. Este modelo, (Challenge Model), estructurado por el psiquiatra Steven Wolin⁴³ y su esposa Sybil Wolin, intenta explicar la capacidad que tienen algunas personas provenientes de familias disfuncionales⁴⁴, para construir una vida plena y significativa, a pesar de haber tenido una infancia traumática. Esta capacidad, es definida como **Resistencia** o

⁴² Dr. Pedro Delgado, médico psiquiatra, en entrevista personal realizada el 26-07-96

⁴³ Steven Wolin, M.D. profesor de psiquiatría de la Universidad de Georgetown. Sybil Wolin. M.D. Ph.D. en psiquiatría. Universidad de Georgetown

⁴⁴ El término familias disfuncionales hace referencia a las que atraviesan por problemas de pobreza, alcoholismo, narcodependencia, abusos o maltratos.

Asimilación (resilience)⁴⁵, mediante ésta no se trata de escapar o evadir el pasado difícil sin sufrir daño alguno; más bien los individuos, conscientes de su dolor, se sobreponen ante éste, y superan la adversidad. (Wolin: 1992)

5.2.1 antecedentes del modelo del Desafío

El modelo del Desafío pertenece a las teorías psicodinamistas, entre las cuales se encuentra el psicoanálisis, que le dan gran importancia a los procesos psicológicos internos de la persona. Busca la comprensión de los conflictos inconscientes, las defensas psíquicas y la motivación afectiva de la conducta normal y patológica.

La psicóloga Anne Roe, (1945) fue de los primeros investigadores en estudiar la resistencia o asimilación, en su libro "Alcohol, science and society" (Alcohol ciencia y sociedad), concluye que los hijos abandonados por alcohólicos, en manos de hogares adoptivos, logran también salir adelante al igual que los hijos de padres no alcohólicos.

En 1950, la Asociación Médica Americana (American Medical Association), reconoce, al alcoholismo como una enfermedad, poniendo el terreno para la industria del tratamiento que tomará raíces durante las próximas dos décadas.

Para los años 80, durante el gobierno de Reagan, el "movimiento de rehabilitación" había comenzado a extenderse en todo el país. Hablar sobre adicciones y otros secretos familiares no sólo era usual, sino que se puso de moda a través de los shows de conversación de televisión (TV talk shows). En "..todas partes parecía que alguien había sido afectado por algo: alcohol, drogas, comida, sexo, dinero. Hasta chocolates, ir de compras o trotar "(LAIGN, 1992: 40).

A partir de los 90 cuando se comienza a cuestionar los procedimientos afines a los movimientos de rehabilitación. Sybil Wolin piensa que el boom de la industria de la rehabilitación conllevó a que la gente exagerará sus problemas, hasta el punto "...en que se volvió ridículo, cada persona que encontraba una falla en sus padres, se volvía una persona disfuncional y cada uno decía que tenía una enfermedad. El "movimiento de rehabilitación" ha hecho que decepciones triviales se conviertan en enfermedades mentales" (Wolin:1992 citado por Laign, 1992: 41)

⁴⁵ Ambos términos son traducciones hechas del concepto "resilience", no deben ser considerados como la traducción formal de dicha palabra. Sin embargo, por necesidades de entendimiento de la investigación, las emplearemos como equivalentes de "resilience"

5.2.2 el modelo del Desafío o de Asimilación: cómo los sobrevivienfes de familias con problemas superan la adversidad

El enfoque del Desafío está basado en entrevistas y datos recopilados durante 20 años de experiencia clínica y 3 estudios patrocinados por el gobierno sobre 30 individuos y más de 200 familias, efectuado por los doctores Steven y Sybil Wolin.

El modelo del Desafío, una teoría del yo, profundiza en el proceso del "espejo" descrito de manera extensiva por los psicoanalistas. El modelo propone que la capacidad de asimilación "evoluciona a partir del momento en que el niño reinterpreta la imagen distorsionada que de sí mismo ha recibido durante su interrelación con sus padres (familiares o medio ambiente). Metafóricamente, cada fuerza que compone dicha capacidad se comporta como una "espejo alternativo", en el cual los niños pueden encontrar imágenes más satisfactorias de sí mismos" (Woliny Wolin, 1992).

Atribuye una gran importancia a la interpretación subjetiva, de acuerdo a lo establecido por Jerome Kagan en su propuesta, el desarrollo psicológico debería evaluar el poder de las impresiones subjetivas del niño sobre su propia conducta, en lugar de medir influencia objetiva de los padres sobre los niños (The Nature of the Child, Basic Books, 1984)

Wolin, considera que en el modelo del Desafío la familia y/o el contexto nocivo no es estimado únicamente como una fuerza destructiva ni determinista: el hijo de narcodependientes, tenderá a ser narcodependiente, sino que se transforma en una oportunidad de crecimiento para los niños.

Los sobrevivientes padecen al crecer en una familia disfuncional y están conscientes de sus heridas durante toda su vida, sin embargo, para estos niños la hostilidad de su contexto vital y familiar, es un reto que los impulsa a experimentar y a responder activa y creativamente.

Wolin, cuestiona el modelo de Rehabilitación porque hace énfasis en las consecuencias psicológicas negativas permanentes en los niños que crecen en familias disfuncionales o en un medio muy desfavorable. Este enfoque lo denomina como el modelo del Daño y lo supone como una "profesía del desastre". En este modelo los niños son pasivos y carecen de recursos para ayudarse a sí mismos. En consecuencia su destino es sufrir y crecer como adultos psicopatológicos.

Estudios clásicos, en el campo del alcoholismo han demostrado que los niños de padres alcohólicos tienen 2 a 4 veces más posibilidades de convertirse en dependientes de la bebida que los hijos de padres no alcohólicos. Estos resultados

han apoyado al enfoque de la Rehabilitación o del Daño.

Sin embargo, Wolin dice que las cifras anteriores significan que entre 15% y 30% de los hijos alcohólicos repetirán el patrón paterno de adicción. Pero "¿dónde queda el otro 75% de los niños que logra romper con los patrones del pasado y distrae el interés de los investigadores para descubrir cómo lo hacen?". Esto intenta, precisamente de descubrir la teoría del Desafío o de la Asimilación. (Wolin y Wolin, 1992)

EL MODELO DEL DAÑO		
Familia disfuncional — daña — Niño — sucumbe	Adolescente	
Contexto adverso	Adulto	
Patologías		
126		
EL MODELO DEL DESAFIO		
Familia disfuncional — daña — Niño — sucumbe	Adolescente	
Contexto adverso es un reto se recupe	ra Adulto	
Patologías		
capacidad de asimilación		

5.2.3. El "Yo" resistente o asimilador

El modelo del Desafío supone que los niños que han logrado condicionarse a situaciones de extrema dificultad y las han superado, lo hacen mediante "fuerzas" humanas (capacidad de adaptación). De ahí el nombre "Yo asimilador" (o resistente), "aquel "yo" que es capaz de afrontar ciertas circunstancias negativas y de sortearlas con éxito mediante sus capacidades personales" 46. Según Wolin y Wolin, (1992) estas fuerzas que permiten al individuo adaptarse al medio nocivo son las siguientes:

a) Penetración e intuición

Una especie de refinamiento psicológico que comienza cuando el niño tiene la sensación inicial de que la vida de su familia es extraña, o poco normal. Esta fuerza se transforma paulatinamente en un conocimiento sistemático del problema de la familia, hasta convertirse en: empatía, capacidad para entenderse a sí mismo y a los demás, y tolerancia hacia las ambigüedades.

⁴⁶Dr. Pedro Delgado, médico psiquiatra, en entrevista personal realizada el 26-07-96

b) Independencia

Capacidad de separase de la familia: se inicia con el distanciamiento selectivo durante períodos de gran tensión (abusos de narcóticos, sexuales) o ruptura familiar, se evidencia posteriormente con el desprendimiento emocional y un mayor alejamiento físico, y culmina con la capacidad de vivir "aparte" de la familia y de relacionarse con sus miembros de manera racional y voluntaria y no como consecuencia de presiones internas o exigencia irracionales.

c) Relaciones afectivas

Facultad de establecer relaciones amistosas y satisfactorias con los demás. Se inicia con intentos selectivos de vinculación con personas ajenas al núcleo familiar o con los propios padres cuando se encuentran en condiciones emocionales para hacerlo. Paulatinamente se manifiesta una búsqueda activa de comunicación con otras personas, hasta culminar en la creación de lazos afectivos mutuamente gratificantes, caracterizados por intercambios balanceados y una preocupación madura por el bienestar de los demás y el suyo propio.

d) Iniciativa

Tendencia a buscar el logro, alcanzar la superación y el liderazgo. Comienza con experimentos de ensayo y error en el medio físico, pasando por conductas dirigidas hacia ciertas metas en una gran variedad de actividades, hasta culminar en el disfrute de nuevos proyectos y el gusto por resolver problemas más difíciles.

el Creatividad

La visualización y resolución de conflictos internos mediante formas estéticas. Se inicia con el juego dramático destinado a ofrecer compensaciones por alguna carencia. Continúa a través de intentos de auto expresión artística y culmina con la reafirmación del arte como una alternativa de vida plena.

f) Humor

Ver lo cómico en lo trágico. Un derivado de la creatividad, el humor también comienza con el juego, evoluciona hacia la capacidad de ver la conducta de la familia como absurda y culmina con la habilidad de reírnos de nuestro dolor emocional y nuestras desgracias.

g) Moralidad

Una conciencia informada que se manifiesta inicialmente como la capacidad de discernir entre el bien y el mal, dentro y fuera de la familia; se va construyendo un sistema de valores basado en principios morales y culmina en un proyecto de vida para servir a los demás, a la comunidad y a la sociedad.

Adicionalmente, el sociólogo Robert Ackerman, de la Universidad de Pennsylvania, piensa que algunos mecanismos de defensa considerados como inconvenientes tales como "negación", "regresión", o "evasión" pueden en realidad considerarse como comportamientos funcionales si el niño de manera efectiva los utiliza para poder sobrevivir en un ambiente enfermo (Laign, 1992:42)

5.2.3.1 el yo asimilador: Innato o aprendido

Estas fuerzas de adaptación siguen una evolución durante la interacción del niño con su contexto físico y familiar. Wolin dice que estas fuerzas se incorporan al Yo y tienden a hacerse permanentes en el individuo bajo el concepto de "capacidad de adaptación".

Wolin no cree "que uno puede crear algo nuevo en otra persona, si no tienes el talento para ser creativo, no te vas a convertir en artista. Pero hay muchas características parcialmente desarrolladas, que pueden desarrollarse más allá y ser aplicadas a problemas actuales para buscar una solución." (Laign, 1992: 41).

De hecho las "escuelas deberían enseñar a los niños cómo superar algo malo", diçe el terapista Herbert Gravitz. "Resistencia (o Asimilación) no es una característica innata. Es una capacidad que nos ganamos y que se consigue trabajando contínuamente" (Laign, 1992: 41).

El psiquiatra Pedro Delgado, piensa que la capacidad de adaptación de una persona, más bien, es el producto o una unidad entre lo que ha aprendido en su medio ambiente (socialización) y su personalidad básica: cualidades innatas.

La terapista Jane Middelton-Moz en su libro "Will to survive" (El deseo de sobrevivir), dice que muchos niños que vienen de problemas toman consuelo y fuerza de una variedad de fuentes no convencionales. Le preguntó a sobrevivientes de familias en una encuesta que cómo desarrollaron estas características de resistencia: a varios los ayudó una mascota cuando se sentían mal, otros recibían consuelo de la naturaleza; otros, de libros. (citado por Laign, 1992:42).

5.2.3.2 características del niño resistente o asimilador

En 1984 el investigador, James Anthony identificó cinco características de los llamados "niños invulnerables". Según Anthony, los niños resistentes:

* Saben atraer y utilizar el apoyo de los adultos.

*Tratan de manejar o dominar su ambiente. Tienen sentido de su propio poder y muchas veces se ofrecen a ayudar a los demás.

- * Desarrollan un alto grado grado de autonomía a temprana edad.
- * Se involucran en varias actividades o proyectos y les bien en la mayoría de las cosas que intentan hacer.
- * Son sociables con los demás y hacen sentir bien a los demás. (Laign:1992:41)

5.2.3.3 terapia

El método terapéutico que se sigue en el modelo del Desafío se dirige a identificar y sacar provecho de los intentos exitosos de superar el pasado que hayan realizado los sobrevivientes. Al identificar las fuerzas en los individuos, el Modelo les brinda la energía para sobrellevar las frustraciones y exigencias propias del proceso de cambio de sus vidas.

La terapia del Desafío, incluye un componente educativo. En lugar de enfatizar las heridas de la infancia; se concentra en ayudar al sobreviviente a vivir sano psicológicamente como adolescente y como adulto. "Saber cómo dañan las familias disfuncionales a los niños es de poca utilidad para enseñarles a protegerse contra los conflictos de sus padres y desarrollarse integralmente (...) El conocimiento sobre los procesos adaptativos, al contrario, es una excelente herramienta para enseñarles a superar la adversidad asociada con la vida diaria en un hogar con problemas" (Wolin y Wolin, 1992),.

5.2.3.4. limitaciones de la Resistencia o Asimilación

¿Todos los niños que tienen buenas capacides de adaptación durante su niñez crecen y se convierten en adultos fuertes? Esta es una pregunta que aún los investigadores no han podido responderse de manera clara.

Algunos estudios han encontrado que:

- * Niños que han sido considerados resitentes durante los primeros cinco años, mostraban un bajo en desenvolvimiento o funcionalidad para el momento en que llegaban al tercer grado.
- * Mientras que 22 de un grupo de 41 niños abusados, eran considerados "competentes" de 10 los 12 meses, solamente 4 de 18 continuaban siendo "competentes" para el momento de su ingreso al pre-escolar.
- * La mayoría de los 62 personas que respondieron que eran resistentes como niños, estaban saliendo adelante con sus responsabilidades adultas a la edad de 30 años. Pero un número significante dijo que no estaba satisfecho con sus vidas.

⁴⁷ El término "competente" en el sentido de nuestra investigación se refiere a ser capaz de solventar su situación de adversidad; o capacidad adaptativa (resilience).

(Laign, 1992: 42)

Esto indica a la mayoría de los investigadores que la "resistencia" (capacidad de asimilación) es una cualidad mutable que fluctúa con el tiempo y las circunstancias.

Esto se adecúa con la premisa no determinista en el que se sustenta el modelo del Desafío: no todo el que atravesó por una situación traumática, necesariamente se enferma o fracasa; igualmente no toda persona que logra salir adelante ante una situación adversa, será "resistente" o invulnerable toda su vida. Sin embargo, el enfoque del Desafío trata de estimular a los individuos a descubrir y aprovechar sus capacidades adaptativas para poder solventar la situación traumática o de crisis situacional.

5.3 Teoría de la motivación al logro

Esta teoría guarda una relación con la teoría del Desafío, ya que en ambas el individuo entrenta una adversidad o una necesidad, mediante sus potencialidades internas.

McClelland (1974: 24), uno de los exponentes de la teoría de la motivación, dice que la motivación o necesidad de logro "consiste en un patrón de pensamientos y de sensaciones que se asocia con la planificación y el esfuerzo en la consecución de un meta de excelencia".

Esta fuerza o impulso (motivación-necesidad de logro) organiza la percepción, el aspecto cogniscitivo y la acción de manera que la situación insatisfactoria existente sea modificada según el interés del individuo.

La motivación al logro figura entre los motivos aprendidos socialmente, los cuales son intrínsecos a la condición humana. Su aprendizaje se inicia durante las primeras experiencias infantiles a través del sistema educacional informal del país (la familia, los medios masivos de comunicación, las interacciones de grupos de diferentes niveles) y se van integrando a la personalidad del individuo.

La motivación al logro es un proceso paulatino y moderado donde el individuo va adoptando patrones de excelencia, donde existe una relación comparativa con lo ejecutado anteriormente. El individuo se traza metas u objetivos medianos que le permitan alcanzarlos con empeño. Estas experiencias se van grabando en sus personalidad y sirven de incentivo en el planteamiento de nuevos retos.

Debido a su condición social, existen diferencias entre culturas, clases o grupos sobre la manifestación de esta necesidad (McClelland, 1974:23). La

motivación al logro está relacionada con la jerarquía de valores⁴⁸ de una sociedad, de ahí que sean diferentes, tanto la intensidad como la concepción misma de logro, entre los distintos grupos sociales.

Partiendo de la cultura occidental, McClelland, establce el siguiente patron característico al individuo motivado al logro (dentro de este hemisferio)

5.3.1 La persona motivada al logro

McClelland, resume las cualidades que caracterizan al Individuo motivado al logro: Síndrome de la motivación al logro, en:

- Actuación en términos de excelencia: se exige niveles altos en el cumplimiento de su objetivo.
- Responsabilidad individual: tiende a ocupar posiciones en las que pueda asumir directamente las responsabilidades de lo que hace.
- Controla su destino: es consciente de su acción sobre el medio, no abandona los hechos a las situaciones de la fatalidad o al azar.
- Riesgo moderado: asume los retos en los que está consciente que puede conseguir éxito.
- Se contempla un futuro a mediano y largo plazo: las tareas que inicia las visiona con límites de tiempo amplios.
- Actitud objetiva y realista: evalúa racionalmente sus límitaciones y las exigencias del medio y coordina su actuación de acuerdo a ambas.
- Retroalimentación constante: la superación de nuevos retos le permite apreciar su evolución personal al compararlos con los de experiencias pasadas.

McClelland, considera que la motivación al logro puede inculcarse en cualquier persona, a través de la educación informal: familia, medios de comunicación social y trato con demás personas o grupos; la educación formal: estímulos progresivos de los docentes y mismo sistema educativo; o mediante la orientación psicológica.

⁴⁸ La jerarquía de valores está tratada en el 1 er capítulo de esta investigación.

II. PROPUESTA AUDIOVISUAL "CAMINA CON BUENPIE"

2.1 Proceso de diseño

"La Fundación del Niño" ha decidido rescatar un espacio en la televisión para comunicarse con la población infantil y contribuir con la formación de ciudadanos capaces de responder con asertividad a las demandas de Venezuela en su proceso de desarrollo. Respondiendo a ese objetivo, un equipo de profesionales de la empresa cinematográfica "Cinesa" 49, trabajó durante seis meses para diseñar una nueva serie infantil que se adaptara a las necesidades y espectativas de los niños venezolanos.

2.1.1 Argumentos que justifican la elaboración de un programa infantil

- La crisis socio-económica impera cambiar estructuras morales individuales y grupales mediante modelos que motiven la búsqueda del cambio.
- La ausencia de mensajes positivos que le permitan al niño visualizar una esperanza de logro frente al bombardeo constante de malas noticias, catástrofes, guerras, delincuencia, las cuales aumentan la frustración y la percepción fatalista de la vida.
- Demostrar la importancia de la solidaridad y del apoyo familiar en el proceso de formación de los niños.
- La ausencia de una conciencia de nación que le permita al niño crecer con la visión de alcanzar un proyecto de desarrollo colectivo. Es preciso elaborar mensajes y programas que contribuyan con la formación del sentido de identidad nacional.
- La crisis de valores que vive el país redunda en el aprendizaje de valores tomados de otras sociedades, con situaciones distintas, que no se amoldan con nuestra idiosincracia y contexto histórico. En necesario inculcar valores positivos en la infancia, cónsonos con nuestra realidad como nación que orienten su comportamiento de una manera adecuada.
- La tendencia a la pasividad y a estar encerrados en casa, limita las posibilidades de desarrollo personal de los niños. Estimular el buen uso del tiempo libre mostrando diferentes alternativas, es una de los objetivos que deberían tener presentes los programas infantiles.

^{49 &}quot;CINESA" (Cines, Sociedad Anónima), es una productora cinematográfica creada el 19 de marzo de 1958, bajo la idea de Ernesto Oteyza y en sociedad con Luis Guillermo Villegas Blanco. Tiene una amplia trayectoria en el ámbito de las producciones institucionales, entre las que se destacan "Petróleo en Gotas" (Maraven), "La Imagen Geográfica" (Banco Provincial) y "CVG Guayana para Venezuela" (CVG).

- •La presencia de la televisión en los hogares venezolanos, aproximadamente el 90% posee televisor. Además, el niño dedica más tiempo a ver televisión, en busca de distracción y entretenimiento, que a otro medio de comunicación social.
- La ausencia en la programación infantil venezolana de alternativas de aprendizaje y conocimiento. Los programas infantiles de televisión sólo cumplen una parte de las necesidades de los niños: el entretenimiento. Son necesario, por lo tanto, mensajes que contribuyan a complementar el vacío de información y conocimiento.
- Responder a las necesidades y filosofía de la "Fundación del Niño", institución cuya objetivo priomordial es ofrecer atención integral a los niños venezolanos.

2.1.2 Estrategia creativa para la realización de nuevo proyecto audiovisual infantil

"Cinesa" consituyó un grupo multidisciplinario, para la elaboración de una nueva propuesta comunicacional infantil que se adaptara a la política comunicacional de la "Fundación del Niño". El equipo estuvo integrado por:

Dr. Pedro Delgado (psiquiatra), Diego Fresán (publicista), Carlos Oteyza (cineasta), lic. Maite Rotaeche (comunicadora social), Freddy Véliz (creativo) y Mario Marval (asistente de producción).

Las discusiones se basaron en la lectura y estudio de materiales teóricos y prácticos, de allí que, previo a cada reunión, hubo un trabajo de búsqueda, selección y análisis de informaciones. Se consultaron instituciones relacionadas con niños, especialistas en la producción de televisión infantil y se evaluaron varios programas de televisión.

Los principales aspectos analizados fueron:

- * Público infantil. Estadios de desarrollo, gustos televisivos actuales, necesidades de entretenimiento y educación.
- * Características socio-educativas de la población venezolana. Niveles de pobreza, deficiencia de la educación nacional. Necesidades posibles de satisfacer con la televisión.
- * La Fundación del Niño: objetivos, filosofía, misión, política comunicacional.
- *La televisión infantil extranjera y venezolana. Características de los programas infantiles de televisión: quién los transmite, cuál es el mensaje,

relación con los gustos de los niños. Discusión sobre algunas series audiovisuales infantiles: "Los del Galpón" (Fundación del Niño), "Hay que oír a los niños" (R.C.T.V), "El Club de los Tigritos" (Venevisión), "Nubeluz" 50. Dibujos animados como "Los Simpsons". Micros de la "Unicef". Programas de teleteatro de la Televisión Cubana. Igualmente se analizaron testimoniales con adultos: serie de "Lagoven" realizada por Cinesa

- * Discusión de la teoría " El yo asimilador". Se observó el video referente a esta, teoría de título: ¿Cómo superan la adversidad los sobrevivientes de familias con problemas?".
- * Ventajas y desventajas de los testimoniales, de la ficción y de los dibujos animados.
- * Posibilidades de utilizar los medios de comunicación social para la formación ciudadana.
- * Proceso de imitación de conductas e identificación con pares, y modelos simbólicos.

2.1.3 Principios generales de diseño

Como resultado de las discusiones se fundamentaron los principios generales de las propuestas a diseñar:

- Estimular a la acción enseñando modelos de conducta que persiguen crear actitudes positivas hacia la solución de problemas.
- Evidenciar el valor y la utilidad de las potencialidades internas de la persona frente a las dificultades.
- Entretener y educar al espectador infantil. De una manera amena, divertida mostrar mensajes que les permitan al niño conocer y aprender experiencias que le sirvan para su crecimiento personal

2.1.4 Propuestas audiovisuales

Luego de las discusiones de varias ideas, se crearon dos propuestas audiovisuales:

2.1.4.1"Cuando sea niño quiero ser"

La idea de "Cuando sea niño quiero ser" es mostrar testimonios reales de niños que asimilan alguna situación que les resulta difícil convirtiéndola en un desafío que los impulsa a querer superarla.

⁵⁰ Los episodios de Nubeluz estudiados fueron los transmitidos por Televen.

Su objetivo es demostrar a otros niños que pudieran estar en condición similar, que es posible vencer las dificultades y lograr satisfacción personal.

En cada micro un niño o grupo de niños demuestran, a través de su experiencia, que para "vencer" alguna situación adversa lo más importante es querer superarla y actuar para lograrlo. Evidencia que la superación personal es un proceso que requiere esfuerzo, constancia, disciplina y dedicación.

La serie se llama "Cuando sea niño quiero ser" porque pretende transmitir que no es necesario esperar a ser adulto para actuar y trazar metas sobre las cuales estructuar un futuro y destino mejor.

2.1.4.2 "El camino de BuenPie"

El "camino de BuenPie" muestra que cada persona tiene un potencial interior que la ayuda a resolver positivamente los conflictos internos para poder lograr sus aspiraciones. Al utilizar positivamente esa fuerza, se experimenta satisfacción personal y se participa con mayor acierto en la construcción de la sociedad.

El "camino de BuenPie" se basa en la mezcla de fantasía y la realidad, mediante la actuación de niños y la presencia del personaje "BuenPie," que representa la potencialidad interna del niño. En cada micro se presenta una historia en la cual el protagonista tiene una aspiración, necesidad o deseo. Alcanzarlo implica enfrentar un dilema porque debe elegir entre opciones que le son igualmente atractivas. Una fuerza interior, "BuenPie", interviene en el proceso de selección orientando para que la escogencia sea positiva tanto para el personaje como para la comunidad.

Esa toma de decisión se orienta por una serie de valores asociados con el logro de metas así como con el buen desenvolvimiento en el intercambio social. Esos valores son la iniciativa, la dedicación, el esfuerzo, la constancia, la disciplina, la responsabilidad, el respeto, el afecto, la honestidad, la convivencia, la cooperación, la conservación y la identidad nacional.

Ambas ideas fueron presentadas a los directivos de la "Fundación del Niño", el 1 de junio de 1995. Como resultado de la presentación se decidió hacer una combinación con ambas ideas en vista de que cada una tenía cualidades particulares de entretenimiento y aprendizaje que podían integrarse efectivamente.

De la asociación de la cualidad de veracidad del documental testimonial de "Cuando sea niño quiero ser" y la fantasía de "El camino de BuenPie", resultó una

nueva idea: "Camina con Buenpie".

2.1.5 La Serie "Camina con BuenPie"

2.1.5.1 Concepto

"Camina con BuenPie" es una serie de micros audiovisuales infantiles donde la fantasía y la realidad se complementan para captar la atención de los niños y mostrar mediante la comunicación niño-niño modelos de conducta positivos y factibles de imitar.

2.1.5.2 Objetivo

"Camina con BuenPie" tiene la finalidad de estimular a la acción mediante la presentación de niños que han logrado superar las adversidades y conflictos personales empleando sus potencialidades internas. Se busca que los niños televidentes incorporen nuevas experiencias y modelos de conducta que les permitan enfrentar los problemas y lograr salir adelante.

2.1.5..3 Descripción de la Serie

La Serie combina la fantasía con la realidad tal como es el mundo de los niños. El personaje "BuenPie" recorre Venezuela buscando niños que son ejemplo de constancia y superación y los presenta a los niños televidentes.

En cada micro el niño protagonista narra cómo logró solucionar una situación difícil gracias a sus ideas, valores, y deseos de alcanzar una meta. Los documentales testimoniales tienen fuerza de penetración, ya que cuentan con una credibilidad que otorga veracidad y aumenta las posibilidades de imitación. El espectador se da cuenta de que si un niño en condiciones similares, o peores a las suyas, pudo superarse, él también es capaz de hacerlo.

"BuenPie" le brinda a los niños poder traspasar los límites de la realidad y la fantasía, y vivir en un nuevo mundo sin barreras de tiempo ni espacio, muy similar al de la imaginación infantil.

Conjuntamente se pretende establecer la formación de una simbiosis donde el protagonista de la historia demuestra a otros niños cómo en base al esfuerzo, valores y confianza en sí mismo, se logra salir adelante; y los niños espectadores, generan una retroalimentación que le permite al protagonista esforzarse aún más.

2.1.5.4 El personaje "BuenPie"

"BuenPie" es el personaje animado, que le da magia y significado a la Serie. "BuenPie" es la fuerza interior, de cada niño. De tal manera que la animación dentro de "Camina con BuenPie" tiene tanta importancia como las historias de los niños.

Tal como observamos en la parte I, capítulo 2 ("los dibujos animados en la transmisión de mensajes educativos"), la animación tiene la cualidad de permitir hacer representaciones de conceptos abstractos como: bondad, paz, alegría, de una manera muy fácil de interpretar. Paralelamente, el público infantil siente gran atracción por los dibujos animados, ya que conjugan recursos viusuales como formas, luces y color que les estimula la percepción.

De esta manera convergen dos posibilidades: transmitir en forma sencilla significados complejos o abstractos y lograr la atención de los niños, en un mismo recurso audiovisual. A partir de estas ventajas se decidió utilizar la animación para crear un personaje que representara la energía del niño, su confianza en sí mismo, su potencialidades personales y a la vez que lograra establecer una relación de empatía entre ambos. Así nace "BuenPie".

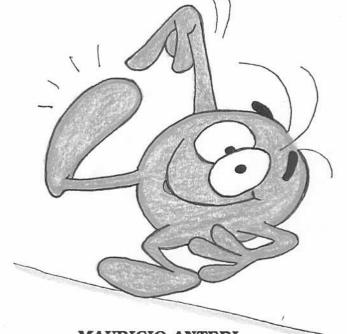
a) características físicas

"BuenPie" es un es una especie de globo de color morado con expresivos ojos, brazos y piernas largas. Carente de género o distinción particular ya que se trata que sea agradable tanto a niñas como a niños.

Se diseñó bajo los conceptos: "espíritu", "fuerza", "luz", "energía", "bondad", "bien", "inteligenia" y "amistad".

Se les dio esas ideas a los artistas: Mauricio Anteri y Jorge Blanco, para que hicieran su interpretación de éstas.





MAURICIO ANTERI

Como se puede observar entre ambos diseños hubo una gran similitud Finalmente se les mostró ambos dibujos a varios niños quienes escogieron al "BuenPie" diseñado por Mauricio Anteri.

Mauricio Anteri⁵¹, comenta que "BuenPie" nació de una manera muy particular. "Cuando uno hace los bocetos de un personaje que está creando siempre parte de un "mono", que es un dibujo muy esquemático y simple de la figura, para observar e idear los movimientos, luego se va perfilando. Como en realidad no se quería nada preciso, yo siempre volvía a este monito en los bocetos... y me dije bueno y por qué no hacer una cosa tipo monito y luego la refinas, incluyendo las expresiones que debían tener, y así fue saliendo por sí solo (...) entonces quedó como una bolita o un pedazo de plastilna que se le pueden dar diversas formas".

Esta figura esquemática tiene la ventaja que el niño la puede dibujar sin mayor dificultad como pudiera ser con otro personaje. Esto facilita la presencia de la serie en el niño y una cercanía con el personaje "BuenPie".

b) características psicológicas

"BuenPie" representa el potencial interno de la persona que lo ayuda a resolver sus problemas. Es la posibilidad que cada quien tiene de actuar con iniciativa, creatividad e inteligencia ante las dificultades.

Es un personaje muy activo, se divierte, practica deportes, pinta, viaja por Venezuela, hace amistades, es conservacionista, siembra, estudia y le gusta la música. "BuenPie" trata de abarcar todas los aspectos de la creación humana con el fin de poder llegar a todos los niños del país cuyas realidades e historias son distintas.

"BuenPie" no es un maestro, ni un "sabelotodo"; por el contrario, él representa las debilidades y fortalezas de todos los niños. Se equivoca, duda, pero sigue adelante porque "BuenPie", es la búsqueda del crecimiento personal.

cl el nombre de "BuenPie"

El nombre "BuenPie" tiene varios significados:

 Buen comienzo, generalmente cuando algo se empieza correctamente se dice que se hizo con buen pie.

⁵¹ Mauricio Anteri, en entrevista personal realizada el 04-09-96

Buente



- · Camino correcto, o andar por buen camino.
- · Buena base, paso firme o seguro.
- · Ir por buen camino, hacer el bien.

"Camina con BuenPie" por lo tanto es una invitación a andar o ir por un camino correcto con un paso firme y decidido.

Durante el diseño del personaje y de la Serie, surgió la interrogante de cómo se debería escribir el nombre del personaje. La palabra "Buenpie", pudo crear una polémica, especialmente en los niños a quienes se les enseña que antes de "p" se escribe "m", lo que resultaría "Buempie".

Se consultó al especialista de la lengua castellana, Alexis Márquez, quién indicó que aunque se puede escribir "Buenpie", por ser un nombre propio, para evitar las confusiones anteriormente descritas lo más recomendable era que, entre otras opciones, se unieran ambos términos, pero con particularidad de darle la sensación de separación a la vez, mediante la escritura con mayúsculas de la primera letra de cada palabra y el subrayado de Pie: "Buen<u>Pie"</u>. De esta manera se puede mantener la individualidad de un nombre propio y evitar confusiones ortográficas.

2.1.5..5 El video clip

Como estrategia publicitaria se decidió la creación de un video clip que permitiera presentar al nuevo personaje "BuenPie" de una manera original y a la vez despertar curiosidad en los niños.

El video clip integra la animación, como recurso expresivo para atrapar a los niños, y la realidad donde varios niños interactúan con "BuenPie" mientras entonan la canción de la Serie.

"Camina con BuenPie"

letra: Freddy Véliz música: Daniel Grau

Con "BuenPie" yo vengo Con "BuenPie" yo voy

El es el esfuerzo mi fuerza interior

Me gustan los juegos y la diversión

Aprendiendo ando Aprendiendo voy

Caminemos juntos anda con "BuenPie"

únete a este grupo vente tú también.

2.1.5..6. Los documentales testimoniales

La serie "Camina con BuenPie" se basa en micros documentales⁵² testimoniales, donde se recrea la vida de niños que realizan actividades diversas que implican esfuerzo y creatividad. El documental testimonial se basa en la relato de un hecho o aspecto de la vida real.⁵³

En su amplitud como género, el documental brinda una libertad de planificar estrategias, crear estéticamente y tomar una posición ante una realidad, además de permitir poder representar o recrear dramáticamente esa verdad (Flaherty citado por Colombres, 1985: 60). Los micros de "Camina con BuenPie" se basan en esas posibilidades narrativas y expresivas por medio de las cuales se intenta mostrar de la manera más fehaciente la vida cotidiana de los niños y contribuir con la enseñanza de modelos posibles de imitar.

⁵³ De la Mota, Ignacio: "Diccionario de la comunicación", Paraninfo, 1988.

⁵² En la parte I, capítulo 3: "el documental como alternativa educativa", hacemos algunas descripciones más específicas de este género audiovisual.

Los documentales de la serie con "BuenPie", por ser producidos para la "Fundación del Niño", son del tipo *institucional*⁵⁴, de estructura temática enfocada a la educación, conforme a la clasificación de Medrano (1983:33-42). Y según clasificación de Terres(1985:57-60), su finalidad o función es de tipo *comunicativa*, la cual se manifiesta el interés por emitir mensajes didácticos al público infantil (destinatario).

Aunque en los micros de "Camina con BuenPie" hay una creación artística donde al director se le permiten algunas libertadades expresivas que le dan cierto "tratamiento de autor"; prevalece la finalidad de claridad del mensaje, y el respeto ante todo, de la realidad.

Los documentales, tienen un sistemático plan de pre-producción y producción, donde se trata de prever todas las variables posibles que intervienen dentro de la realidad del niño.

a) características de diseño

- •"Camina con BuenPie" abarca a niños de cada región de Venezuela, mostrando siempre un protagonista, una historia y un escenario diferente.
- Cada micro destaca los valores esenciales de la política comunicacional de la Fundación del Niño: identidad nacional, responsabilidad, bien común, honestidad, conservacionismo, y confianza en sí mismo. Como elementos esenciales en el proceso de superación personal.
- Aunque las situaciones contextuales que se presenten sean difíciles, el mensaje de cada micro tiene tono positivo, optimista y esperanzador.
- Se enfatizan los esfuerzos o logros actuales del niño. En los casos en que se muestran sus aspiraciones futuras queda evidenciado que es en el momento presente cuando ese niño está sentando las bases para lo que desea hacer en el mañana.
- En los micros se intenta entremezclar las posibilidades de entretener y educar de modo que el espectador se distrae a la vez que aprende. La función didáctica de los micros es presentada de una manera amena y sencilla sin que el niño la capte como una obligación a aprender. Se descarta la postura discursiva y pedagógica sobre lo que es bueno y lo

⁵⁴ En los documentales institucionales se manifiesta la necesidad de una organización por comunicar a un público determinado mensajes que le permitan establecer un vínculo entre ambos.

que es malo.

- Las historias relatadas son comunes y cotidianas, en la Serie se evitan los casos extremos o extraños a la realidad infantil de nuestra sociedad.
- "BuenPie" transmite tanto las historias donde se demuestra los triunfos de gran relevancia, como los pequeños grandes logros que los niños alcanzan con perseverancia, esfuerzo y confianza en sí mismo.
- El protagonista del documental testimonial no se muestra como un héroe, aunque el logro sea de gran alcance, el niño es presentado en la cotidianidad de su vida. Se resalta que es un niño normal.
- El ritmo de edición es dinámico y moderno para captar la atención de los niños acostumbrados a la estructura ágil de los dibujos animados.
- El lenguaje empleado es espontáneo y natural. El protagonista cuenta él mismo su historia, lo cual le brinda un caracter verídico y documental.
- La historia que se relata refleja lo más cerca posible la vida del niño. Se evita versionar, añadir frases o ideas que el niño no haya expresado libremente durante la entrevista. Con esto se intenta mantener el nivel de realismo de la Serie y mantener la naturaleza humana de los protagonistas.

b) estructura

Cada micro testimonial está integrado por:

- * Presentación animada con la canción de la serie y la participación de "BuenPie", quien filma con una cámara de cine e introduce al niño del testimonial. Esto permite darle unidad de serie, a la vez que mantiene en vigencia la animación del video clip de presentación.
- * Testimonial: se escenifica la experiencia del niño.
- * Despedida animada y crédito de la "Fundación del Niño" El personaje "BuenPie", escribe el nombre del niño y despide el micro.

c) criterios de seleccion de los niños

"Camina con BuenPie" implica un trabajo de búsqueda y selección de casos en toda Venezuela. Los paramétros que rigen esa exploración son los siguientes:

- * Niños entre 8 y 12 años, preferiblemente de nivel socio-económico medio, bajo ya que representan a la mayoría del país.
- * Destacado en cualquier actividad que desempeñe, artes, deportes, trabajo,

estudio; venciendo con su ingenio una adversidad: física, económica, familiar o cualquiera otra.

* Capacidad de expresión y comunicación. El niño debe tener viveza, espontaneidad, sin miedo escénico para poder transmitir efectivamente el mensaje. Preferiblemente debe tener un buen vocabulario acorde a su nivel educativo y a su edad.

d) proceso de entrevista y creación de guiones

Los casos de la serie "Camina con "BuenPie", son el producto de un proceso de búsqueda y selección. Se inician contactos en varias instituciones donde se realizan actividades con niños: teatros, museos, escuelas de arte, instalaciones deportivas, entre otras.

Se entrevistan a los adultos encargados directamente de dichas actividades para la presentación de la Serie y determinar la presencia de casos posibles. Sobre la base de la sugerencia de estas personas se conoce y se procede a la entrevista de los niños.

Al niño se le pregunta informalmente sobre su familia, cómo alcanzó su meta, sus gustos y dónde vive, en función de un cuestionario previamente elaborado. Se trata de que la entrevista sea sencilla y amena, de esta manera se trata que el niño sea lo más espontáneo posible.

La entrevista se graba en video (hi-8)⁵⁵ para que los miembros del equipo de producción evalúen la factibilidad de presentar la historia. Se analiza la expresión del niño, su lenguaje, espontáneidad, imagen física y aspecto psicológicos. También se infieren relaciones con el impacto e importancia de la historia y las posibilidades de que hayan televidentes en circunstancias similares a las del caso.

Luego de haber sido seleccionado el caso se visita su hogar y se habla con sus padres sobre el proyecto. Se les informa sobre la oportunidad que pudiera

⁵⁵ Aunque grabar la entrevista en video es de vital importancia en la serie, en algunos casos, se ha descartado, ya que los niños no aprobaron que su imagen fuera grabada. La norma dentro de la investigación, es informarle al niño que el video será para una prueba y carece de otro fin, sin embargo, el niño ante una situación inusual tiende a desconfiar naturalmente de la investigación. El video también tiene la consecuencia de inhibir al niño a ser espontáneo, e incluso, a ser franco en lo que dice. Para reducir ese sesgo, se realiza primero una entrevista de aproximación para que el niño tenga confianza con el entrevistador, y posteriormente, previo a su consentimiento, se realiza una segunda entrevista en video.

tener el niño de contar su historia a otros, carentes de modelos de superación. Si hay aceptación por parte de sus padres o representantes. Se procede a grabar (video Hi-8) las condiciones de vida y el área física donde el niño se desenvuelve.

Se sugiere el caso a la "Fundación del Niño", para su aprobación.

Luego del consentimiento de la Fundación, la Gerencia de Producción designa al guionista-director para la elaboración del guión⁵⁶. Se le da la entrevista transcrita, y en video (también las imágenes del espacio físico donde vive el niño). El guionista se rige por lo expresado por el niño en la entrevista, y las imágenes que sugiere son las del lugar dónde vive. Se concerta, previamente, una entrevista entre el guionista-director, el niño y su familia en el lugar donde viven. Esto permite crear un clima de confianza durante la producción y además complementar el guión.

Se presenta el guión al equipo de producción, se discute y se realizan los cambios posibles.

Luego se le presenta a la "Fundación del Niño" para su aprobación. Una vez que el cliente acepta el guión se inicia el proceso de pre-producción, producción y post-producción de los micros.

2.1.5.7 casos seleccionados para la primera fase de "Camina con BuenPie"

La fase introductoria de presenta una visión general de los casos que transmitirá la serie "Camina con BuenPie". Hay modelos para diferentes niños televidentes (artistas, músicos, deportistas, estudiantes, conservacionistas). Son de lugares y condiciones socio-económicas distintas, el único vínculo en común es su deseo de superación y constancia. 57

Micro "Cuento" (Oswin Gutiérrez): 10 años, vive en "La Candelaria" (Clase media-baja urbana), familia bien establecida. En su casa le han cultivado desde muy pequeño la importancia de conservar el ambiente. Participa en actividades de reciclaje,

⁵⁷ Por razones de costos y presupuesto los casos seleccionados son del área metropolitana y de zonas cercanas. Para la fase II, se tiene contemplado seleccionar niños de otras regiones de Venezuela.

Guión técnico. En la serie "Camina con BuenPie" no se hace guión literario.
Por ser un guión documental, no es rígido como el guión argumental, sin embargo, durante la producción se trata de respetarlo lo más íntegro posible.

culturales, deportivas y en trabajos comunitarios. Gracias a una tarea escolar ganó un premio del diario "El Nacional" por escribir un cuento con mensaje ecológico.

Micro "Violín" (Nicolle Rodríguez): 12 años, vive en "Los Teques" (Clase media-baja urbana), familia bien establecida, su papá la motivó para que se interesara por la música clásica. Tiene gran sentido de la responsabilidad y compromiso. Mantiene constancia, estudia música desde 1991. Excelente organización del tiempo. Integrante de la "Orquesta Sinfónica de Miranda", que es para mayores de 18 años y primer violín de la "Orquesta Sinfónica Nacional Infantil de Venezuela", ha viajado al exterior representando al país. Dirigió la Orquesta infantil cuando vino el Papa Juan Pablo II en 1996.

Micro "Pintura" (Maikel Benífez): 13 años, huérfano de ambos padres. Vive con su abuela y sus primos en el 23 de Enero (clase baja-urbana). No se dejó influenciar por el medio en que vive, descubrió en la pintura un medio de alcanzar logros. Autodidacta, buscó ayuda para perfeccionar su técnica. Juega beisbol. Ganador de un concurso de pintura en España.

Micro "Estudio" (Carmen Mileidi Blanco): 9 años, niña de clase baja-rural. Sus padres viven de la agricultura. Camina entre una hora y media y dos horas para llegar a la escuela. Es una niña feliz y alegre a quien le gusta aprender. Alumna promedio de 3 ^{er} grado. Vive en Petaguire.

Micro "Nado Sincronizado" (Flor González): 12 años, vive en Colonia Tovar, padres agricultores, (clase media-baja, semi-rural), la televisión le mostró un deporte que no conocía: el nado sincronizado. Constancia: desde 1990 se dedica al deporte. Campeona centroamericana. Vive lejos de su centro de entrenamiento: "Parque Naciones Unidas". Su familia carece de recursos económicos. Para poder viajar a competir ha tenido que buscar ayuda en la comunidad donde vive. Alumna destacada. Meta: participar en las Olimpíadas.

Micro "Canto-cuatro" (Rafael Vicente Badra): 12 años, vive en Petaquire (clase media-baja-rural), familia bien establecida, autotidacta, aprendió a tocar cuatro con un manual. Quedó en segundo lugar en dos concursos de música venezolana, estudiante promedio, le gusta el fútbol, tiene sentido de identidad nacional.

Justificación de los casos

- Todos estos niños, a través de sus pensamientos y acciones, demuestran que son capaces de superar obstáculos y alcanzar logros cuando emplean sus potencialidades internas.
- Tienen cualidades de modelos de identificación para otros niños, viven en condiciones similares a la mayoría de los niños de Venezuela y el entorno les ofrece las similares posibilidades y dificultades. La diferencia es -y ese es el aspecto que puede generar admiración y deseos de imitación- que han conseguido logros personales mediante su inspiración, motivación y constancia pese a las dificultades que los rodean.
- Son modelo concreto de las consecuencias de la iniciativa, el esfuerzo, disciplina y dedicación.
- Realizan actividades variadas y en algunos casos poco comunes, con esto se demuestra a los niños la existencia de posibilidades distintas por medio las cuales desarrollarse integralmente.
- La condición socio-económica varía desde la clase media hasta la baja, incluye tanto áreas urbanas como rurales.
- Cinematográficamente es posible hacer micros de gran impacto visual debido al tipo de actividad que los niños hacen, a los escenarios donde se desenvuelven y a la diversidad de sus historias.
- Son niños con facilidad de expresión, naturalidad y representan la tipología antropomórfica venezolana.

2.2 Descripción del proceso de producción

Es necesario señalar que no tuvimos acceso a la información sobre el presupuesto designado a cada objetivo comunicacional de la serie, ni tampoco de la serie en conjunto.

El desarrollo de la producción de la serie "Camina con BuenPie" se llevó a cabo en un lapso de un año y cuatro meses.

Para describir esta evolución, dividimos el proceso en función de la preproducción, producción y post-producción de cada uno de los objetivos audiovisuales trazados:

- Video clip
- Micro piloto
- · Micros documentales (testimoniales)
- Coletillas presentación y despedida

2.2.1 Producción del video clip

El video clip de la Serie, por ser estímulo para despertar curiosidad y presentar al nuevo personaje "BuenPie", tuvo un cuidado especial para el equipo de producción.

Por estar compuesto de una animación y una parte en vivo conformada por niños, el video clip llevó más tiempo de producción que otros trabajos. Se inició en septiembre de 1995 y se concluyó definitivamente en junio de 1996: 9 meses.

Fallas en el concepto comunicacional, en la animación, técnicas, y especialmente de talento, originaron la creación de tres versiones:

2.2.1.1 Primera versión

"BuenPie" camina sobre paisajes de Venezuela, hace varias actividades: pinta, siembra, nada, trabaja, estudia... luego pasa al vivo (estudio de filmación) donde varios niños caminan al ritmo de la canción. (Animaciones de flores, árboles, mariposas, sirven como decorado a la escenografía). Los niños divisan a otro que está aislado, "BuenPie" incentiva a los niños a que lo ayuden y lo integren al grupo. Invitan al niño apartado y todos juntos con "BuenPie". Finalmente el personaje se posa sobre un fondo con niños fijos (anexo N° 1).

a) pre-producción

El personaje "BuenPie" se creó en abril de 1995. En julio se ideó lanzar la serie a través de un video-clip que despertara intriga en la población infantil. El guión se concluyó en agosto de 1995.

Animación: la animación del video clip se inició en octubre y finalizó en diciembre de 1995.

Vivo: a principios de noviembre se contactaron alrededor de 30 niños con edades comprendidas entre 5 y 12 años, de ambos sexos, para actuar en la parte en vivo del video clip. Los niños no tenían experiencia actoral. La gran mayoría eran familiares y amigos de empleados de "Cinesa" y de la "Fundación del Niño". Esto se debió a dos razones: una presupuestaria, se argumentó que contrar a niños actores hubiera elevado los costos y la otra, de concepto: la "Fundación del Niño" no quería que en el video clip hubiera niños "estrellas" ya que se intenta mostrar a niños "normales", para hacerlo más cercano e identificable con los niños venezolanos.

- -Designación del personal técnico (anexo 2).
- Equipo técnico a utilizar (anexo 2).
 - Alquiler de estudio de la "Cuadra Creativa" en Altamira.
 - Presupuesto. (Compra de pintura para escenografía, pago de servicios profesionales: para pintor y electricista, catering y obsequios para el talento)

b) producción

. El video clip se filmó el día 10 de noviembre de 1995.

Lo más difícil de la producción fue controlar que los niños "vieran" y señalaran algo ficticio: tenían que imaginarse el lugar donde estaría el personaje "BuenPie".

La necesidad de repetir varias veces los planos fue cansando a los niños.⁵⁸ El talento no estaba acostumbrado a la dinámica de una filmación.

c) post-producción

Las imágenes del video clip se transfirieron a video en "Octavo Arte, c.a", el día siguiente, domingo 11 de noviembre, de 1995.

La post-producción de la parte en vivo del video clip se efectúo en "Top Production, c.a" ese mismo día.

⁵⁸ El equipo de producción previó esta posible consecuencia, se llevaron juegos y se hicieron varias dinámicas de grupo con la finalidad de distraer a los niños.

La edición fue desaprobada por el equipo de producción de la Serie. El ritmo era lento y los niños lucían desanimados y sin vida. Además, por la dificultad de controlar que los niños vieran al mismo lugar, al mismo tiempo, ocasionó problemas de raccord.

Por otro lado, hubo un error en el cálculo de duración de los dibujos animados.

Se efectúo una segunda edición, a finales de diciembre, tratando de buscar más dinamismo en el vivo. Se insertó la animación faltante con los tiempos adecuados. Sin embargo, tampoco fue del agrado del equipo de producción.

En enero de 1996, el cliente rechazó el video clip, por considerarlo apático y lento.

2.2.1.2 Segunda versión

Se decidió hacer un cambio en el concepto del video clip: planos cerrados de los niños realizando diferentes actividades: jugando, corriendo patines, saltando una cuerda, etc. Finalmente, se integraban en grupo. Al plano último de esta versión, se le integró el plano final de la versión anterior.

Se designó a otro director, Freddy Véliz, en vista que el director Alejandro Bellame, tenía compromisos profesionales.

Esta filmación mantuvo similares condiciones técnicas y escenográficas.

a) pre-producción

Para esta versión no se hizo quión.

Se solicitaron varios de los niños que participaron en la producción anterior, (5 niños y 5 niñas).

- Alquiler del estudio de "Cinesa Video".
- Designación del personal técnico (anexo 2)
- Equipo técnico a utilizar (anexo 2)
- Presupuesto. (Compra de pintura para la escenografía, honorarios o profesionales: pintor y electricista, catering).

b) producción

La segunda versión se rodó el día 23 de enero de 1996.

Esta filmación resultó más efectiva que la anterior desde el punto de vista de su desempeño. La menor cantidad de niños y la carencia de un argumento preciso,

facilitó el trabajo.

c) post-producción

Se post-produjo durante esa misma semana, en "Cinesa Video".

Esta versión no fue del agrado del equipo de producción, se sugirió no presentarse a la "Fundación del Niño"; sin embargo, la Empresa, decidió presentarlo.

A principio de febrero de 1996 se mostró el video clip al cliente. Nuevamente fue rechazado el producto, por razones similares a las del anterior: lentitud y falta de vida.

Se decidió cambiar el concepto del video: disminuir la escena en vivo y darle mayor presencia a la animación.

2.2.1.3 Tercera versión

Se mantiene la animación, pero se crean situaciones nuevas: "BuenPie" toca guitarra, teclea uná computadora, y lee un libro. El vivo cambia totalmente, (se reduce su tiempo previsto): primeros planos de niños, que giran sobre un rueda, interpretando la canción de la Serie. Al final "BuenPie", entra en cuadro y se abraza con dos niños.

a) pre-producción:

Se designó a Eduardo Morreo, como director y guionista de la tercera versión del video clip, en marzo de 1996.

Se eligió el parque "El Caballito" de Altamira.

Se escogieron 20 niños de dos colegios de la zona. Tampoco se hizo un casting para elegir niños con experiencia en el medio audiovisual, por las razones antes mencionadas.

- -Permisología. Se gestionó la autorización de los padres para la participación de los niños en el video clip, también se solicito permiso a la asociación de vecinos de Altamira, para poder hacer el rodaje dentro del parque.
- Designación del personal técnico (anexo 3)
- Equipo técnico a utilizar (anexo 3) .
- Solicitud de presupuesto. (Compra de obsequios niños y

catering).

a) producción

Se realizó el día sábado 23 de marzo de 1996. De 9 am a 1 pm.

Uno de los errores de la producción fue no haberle dado a los niños la canción de la serie con antelación⁵⁹. Se perdió tiempo en enseñarles la canción del programa. También hubo errores al escoger niños muy pequeños: 4 años (edad mínima).

Durante la filmación hubo un problema de iluminación, por estar en condiciones naturales se tuvo que proyectar la luz con pantallas, el reflejo del sol incidió de manera directa en los ojos de los niños lo que ocasionó una rígidez en las facciones.

b) post-producción:

La edición no tuvo aceptación por el equipo de producción. Los niños no estaban en su mejor momento, o no mostraban alegría. La falta de expresividad se incrementó por la inicidencia de la luz.

Se trató de agilizar el ritmo con una segunda edición, pero la limitaba el hecho de que los niños tenían una correlación con la letra de la canción (play back). No todos los niños lo hicieron como se esperaba, lo que obligó a dejar espacios vacíos.

Se decidió filmar un complemento para solventar los espacios vacios. Se tuvo que esperar hasta mayo, porque el director tenía compromisos personales.

a) pre-producción complemento

Para la filmación del complemento se decidió recurrir a los niños del coro de la "Casa de los Niños de Caricuao". En esta oportunidad se les dio la canción con antelación. Unicamente, cantarían las estrofas que no tenían imagen.

-Permisología. Se gestionó la autorización de los padres para la participación de los niños en el video clip, también se solicito permiso a la asociación de vecinos de Altamira, para poder hacer el rodaje dentro del parque.

- Transporte para los niños. (Transporte de la "Fundación del

⁵⁹ Se solicitó a la Gerencia de producción permiso para darle la canción a los niños, pero fue negado porque se quería cuidar el anonimato de la Serie.

Niño"

- Designación del personal técnico (anexo 3)
- Equipo técnico a utilizar (anexo 3)
- Solicitud de presupuesto. (Compra de obsequios niños y catering).

b) producción complemento

El complemento se filmó el 4 de mayo de 1996.

Se emplearon menos pantallas reflectantes con respecto a la vez anterior.

Hobo rapidez en la interpretación de la canción y dinamismo en la actuación del talento.

c) post-producción complemento

La edición se realizó a finales de ese mes y a principios de junio 1996, debido a la ausencia de pautas de post-producción en "Cinesa Video".

"La Fundación del Niño", finalmente aprobó el video clip, a principios de junio de 1996.

2.2.1.4 Proceso de animación

"BuenPie" se inicia con bocetos de la manera convencional en papel y lápiz, sobre mesa de dibujo.

Luego los bocetos se "scannean" y se archivan en la computadora.

Comienza, entonces, la fase de coloreado electrónico de los dibujos. En "BuenPie" se utilizaron las aplicaciones de diseño gráfico: "Photoshop", "The Animation Stand", "After efects", este último especializado para composición, se emplea, entre otras cosas, en la integración del vivo (micros documentales) y la animación de "BuenPie". "Srata Studio Pro" y "Electric Image" permiten hacer composición de luz, dar sensación de tridimensionalidad y hacer "rendering", 60 de la figura animada.

Luego, de que se concluye la animación se pasa a video: Betacam SP, (norma NTSC).

⁶⁰ El "rendering" es un proceso lógico de calculos pre-concebidos que efectúa la computadora acerca de un objeto (forma, color, iluminación) y cómo va a ser presentado tridimensionalmente.

2.2.1.5 Observaciones sobre el video clip

Desde nuestro punto de vista el principal problema en la realización del video clip, fue la elección del talento. Se descartaron niños con experiencia actoral por las razones anteriormente explicadas. Sin embargo, si inferimos los costos⁶¹ de todas la producciones del video clip; y la contrastamos con el pago posible de niños con experiencia en el medio, posiblemente hubiera sido más económico pagar a los actores. La experiencia de los niños hubiera garantizado una reducción en las fallas de actuación, lo que redunda en la disminución de tiempo y costos de producción.

Un inconveniente que influyó constantemente durante el desempeño de producción del video clip, fue la edición. Se dependía exclusivamente de la sala de post-producción de "Cinesa Video". Generalmente, tenían otros trabajos, y había que esperar la oportunidad para editar.

Por otro lado la premisa de lo sencillo es mejor se cumplió en el video clip. La primera y segunda versión implicó escenografía, alquiler de estudios, animación para la escenografía, y la "actuación" de un argumento. Mientras que el concepto menos ambicioso: niños girando en la rueda de un parque público, fue el que finalmente consiguió agradar al cliente.

2.2.2 Producción de los micros testimoniales

La estrategia de producción se fundamentó en un enfoque sistemático, pero previendo la posibilidad de alteraciones o cambios en el lugar de rodaje, debido a que en todo documental, la contingencia de la realidad está siempre presente. Todos los guiones de la Serie, fueron creados con esa perspectiva de "flexibilidad" ante las circunstancias naturales y la imposibilidad, algunas veces, de controlarlas.

2.2.2.1 Micro piloto: "Pintura"

La finalidad del micro piloto es mostrar al cliente, el concepto de una manera menos abstracta.

Por se una producción demostrativa, el micro piloto, fue realizado en video: Betacam SP.

a) pre-producción

Durante la primera semana de junio de 1995 se entrevistaron varios niños entre los cuales se seleccionó a Maikel Benítez, para realizar su historia.

⁶¹ No tuvimos acceso a la información del costo total de las cuatro filmaciones (2 versiones y 2 complementos).

A finales de ese mes se escribió el guión del micro piloto (anexo 4) a cargo de Osman Llevaneras (guionista-director).

- Visita de locaciones
- Permisología (se solicitó la autorización para poder grabar en el bulevar de Catia, y en el Liceo donde estudia Maikel).
- Designación del personal técnico (anexo 5)
- Equipo técnico a utilizar (anexo 5)
- Presupuesto (catering, imprevistos, pinturas para Maikel)

b) producción

La grabación del micro se realizó durante los días 17, 18 y 19 de julio de 1996.

El día 17 se hicieron los planos en su liceo y en su residencia en el "23 de enero".

El día 18 se grabó en el boulevar de Catia, casa de amigo de Maikel.

El día 19 se grabó en la Av. Boyacá, y escalinatas de casa de Maikel.

El día 20 de julio se grabó la voz de Maikel, en los estudios de "Bolívar Films".

c) post-producción

La edición del micro se realizó la 21 de julio de 1995, en "Cinesa Video".

La primera edición no fue satisfactoria para el equipo de producción. Exceso de imágenes -el micro sobrepasó el tiempo establecido-, y lentitud en el ritmo, fueron las objeciones hechas. La Empresa decidió designar a otro director para que se encargara de la edición (Freddy Véliz).

Se hizo una segunda edición, en la que se redujo el tiempo y se dio dinamismo a las imágenes.

Se le presentó a la "Fundación del Niño", durante la segunda quincena de agosto de 1995. En esa presentación fue aprobada la serie "Camina con BuenPie".

El micro piloto fue considerado como apto para ser transmitido por televisión.

Se decidieron algunas modificaciones, en base a las opiniones dadas en sesiones grupales⁶² de niños, durante el mes de febrero 1996. Estas modificaciones no se hicieron sino hasta abril: eliminación de algunas imágenes del micro.

En junio de 1996, se compuso la música original y se hizo la mezcla definitiva. La

 $^{^{62}}$ La parte II describe los opiniones y resultados de las sesiones de grupos de discusión.

música del micro tuvo dos versiones en vista que el tono de la primera versión era triste y acentuaba la dureza del micro.

2.2.2.2 Micro "Canto-Cuatro"

El micro "Canto y Cuatro" se filmó en Petaquire, Edo. Aragua. Por ser una zona rural carente de télefono, se hicieron dos viajes de pre-producción para coordinar la logística de la filmación y poder suponer los posibles inconvenientes que pudieran surgir.

a) pre-producción

El niño rafael Badra se entrevistó el 16 de octubre de 1995.

1 er viaje pre-producción: en marzo 1.996, se informó a la familia que el niño había sido seleccionado para que contara su historia. A mediados de marzo se empezó a escribir el guión (anexo 6). En abril de 1996, se le presentó al Cliente. Se solicitaron algunas modificaciones.

2º viaje de pre-producción: el 30 de abril, se viajo nuevamente a Petaquire, esta vez se informó a los padres de los niños (micro "Canto-cuatro") las fechas de la producción: martes, 7 y miércoles, 8 de mayo: Canto-cuatro" .Durante este viaje se coordinó:

- Hospedaje (personal Técnico)
- Autobús de Carayaca, ya que formaba parte de una escena.
- Escuela, posibilidad de ambientar las clases.
- Designación del personal técnico (anexo 7)
- Equipo técnico a utilizar (anexo 7)
- Presupuesto (hospedaje, viáticos, imprevistos, obseguio a talento)

b) producción

La producción se realizó los días 7 y 8 de mayo. Se cumplió con lo estimado en el plan de rodaje. No surgieron inconvenientes que alteraran significativamente lo planificado en el guión.

c) post-producción

Luego de haberse hecho la transferencia a video se hizo la edición a mediados de mayo.

Se compuso la música original en junio, La post-producción final: inserción de coletillas de presentación y despedida, arreglos de sonido y mezcla, se concluyó a

principios de julio, 1996.

Abrobación de la "Fundación del Niño", en julio de 1996.

2.2.2.3 Micro "Estudio"

Carmen Mileidi Blanco, se entrevistó por primera vez el 22 de julio de 1995

Este micro se filmó a continuación de la producción de "Canto-cuatro", los días jueves 9 y viernes 10 de mayo de 1996, tiene similares recurso técnico y de personal (anexo 7)

a) pre-producción

Los viajes de preproducción se realizaron en las mismas fechas que en el anterior. Se entrevistó el director Alejandro Bellame, con Carmen Mileidi Blanco, para hacer una mejor aproximación a su vida y escribir el guión (anexo 8).

b) producción

El jueves 9, se filmó en el salón de clases de Carmen Mileidi, alrededores de la escuela, y en el Club donde reside la niña.

El viernes 10, se rodó en casa de la abuela de Carmen Mileidi, diferentes lugares del camino de Petaquire.

Al igual que en el anterior no hubo inconvenientes imposibles de solventar.

c) post-producción

Luego de haberse hecho la transferencia a video se hizo la edición a mediados de mayo.

Se compuso la música original en junio.

La post-producción final: inserción de coletillas de presentación y despedida, arreglos de sonido, y mezcla, se concluyó a principios de julio, 1996.

Aprobación de la "Fundación del Niño", en julio de 1996.

2.2.2.4 Micro "Violín"

El micro "Violín" se filmó simultáneamente con el micro "Estudio" (9 y 10 de mayo)

Se realizó en Los Teques: residencia de Nicole, "Orquesta Sinfónica de Miranda", liceo donde estudia Nicole y varias calles de la ciudad. Y en Caracas: Teatro Teresa Carreño.

a) pre-producción

Nicole se entrevistó por primera vez el 2 de noviembre de 1995.

A mediados de marzo de 1996, la guionista y directora, Geika Urdanta, se entrevistó con Nicole. Luego, se comenzó a escribir el guión (anexo 9).

En abril de 1996, se presentó el guión a la "Fundación del Niño". Se solicitaron algunas modificaciones.

Luego de la aprobación del guión se realizaron viajes de pre-producción a Los Teques para organizar la filmación:

- Permisología. (Socilitud de autorización de la Prefectura para filmar en la calle, vista a la Orquesta de Miranda, y liceo de Nicolle).
- Designación del personal técnico (anexo 10)
- Equipo técnico a utilizar (anexo 10)
- Presupuesto (imprevistos, obsequio a talento)

b) producción

La filmación se realizó los días 9, 10 y 13 de mayo. **No tuvo ningún** inconveniente posible de solventar.

El 9 se filmó en casa de Nicole, Alrededores de su edificio, calles de Los Teques y Liceo

El 10 se rodó en la sede de la Orquesta Sinfónica Juvenil de Miranda

El 13 se filmó en el Teatro Teresa Carreño

c) post-producción

Se hizo la transferencia a video, post-producción y mezcla de sonido la segunda quincena de mayo.

A este micro no se le compuso música, ya que la misma fue grabada de la Orquesta Sinfónica de Miranda. Se concluyó a finales de mayo de 1996.

El cliente lo aprobó en mayo de 1996

2.2.2.5 Micro "Cuento"

a) pre-producción

Oswin Gutiérrez, se entrevistó el 23 de octubre de 1995.

En marzo de 1996, el director Alejandro Gamero, se entrevistó con el talento y se realizó el guión (anexo 11).

El micro tiene 6 locaciones: residencia de Oswin, "Escuela Experimental Venezuela", alrededores de "La Candelaria", playas y vía del Litoral Central, parque "Los Caobos" y centro de reciclaje "Recrearte en Reciclaje"

Se realizó dos de pre-producción a La Guaira

- 1^{er} viaje de pre-producción, el día 26 de abril, para buscar locaciones.
- 2º viaje de pre-producción: el día 10 de mayo, para gestionar permisología.
 - -Designación del personal técnico (anexo 12).
 - -Equipo técnico a utilizar (anexo 12).
 - Presupuesto (viáticos, imprevistos, obsequio a talento).

b) producción

La filmación se realizó los días 21 y 22 de mayo de 1996. Durante la filmación tampoco hubo inconvenientes relevantes que alteraran el rodaje.

El día 21 se filmó en casa de Oswin, Escuela Experimental, alrededores de La Candelaria, Taller de Reciclaje

El día 22 se filmó en las playas del Litoral, y vía a La Guaira.

c) post-producción

Se hizo la transferencia a video, post-producción y composición de la música original durante la segunda quincena de mayo.

Presentó inconvenientes de audio. Oswin Gutiérrez, repitió dos veces el audio del micro por razones de salud, sin embargo, no resultó óptimo el resultado, lo que motivó que su hermano, Oswaldo Gutiérrez, hiciera el doblaje.

La post-producción se culminó a principios de julio, 1996.

La "Fundación del Niño" aprobó el micro en julio de 1996.

2.2.2.6. Micro "Nado Sincronizado"

a) pre-producción

Flor González se entrevistó el 31 de octubre de 1995.

En marzo 1996 se viajó a "La Colonia Tovar" para entrevista del director Alejandro Bellame, con Flor González. Se elaboró y aprobó el guión (anexo 13) en abril de 1996.

-Permisología (Se solicitó permiso a la dirección del "Parque Naciones Unidas", para filmar dentro y fuera de la piscina).

- -Designación del personal técnico (anexo 14)
- -Equipo técnico a utilizar (anexo 14)
- Presupuesto (viáticos, imprevistos, obsequio a talento)

b) producción

La filmación del micro se realizó los días:

28 de mayo: planos de la casa de Flor y en los alrededores de "La Colonia Tovar".

29 de mayo: planos subacuáticos e imágenes de las instalaciones del parque "Naciones Unidas".

Se cumplió con lo estimado en su plan de rodaje y no surgieron inconvenientes.

c) post-producción

La edición del micro comenzó la primera semana de junio de 1996. La composición de la música original, los arreglos de sonido y mezcla final se hizo a mediados de julio. La inserción de coletillas de presentación y despedida se efectuó a finales de ese mismo mes.

La "Fundación del Niño" aprobó el micro a finales de julio de 1996.

2.2.2.7 Observaciones sobre los micros testimoniales

A diferencia del video clip los micros se produjeron en el tiempo relativo estimado. No hubo inconvenientes, ni refilmaciones que hicieran retrasar las producciones.

La planificación anticipada, y la comunicación constante con los protagonistas de los micros, con la excepción de los casos de Petaquire, permitieron controlar las variables y prever posibles problemas durante la filmación.

No obstante, consideramos que se pudieron haber terminado en un tiempo / menor. El cliente aprobó los casos en diciembre de 1995, pero la Empresa designó a los guionistas-directores cuatro meses después: marzo 1996. Otro mes tomó la elaboración y entrega de los guiones: abril 1996.

2.2.3 Coletillas de presentación y despedida

La finalidad de las coletillas es establecer la interacción entre "BuenPie" y los niños de los testimoniales. Darle unidad de serie. Mantener vigente la música del video clip e introducir y despedir a los niños de los micros.

Las coletillas presentaron fallas que motivaron la creación de 2 versiones:

2.2.3.1 1ª versión

Varios niños corren en un parque, llegan frente a una laguna y "BuenPie" salta sobre el agua y escribe el nombre del niño del micro.

a) pre-producción:

Locación: se elegió la laguna del "Club Monte Claro" (Hoyo de La Puerta).

Se escogieron niños del Colegio Sinfonía, para servir de talento en la producción.

- Permisología (solicitud de autorización para filmar en la Laguna. permisos de los niños por parte de sus padres)
- Alquiler de transporte para los niños y personal técnico.
- Catering.
- -Designación del personal técnico (anexo 15)
- Equipo técnico a utilizar (anexo 15)
- Presupuesto (imprevistos, obsequio a talento).

b) producción

La filmación se realizó el día viernes 24 de noviembre de 1995. En el tiempo estimado y de manera satisfactoria.

c) post-producción

La edición de las coletillas y la mezcla de la música tuvo lugar durante el mes de diciembre de 1995, en "Cinesa Video"

La "Fundación del Niño", no aprobó las coletillas porque la consideraron "sin 'vida", y no le gustó el concepto comunicacional luego de verlo realizado.

2.2.3.2. 2ª Versión

"BuenPie" camina al lado de imágenes de la animación del video clip, con una cámara de cine, enfoca y entra en cuadro el niño del micro. En la despedida "BuenPie", escribe el nombre del niño.

a) pre-producción

La idea (bocetos) de la 2a versión se le mostró al cliente en mayo de 1996. b) producción

La animación y la música de las coletillas se terminó el 10 de junio de 1996.

La música fue rechazada por el equipo de producción por no parecerse a la música del video clip. Se compuso otra en julio de 1996, la cual fue aprobada por el equipo de producción.

c) post-producción

Se insertaron las coletillas a cada uno de los micros a finales junio y principios de julio de 1996.

La "Fundación del Niño" aprobó las coletillas y todos los micros en julio de 1996.

ETAPA DE LA PROBUCCIÓN DE CAMINA CON BUENPIE ETAPA DE INVESTIGACION PARA LA REALIZACION DE LA PROPUET A. J. MESES I MORZO MOYO I SEI otrecieron dos propuestos e la recionest atlasmes y view de exid Resultado, publición comunicamiento dos propuestos en uno solo ETAPA DE PREPARACION DE LA NUEVA PROPUESTA MUSES Se ofreció uma propuesto con recursor y mos espírato. Resultado, esprebación de la nueva piliato. Resultado, esprebación de la nueva piliato.

Animación 7 MESES Y MEDIO nor tubre-cinembre 1995) !
Música (8 maquetar nelec nr. 1 NES | agosto 1995)
Versiones: 8 MESES PARA LOGRAR LA VERSION DEFINITIVA POR PALLAS EN LA PARTE EN VIVO

1 entre versión: diumentara 1995
1 researción dialegrária 1995
2 um versión: entre 1995
2 um versión: entre 1996
1 superbaion; estal 1996
1 ma agos mayo 1996

ETAPA DE BUSQUEDA DE CASOS PARA LOS TESTIMONIALES. ANALISIS Y SELECCION

(PASARON 4 MESES DESPUES DE LA APPORA CION DE LOS CASOS PARA QUE SE DESIGNARAS LOS GUIDANSTAS - DIRECTORES DECEMBRO 1 195 - hosto monto 1996)

TARA DE PRE-PRODUCÇION Y PRODUCCION DE CINCO MICROS

SEGUNDA PARTE

"EVALUACIÓN SERIE CAMINA CON BUENPIE"

METODOLOGÍA

1. Objetivo

- 1.1 Conocer los gustos de los niños sobre los programas de televisión.
- 1.2 Hacer un breve análisis sobre el nivel de aceptación de la serie de televisión "Camina con BuenPie" y el "video clip" de presentación⁶³, y poder hacer inferencias sobre la posibilidad de ser aprobada por el público al cual se dirige.

2. Método de análisis: la investigación cualitativa

En nuestra evaluación de la serie "Camina con BuenPie" decidimos adoptar el enfoque cualitativo de diagnóstico, ya que nos interesa conocer las opiniones, juicios e impresiones de los niños sobre la Serie, y a partir de éstas, sentar bases para un estudio más representativo en un futuro.

El método de investigación cualitativo se fundamenta en el enfoque pospositivista surgido entre los años 50 y 60 de este siglo. Este paradigma considera al conocimiento como el producto de " una interacción, una dialéctica, o diálogo entre el conocedor y el objeto conocido" (Martínez, 1991:15). De gran utilidad cuando interesan las características y la dinámica de los procesos, "...más que sus resultados o cantidad de productos". (Barrios, 1991:16).

El método cualitativo de investigación se caracteriza por:

a) La factibilidad de hacer una investigación exploratoria o sin hipótesis previas. Especialmente, cuando se enfrenta un tema poco estudiado, se comienza con interrogantes que se irán desarrollando en el transcurso de la investigación. Se recaudan y organizan los datos, para luego formular posibles hipotésis para una investigación posterior.

b) El trabajo sobre una muestra no necesariamente representativa. Los datos de la investigación cualitativa tienden a ser "más profundos y descriptivos que los cuantitativos lo cual permite una mejor comprensión de los procesos" (Barrios, 1992: 17)

En la investigación cualitativa, la muestra se considera poco representativa no por los elementos y características que tiene, sino por el bajo porcentaje de personas u

⁶³ Con esto pretendemos conocer si la serie "BuenPie", concuerda con los que los niños les gusta ver en la tv y además, precisar sus opiniones acerca de la Serie.

objetos que forman parte del estudio. Lo cual imposibilita que se hagan afirmaciones cuantitativas relacionadas con la significación de los hallazgos de la investigación o aseveraciones más generalizadas.

- c) El análisis cualitativo de los datos. En las ciencias humanas, la descripción verbal permite una riqueza conceptual con precisión de detalles y matices, que es más apta y adecuada para representar un fenómeno o realidad humanos, de la que se pudiera llegar con una descripción numérica. Los números abstraen partes de la realidad y obvian el contexto, "...que es el que le da significado a esos mismos números". (Martínez, 1991:119)
- d) Empleo de técnicas poco estructuradas de recolección de datos. Se brinda a los encuestados libertad en sus respuestas: cuestionarios abiertos. Con esto se puede conocer las libres opiniones o interpretaciones de los encuestados, en base a las cuales se elaboran las explicaciones de los procesos.

Algunas de las herramientas más usuales dentro de la investigación cualitativa son la entrevista personal, la observación participante, los grupos de discusión -focus groups-, la entrevista profunda y otras fuentes de información.

La investigación cualitativa puede mejorar la profundidad de los resultados cuantitativos de una investigación. Un análisis de tipo cuantitativo puede mostrar los niveles de desventaja de un producto frente a otro; mientras que uno cualitativo puede precisar el por qué de esa deventaja, a través de la interpretación de las opiniones de los clientes, por ejemplo.

3. Técnica de recolección de datos

El análisis se llevó a cabo en dos etapas:

En la primera etapa: se hizo una recolección de las opiniones de un muestra reducida de la audiencia, sobre los bocetos del personaje y el micro piloto de la Serie, mediante la técnica de los grupos de discusión.

En la segunda etapa, realizamos una encuesta abierta de opinión -no estructurada- a un número mayor de niños con la finalidad de hacer inferencias en base a una muestra mayor. En esta encuesta se exploraron las impresiones sobre el "video clip" concluido, y los micros testimoniales.

3.1 Primera Etapa: grupos de discusión

Las sesiones de grupos de discusión consisten en reunir un pequeño grupo de personas para conversar sobre un tema determinado. Mediante esta interacción

con el grupo se pueden conocer, las debilidades y fortalezas de un producto o servicio, su situación ante la competencia o si el mensaje ha sido entendido. En un período de tiempo relativamente breve.

Parte de las premisas de que si se quiere entender a los televidentes hay que escucharlos y que la información que proporciona un grupo, es diferente a la suma de los individuos que la conforman.

Generalmente se reúne a un grupo entre 8 y 12 personas con características similares que representan al universo que se quiere captar. Un moderador estimula la discusión y orienta el tema, mediante un cuestionario. Sin embargo, muchas de las las preguntas surgen de la interacción con el grupo. Las opiniones se recogen en cualquier formato accesible: video, grabaciones, notas. El cliente puede observar preferiblemente en forma indirecta, la dinámica y sacar él mismo sus conclusiones⁶⁴.

La entrevista de grupos de discusión tiene las siguientes ventajas:

- a) Espontaneidad: en vista de su informalidad y bajo nivel de estructuración en el desempeño de las preguntas y respuesta, los entrevistados interactúan en confianza con los demás, y exponen sus opiniones libremente.
- b)Sinergía: el producto de las informaciones dadas por el grupo son cualitativamente distintas, a las que las individualidades puedan dar. De esto se genera una gama más amplia de información, comprensión e ideas.
- c) Rapidez: el hecho de entrevistar a varios individuos en conjunto, permite hacer más rápido el proceso de recolección y análisis de datos.
- d) Bajo costo: es más económico reunir un grupo de personas, en un lugar, y hacer una sesión; que ir a diferentes lugares con varios encuestadores, a realizar la investigación.

Al finalizar la sesion se elabora un reporte que incluye datos personales de los participantes, información completa de la sesión, actitud y comportamiento de los participantes hacia el moderador y codificación y análisis de la información.

3.1.1 Justificación

Una de las necesidades vitales en la producción del proyecto, era que se construyera en función a las opiniones y gustos de los niños. La inmediatez en la recaudación de los datos, la economía y la sinergía, a la que se puede llegar

⁶⁴ Para mayor infromación sobre la estructura de los grupos de discusión, consultar a Kinnear-Taylor, 1994: "Investigación de Mercados", Lemoin, Wallesca: "Los focus grops en la investigación de mercados políticos" y Hernández y otros (1991): "Metodología de la investigación"

(Kinnear-Taylor, 1994: 290), (Lemoin, 1993: 34) en las sesiones grupales, hizo que se eligiera esta herramienta para cumplir este objetivo.

- 3.1.2 Objetivo: conocer las opiniones, impresiones y reacciones de un grupo de niños al presentarles el personaje "BuenPie", el nombre de la serie, el micro piloto, el tema musical y "el video clip".
- 3.1.3 Muestra: 60 niños, con edades compredidas entre 4 y 12 años, de ambos sexos, y de diferentes niveles socio-económicos. Divididos en 5 sesiones.
- Primera sesión el 25-08-95 (1^{er} turno): 15 niños: 10 niños pertenecientes al Plan Vacacional Fundación del Niño y 5 niños, hijos de empleados de Cinesa. Edades comprendidas entre 8 y 12 años. Ambos sexos.
- Segunda sesión el 25-08-95 (2º turno): 15 niños, pertencientes al Plan Vacacional Fundación del Niño, Edades comprendidas entre 9 y 12 años. Ambos sexos
- Tercera sesión el 6-09-95 (1º turno): 10 niños del Plan Vacacional "Papagayo".
 Edades comprendidas entre 4 y 10 años. Ambos sexos
- Cuarta, sesión el 6-09-95 (2º turno): 10 niños del Plan Vacacional "Papagayo". Edades comprendidas entre 6 y 11 años. Ambos sexos.

A estas cuatro sesiones de niños se les mostró: el micro piloto, varias maquetas de música para su discusión y elección según su preferencia, y los bocetos de "BuenPie", sin movimiento alguno.

• Quinta sesión el 28-2-96: 8 niños hijos de empleados de Cinesa, edades entre 8 y 13 años. Ambos sexos. En la quinta sesión se les presentó a los niños, además del micro piloto, el video clip en proceso de culminación: la animación se encontraba casi finalizada lo que significa una diferencia con los bocetos del personaje presentados en las cuatro primeras sesiones.

3.1.4 Procedimiento seguido en las sesiones grupales

Las cuatro primeras sesiones grupales se realizaron en la sala de proyección de "Bolívar Films", la quinta se efectuó en la sala de conferencias de la misma empresa.

A la muestra se le informó que la "Fundación del Niño", estaba realizando una nueva serie para televisión producida por "Cinesa" y que se necesitaba conocer sus opiniones. Se indicó que todo lo que dijeran sería tomado en cuenta para mejorar la propuesta.

En primer lugar se enseñaron, varias veces, los bocetos de "BuenPie",

seguidamente se inició la discusión sobre el personaje: forma, nombre, expresiones, características físicas y psicológicas, los sentimientos, actitudes y valores que transmite.

En segundo lugar, se les colocó las diferentes maquetas musicales. A continuación, los niños expresaron sus opiniones.

Por último vieron el micro piloto de Maikel Benítez, "niño pintor", el cual fue comentado después.

3.1.5. Registro de los datos:

El audio de las sesiones fue grabado y posteriormente se hizo la transcripción textual.

3.2 Segunda etapa: encuestas de opinión

Se escogió la encuesta poco estructurada de recoleccion de datos, pues permite a los encuestados expresar libremente sus opiniones debido a que utiliza un formato de respuesta abierta. "Las respuestas abiertas son particularmente útiles cuando no teñemos información sobre las posibles respuestas de las personas o cuando esta información es insuficiente" (Hernández, 1991: 289).

Al igual que en las sesiones de grupo, se pretende dejar que los niños sean lo más espontáneos en sus respuestas y se evita la mediatización del observador.

La encuesta se estructuró en dos partes (anexo 16):

1ª Parte: sobre los gustos televisivos de los niños.

2ª Parte: sobre la serie "Camina con BuenPie"

3.2.1. Justificación

Con la encuesta de opinión es posible abarcar a un número mayor de niños en un lapso menor, de tiempo, con respecto a los grupos de discusión.

3.2.2 Objetivos

- Conocer los gustos televisivos de los niños y poder establecer correlaciones con el marco teórico.
- Precisar si los niveles de aceptación a las que se llegó en las sesiones grupales de discusión, sobre la serie "Camina con BuenPie", guardan relación con las impresiones dada por muestra más amplia.

3.2.3 Muestra65

Las encuestas fueron realizadas a 140 niños de ambos sexos, con edades comprendidas entre 9 y 12 años, de diferentes niveles socio-económicos, residenciados en la zona metropolitana, pertenecientes a las siguientes instituciones: "Casa de los niños, El Turpial", Coche. "Colegio Tirso de Molina", San Bernardino y "Escuela Experimental Venezuela", Bellas Artes.

3.2.4 Procedimiento

La respuesta de las encuestas se dividió en tres partes:

- a) Primero, se les pidió que respondieran la sección referente a los gustos televisivos. Se les concedió 15 minutos para responder.
- b) Luego se les mostró dos veces, el video clip de presentación de la serie, se les concedió 15 minutos para responder.
- c) Finalmente, se les presentaron todos los micros testimoniales dos veces cada uno. Se les concedió 25 minutos para responder.

Esta separación por renglones se realizó para evitar posibles inconvenientes de retención del ménsaje en los niños.

3.2.5 Codificación

A partir de la semejanza y recurrecia de las impresiones y opiniones de los niños se hizo una codificación, de las cuales se establecieron unidades temáticas o categorías. (Martínez, 1991:77-81). Mediante la categorización se pretende la elaboración de juicios e interpretaciones en la investigación (St. Louis, 1994:114-116).

El procedimiento consiste en precisar y darle nombre a los patrones generales de respuesta (patrones de recurrencia). Las respuestas se clasifican según una regla lógica, cuidando que sean excluyentes entre sí.

⁶⁵ La serie "Camina con BuenPie", está destinada a niños de edades entre 8 y 12 años, de ambos sexos, que tengan acceso a la televisión, a nivel nacional. Es de suma importancia aclarar que este es solo una parte del universo al cual se pretende llegar con la serie "Camina con BuenPie". Nos limitamos a hacer una primera observación en el área metropolitana, por razones económicas y de tiempo.

II. ANÁLISIS Y RESULTADOS

2.1 Primera etapa: sesiones de grupos de discusión

Organizamos las respuestas de las cuatro primeras sesiones conforme a las preguntas hechas, con la finalidad de visualizar las correlaciones entre éstas.

La quinta sesión se analizó a parte dado que el material mostrado a los niños fue diferente.

I Parte. El Personaje "BuenPie"

Lo primero que se les preguntó a los niños es sobre las características físicas y psicológicas del personaje "BuenPie":

a) ¿Qué piensas de BuenPie?

Primera sesión:

• "Es simpático". • "Es diferente a los demás dibujos animados, entonces es mejor porque nadie se va a aburrir". • "Me gusta mucho el color de "BuenPíe". Es muy cuchi su formita". • "A mí me gusta como es su forma de ser, su color y su propaganda". • ""BuenPie" debería ser con más forma, como más humano, aunque así está bien". • "A mí me parece que es como un insecto pero no se mueve ⁶⁶, pero nosotros con nuestras características lo vamos a hacer mover y poner en contacto con los demás niños".

Segunda sesión:

• "Su cara, su sonrisa, sus ojos, dan mucha simpatía y es muy bonito". • "Se parece una arañita". • "A mí me parece una cucarachita". • "Me gustan las características de "BuenPie", me gusta su color, sus ojos, me gustaría más si se pudiera mover..."

Tercera sesión:

• "Una hormiga". • Un señorito". • "Un gusanito de una manzana" • "Una cosa saltarín". • "Una bomba" • "Una gota de manzana". • "Una pulga". • "Una guacamaya". • "Es simpático" (varios). • "Es como un amigo que te muestra toda la ciudad. Se le nota que es un amigo porque tiene cara de angel". •

Cuarta sesión:

• "El da como un reporte a la gente para que se alegre y conozca más a su ciudad". • "Es muy amable". • "Nunca está triste". • "Es muy alegre y siempre está con una sonrisa" • "Es muy alegre, por eso es que es muy feliz". • "Una lombriz gorda". "Es bonito". "Es agradable".

b) ¿Qué significa el nombre "BuenPie"?

A los niños las cinco sesiones en ningún momento se les dijo ni se les sugirió cuál

⁶⁶ Los niños solo vieron los bocetos del personaje, por ende no tenía movimiento.

b) ¿Qué significa el nombre "BuenPie"?

A los niños las cinco sesiones en ningún momento se les dijo ni se les sugirió cuál era el significado del nombre del nuevo personaje.

Primera sesión:

- "El nombre es chévere, me llama la atención". "Yo me recordaría de ese nombre por alguien que nos ayuda". ""Camina con BuenPie", ese nombre me dice que él está visitando países o lugares para que nosotros conozcamos a muchas personas.
- •"Enseña a los niños a ir por el buen camino, que no se vayan por la delincuencia". •
 "Se ve que va a tener mucha picardía y le va a gustar a todos los niños y en cada
 niño va a dejar un mensaje por su nombre". "Cuando uno hace una buena acción,
 "BuenPie" siempre anda contigo para ayudarte".

Segunda sesión:

• "Si uno Camina con "BuenPie", significa que va recto. • "Uno debe seguir el camino de 'BuenPie' ". • " 'BuenPie', con su mirada, con su cara, refleja muchas ideas positivas, él mira las cosas y sigue ese camino, él hace lo mismo que hacen otras personas, cosas buenas y lo que yo quiero decir de la mirada es que refleja cosas muy positivas". • "BuenPie' significa: con su buena parte". • "Está muy relacionado con la gente, con lo que está pasando ahora, se ve que siempre piensa positivo". • "Cuando una persona se porta bien, él está allí".

Tercera sesión:

• "Un calzado" • "Es un nombre bonito" • "Un pie" • "Bien" • "Es un nombre bonito" • "A mí me parece excelente" • "A mí espectacular". • "Es como un hombre que te ayuda a que tu pienses en cuidarte, algo que te está ayudando a decidir"

Cuarta sesión:

"Me suena a una zapatería".
"Porque te enseña a caminar bien".
"Cuando uno hace algo mal uno dice metí mal el pie; y cuando lo hace bien, dice metí bien el pie".
"Bueno".
"Bien".

c) ¿Qué transmite "BuenPie"?

Primera sesión:

• "Lo que él me transmite a mí es mucha alegría, mucha simpatía, él ve en otros personas buenas acciones, cosas positivas. El siempre está donde las personas que hacen acciones buenas". • "Es mejor que esa propaganda sea así, no como otras que transmiten delincuencia, el sexo....es mejor que sea así, que tenga la cara alegre, no es como las demás propagandas...". • "Yo creo que él es como un

enviado de Dios, como que si Dios lo mandara para que él viera todas las acciones buenas que las personas hacen y luego las transmitiera a otras personas que no hacen precisamente el bien". • " 'Buenpie' es como un mensajero de nosotros, como un consejero, es lo que pienso...• "El muñequito expresa mucho y yo creo que al moverse él va a dar mucho más de lo que ya expresa sin moverse".

Segunda sesión:

- "Me gustaría que todos los niños lo vieran porque así ellos se sentirían más seguros en las cosas que ellos van a hacer, en sus proyectos.
- "Buenpie es un muñeco que no es racista...expresa sentimientos a quien sea.... "También va a divertir mucho a la gente y deberían verlo todos porque tiene mucha inocencia, mucha simpatía y todo..."
- Una característica que nadie ha dicho es la inocencia, él la refleja....él así muy puro. La felicidad también refleja la inocencia como en un niño pequeño recién nacido que se empieza a reir, también refleja inocencia...

Por la dinámica de la discusión el entrevistador decidió hacer esta pregunta en las sesiones 3 y 4.

d) ¿Que le cambiarías a BuenPie?

Primera sesión:

• "Me gustaría que tuviera otro color de ojos para que resaltara más, marrón o azul." • "La alfura, es como muy pequeño". • "Azul rey". • "Que hícíera una picada de ojo". • El color se lo dejaría, le pondría su gorra." • "Que la forma del pie fuera mejor, que tuviera dedos, como las manos, más o menos." • "Ropa y una gorra con su nombre y el cohete de la Fundación". • "Yo no quiero que le quiten la sonrisa de "BuenPie" porque tiene una sonrisa muy bonita". • "Que le pusieran un poquito más de pestañas." • "Me gusta así porque da la idea de que él ayuda a todos." • "También quiero que cante una canción.... que diga:camina com "BuenPie", camina como él, que empezara así." 67

Segunda sesión:

• "El color.". • "Le pongan ropa". • "No me gustaría que le pusieran ropa porque entonces no se vería unisex, si le ponen un lazo van a decir que es una comiquita para niñas, si le poneen una gorrita y unos zapatos más de varón, dirían que es para niños. No me gustaría que le pusieran ropa". • "Sin ropa destaca más su color". • "Le pondría más pelo". • "Con el pelo parado, se vería más alegre." • "Que le diera un

⁶⁷ Aún no se les había comentado que "BuenPie" tenía una canción

mensaje a los niños, sobre todo a los de catorce y quince años, que les diga que no tomen, no fumen". • "Me gustaría que hablara, que lo que expresa con su cara lo expresara también con canciones y hablando....me gustaría que le dijera a todos los niños: camina como yo, yo seguí el buen camino y ahora estoy caminando con BuenPie. Observa mi nombre detenidamente y verás que su sgnificado me refleja a mí ".

Tercera sesión:

• "Los brazos y las piernas porque las tiene muy flacas". • No, es más bonito así. • "El es muy bonito". • "Si tú le cambias algo no va a tener la misma alegría" • "Que no puede hablar" • "Nada" • "La cabeza, que fuera de color de carne" • "¡No eso es lo mejor que tiene!"

Cuarta sesión:

No, está bonito así.
 "Amarillo"
 "No"
 "Amarillo no va a tener la misma simpatía"
 "Yo lo pondría rojo"
 Nada, no tendría la misma alegría"
 "A mí me gusta morado"
 "A mí me gusta así"

Il Parte. Letra y música de del tema musical de "Camina con BuenPie".

Se les mostró todas las maquetas varias veces para que escogieran la que más les gustaba. Paulatinamente los niños fueron eligiendo y finalemente decidieron por las versiones de los músicos: Daniel Espinoza y Daniel Grau. Las siguientes son algunas de las opiniones sobre los temas:

a) ¿Qué piensan de las letra de la canción?⁶⁸

Primera sesión:

• Me gustaría que la cantaran con voces de mujer y hombre porque 'BuenPie' es unisex y debería ser todo unisex. • "Una voz alegre como es él". • "Me gustaría que fuera más larga". • "Que vaya al ritmo del muñequito, que 'BuenPie' vaya bailando y caminado cuando esté la canción." • "Me gustaría que 'BuenPie' baile su canción". • "La canción sí le pega a 'BuenPie', porque 'BuenPie' está como invitando a los niños para que sigan su camino y la canción expresa que se unan al grupo". • "BuenPie' hace las cosas alegre con otras personas, él no se quiere expresar él solo sino que comparte con las demás personas y eso se refleja en la canción". • "La canción es muy bonita y nos aleja de todo lo malo y nos acerca a lo bueno".

Segunda sesión:

• "La música es muy bonita y la letra también, no deberían cambiarle nada...es moderna.• "Me gustaría que 'BuenPie' le hablara a los niños de la calle, cuando

⁶⁸ Todas las maquetas tenían la misma letra. Lo que variaba era la música.

vaya paseando....que les haga pasar un rato feliz....que les dijera que si están desanimados que no se pongan así, que anden siempre con fuerza y adelante."• "No me gustaría que le pusieran otro pedazo de canción, así está bien para él, porque 'BuenPie' es muy pequeño". • "Me gustaría que 'BuenPie' cantara esa canción." • "El es unido. Yo pienso que eso es lo que quiere decir la canción. Unido quiere decir que comparte: con 'Buenpie yo vengo'... está con todo el mundo."

b) ¿Les gustaría otra que tuviera más ritmo?

Primera sesión:

· "Tiene buen ritmo".

Segunda sesión:

• "El máximo ritmo posible".

En las sesiones tres y cuatro, la versión preferida fue la de Daniel Grau, inmediatamente los niños comenzaron a cantarla y bailarla. En vista de esta aceptación, "Cinesa" decidió proponerla a "La Fundación del Niño" para su aprobación.

III Parte. Sobre el testimonial piloto

Se les mostró el micro piloto: "Pintura" (Maikel Benítez). Sólo se les dijo: "Este niño les va a contar a ustedes algo y luego vamos a hablar de eso y de otras cosas más"

a) ¿Les gustó?

En las cuatro sesiones la respuesta fue afirmativa.

b) ¿ Cuál es el mensaje de Maikel?

Primera sesión:

• "Maikel, toma siempre el buen camino y que le pongan corazón a los que nos nace a nosotros hacer". • "Él vive en una zona que es peligrosa, yo viví por allí, y casi todos los muchachos de allá toman el mal camino y él con la pintura se recrea, él conoció a una persona, al beisbolista que lo enseñó a pintar y él es responsable porque cumplió con los tres trabajos que le mandaron: los dos cuadros y el trabajo del liceo". • Él trata siempre de superarse porque él es huérfano, vive en el 23 de Enero. Trata de superarse porque estudia, trata de pintar, mandó un cuadro para España y todo. Es interesante porque casi a todos los chamitos huérfanos tú los ves pidiendo plata por allí por la calle y él está pintando, estudiando, viviendo con sus

primos. • "Esa zona es peligrosa y él para no hacer cosas malas como los demás y los demás niños huérfanos, él se pone a pintar, a estudiar para no pensar en las cosas malas". • "Me gustó todo y cuando él nos dijo a nosotros que él quedó huérfano y ganó un diploma en España y luchó por sí mismo".

Segunda sesión:

- "Lo que me gustó fue como Maikel contó el problema que él estaba pasando, él no tenía a sus padres, él no tenía ese apoyo maternal, él tenía que luchar por si mismo y gracias a ese esfuerzo que él hizo pudo ganar un concurso de pintura en España". "Lo que más me gustó de Maikel fue que él no tuvo ningún miedo al decir lo que él tenía atrapado en su corazón y da a transmitir que uno nunca se debe guardar lo que uno tiene en el corazón porque mientras más lo dicen se van a sentir mucho mejor".
- "La historia de Maikel es algo triste porque quedó huérfano pero él se superó, él cuenta que el día de su cumpleaños su tío le regaló mil bolívares y hay muchos niños que lo gastan en cualquier cosa, pero él compró sus pinturas para hacer lo que a él le gusta que es pintar y él pinta con BuenPie".

Tercera sesión:

• "Nos impone, si por lo menos a una amiga le gusta pintar o hacer cualquier otro tipo de trabajo lo hace muy bien, artesanalmente o cualquier otro tipo, él nos está dando el mensaje de que lo hagamos y busquemos la forma de hacerlo". •" Él nos da un mensaje para aprender a pintar, para aprender a vivir mejor".

Cuarta sesión:

•"Trabajó bastante y entonces la mandó a un concurso en España y como era el más bonito se ganó el premio". • "Muchas personas dejan la lucha, por ejemplo, una persona que está estudiando y trabajando a la misma vez, muchas veces dejan el estudio por el trabajo y él está haciendo las dos cosas y no ha abandonado ninguna. Esa es una forma de enseñar a los niños que no abandonen la lucha por las cosas que ellos desean, se sabe que estamos en tiempos difíciles pero no hay que dejar que nos venzan".

En las cuatro sesiones se determinó que era primera vez que veían a un niño que contaran su historia.

e) - Finalmente se les preguntó que ¿... si a esa historia le quitamos la voz de Maikel y ponemos a un adulto que narre, sería igual?.

Los niños respondieron que preferían con la voz del niño porque así era "más

creíble". De esta manera se descartó la posibilidad de que un narrador adulto relatara las hístorias de los niños de la serie "Camina con BuenPie".

Quinta sesión:

- I. Parte. El personaje "BuenPie"
- a) ¿ Qué piensan de "BuenPie"?
- * "Es bajo". * "Gordo" * "Morado" * "Es simpático por como lo dibujan".
- *"Cómico, me gusta cómo hace las cosas". *" Es una comiquita". *"Es simpático". *
 "Me gusta como lo dibujan". * "Que siempre sonríe". *"Que hace deportes".
- b) ¿Qué hace?
- * "Hace todas las cosas correctas. Que no uses drogas. Que cuides el ambiente. Que hagas ejercício." * "Que hagas deportes".
- c) ¿A qué se parece "BuenPie"?
- * "A un muñeco de una comiquita". "Una comiquita"
- d) ¿Se parece a algún otro personaje de la televisión?
- * No (varios)
- f) à Les gustaría verlo en la televisión haciendo más cosas?
- *Si. (varios)
- g) ¿Les hace falta que "BuenPie" les hable para saber lo que hace?
- * No (varios)
- h) ¿Les gustaría que "BuenPie" hable?
- * Sí (varios). * Sí, que diga lo que tenemos que hacer.

III. Parte. El video clip "Camina con BuenPie"

- a) ¿Que les gustó?
- * "La canción (varios)". * "Los dibujos (varios)".
- b) ¿Qué les dice la canción?
- *"Qué cuiden el ambiente, que estudies". *"No enseña cosas sobre los demás".
- c) ¿Es una canción positiva?
- *Si (varios)

d) ¿Les gustaría que en el videoclip BuenPie estuviera solo o con niños?

- * "Que salgan niños" * "Con niños". * "Con niños porque les da más ambiente, sería más educativo".
- f) ¿Qué piensan de la serie, qué va a pasar?
- * "Que salen niñitos caminando con 'BuenPie' ". * "Aprendiendo juntos con él". * "Que hacen lo que él está haciendo".

IV. Parte. Micro piloto

- a) ¿Les gusta que "BuenPie" presente al niño?
- * Sí (varios).
- b) ¿Cuál es el mensaje de este niño?
- * "Que uno puede hacer sus actividades y sacar buenas notas. Todo tiene su tiempo".

Los niños recordaron la historia, captaron el mensaje, las personas que intervienen, el premio que recibió, el lugar donde vive.

- c)¿Por qué se ganó el diploma?.
- * "Porque sabía pintar"*"Porque sabe organizar su tiempo"
- d) ¿Uds. alguna vez han visto una historia dónde un niño les cuenta su vida?
- * No (varios)
- e) ¿Les gusta que un niño les hable?
- * Si (varios)
- f) ¿Les parece que es muy largo o fastidioso?
- * "Es larga, no me gusta que la principio no se le vea la cara completa".
- g) ¿Les gustaría que apareciera entre las propagandas mientras ven su programa favorito?
- * "Sí (varios)" * "A mí me interesaría".
- h) ¿Qué fue lo que más le gustó?
- * "Los caballos (varios)"
- i) ¿Por qué Maikel camina con "BuenPie"?
- * "Porque va por buen camino, organiza su tiempo y lo hace bien". * "Y 'BuenPie' también." * "Al revés, Maikel hace lo mismo que BuenPie".
- j) ¿Qué les dice que hagan?.
- * "Que tratemos de ser como BuenPie"
- k) ¿Qué no les gustó?
- * "La parte cuando habla de la sombra de los árboles y gira la cabeza se ve muy tonto". * "No debería ver para arriba, la sombra es abajo".
- * Me gustaría que terminara montado en un caballo. *"Con 'BuenPie' al lado". *
 "Que hubiera un caballo y Maikel lo pintara"
- I) ¿Les gustaría que saliera más "BuenPie"?
- * "Si, que salieran los dos juntos" (varios).

2.1.1 Conclusiones

Las sesiones de grupos de discusión permitieron hacer un primer contacto entre el concepto de la serie y el público a quien se pretende llegar. A través de las opiniones de los niños, se pudo deducir niveles de aceptación en el diseño de la Serie, el personaje "BuenPie", el micro piloto, el video clip de presentación y la música. Además, de orientar la producciones futuras de la Serie.

Entre las sugerencias de los niños se encuentran: que "BuenPie" hiciera un gesto simpático al final del video clip. Confirmar que el personaje no se vistiera, ya que así mantendría su cualidad de ser para todos los niños y que el niño narrase él mismo su historia y no un adulto.

También permitió hacer la suposición de que a los niños, en un espectro más amplio, pudiera gustarle la serie "Camina con BuenPie"

Se eligió de manera un poco más objetiva el tema musical, ya que una intervención adulta hubiera podido elegirlo en función de su experiencia individual y generacional⁶⁹.

Se realizaron modificaciones en la estructura del micro piloto: se redujo el tiempo, alguno de los niños consideraron que se hacía largo. También se eliminaron algunas imágenes confusa e incoherentes del micro piloto. Se decidió cambiar la música por una más "alegre", en vista de que la realidad del niño del piloto es dificil y si se mantiene un tono musical lento puede generar un efecto más de lástima que un aprendizaje por parte de los niños .

El nivel de aceptación demostrado en las opiniones de los niños permite inferir que la serie "Camina con BuenPie" cumple con los objetivos por los que fue creada. Los niños demostraron interés y agrado por "BuenPie" y los testimoniales.

Sin embargo, por las características de poca representatividad de la muestra, no se puede llegar a una afirmación concluyente. Tal como explicamos, la muestra de los grupos de discusión son muy reducidas cuantitativamente con respecto al universo que representan. La entrevista de grupos de discusión, es útil como una primera exploración y para formular hipótesis sobre problemas a interpretar más adelante. Sus conclusiones deben ser visitas como una antesala à la realización de un estudio más general y sistemático.

En la siguiente parte hicimos una segunda exploración con un número mayor de niños mediante la técnica de la encuesta abierta de opinión.

⁶⁹ Existe una diferencia marcada entre los gustos de los niños de ayer y los de hoy. Por ende dejar, que el equipo de producción escogiera el tema musical hubiera sesgado el objetivo de la serie.

2.2 Segunda etapa: encuesta de opinión

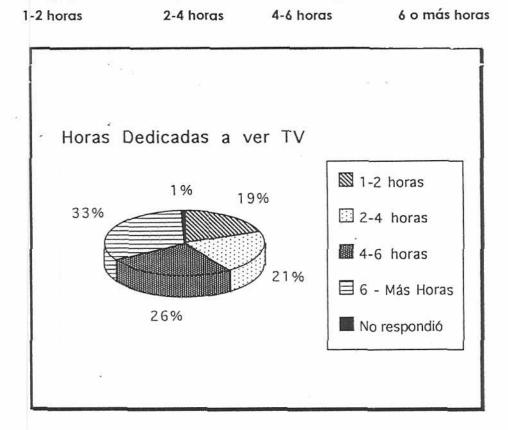
Luego de haber concluido la primera fase de producción de la serie "Camina con BuenPie", decidimos hacer un análisis un poco más amplio sobre las opiniones de los niños ante el nuevo programa.

I^a Parte. ANÁLISIS DE LOS GUSTOS TELEVISIVOS

Con la finalidad de precisar las preferencias televisivas de los niños la primera parte del cuestionario reúne varias preguntas referentes al niño frente a la televisión.

1.- Horas dedicadas a ver televisión

Se agruparon cuatro opciones de la manera siguiente:



- El 33% de los encuestados ve entre 6 o más horas de televisión diariamente.
- El 26% observa entre 4-6 horas la televisión.
- El 21% dedica entre 2-4 horas a ver televisión.
- El 19% aseguró ver televisión por espacio de 1-2 horas Mientras que el 1% no respondió.

Por los primeros porcentajes, 33% y 26%, notamos una alta presencia de la televisión en la vida del niño, la cual podría equipararse con el tiempo dedicado a sus actividades escolares.

Llevado a un día (24 Horas), si un niño observa 5,5 horas televisión como promedio, el 20% de su tiempo diario lo estaría dedicando a este entretenimiento. Y haciendo una pequeña proyección anual, podría inferirise que un niño observa por un espacio aproximado de 2.008. Y por último si lo múltiplicamos por el tiempo que dura su niñez, entre 4 y 11 años, encontramos alrededor de, 14.053 horas de televisión en el niño.

Un niño podría estar viendo más televisión que el tiempo que asiste a clases. Ve televisión posiblemente toda la semana, de todos los meses, de todo el año. Mientras que a clases sólo asiste cinco días a la semana, por nueve meses que dura el año escolar, sin tomar en consideración los días feriados y algunas vacaciones.

2.- Qué buscan los niños en la televisión

Cuando un niño se sienta a ver televisión, ¿por qué lo hace?. En nuestra investigación intentamos conocer qué buscan los niños al escender el televisor.

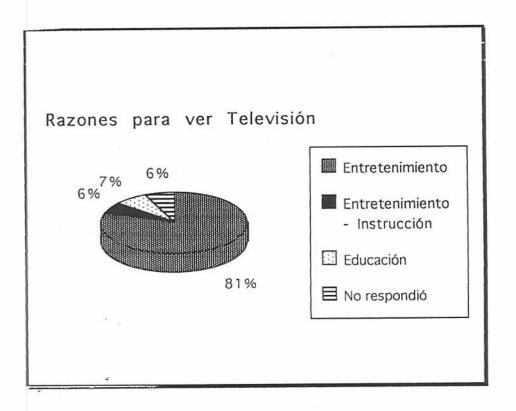
En el cuestionario hicimos la pregunta:

¿Por qué ves televisión?

Las respuestas más frecuentes se agruparon en las categorías:

- a) Entretenimiento: integradas por diversión y distracción.
- b) Información: conformada por conceptos como aprender y saber lo que pasa alrededor del niño.
- c) Entretenimiento-instrucción: los niños evidencian la posibilidad de divertirse y paralelamente aprender.

Se observaron los siguientes resultados al finalizar la encuesta:



El 81% argumentó observar televisión por Entretenimiento.

El 7% vió en la televisión una fuente de "información" y "conocimiento" por lo que se inclinó por *Educación*.

Un 6% busca en la televisión Entretenimiento e instrucción.

Otro, 6% No respondió.

El mayor porcentaje de niños ve en la televisión un agente de distracción y de entretenimiento. Vemos que el niño lo que busca es un "juguete" en el televisor, o una válvula de escape: varios de los encuestados consideraron a la televisión como una fuente de "relajación".

3.- Géneros de televisión mas vistos

Como otra variable importante dentro de los gustos televisivos de los niños encontramos la clase de programas de televisión de su preferencia.

Se les agrupó en los géneros más comunes en la televisión venezolana.

Se les pidió que enumeraran jerárquicamente, del 1 al 6, según su interés, cada una de las alternativas:

Películas 🗆, Deportes 🗅, Telenovelas 🗀 , Noticias 🗀 , Culturales 🗀 , Comiquitas 🗅

Las respuestas se promediaron de y se obtuvieron los siguientes resultados:

En 1º lugar se encontraron los dibujos animados (1,9).

- El 2º lugar lo ocupó el género película (2,5)
- El 3º lugar fue para los deportes (3,2)
- El 4º lugar el género dramático o telenovelas (3,8)
- El 5º lugar lo ocuparon los informativos o noticias (4,5)
- El 6º lugar fue para los programas culturales (4,9)

Observamos una predominancia manifiesta de los programas de entretenimiento, los cuales ocupan los cuatro primeros lugares. Esto coincide con el punto anterior, sobre lo que buscan los niños en la televisión.

Es notable el bajo índice que ocupan los géneros Informativos y Culturales en la preferencia de los niños. Es probable que este bajo nivel de respuesta a favor de ambos géneros se deba a la ausencia de programas que estén destinados a la población infantil, ya que la gran mayoría están dirigidos a un público adulto. Esto pudiera ser objeto de otra investigación.

4.- Los programas infantiles de televisión

Luego de observar lo que los niños buscan en la televisión, se examinaron las opciones que les brinda la programación venezolana.

Se les pidió que señalaran:

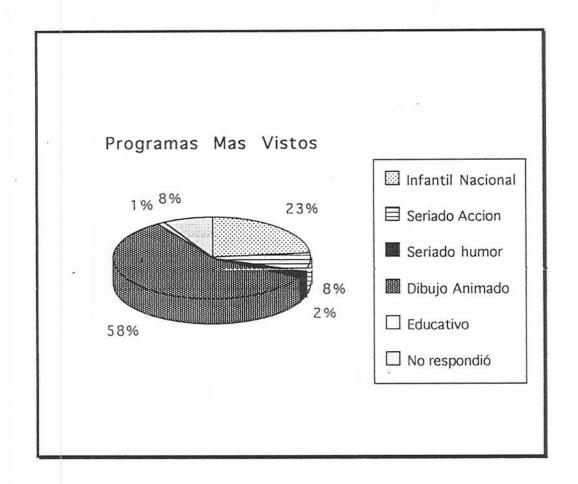
Los programas infantiles de televisión que más le gustaban.

Se les permitió escribrir varios, en forma jerárquica, pero sólo se tomó en cuenta el primero. De las opciones más recurrentes se elaboraron seis categorías basadas en los programas de mayor aceptación infantil.

- a) Infantil nacional: compuesto por los programas de producción nacional hecho para niños, a saber: "Hay que oír a los Niños"," El Club Disney", "Nubeluz" y "El Club de los Tigritos".
- b) Seriado acción: integrado por series de acción destinada a niños:

("The Power Rangers", "The VR Troopers")

- c) Seriado humor: programas donde la diversión y las relaciones sociales y familiares son el factor predominante: ("Tres por Tres", "Salvado por la Campana.")
- d) **Dibujos animados:** compuesto por todas las comiquitas tanto matutinas, como vespertinas más vistas por los niños.



El 59% de los niños eligió a los dibujos animados como el programa infantil de televisión de preferencia.

De este 59%, el 28,3% pertenece a la serie: "Los Caballeros del Zodíaco"; un 16% se inclinó por "Ren y Stimpy"; luego, "The Simpsons" con 7 %; "Tomy y sus Diabluras" 6%; "Street Fighter II", "The X-Men" y "Animaniacs", cada uno con 3%. En otros se agruparon comiquitas que tuvieron una frecuencia menores de 3, que ocupan el 9,6%: "SWAT Cats", Los Picapiedras" "Volver al Futuro" y "Garfield". Las frecuencias menores de 2, ocupan el 4,8%: "Looney Tunes", "Candi-Candi", "Tom y Jerry", y "Moto Ratones de Marte". Finalmente hubo un 16% que no identificó su dibujo animado favorito.

El 23% se inclinó hacia los programas de producción nacional, infantil nacional.

De este 23% el "Club de los Tigritos" tiene el 46,8% de aceptación. El "Club Disney", el 25%. "Nubeluz", el 18,7% y "Hay que Oír a los Niños" el 9,3%.

Un 8% optó por el seriado de acción.

Este 8% quedó repartido de la siguiente forma: "The Pawer Rangers" tiene el 63,6%, mientras que Los "VR Troopers" 36,3%.

Al 2% le gusta más los seriado de humor.

De los cuales, "Salvado por la Campana goza del 66,6" y "Tres por Tres", el 33,3%.

Al 1% le gustan los programas educativos.

Otro 8% no respondió.

La diferencia marcada que existe entre la inclinación por los dibujos animadados y la programación educativa pudiera deberse, entre otras razones, a la alta presencia en la televisión de la primera y casi total ausencia de la segunda.

Podría concluirse que el 91% de los programas infantiles elegidos: dibujos animados, seriado humor, seriado acción e infantil nacional -a excepción de "Hay que oír a los niños"- son eminentemente de entretenimiento.

5.- Los elementos de un programa de televisión infantil

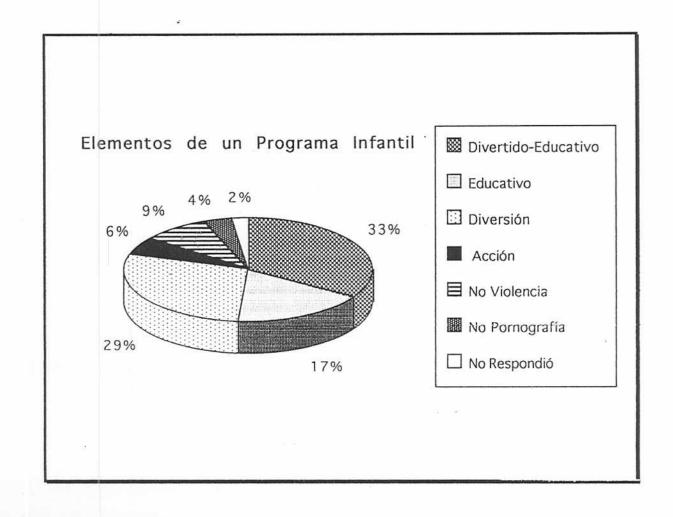
Se les dio a los niños la oportunidad de ser los "productores" de un programa infantil, se les preguntó:

"Cuáles elementos debería tener un programa de televisión para niños". En función de las respuestas más recurrentes se elaboraron seis categorías:

- a) Divertido-educativo: este rengión representa la inclinación de los niños que consideran a un programa infantil como una unidad de entretenimiento e instrucción.
- b) Educativo: agrupa las respuestas que ven en la educación el foco principal de los programas infantiles. Presenta conjuntamente opiniones que sugirieron participación infantil.

- c) Diversión: reúne las preferencias por un programa que tenga chistes, concursos, canciones, viajes y comiquitas. Sus elementos son eminentemente de entretenimiento.
- d) Acción: presencia de hechos donde impere la fuerza, la valentía, la competencia entre oponentes y la violencia.
- e) *No violencia*: respuestas que involucraron deseos de evitar la agresividad dentro de los programas infantiles.
- f) Ausencia de pornografía: agrupa las opiniones que estuvieron en contra de la presentación de actos lascivos dentro de los programas infantiles.

Debemos aclarar que en este aspecto hubo algunas respuestas que hiceron combinaciones entre los agrupaciones, aparte de la categoría *Divertido- educativo*: a modo de ejemplo, No Violencia-No Pornografía; No Violencia-Educativo Sin embargo, por ser poco representativo y por necesidades clasificatorias, se optó por tomar el primero de los conceptos.



El 33% de los encuestados cree que los programas infantiles deberían de ser divertidos y educativos. El común de las respuestas arrojan la posibilidad de que se pueda a la vez de entretenerse y pasar el tiempo, aprovechar ese momento frente al televisor para aprender cosas nuevas.

El 29% considera que la diversión es el elemento principal de los programas dirigido a niños. Evidencian la búsqueda del esparcimiento y "entretenimiento", como evidencia el común de las respuestas. Los niños gustan de las comiquitas y los programas que le brinden "emoción" y "distracción".

Seguidamente el 17% cree que deberían de ser educativos. Estos niños optaron por "programas que enseñen" y que les permitan complementar su aprendizaje.

El 9% abogó por la *no violencia*. Los niños creen que debería reducirse la carga de "agresividad" en los programas y mostrarse "cosas buenas"

El 6% prefiere la *acción*. Este porcentaje de la muestra cree que debería haber mucha "acción", "peleas" y "comiquitas".

El 4% la considera que debería de haber ausencia de pornografía dentro de los programas infantiles. Estos niños están en contra de la presentación de escenas con contenido sexual en la programación infantil.

Si sumamos los porcentajes de las categorías "divertido-educativo" y "educativo", obtenemos alrededor de un 50% que le da importancia al aprendizaje. Si consideramos a las categorías "no violencia" y "no pornografía", como colaterales de la anterior combinación, obtenemos un 60% de niños que están a favor de la posibilidad de aprender y divertirse conjuntamente viendo televisión.

Si contrastamos estas respuestas con las dadas en las secciones anteriores: por qué ven televisión y los programas que más ven, observamos que hay una diferencia entre los que los niños piensan que debería de tener un programa de televisión y lo que en la realidad ven. El 81% de la muestra ve televisión por distracción, el 99% eligió programas netamente de entretenimiento y sólo el 1% argumentó la búsqueda de información y aprendizaje. Mientras que el 60% de la muestra considera que los programas infantiles deberían de ser entretenidos y divertidos a la vez.

No obstante, a nuestro parecer esta diferencia, no es contradictoria. Los niños no ven programas que sean educativos y entretenidos a la vez, porque sencillamente no existe una oferta evidente de esos programas en la televisión venezolana.

6.- Opinión sobre los programas infantiles de television nacionales

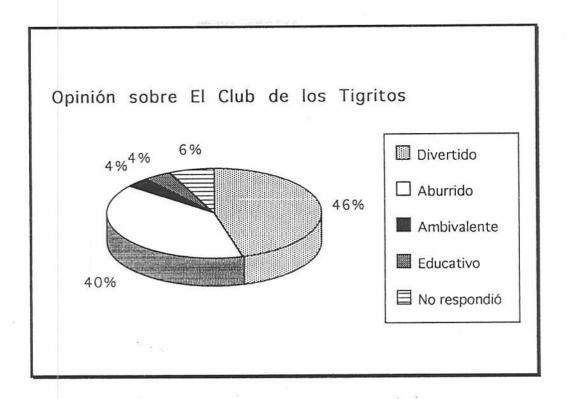
Con la objeto de saber si las producciones realizadas por los canales de cobertura nacional, satisfacen las espectativas de los niños encuestados, se les preguntó sobre los programas infantiles: "El Club de los Tigritos", "Hay que oír a los Niños"; "Nubeluz" y "El Club Disney".

Se elaboraron cuatro categorías a partir de recurrencia y relación entre los conceptos:

- a) Divertido: adjetivos como "alegre", "entretenido", "agradable", son la mayoría de las respuestas que componen esta categoría. Igualmente se considera a esta categoría como aprobatoria.
- b) Aburrido: opiniones en contra o desagrado sobre el programa. Adjetivos como "tonto", "lento" o "repetitivo" componen esta categoría.
- c) Educativo: presencia de información que permiten al niño complementar su aprendizaje y su crecimiento personal. "Viajes por el mundo, "experimentos", "consejos", son los elementos que conforman esta sección.
- d) Ambivalente: en esta categoría se agrupan las respuestas a favor y en contra hacia los programas. Varios de los encuestados escribieron argumentos por los cuales les gustaba un programa y los que lo hacían poco atractivo. El término es nuestro: lo niños generalmente dijeron: "más o menos" o "regular"

6.1 "El Club de los Tigritos"

El programa realizado por Venevisión, es considerado por la muestra como:.



Divertido por el 46% de los niños.

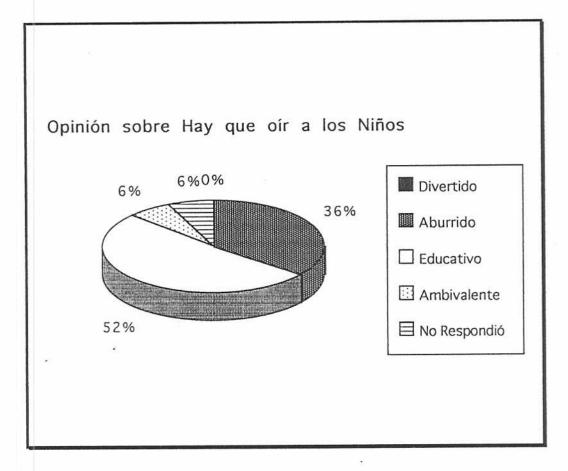
El 40% opina que es aburrido, los argumentos más comunes son "muy repetitivo" y que predominan demasiado los "bailes" y "las canciones". Otros consideraron que sus animadores son "falsos".

El 4% lo considera *ambivalente*, las razones más frecuentes es que son buenos los viajes que realizan y las "comiquitas" que transmiten, pero es aburrido por las "canciones", "los bailes" y porque alguno de los "chistes son tontos".

Otro 4% ve el aspecto **educativo** del "Club de los Tigritos". Ven en los "viajes" algo "interesante".

El 6% no respondió

6.2 "Hay que oír a los Niños"



El 52% cree que "Hay que oír a los Niños" es educativo, hubo una amplia aceptación hacia este programa debido a esta característica. Los niños encuestados consideran que "aprenden" de los "consejos" que se dan en el programa.

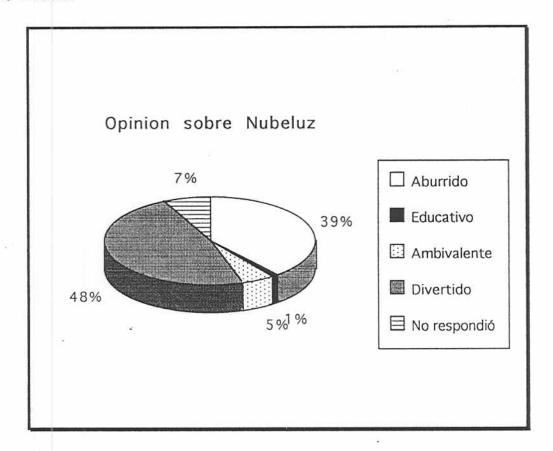
El 32% lo considera un programa *aburrido*, el tono educativo del programa reduce la capacidad entretener a los niños. La gran mayoría lo considera como "fastidioso" porque "hablan mucho".

El 6% cree que es *ambivalente*, ya que la posibilidad de "aprender" de los consejos les gusta, pero lo "lento" y la ausencia de "diversión", lo torna aburrido.

El 6% no respondió.

Ningún niño de la muestra cree que "Hay que oír a los Niños" sea divertido.

6.3 "Nubeluz"



El 48% de los encuestados cree que Nubeluz es divertido. El hecho de permitir los "juegos", "la competencia" y los "premios" son las razones que explican la preferencia por este programa.

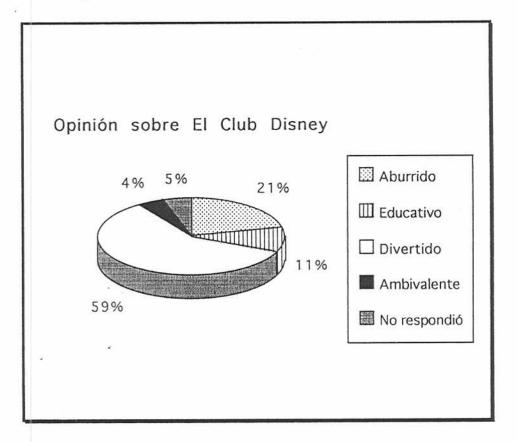
Contrariamente, el 39% de la muestra opina que es aburrido. Esto se debe al exceso de "canciones" y que alguno de los "animadores del programa son "tontos", según el común de las respuestas.

El 5% lo considera ambivalente. Les parece "bueno" los concursos y los premios, pero "malos" algunos de los animadores y las "canciones".

El 1% lo ve *Educativo*. La posibilidad de fomentar la "competencia", la agilidad que exigen los juegos, respalda esta calificación.

El 7% no respondió

6.4 "El Club Disney"



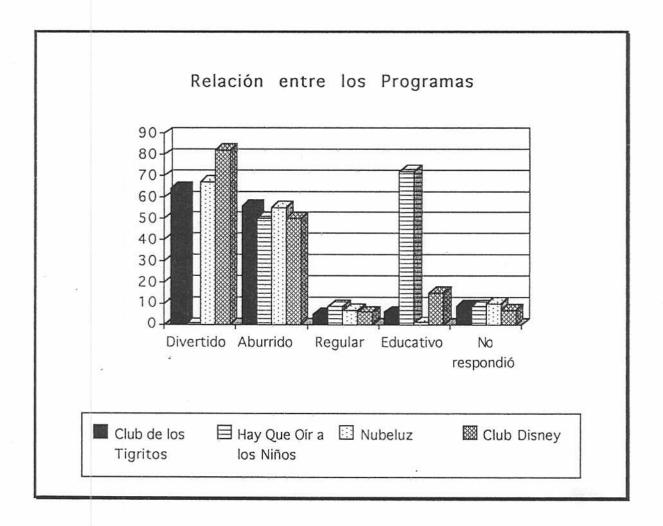
El 59% considera que este programa es divertido. Las "comiquitas" que transmiten es la razón principal de la preferencia.

El 21% piensa, por el contrario que es *aburrido*. La causa del rechazo hacia este programa son sus "animadores", quienes fueron considerados como "tontos".

El 11% argumentó el aspecto *educativo* del programa. Conocer países a través de la tv, saber la vida de algunos personajes y visitar al Reino Mágico, son las razones que sustentan esta calificación.

El 4% lo considera *ambivalente*. Las comiquitas y los viajes son sus referencias a favor, mientras que lo "malo de sus animadores" les resta aceptación.

El 5% no respondió.



7.- Los niños y sus personajes favoritos de televisión

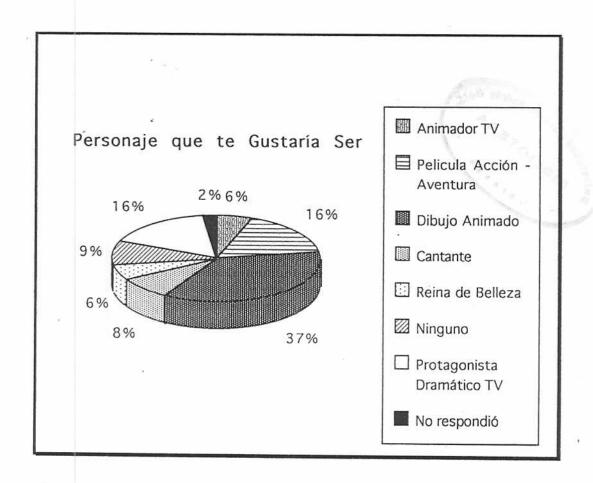
Con la finalidad de determinar si existe alguna identificación con personajes de televisión, se realizó la siguiente pregunta:

¿ Qué personaje de la televisión te gustaría ser. Por qué?

De las respuestas más frecuentes se elaboraron las categorías:

- a) Animador programa televisión: contiene las respuestas de los niños que se sientes identificados con los animadores o anfitriones de programas infantiles de televisión.
- b) Personaje de dibujo animado: agrupa las inclinaciones de los niños a quienes les gustaría ser protagonistas de algunas de las comiquitas de televisión.

- c) Protagonista dramático televisión: reúne a los niños que coincidieron en identificarse con alguno de las estrellas de las novelas de televisión. Es preciso determinar que es una categoría netamente femenina.
- d) Cantante: niños a quienes les gustaría ser músico o cantante.
- e) Reina de belleza: esta categoría se creó debido a la alta frecuencia de identificación del género femenino con las mises.
- f) Protagonista película acción-aventura: integrado por personajes con alta carga de heroísmo que emprenden grandes hazañas. Categoría básicamente masculina.
- g) *Ninguno*: niños que no se sienten identificados, ni les gustaría ser personaje de televisión alguno.



El 37% de la muestra se inclinó hacia los Personajes de Dibujos Animados.

De este 37% la serie "Los Caballeros del Zodíaco" -tanto femenino como masculino- tiene el 50% de preferencia. "Superman" el 7,8%; "Batman" y "Bugs Bunny": 5,8% cada uno. "Pedro Picapiedras", "Liga de Mutantes" y "Jerry": 3,9% cada uno. Finalmente, "Mickey", "Goofi", "Minnie", "Daisy", "Babsy Bunny", "Acuaman" y el

"Científico de Volver al Futuro" sólo el 1,9%, cada uno, del total de las respuestas.

En cuanto a las tres primeras posiciones los niños se identificaron por la "fuerza", "saber pelar", "poder volar" y "astucia" como cualidades que les gustaría tener y que son parte de esos personajes.

Llama la atención la gran afinidad por la serie "Los Caballeros del Zodíaco", una de las serie más violenta del as reseñadas. Especialmente, si la contrarrestamos con el 1,9% que le gustaría ser un científico -"Volver al Futuro": cuyo argumento es "la creatividad" y la "inteligencia" del profesor Brown.

Al 16% de la muestra le gustaría ser protagonista de película acciónaventura.

En esta sección destaca la serie "The Power Ranger" con el 52% de aceptación, tanto en varones como en niñas. Sigue, "Jean Claude Van Dame", con el 13% y "Arnold Schwarzenegger" con el 8,6%. En menor porcentaje se encuentran, "Zak Morris" (Salvado por la Campana), "Lorenzo Lamas", "Tom Cruise"; "Silvester Satallone", "Kevin Costner" y "Tom Hanks", cada uno con 4,3%.

Nuevamente, hay una elección de estos personajes por la "fortaleza", saber "artes marciales" o "pelear bien" y la "astucia" con la cual resuelven las adversidades que se le presentan.

Al otro 16% le gustaría ser protagonista de dramático de televisión.

De este 16%, El 20% le gustaría ser "Thalía" 20%. Ötro 20%, "Fedra López". Un 13,3%, "Patty Manterola" y otro 13,3%, "Viviana Gibelli". Mientras que, "Lucero", "Gigi Zanchetta", "Maria Alejandra Martín", "Natalia Streinberg", cada una con un 6,6%.

La razón para esta escogencia es la "belleza" de estas actrices y en segundo lugar, por "actuar bien".

El 9% de los niños contestó *ninguno* de los personajes de la televisión. El argumento principal es que ellos tienen "personalidad propia" o que les gusta ser como son. Otros les pareció poco posible que ellos tengan poderes especiales o cualidades "fantasiosas".

Al 8% le gustaría ser cantante.

"Shakira" con el 80%, goza de la mayor popularidad entre los que eligieron este renglón. Mientras que "Withney Houston", y el grupo de rap, "Coolio", cada uno

aparecen con un 10%.

Un 6% se identificó con una animador programa televisión.

"Las Dalinas de Nubeluz", y las presentadoras de "El Club de los Tigritos" tienen cada una un 37,5%., mientras que "narrador deportivo" un 25%

Otro 6% le gustaria ser Reina de Belleza

Esta categoría femenina la ocupó en su totalidad la Miss Universo: "Alicia Machado". Las niñas que se identificaron con ellas, lo hicieron por que les gusta su "belleza" y su "simpatía".

El 2% no respondió

Sin pretender juzgar los intereses y gustos personales de los niños, observamos una total ausencia de otra cualidad o valor deseable que no sea le de "pelear bien", en los niños; y ser "bella" en las niñas.

2ª PARTE . LOS NIÑOS FRENTE A "BUENPIE" Y LOS TESTIMONIALES

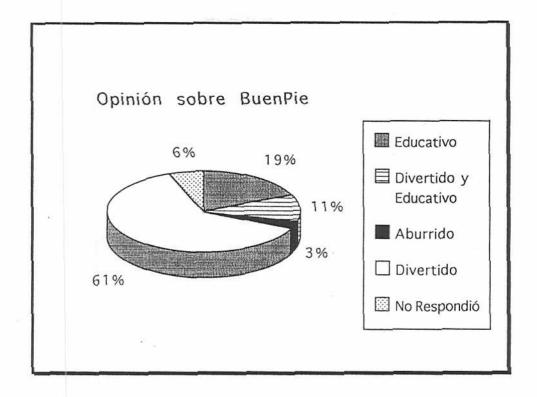
1. El personaje "BuenPie"

La primera pregunta es para determinar la primera impresión sobre "BuenPie" :

¿Qué piensas de "BuenPie"?

De las respuestas más comúnes se elaboraron cuatro categorías:

- a) Educativo: respuestas donde se considera a "BuenPie" como alguien que "enseña a hacer algo", "él aprende", "orienta a los niños", entre otras.
- b) Divertido-Educativo: apreciaciones que combinan un aspecto educativo del personaje aunado a su cualidad de divertir o entretener.
- c) **Aburrido**: consideraciones en contra del personaje. Está compuesta por respuestas como "tonto", "común" o "personaje más", por ejemplo.
- d) *Divertido*: respuestas que ven en "BuenPie", "simpatía", "comicidad", "amistad", y ser un personaje "entretenido".



El 61% de los niños, consideró a "BuenPie" como un personaje divertido, alegre y/o amistoso, igualmente hubo aprobación de su forma física.

El 19% reconoció por su aspecto didáctico, educativo, las opiniones más comunes, "enseña a hacer cosas", "orienta a los niños" o "ayuda a los niños".

El 11% de la muestra captó la dualidad divertido - educativo, que se le pretende dar a "BuenPie".

El 3% lo percibió como un personaje común y *aburrido*. Las respuestas más comunes es que no ven a "BuenPie" interesante; más bien "tonto", o un "personaje más"

El 6% no respondió.

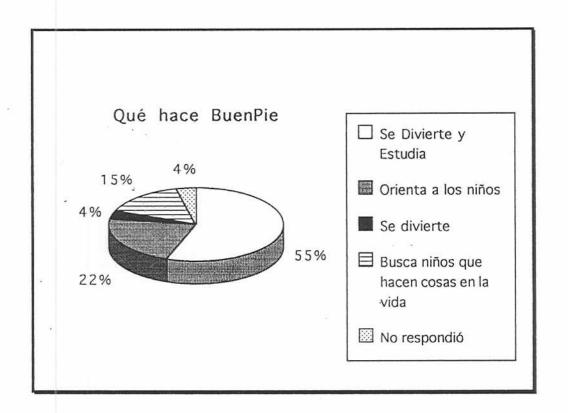
2. Qué hace "BuenPie"

Otro de los interrogante de nuestra exploración es determinar si los niños interpretan las diferentes actividades que hace "BuenPie". Especialmente si los niños logran captar la premisa de BuenPie: "enseñar divirtiendo".

De las respuestas más frecuentes se elaboraron las siguientes categorías:

a) Se divierte y estudia: respuestas que manifiestan la observación de acciones en "BuenPie" que le permiten aprender mientras se divierte.

- b) Orienta a los niños: respuestas que señalan la intención de "BuenPie" por ayudar a los niños u orientarlos.
- c) Se divierte: opiniones que sólo ven en "BuenPie" el aspecto lúdico y de diversión
- d) Busca niños que hacen cosas en la vida: respuestas que consideran a "BuenPie", como alguien que busca niños que se dedican a realizar otras actividades además de estudiar. También contiene respuestas como "hace amigos", y los "presenta en su programa".



El 55% de los encuestados observó en "BuenPie", una actitud donde se diverte y estudia. Lo cual concuerda con el objetivo de la serie. El común de las respuestas describió las cosas que hace "BuenPie" en el video clip: salta, nada, pinta, cuida el ambiente, hace música y estudia.

El 22% notó que "BuenPie" es un personaje que *orienta a los niños*. Estos niños piensan que es "alguien que ayuda" y "enseña a los niños" a "salir adelante", mediante el "ejemplo" o el "consejo".

El 12% de los encuestados piensa que "BuenPie", busca niños que hacen cosas en la vida. Observan al personaje como alguien que encuentra niños que logran vencer sus obstáculos y hacen otras actividades además de estudiar.

Un 4% solo reconoció característica de entretenimiento que manifiesta "BuenPie". Describen las actividades: "hace deportes", "hace música", "patina".

Otro 4% no respondió.

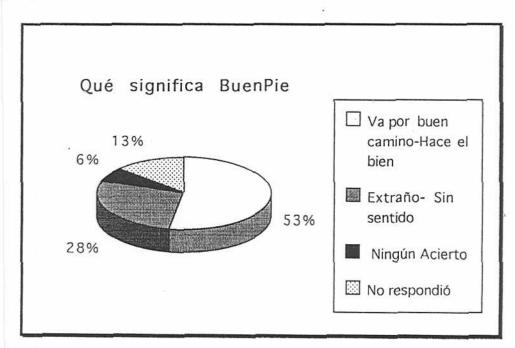
3). El significado del nombre de "BuenPie"

Con el objetivo de saber si los niños eran capaces de entender el significado del nombre "BuenPie": "ir por buen camino" o "hacer el bien", se les preguntó en el cuestionario:

¿Qué significa el nombre "BuenPie"?

Los respuestas fueron organizadas en las categorías siguientes:

- a) Va por buen camino- hace el bien: integra las respuestas que se acercaron a la esencia del significado del nombre. "Un paso adelante", "pies puestos sobre la tierra", "hace cosas buenas" o "va por buen camino".
- b) Extraño-sin sentido: respuestas que consideran inentendible o "raro", el nombre del personaje. O simplemente no les gustó.
- c) Ningún acierto: respuestas que solo hicieron referencia a los pies del personaje, mas no al significado: "pie grande"o "se va a pie", por ejemplo.



El 53% logró acercarse al concepto del nombre de "BuenPie": va por buen camino-hace el bien. "Camino correcto", "buen camino", "hacer el bien". Esto permite inferir que el significado del nombre "BuenPie" fue accesible a la mayoría de los niños de la muestra.

El 28% lo consideró como un nombre "raro", "feo" o carente de sentido: extraño - sin Sentido.

El 6% solo hizo referencia al concepto de "pie": ningún acierto.

El 13% que no respondió.

Si sumamos las categorías "extraño-sin sentido", "ningún acierto" e incluso "no respondió" obtenemos un 47% que no captó o interpretó el significado del nombre de "BuenPie". Para el Dr. Delgado⁷⁰, esto podría deberse a que los niños "...les cuesta elaborar abstracciones conceptuales y tienden a ser concretos⁷¹ ". No obstante, "esto no es ningún impedimento, para la serie ya que lo que se pretende es que el niño logre identificarse e imite las acciones que hace "BuenPie" ".

Acciones que los niños sí lograron captar, tal como se demuetra en la sección anterior.

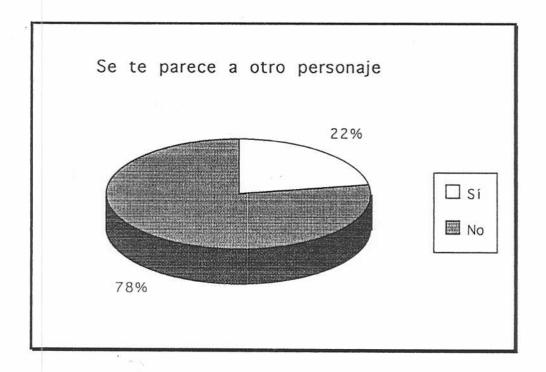
4. BuenPie y otros dibujos animados

Con el objeto de determinar si los niños captan a "BuenPie" como un personaje único y original, se les pregunto:

¿Se te parece a otro personaje de la televisión?

71 "Operaciones concretas" (Jean Piaget) estadio del desarrollo psicológico que se caracteriza, entre otras cosas, por la incapacidad del niño (7-11 años) de trascender cognoscitivamente a los objetos reales y tangibles. Para mayor información sobre esta etapa en el crecimiento del niño consultar a: Piaget-Hinhelder (1982) ": "Psicología del niño".

⁷⁰ Idem.



El **78**% no encontró *ningún* parecido entre "BuenPie" y otro personaje de la televisión.

Sin embargo, el 22% Sí encontró parecido entre "BuenPie" y otros personas.

De ese 22% el "Granito de arroz Mary", tiene el 32%. Seguidamente, por los "Caramelos M&M " 29%; "Stimpi", 19,3%); "Issy Atlanta 96" el 6,4% "PacMan", "Gasparín", "El Señor Papa" (Toy Story) y el "Tío Cosa", un 3,2% cada uno.

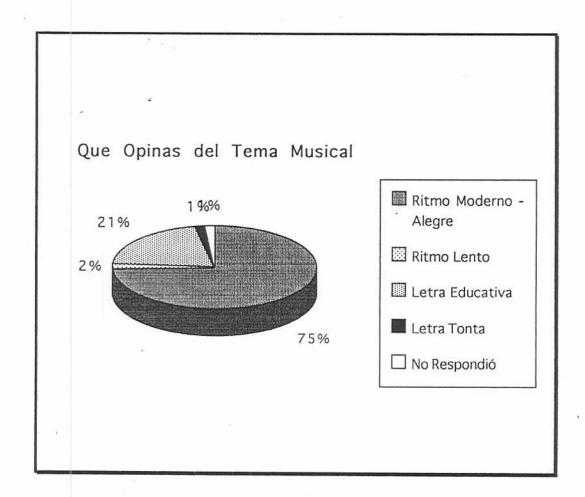
Pudiera exisistir cierto parecido, especialmente, entre "El granito de arroz Mary" y "Los caramelos M&M", no obstante, esa similitud se limita a únicamente al aspecto físico. No hay relación alguna con la parte primordial de "BuenPie" que es su esencia: orientar y hacer el bien; mientras que la de los otros personajes es eminentemente comercial.

5. El tema musical

Uno de los aspectos más importantes dentro de la serie el tema musical. La letra complementa el mensaje de invitación a ir por buen camino y hacer el bien . Y la música permite atraer al niño.

Siguiendo la misma metodología se hizo la pregunta: ¿Te gusta la música, por qué? Con las opiniones más frecuentes se construyeron las siguientes categorías:

- a) Ritmo moderno-alegre: respuestas que consideraron el aspecto rítmico: términos como "moderno", "buen ritmo", "alegre", conforman esta categoría.
- b) Letra educativa; contempla a los niños que le prestaron más atención a la letra del tema musical. "Dice cosas buenas", "invita a hacer cosas buenas", son las respuestas que sustentan a esta clasificación.
- c) *Ritmo Lento:* respuestas que considera como "quedado" o "aburrido" el ritmo.
- d) Letra "tonta": argumentos como "canción boba", "letra aburrida" conforman esta la clasificación.



El 75% respondió que la música tiene un ritmo moderno y alegre.

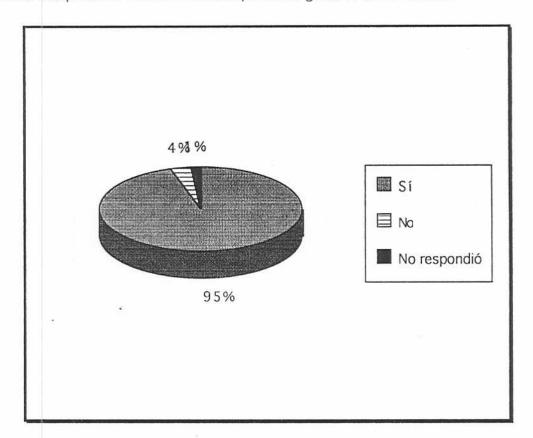
El 21% cree que la canción tiene una letra es educativa.

El 2% observó un ritmo lento en la música.

El 1% consideró que la letra es tonta.

El 2% no respondió.

Si mantenemos la unidad de la letra y la música de la serie, observamos un 95% de aceptación. Frente a un 4% que no le gustó el tema musical



6. El Video Clip BuenPie

El video clip como estrategia de publicidad tiene suma importancia para la serie, ya que permitirá crear la "intriga" y depertar la curiosidad en el público infantil y aun en el adulto, ante el nuevo personaje "BuenPie".

Para saber si el video clip es del agrado de los niños y si transmite, además, los valores intrísecos de la Serie se le preguntó a la muestra su:

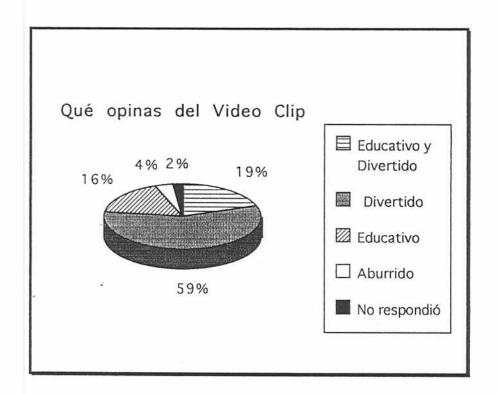
¿Opinión de los niños sobre el video clip?

Se elaboraron las siguientes categorías con las opiniones de los encuestados:

- a) Educativo-Divertido.
- b) Divertido.

- c) Educativo.
- d) Abumido.

Estos conceptos guardan total relación con las categorías similares, anteriormente codificadas.



Al **59**% le pareció **divertido**, el video clip. Respuestas como "alegre", "moderno" y "buenos efectos" fueron las más comunes.

El 19% identificó al video clip divertido y educativo. Al común le gustó lo que hacía "BuenPie": tocar guitarra, estudiar, conservar el ambiente; y el movimiento de los niños.

Al 4% no le gustó el video clip, considerándolo *aburrido*, "lento", o carente de "efectos especiales".

El 2% no respondió.

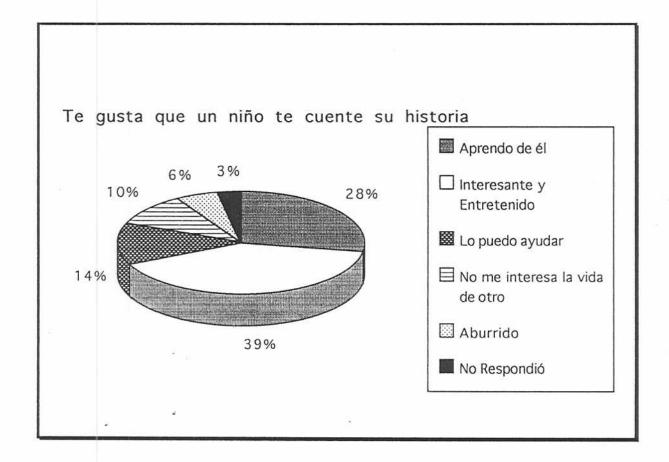
El niño frente al documental testimonial

Con la finalidad de conocer si el género testimonial es del agrado de los niños y en consecuencia, es una alternativa viable para la transmisión de mensajes, se les preguntó:

¿Te agrada que un niño te cuente su historia. por qué?

Se organizaron las siguientes categorías en base a las impresiones de los encuestados:

- a) Aprendo de él: contempla las respuestas que evidencian la posibilidad de aprender de las experiencias de otros.
- b) Interesante y entretenido: presenta los juicios que manifiestan una combinación entre el "entretenimiento" con el "interés" que despierta ver a "otros niños hacer algo diferente". Esta categoría concuerda con los objetivos de la serie "BuenPie", ya que hay una unidad educativa y de distracción.
- c) Lo puedo ayudar: parte de la muestra cree que es bueno ver la participación de otro niño porque conociendo su problema se le "puede ayudar".
- d) No me interesa la vida de otro: compuesta por opiniones como "su vida es privada" o "no me interesa la vida de otra persona".
- e) Aburrido: integrada por respuestas que argumentan que los testimoniales son "no emocionantes", "poco divertido" o que "las historias pueden ser aburridas".



El 39% considera interesante y entretenido, que un niño les hable sobre sus experiencias y de las "cosas que hace".

El 28% opinó que es posible aprender de la persona que les habla.

El 14% opina que el poder conocer el problema del niño da la oportunidad de poderlo ayudar.

Al 10% no le interesa saber la vida de otro. A estos niños no le incumbe las experiencias vitales de otros niños.

El 6% cree que es **aburrido** y poco interesante que un niño les cuente su histora. No ven ningún atributo de "entretenimiento" o factor alguno que le despierte el "interes", algunos consideran que las "historias se parecen" y eso lo hace "aburrido".

El 3% no respondió.

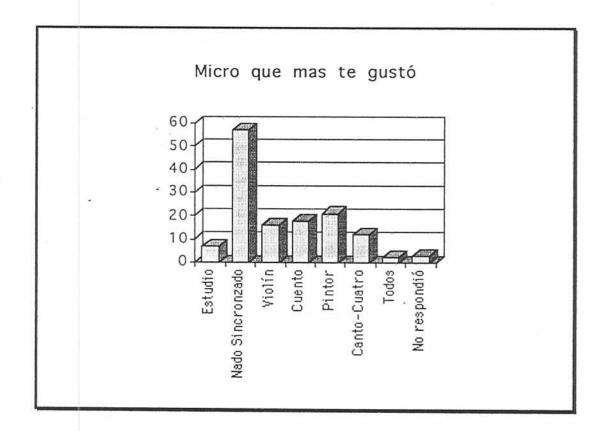
Si sumamos las categorías "interesante y entretenido", "aprender de la persona que les habla" y "lo puedo ayudar", encontramos que hay un 82% de aceptación ante el género docuemental (testimonial), que lo evidencia como una

alternativa factible para la transmisión de mensajes a los niños; contra un 16% que no sintió atracción por el género de televisión estudiado.

7. Los micros de más aceptación en la serie"Camina con BuenPie"

Con el propósito de determinar cuáles son lo micros de mayor aceptación en la muestra, y en función de los resultados, establecer nuevas políticas de producción en la Serie, se preguntó:

¿Cuál de los micros te gustó más, por qué?



Observamos una notable atracción por el micro "Nado sincronizado" en la muestra. El argumento más explicado por los niños, es: la posiblidad de que la protagonista "fuera a los Olimpíadas", "lo difícil" y "lo bonito" que es el deporte, lo "excelente que nada" o porque, también les "gusta nadar". Es probable que la inclinación por este micro se deba, además, a la influencia de la propaganda sobre las Olimpíadas. La encuesta se hizo precisamente durante las semanas antes de la inaguración de los "Juegos Olimpícos".

En una **segunda** posición ubicamos el micro, "*Pintura*". Los niños consideran meritorio que Maikel Benítez, "pudiera sobrevivir sin padres", "se mantenga él solo" con una actividad como la pintura y que no se fue por "mal camino" ante lo difícil de su situación. A otros les gustó "lo bien que pinta" o se sintieron identificados porque también les gusta pintar o se dedican a otra actividad artística.

La tercera posición lo ocupa el micro "Cuento". La importancia que diariamente cobra la ecología, pudiera justificar la elección de los niños. La mayoría expresó la importancia de los valores: "conservación" y "reciclaje" presentes en el micro, también, la posibilidad de descubrir la capacidad de hacer cosas "que uno no sabe que podía hacer".

El micro del "Violín" obtuvo una cuarta posición en preferencia. El "esfuerzo" de Nicole, el haber "viajado representando a Venezuela" y haberle "tocado al Papa", son los motivos de los que prefirieron este micro.

En quinta posición ubicamos al niño del "Canto-Cuatro". Los niños que eligieron este micro reconocieron la importancia de "querer a la música venezolana", el impulso de Rafael por "aprender solo" y la identificación de algunos en que también tocan el instrumento.

En última posición se encuentra el micro del "**Estudio**". Los niños que prefirieron este micro reconocieron el esfuerzo de Mileidi, por ir a estudiar, y el "amor que ella le tiene a su familia y a la escuela".

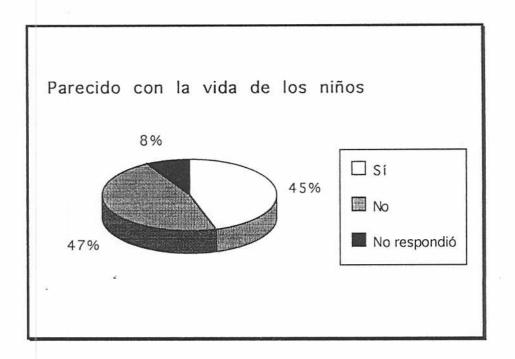
Es posible que la baja aceptación por los micros "Canto-cuatro" y "Estudio" se deba a que sus logros son de menor impacto, con relación a los un mayor logro: haber dirigido una orquesta (Violín), ser campeona en nado sincronizado o haber ganado un concurso de pintura en España. Sin embargo, dentro de la serie "Camina con BuenPie" los pequeños logros son tan significativos como los mayores.

Otra razón por la baja aceptación se deba a una razón de tipo situacional. La muestra esta residenciada en centros urbanos, mientras que los niños de los micros "canto-cuatro" y "estudio" viven en el campo, y posiblemente no se da una identificación o interés. Habría que hacer exploración a nivel nacional para poder llegar a una respuesta más cercana a la realidad.

8. Identificación con los micros

Finalmente, se les preguntó a los niños si sentían alguna similitud entre su vida y la de los niños de los documentales testimoniales. Con esto pretendemos obtener información sobre si pudiera llegar a darse un efecto de mimésis o identificación en los niños, fenómeno vital dentro de la intención de la serie. Se le preguntó a la muestra:

¿La vida de estos niños tiene algún parecido con la tuya?



Notamos una marcada división en las respuestas.

El 47% dijo no tener relación alguna con las historias de los niños de la serie. El común de los argumentos es que sus vidas eran muy diferentes, o se dedicaban a hacer cosas que la muestra no hacía.

El 45%, por el contrario sí encontró algunos parecidos con su vida. De este 45%, el 17,4% argumentó el "amor por el estudio". El 9,5% se dedica a la "música". Otro 9,5% siente atracción por la "pintura" u otra manifestación artística. El 6,4% hace "deportes". El 6,3% siente iniciativa hacia la "conservación" y "reciclaje". El 7,9% dijo "esforzarse por conseguir sus metas". El 33,3% que repondió afirmativamente, no explicó por qué había relación.

El 8% no respondió.

2.2.1 Conclusiones

Luego de haber analizado los datos del sondeo sobre los gustos televisivos de los niños y las impresiones sobre la presentación de la serie "Camina con BuenPie", llegamos a estas conclusiones generales:

La mayoría de los niños encuestados ve televisión con la finalidad de distraerse y como "pasatiempo", no busca aprender. En menor escala se encuentran los niños que sí ven en la televisión una fuente de información y conocimiento.

El género de televisión más visto son los dibujos animados, seguido en orden de aceptación por las películas, los deportes, las novelas, los informativos y en último lugar los programas culturales. El alto índice de atracción por las comiquitas; y bajo interés por los programas de corte cultural concuerda con la intención de los niños por entretenerse, más que aprender. Pero también, puede deberse a que la oferta de programas culturales o educativos, que permitan una aprendizaje en los niños, es mínima y por lo tanto no pueden elegir algo que desconocen.

Los niños consideran ideal que un programa de televisión sea una unidad de aprendizaje y de entretenimiento. Los niños de la muestra piensan que un programa infantil debería tener elementos de distracción: juegos, comiquitas, competencias, pero a la vez información que les permita conocer.

Los programas infantiles de producción nacional no presentan esa dualidad de aprendizaje y distracción. La mayoría son eminentemente de entretenimiento y de bajo perfil educativo. O por el contrario, son sólo educativos, como ocurre con el programa "Hay que oír a los niños", razón que desvía la atención infantil.

Existe un alto sentido de identificación con los personajes de televisión en los niños. El 91% de los encuestados le gustaría ser alguno de los múltiples personajes que pueblan la patalla del televisor. Las cualidades de "fortaleza", "saber pelear", "astucia" son las razones de los varones por ser alguno de los personajes de las series de televisión. La "belleza" y "simpatía" de las actrices y reinas de belleza, son los atributos que les gustaría tener a las niñas.

Lo anterior no difiere con lo expuesto en el marco teórico sobre la televisión y el niño.

Hay una aceptación de los niños de la muestra por el nuevo personaje se televisión "BuenPie". Los niños sintieron atracción por el personaje. Les gustó su aspecto físico y las actividades que hace: además de jugar y divertirse, aprende y hace cosas buenas.

La gran mayoría de los encuestados consideran que "BuenPie" es un personaje que es divertido y a la vez es educativo. Lo cual concuerda con los objetivos de la serie y con las características, que según los niños, deben tener los programas audiovisuales infantiles.

La mayoría de los niños de la muestra (53%) interpretaron adecuadamente el significado del nombre "BuenPie": "ir por buen camino", "hacer el bien". No obstante, hubo un porcentaje considerable (34% + 13% -no respondió), que no logró acertar significado del nombre. Esta dificultad por abstraer el significado del nombre se debe, entre otras razones, a la madurez evolutiva del niño.

Una parte de la muestra encontró un parecido con otros personajes de la televisión. Este parecido se limita exclusivamente al aspecto físico. No existe relación con la esencia del personaje: orientar y entretener.

Hubo gran aceptación tanto por la letra como por la música de la Serie. Los niños consideran que el ritmo es movido y lograron captar los mensajes de la letra de la canción.

También hubo aprobación por el video clip, tanto por su parte animada como el aspecto "vivo". Los niños consideran que es entretenido y a la vez educativo.

Hay un amplio margen (82%) de aceptación e interés por el género documental como una alternativa factible para la transmisión de mensajes a los niños. Un menor proporción de la muestra (16%), rechazó el género de televisión estudiado, por considerarlo de poco atractivo o aburrido. No obstante, es también posible suponer que a los niños no le gustó los casos mostrados más que sentir rechazo por el género en sí.

Existe una marcada división en lo que respecta a la identificación de los

niños con los micros testimoniales. La mitad de la muestra no cree que haya una relación entre su vida y la de los niños de los micros. Mientras que la otra mitad, sí cree que su vida guarda cierto parecido, en diversos aspectos, con la de los personajes de los testimoniales. Sin embargo, el que no haya una identificación directa no descarta la posibilidad que suceda una reflexión en aquellos niños que no sientan ninguna relación con los protagonistas de la Serie. Entre los objetivos de la Serie se encuentra estimular esa concientización en los niños, aunque las situaciones que se presenten carezcan de similitud con su vida cotidiana.

Con relación a las sesiones de grupos de discusión, observamos que existe similitud entre la información obtenida en dichas las reuniones, y los datos que pudimos recaudar con las encuestas no estructuradas.

Mediante ambas técnicas pudimos recabar información valiosa para llegar a un primer acercamiento sobre las posibilidades de la serie "Camina con BuenPie" ante la audiencia infantil venezolana.

2.3 Consideraciones finales

No pretendemos con esta primera exploración llegar a una conclusión sobre los niveles de aceptación de la serie "Camina con BuenPie" en los niños. La imposibilidad de tener un mayor control de la muestra y los instrumentos de trabajo, consecuencia de nuestra poca experticia en investigaciones de campo; advierte la deficiencia de nuestra exploración. Las conclusiones a las que llegamos sólo deben ser vistas como válidas dentro de la muestra estudiada.

Los resultados de esta investigación deben observarse únicamente como una evidencia para hacer inferencias, pero no afirmaciones concluyentes y mucho menos generalizables. No pueden proyectarse a un ámbito más general porque la muestra es poco representativa del universo al cual se quiere llegar (los niños de Venezuela, con edades entre 8 y 12 años, de ambos sexos, que tengan acceso a la televisión). La muestra, tuvo como límite el área metropolitana, lo cual evidencia notable diferencia con el universo nacional al cual se pretende llegar. Por lo tanto, no pueden hacerse afirmaciones cuantitativas relacionadas con la significación de los hallazgos de la investigación.

Las opiniones de los niños permiten suponer que la aceptación de la serie fue positiva dentro del grupo estudiado, aunque esto no asegure su éxito dentro del público infantil en general. Todas las variables que intervienen dentro y fuera

del individuo no nos permiten asegurar que la Serie "Camina con BuenPie" vaya a tener éxito o fracaso en un futuro.

Con esta exploración se pretendió hacer un primer intento de interpretación de una realidad compleja, la cual merece investigaciones más sistemáticas. Por ejemplo, hacer observaciones cualitativas u cuantitativas a nivel nacional sobre los niveles de aceptación, y realizar el estudio más importante según nuestra opinión, registrar los efectos y consecuencias posibles de la Serie en los niños. Dentro del proyecto "Camina con BuenPie" se tiene estimado hacer una evaluación sistemática sobre sus niveles de impacto en los niños a nivel nacional. Esta investigación se encuentra en proceso de planeación y sus resultados serán muy importantes para la fase 2, ya que a partir de éstos se realizarán mejoras en la producción de la Serie.

CONCLUSIONES

La crisis socio-económica del país puede ser explicada a través de un proceso de mediatización que justifica una situación de dependencia a través de ideas, opiniones y actitudes estereotipadas y fatalistas, que reflejan una identidad negativa como nación y una falta de conciencia de sí mismo en el individuo. Este proceso de ideologización y alienación contínua implica múltiples variables de socialización que confluyen en una posición pesimista, frustrada y renuente a actuar.

El niño representa el inicio del fin o el comienzo de la continuidad de esa realidad de marginalidad socio-cultural. Un niño que crece en un ambiente donde los valores más importantes son los del invidualismo, la suerte o la riqueza fácil a costa de todo; puede integrar esa moral como propia, regenerándose de esta manera la marginalidad y la pobreza cultural.

La televisión, como poderoso medio que goza de gran presencia y crédito, ejerce una acción de co-participación e interdependencia dentro de un intrincado cúmulo de elementos y agentes socializantes, que puede contribuir en la formación de valores, actitudes y opiniones que justifiquen y mantengan el status quo; o por el contrario, motoricen un cambio de estructuras y generen un nuevo proyecto de vida nacional.

La televisión como medio, resulta un instrumento conveniente para obtener un aprendizaje tanto intelectual como social. "El refuerzo dado por la repetición y la atractividad, unido a la actitud no defensiva que se adopta frente a la pantalla, hace que los mensajes tengan altas probabilidades de originar cambios en la conducta" (Santoro, 1980).

La "Fundación del Niño", consciente de las consecuencias de las crisis de valores e identidad que vive el país y del gran potencial de la televisión como agente de cambio; decidió contribuir en el mejoramiento de esa situación, con la producción de la serie de programas infantiles de televisión: "Camina con BuenPie", cuyo objetivo primordial es demostrar a los niños del país que las adversidades se pueden superar con esfuerzo, dedicación y confianza en sí mismo, mediante el ejemplo de historias reales de niños que relatan la manera como lograron

sobrellevar e imponerse ante un contexto difícil.

La serie "Camina con BuenPie" se estructuró en base a un sistemático proceso de producción donde se analizaron tanto las condiciones socio-culturales, gustos televisivos, necesidades y espectativas del público meta; como los objetivos comunicacionales del cliente y las connotaciones del mensaje.

El proyecto "BuenPie" se basó en tres teorías psicológicas básicas: la Imitación (Bandura y Walters, 1978), donde se explica que parte del aprendizaje social del niño se produce mediante la copia de modelos de comportamiento y en función de las consecuencias que se derivan de éstos; la teoría del Desafío (Wolin y Wolin, 1992), que concibe la presencia de fuerzas internas inherentes al individuo, posibles de ser modeladas, que le permiten sobrellevar una situación de adversidad; y la de "motivación al logro" (McClelland, 1974) que manifiesta la presencia de necesidades que impulsan al individuo a la prosecusión de metas de excelencia y autorealización.

Estas teorías permitieron diseñar un programa coherente donde se demuestra que las situaciones de crisis pueden ser superadas con la determinación y el deseo personal; y así persuadir al niño a la emulación de esas conductas positivas.

La serie "Camina con BuenPie" está integrada por dos recursos narrativos y expresivos: el documental testimonial y la animación de dibujos. El documental testimonial permite registrar y representar una realidad sin alterarla, lo cual le da credibilidad a las historias que se relatan. Esta veracidad del documental puede generar un sentido de igualdad e identificación en los niños televidentes y, bajo múltiples condiciones sociales y contextuales, darse una asimilación de los valores que transmitidos. La técnica de la animación dio vida al nuevo personaje "BuenPie" quien representa la fuerza interior que motiva al niño a salir adelante. Este personaje tiene varios objetivos: captar la atención del niño mediante la fantasía que evoca; darle una representación concreta al potencial de crecimiento humano y mostrar a los niños diferentes alternativas de vida.

Mediante esta combinación realidad y fantasía se desea entretener y divertir a los niños mientras aprenden valores pro-sociales, que les permitan orientar sus actitudes, comportamientos y opiniones.

El proceso de diseño y producción de la serie "Camina con BuenPie", se realizó en un lapso aproximado de un año y seis meses; durante los cuales se creó la propuesta audiovisual y se realizaron los micros.

El proceso de articulación de la serie "Camina con BuenPie" tuvo varios inconvenientes de tipo técnico, administrativo, gerencial, artístico y de producción. Los cuales incidieron en el desempeño y culminación de la propuesta en el tiempo inicialmente planificado.

La investigación cualitativa resultó de utilidad para la rectificación de errores de tipo creativo y técnicos y confirmación de algunas hipótesis referentes a las probabilidades de aceptación de la Serie. Los grupos de discusión permitieron un primer acercamiento entre los niños y "Camina con BuenPie". De los resultados de las sesiones grupales se hicieron cambios narrativos y estéticos tanto en el documental testimonial como en el personaje "BuenPie". También se conocieron la primeras apreciaciones sobre la aceptación de la serie en los niños, cuyo resultados son satisfactorios. La información obtenida motivó a realizar una segunda exploración con un grupo mayor de niños para determinar correlaciones entre los resultados de ambas investigaciones. Las encuestas de opinión, permitieron evaluar un espectro más amplio de niños con respecto al anterior. En esta investigación se persiguieron dos objetivos complementarios: obtener información sobre los gustos televisivos de los niños y sus opiniones sobre la nueva Serie.

Los niños encuestados no difieren significativamente en cuanto a la intensidad, motivaciones y tipos de programas de televisión que prefieren; con respecto a lo observado por teóricos e investigaciones más sistemáticas. El niño mira aproximadamente entre 4 y 6 horas de televisión diariamente. Con la finalidad de entretenerse y prefiere los dibujos animados, las series de aventuras y acción, o los dramáticos.

Sin embargo, pudimos observar en nuestra investigación que los niños no descartan a los programas educativos, de hecho hubo una manifestación evidente por desear programas que diviertan y que al mismo tiempo sean educativos.

En cuanto a las relaciones con la serie "Camina con BuenPie", los niños manidestaron interés y agrado. Al común de la muestra le gustó tanto el personaje "BuenPie" como los micros documentales. También, otros objetivos comunicacionales, como el video clip y el tema musical de la Serie,.

Estos resultados nos permite suponer que la serie "Camina con BuenPie", puede ser de aceptación en el público infantil. Lo originalidad del concepto, el impacto de la veracidad de los micros y la simpatía de "BuenPie", puede captar la atención de los niños e incentivar el aprendizaje de valores y actitudes diferentes que propicien un cambio en el comportamiento del niño.

No obstante, como pudimos ver durante la investigación, esto no significa en modo alguno, que la Serie será el agente causal directo de las transformaciones conductuales y de valores de los niños. Para que realmente ocurra un cambio, es preciso una planificación sistemática y formal dentro de toda una gama de variables sociales, culturales, económicas y de toda índole; de las cuales la televisión, y especialmente, "BuenPie", son un elemento más.

ANEXOS

(ANEXO 1) VIDEO CLIP

- 1.BUENPIE EMERGE DE UN CABALLETE Y COMIENZA A CAMINAR
- 2. FONDO CAMBIANTE DE DIFERENTES REGIONES DE VENEZUELA, EN COLORES SUAVES COMO UNA ACUARELA, BUENPIE CAMINA CON PASO RÍTIMICO AL SON DE LA CANCIÓN
- 2.- BUENPIE DA UN GIRO Y COMIENZA A GENERAR COLORES QUE CUBREN TOTALMENTE LA PANTALLA.
- 3. PP DE SUS OJOS QUE DESTELLAN ALEGRES
- 4.- ZOOM BACK RÁPIDO. BUENPIE BATEA UNA PELOTA, ESTA CUBRE EL CUADRO, BUENPIE ROMPE UNA CINTA DE LLEGADA EN UNA CARRERA AL BORDE DE UNA PISCINA COMPITIENDO BRINCA EN UNA PATINETA.
- 5.- CONCLUYE UNA MULTIPLICACIÓN EN UNA PIZARRA,
- 6.- SIEMBRA UNA PLANTA,
- 7.- MARTILLA UN CLAVO Y SE A EN UN DEDO.
- 8.- PINTA UN CUADRO DE UNOS CABALLOS

——1ª VERSIÓN--

- 9.- TOCA UNA GUITARRA ELÉCTRICA
- 10. ESCRIBE EN COMPUTADORA
- 11. LEE UN LIBRO

----2ª VERSIÓN-----

12.- ENTRA EL VIVO

CON BUENPIE YO VENGO

CON BUENPIE YO VOY

ERES EL ESFUERZO

MI FUERZA INTERIOR

ME GUSTAN LOS JUEGOS Y LA DIVERSIÓN

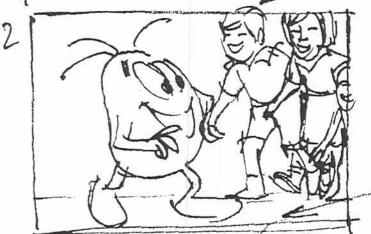
APRENDIENDO ANDO APRENDIENDO VOY

CAMINEMOS JUNTOS ANDA CON BUENPIE

ÚNETE A ESTE GRUPO VENTE TU TAMBIÉN



(ANGULO CONTRAP., CAMARA BA CARAS (EN C.U.) DE NIÑOS FELICES CAMINANDO HACIA CAMAR



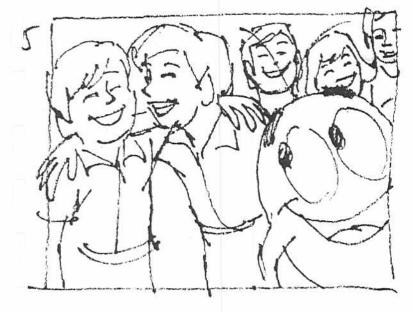
CORTE A PLANO ABJERTO DONDE SE VEN NIÑOS CAMINANDO SOBRE FONDO DE COLOR BRILLANTE BUENAE CAMINA ALEGRE DELANTE DE EZLOS



NIÑO SENTADO, SOLO, LOS NIÑOS DEL GRUPO LO LEVANTAN



PLANO CENITAL DE LA ACCION MIENTRAS OTROS NIÑOS SE LES UNEN ALEGRES



CAMARA BAJA)
NIÑO SE UNIÓ AL
GRUPO, Y SIGUEN
LA MARCHA.
BUENPIE DELANTE
DE ELLOS



FLASHES DE CARITAS FEUGES -

(ANEXO 2)

VIDEO CLIP 1a. y 2a. Versión

Ficha técnica: guión: Mauricio Anteri. Director: Alejandro Bellame. Productor ejecutivo: Maite Rotaeche. Cinematografía: Marcelo Castillo, asistentes: José Sanz y José Bolívar. Asistentes producción: Mario Marval, Ginexa Rodríguez, Mirosly Peña y Nora Mora.

Locación: "Estudio La Cuadra Creativa" y "Cinesa Video" (2a Versión)

Equipo técnico:

Cámara Arri III. Maleta de óptica. Filtros. Gelatinas. Baterías

- 2.000 pies de película Kodak normal
- 3 Trípodes, diferente altura.
- 1 Dolly Panther
- 4 Trípodes "C".
- 3 Seferinos dobles.
- 3 Banderas grandes.
- 3 Banderas medianas.
- 2 Planchas de anime.

Video asist

- 1 HMI Arri 4kw.
- 2 luces 2.500 w
- 4 luces Lowel 1000 w

Extensiones trifásicas.

(ANEXO 3) VIDEO CLIP versión final

Ficha técnica: guión y dirección: Eduardo Morreo. Productor ejecutivo: Rodolfo Restifo. Cinematografía: Marcelo Castillo, asistentes: José Sanz, Carlos Diaz Alvaro Ceballos. Asistentes producción: Mario Marval, Ginexa Rodríguez, Mirosly Peña y Nora Mora.

Locación: Parque "El Caballito" Altamaira

Equipo técnico

Cámara Arri BL1. Maleta de óptica. Filtros. Gelatinas. Baterías.

1.600 pies de película Kodak normal.

3 Trípodes, diferente altura.

Pantallas reflectantes.

Planchas de anime.

(ANEXO 4) MICRO: "PINTURA" GUIÓN-DIRECCIÓN: O.LLEVANERAS

- 1.- PP MAIKEL PINTANDO
- 2.- PD DE CABALLO PINTADO SOBRE EL LIENZO
- 3.- PD PINCEL PINTANDO EL LIENZO
- 4.- PM MAIKEL FRENTE AL CABALLETE PINTANDO
- 5.- PM DE LA ABUELA DE MAIKEL
- 6.- PS PRIMOS JUGANDO UN JUEGO DE MESA
- 7.- PM MAIKEL PINTANDO EN SU HABITACIÓN
- 8.- PG DEL SALÓN DE CLASES DONDE ESTUDIA MAIKEL, ENTREGAN UN EXÁMEN
- 9.- PD DEL EXÁMEN
- 10.- PS MAIKEL CAMINA POR EL BOULEVAR DE CATIA
- 11.- MAIKEL VIENDO VARIOS CUADROS DE UN PINTOR
- 12.- MAIKEL LANZANDO UNA PELOTA EN EL CAMPO DE BEISBOL
- 13.- PM MAIKEL LANZANDO UNA PELOTA
- 14.- PM DE WILMER LANZANDO UN PELOTA
- 15.- PG DEL CAMPO DE JUEGO. WILMER Y MAIKEL CAMINAN CONVERSANDO
- 16.- PM DE WILMER Y MAIKEL PINTANDO EN EL ESTUDIO DE WILMER
- 17.- PD DIPLOMA DE RECONOCIMIENTO

MÚSICA DE MICRO HASTA EL FINAL

(OFF) LO QUE MÁS ME GUSTA PINTAR SON LOS CABALLOS...

yo vivo en la zona "f" del "23 de enero",con...

MI ABUELA....

Y MIS PRIMOS

PORQUE MI MAMÁ Y MI PAPÁ SE MURIERON HACE AÑOS

ESTA SEMANA TENÍA DOS COMPROMISOS PINTAR 2 CUADROS Y HACER UN TRABAJO PARA EL LICEO

CUANDO SALGO DEL LICEO, CAMINO POR EL BOULEVARD DE CATIA PARA OBSERVAR.. ME GUSTA VER LA LÚZ Y LA SOMBRA DE LOS ÁRBOLES

YO TENGO UN AMIGO QUE SE LLAMA WILMER, LO CONOCÍ JUGANDO BEISBOL, EL PINTA.

EL DÍA DE MI CUMPLEAÑOS MI TÍO ME REGALÓ MIL BOLÍVARES...

ESE DÍA FUI CORRIENDO A COMPRAR MIS PINTURAS Y AHORA WILMER ME ENSEÑA A PINTAR DETALLE POR DETALLE...

YO MANDÉ UN CUADRO PARA UN CONCURSO EN ESPAÑA, AVERIGÜÉ COMO 18.- PS DE MAIKEL RECIBIENDO FELICITACIONES DE SUS COMPAÑEROS.

19 PD DE VARIOS CUADROS PINTADOS POR MAIKEL

20MAIKEL PINTANDO EN SU CUARTO

21.- PG. DE CABALLOS REALES QUE SE SOBRE IMPONEN SOBRE EL P.P DE MAIKEL. ERA EL OTOÑO EN VARIOS LIBROS

LA PINTURA ES MI ORGULLO, NO SÉ CÓMO EXPLICARLO PORQUE ES DEMASIDO PARA MÍ

(ANEXO 5)

Micro "Pintura"

Ficha técnica: guión y dirección Osman Llevaneras. Productor ejecutivo: Maite Rotaeche. Camarógrafo: Gustavo Ramos, vtr: José Rodríguez Sonido: Rubén Martínez, Asistente: Abilio Moncada, Asistente producción: Mario Marval y Ginexa Rodriguez.

Locación: Caracas: "23 de Enero", Boulevard de Catia.

Equipo técnico:

Cámara Sony Betacam SP. Filtros. Gelatinas. Baterías

6 cassettes 60 minutos

Maleta de luces Lowel 1000 w

Extensiones trifásicas.

Monitor

Micrófonos.

(ANEXO 6) MICRO "CANTO-CUATRO" GUIÓN-DIRECCIÓN: A. GAMERO

- 1.- PD MANO CHARRASQUENDO UN CUATRO.
- 2.- PP DE DEDOS CAMBIANDO DE POSICION EN LA PARTE SUPERIOR DEL INSTRUMENTO
- 3.- PM. DE RAFAEL TOCANDO CUATRO, SE DETIENE Y HABLA A CAMARA
- 4.- PD DE MANUAL DE CUATRO, LA MANO DE RAFAEL LO CIERRA. FADE A NEGRO
- 5.- PG DE AUTOBÚS SE DESPLAZA POR UN PAISAJE HERMOSO
- 6. PM DE RAFAEL
- 7.- PS DE AUTOBÚS QUE SE DETIENE, BAJA RAFAEL DEL AUTOBÚS
- 8.- PS RAFAEL SALUDA A UNOS AGRICULTORES QUE PASAN EN UN CAMIÓN EN SENTIDO CONTRARIO A EL
- 9.- PG DE LA CASA. RAFAEL SALUDA A SUS HERMANAS Y A SU MAMA
- 10.- CPIC. RAFAEL POSA SUS LIBROS SOBRE LA MESA FADE OUT.
- 11.- FADE IN. RAFAEL TOMA UNAS BOLSAS Y SE OBSERVA EL CAMPO ABIERTO.
- 12.- PG RAFAEL Y SU PADRE TRABAJAN LA TIERRA.
- 13.- PM PADRE JUNTO RAFAEL, ESTE SALE DE CUADRO. CRANE UP, SIGUE A RAFAEL QUE CORRE HASTA LA CASA
- 13.- DETALLE DE DE MANO DE RAFAEL

MÚSICA SONIDO DEL CUATRO

FIN AUDIO DEL CUATRO

(ON) A MÍ SE ME OCURRIÓ TOCAR CUATRO POR LA MÚSICA VENEZOLANA

INICIO MÚSICA DEL MICRO, HASTA EL FINAL

POR AQUÍ DONDE VIVO ES TAN LEJOS QUE NO HAY NINGÚN PROFESOR DE CUATRO, ENTONCES DECIDÍ APRENDER A TOCAR YO SOLO....

ME GUSTA VIVIR AQUÍ PORQUE EL AMBIENTE ES MUY AGRADBLE Y LA GENTE ES MUY AMIGABLE...

EN MI FAMILIA TODOS CANTAN

YO AYUDO A MI PAPÁ EN LA SIEMBRA. EL ME AYUDA A MÍ CON EL CUATRO... QUE TOMA EL CUATRO GUINDADO EN LA PARED

14,- PM RAFAEL TOCANDO CUATRO, DOLLY BACK, EL PADRE DE RAFAEL LE CORRIGE LA POSICION DE LA MANO.

15.- PG DE LA CASA, RAFAEL TOCA EL CUATRO CON SU FAMILIA REUNIDA ME EXPLICA TODO LO QUE TENGO QUE HACER, LAS POSICIONES Y LAS PISADAS.

HE PARTICIPADO EN DOS CONCURSOS DE CUATRO Y QUEDÉ DE SEGUNDO EN LOS DOS.

ALGUN DÍA ME GUSTARÍA COMPONER MÚSICA VENEZOLANA.

FIN MÚSICA MICRO

(ANEXO 7)

Micro "Canto- Cuatro" "Estudio"

Ficha técnica: guión y dirección Alejandro Bellame (Estudio) Alejandro Gamero (Canto-cuatro). Productor ejecutivo: Rodolfo Restifo. Cinematografía: Martín Alvarez, asistentes: Carlos Díaz, Alvaro Ceballos y Gonzalo Gámez. Sonido: Luis Lara Asistente producción: Mario Marval.

Locación: Petaquire. Edo. Aragua.

Equipo técnico:

Cámara Arri BL1. Maleta de óptica. Filtros. Gelatinas. Baterías

2.000 pies de película Kodak normal

- 3 Trípodes, diferente altura.
- 1 Dolly Panther
- 4 Tripodes "C".
- 3 Seferinos dobles.
- 3 Banderas grandes.
- 3 Banderas medianas.
- 2 Planchas de anime.
- 4 luces Lowel 1000 w

Extensiones trifásicas.

Nagra. Micrófonos

(ANEXO 8) MICRO: "ESTUDIO" GUÓN-DIRECCIÓN: A.BELLAME

- 1.- PD PIES DE MILEIDI CAMINADO POR UN CAMINO DE TIERRA
- 2.- PP ROSTRO DE MILEIDI CAMINANDO
- 3.- PG DEL CAMINO DE TIERRA EN BAJADA
- 4.- PP DE MILEIDI EN ENTREVISTA
- 5.- PS MILEIDI DESPIDIÉNDOSE DE SU ABUELA, SALE CON SU PRIMA DEL PATIO DE LA CASA
- 6.- PG DE LAS MONTAÑAS DE PETAQUIRE
- 7.- PD PIES DE MILEIDI CAMINANDO ENTRE LAS PIEDRAS
- 8.- PS MILEIDI QUE SE ENCUENTRA CON SUS COMPAÑEROS DE CLASES EN EL CAMINO
- 9.- PP MILEIDI ENTREVISTA
- 10- PD DE LOS PIES DE MILEIDI Y SUS COMPAÑEROS SALTANDO POZOS.
- 11.- PS DE MILEIDI Y SUS CAMINOS CAMINANDO
- 12 PG DE LA ESCUELA. MILEIDI ENTRA JUNTO CON SUS COMPAÑEROS
- 13.- PP. MILEIDI ENTREVISTA
- 14.- PS DE NIÑOS HACIENDO FORMADOS EN EL PATIO DE LA ESCUELA, LA MAESTRA LOS RECIBE
- 15.- DOLLY SIDE DERECHA DESCRIBE EL SALÓN DE CLASES HASTA LLEGAR A MILEIDI.
- 16.- PG DE MILEIDI Y SU PRIMA FABIOLA

MÚSICA DEL MICRO, HASTA EL FINAL.

(ON) NO IMPORTA QUE TENGA QUE CAMINAR TANTO, LO MÁS IMPORTANTE ES IR A LA ESCUELA

(OFF) YO VIVO EN PETAQUIRE ARRIBA...

ES MUY LEJOS

TARDO PARA LLEGAR COMO UNA HORA Y MEDIA...

(ON) CUANDO LLUEVE ME EMPANTANO...

(OFF) Y LLEGO TARDE

ES MUY DIFÍCIL LLEGAR A LA ESCUELA CAMINANDO

(ON) PERO A MÍ ME GUSTA PORQUE APRENDO COSAS QUE NO SÉ

(OFF) QUIERO ESTUDIAR EN UN LICEO COMO MI PRIMA FABIOLA QUIERO SER COMO ELLA, QUE SABE TANTAS COSAS QUE CONVERSAN FRENTE AL VALLE

17.- PM DE MILEIDI ATENTA A SU CLASE

18.- PS DE MILEIDI REUNIDA CON SU FAMILIA EN UN CAMPO

19.-PD DE MILEIDI EXTRAYENDO UNA LEGUMBRES

20.- PS MILEIDI EN LA HUERTA

21.- PM MILEIDI ENTREVISTA

22.- PG DE NIÑOS QUE JUEGAN ENTRE LOS ÁRBOLES. DOLLY SIDE SIGUIÉNDOLOS

23.- PP MILEIDI EN ENTREVISTA

LA OTRA COSA MAS IMPORTANTE PARA MÍ ES MI FAMILIA... YO AYUDO A MI MAMÁ, LA AYUDO EN LA COCINA, EN LA VEGA YO SE SEMBRAR....

(ON) ALGÚN DIA QUISIERA TENER UNA CASA PARA MI MAMÁ, MI PAPÁ Y MIS HERMANOS...

MI FAMILIA Y MI ESCUELA ESAS SON LAS COSAS MAS IMPORTANTES DEL MUNDO

3.4 NIC OLE CORFE POR LA CALLE CON UN DIPERIMENTO BAJO LA MANO. LLUFVI.

41. PDI DEL DEDO DE NICOLE QUE TOCA EL EXPERIMENTO DE BLECTRIGIDAD EN EL SALON DE CLASES

5.4 PLI DE NICOLE EXPONIENDO EL TRABAJO

6.4 PPINICOLE, SONRÍE

7. PMINICOLE, SONRÍE

7. PMINICOLE, SONRÍE

8. NILIOLE, SALE APRÉSURADA DE SU EDIFICIO, SE DESTI DE DE SUS ANUGOS

91. INITICOLE HABLA A CÁMARA

10. PO DE LA ORDUESTA INI ENSAYO I I L. PLANO DE INTEGRANIES DE LA

Sonidos do ensavo en la Orginesta (OFF) ESTOV DESOE HAGE POCO EN LA ORQUESTA HIMFÓNICA DE MIRANDA TINGOL. 17. PG. ORQUESTA EN CONCIERTO. NICOLE SE DETACA ENTRE LOS MAYORES.

18.- PP NICOLE EN SU CUARTO

19.- PG NICOLE DIRIGIENDO LA ORQUESTA DURANTE LA VISITA DEL PAPA

20.- PS NICOLE DÁNDOLE LA BATUTA AL PAPA

21.- PG NICOLE EN EL TEATRO TERESA CARREÑO

22.- PM NICOLE HABLA A CÁMARA, DOLLY BACK SIGUIÉNDOLA

23.- PP DE NICOLE

UN POCO PORQUE CUANDO CREZCA VOY A NECESITAR UNO DE MAYOR MEDIDA.

(ON) HE VIAJADO POR TODO EL MUNDO REPRESENTANDO A VENEZUELA...

(OFF) TAMBIÉN DIRIGÍ UNA ORQUESTA DE 700 NIÑOS CUANDO VINO EL PAPA.

(ON) ME GUSTARÍA SER CONCERTINA DE LAS GRANDES ORQUESTA DEL MUNDO

YO SÉ QUE SI SIGO ESFORZANDOME PUEDO LOGRARLO...

y venezuela se sentirá muy orgullosa de mí

(ANEXO 10)

Micro "Violín"

Ficha técnica: guión y dirección Geika Urdaneta. Productor ejecutivo: Rodolfo Restifo. Cinematografía: Marcelo Castillo, asistentes: José Sanz, Abilio Moncada. Sonido: Amado Dehesa Asistente producción: Miguel Angel Mayz

Locación: Los Teques-Caracas.

Equipo técnico:

Cámara Arri III. Maleta de óptica. Filtros. Gelatinas. Baterías

- 2.000 pies de película Kodak normal
- 3 Trípodes, diferente altura.
- 1 Dolly Panther
- 4 Tripodes "C".
- 3 Seferinos dobles.
- 3 Banderas grandes.
- 3 Banderas medianas.
- 4 luces Lowel 1000 w

Extensiones trifásicas.

Nagra. Micrófonos

(ANEXO 11) MICRO "CUENTO" GUIÓN-DIRECCIÓN: A. GAMERO

- PG. AMANECER CENTRO DE CARACAS.
- 2. DOLLY SIDE. QUE CRUZA CON OSWIN AL SALIR DE SU EDIFICIO.
- 3. PG. OSWIN ENTRA A LA ESCUELA
- 4. PM. OSWIN EN CLASES ESCRIBIENDO. FADE A NEGRO
- 5. -FADE IN- PM DE OSWIN EN LA SOCIEDAD BOLIVARIANA. FADE OUT
- 6. FADE IN- CENTRO DEPORTIVO, FADE OUT
- 7 FADE IN, PG DE TALLER DE RECICLAJE
- 8.- FADE IN- PP MANO DE OSWIN, DOLLY BACK, PS DE LA FAMILIA REUNIDA ESCRIBIENDO. DISS
- 9.- PS DEL VEHÍCULO RUMBO A LA PLAYA
- 10. PM DE OSWIN QUE DEPOSITA UN DESECHO DENTRO DE UNA BOLSA.
- 11. SUBJETIVA DE OSWIN, VE UN VEHÍCULO QUE ARROJA BASURA A LA VIA
- 12. PP DE OSWIN CON CARA DE DECEPCIÓN.
- 13. DOLLY BACK SOBRE BASURERO QUE DESCUBRE UNA PLAYA

Música hasta el final

(OFF) OSWIN GUTIÉRREZ. DESDE HACE UN AÑO VIVO EN CARACAS, ANTES VIVÍA EN CUA.

AL PRINCIPIO FUE DIFÍCIL ALLÁ NO HABÍA TANTA CONTAMINACIÓN NI TANTOS MALANDROS.

PERO, LA ESCUELA ME HA AYUDADO A ADAPTARME, TIENE MUCHAS ACTIVIDADES DIFERENTES.... A MÍ ME GUSTAN TODAS...

LA SOCIEDAD BOLIVARIANA,

EL CENTRO DEPORTIVO,

EL CENTRO DE RECICLAJE...TODO ESTO ME AYUDA A HACER COSAS QUE YO NO SABÍA QUE PODÍA HACER

FUE ASÍ COMO ESCRIBÍ UN CUENTO IMAGINARIO QUE GANÓ UN PREMIO DE CONSERVACIÓN

MI FAMILIA ME AYUDO MUCHO PORQUE DESDE PEQUEÑO MI PADRE NOS ENESEÑÓ A NO CONTAMINAR. 14. PM DE OSWIN QUE CONTEMPLA EL PAISAJE. LA BASURA SE DISUELVE Y QUEDA LA PLAYA LIMPIA

15. PG. OSWIN OBSERVA EL ATARDECER.

EN MI CUENTO LOS EXTRATERRESTRES ME AYUDARON A LIMPIAR LA TIERRA, Y TODO FUE MAS FÁCIL DE LO QUE PARECÍA

YO CREO QUE LAS COSAS DIFÍCILES HAY QUE BUSCARLE LA MANERA DE VERLAS MÁS FÁCIL. Fin música

(ANEXO 12)

Micro "Cuento"

Ficha técnica: guión y dirección: Alejandro Gamero. Productor ejecutivo: Rodolfo Restifo. Cinematografía: Martín Alvarez, asistentes: José Sanz, Abilio Moncada, Gonzalo Gámez. Sonido: Estudio Bolívar Films Asistente producción: Miguel Angel Mayz

Locación: Caracas. La Guaira.

Equipo técnico:

Cámara Arri III. Maleta de óptica. Filtros. Gelatinas. Baterías

- 2.000 pies de película Kodak normal
- 3 Trípodes, diferente altura.
- 1 Dolly Panther
- 4 Trípodes "C".
- 3 Seferinos dobles.
- 3 Banderas grandes.
- 3 Banderas medianas.
- 4 luces Lowel 1000 w

Extensiones trifásicas.

(Anexo 13) NADO SINCRONIZADO GUIÓN-DIRECCIÓN: A. BELLAME

- DENTRO DEL AGUA VEMOS
 TURBULENCIA PRODUCIDA POR UN
 CUERPO QUE ENTRE
 REPENTINAMENTE.
- 2) PG EN TEXTURA DE VIDEO (RALENTI) DE UNA COMPETIDORA DE NADO SINCRONIZADO EN PLENO EJERCICIO.
- 3) PD. DE UNA COLECCIÓN DE MEDALLAS DEPORTIVAS (TEXTURA VIDEO RALENTI)
- 4) PP DE FLOR DORMIDA DENTRO DE UN CARRO EN MOVIMIENTO.
- 5) SERIE DE IMÁGENES DE VIDEO (RALENTI) DE UNA COMPETENCIA DE NADO SINCRONIZADO
- 6) PM. FLOR SIGUE DURMIENDO EN EL CARRO.
- 7) PM. DE LA MAMÁ DE FLOR MANEJANDO POR CARACAS
- 8) PP. DEL ROSTRO DE FLOR MIENTRAS DUERME.
- 9) SERIE DE PG DE LAS INSTALACIONES DEL PARQUE.
- 10) PE. FLOR QUE ENTRA A LA PISCINA (VIDEO)

Música del micro, hasta el final

VOZ FLOR OFF: QUIERO LLEGAR DONDE QUIERO. SER CAMPEONA MUNDIAL..

VOZ OFF: VIVO MUY LEJOS... EN LA COLONIA TOVAR... TARDO COMO 2 HORAS EN LLEGAR...

... MI MAMÁ ME TRAE EN SU CARRO TRES DÍAS A LA SEMANA.

.... ENTRENO 4 DÍAS A LA SEMANA EN EL PARQUE NACIONES UNIDAS...

... A VECES SE ME HACE DIFÍCIL PERO....

- 10) PLANO DE FLOR EN LA PISCINA.(TEXTURA DE VIDEO)
- 11) SERIE DE PLANOS DE FLOR ENTRENADO EN LA PISCINA. SU ENTRENADORA LE DA ALGUNAS INDICACIONES.
- 12) PLANOS SUBACUÁTICOS DE FLOR EN PLENO EJERCICIO
- 13) PP DE FLOR EN LA COLONIA TOVAR (ENTREVISTA)

- 14) FLOR TERMINA DE ENTRENAR Y SALE DE LA PISCINA. SU MAMĂ OBSERVA DESDE LAS GRADAS.
- 15) PP DE FLOR (ENTREVISTA) AL FONDO UN PAISAJE DE LA COLONIA TOVAR.
- 16) PG DE FLOR LLEGA CON SU MAMA HASTA EL CARRO ESTACIONADO EN EL NACIONES UNIDAS
- 17) PM FLOR SACA UN LIBRO DE UN MORRAL Y SE PONE A LEER.
- 18) PP FLOR LEE Y LUEGO DESVÍA SU MIRADA HACIA EL PAISAJE. CIERRA SUS OJOS
- 19) PG (TEXTURA DE VIDEO) SUBJETIVA DENTRO DE LA PISCINA.
- 20) PE (TEXTURA DE VIDEO) FLOR SURGE DE LA PISCINA CON POSE FINAL . LA IMAGEN SE CONGELA.
- 21) LA TOMA ANTERIOR CAMBIA A TEXTURA DE CIÑE. SE CONGELA

...PARA ALCAZAR LO QUE QUEREMOS ... HAY QUE PONERLE MUCHA DEDICACIÓN...

DISCIPLINA...TODOS LOS DÍAS HAY QUE MEJORAR UN POQUITO

EL NADO SINCRONIZADO ES MUY DIFÍCIL...

... NO PUEDO DEJAR DE ENTRENAR PORQUE ME ESTANCO. ESTOY EN ESTO DESDE HACE CUATRO AÑOS. LO VÍ EN LA TELEVISIÓN Y ME GUSTÓ TANTO QUE LE DIJE A MI MAMÁ QUE ME METIERA...ELLA FUE AL PARQUE NACIONES UNIDAS Y ME INSCRIBIÓ.

OFF) ... YA TENGO COMO VEINTE MEDALLAS Y SOY CAMPEONA CENTROAMERICANA Y DEL CARIBE.

ON) EL DEPORTE ME AYUDA MUCHO EN LAS CLASES PORQUE ME CONCENTRO MÁS, PUEDO DESPEJAR MÁS LA MENTE ANTES DE LOS EXÁMENES.

(OFF) TRATO DE ORGANIZAR MI TIEMPO PARA PODER CON TODO PERO, A VECES, TENGO QUE ESTUDIAR EN EL CARRO.

(OFF) ... Y A VECES ME QUEDO DORMIDA...NECESITO DESCANSAR.

(ON) MI META ES LLEGAR A LAS OLIMPÍADAS Y TRAER UNA MEDALLA PARA VENEZUELA.

FIN MÚSICA.

(ANEXO 14)

Micro "Nado sincronizado"

Ficha técnica: guión y dirección Alejandro Bellame. Productor ejecutivo: Rodolfo Restifo. Cinematografía: Marcelo Castillo, y Gyula David (imágenes sub-acuáticas) asistentes: José Sanz, Carlos Díaz. Sonido: Amado Dehesa Asistente producción: Mario Marval

Locación: Colonia Tovar - Caracas: "Parque Naciones Unidas"

Equipo técnico:

Cámara Arri BL1 (35 m.m). Maleta de óptica. Filtros. Gelatinas. Baterías

Cámara 16 mm (imágenes sub-acuáticas)

2.000 pies de película Kodak normal

200 pies película 16 mm.

3 Trípodes, diferente altura.

- 1 Dolly Panther
- 4 Trípodes "C".
- 3 Seferinos dobles.
- 3 Banderas grandes.
- 3 Banderas medianas.
- 4 luces Lowel 1000 w

Extensiones trifásicas.

Nagra. Micrófonos.

(ANEXO 15)

COLETILLAS PRESENTACION-DESPEDIDA 1a. Versión

Ficha técnica: guión: Mauricio Anteri. Director: Alejandro Bellame. Productor ejecutivo: Maite Rotaeche. Cinematografía: Marcelo Castillo, asistentes: José Sanz y Gonzalo Gámez. Asistentes producción: Mario Marval.

Locación: Club Monteclaro. Hoyo de La Puerta

Equipo técnico:

Cámara Arri III. Maleta de óptica. Filtros. Gelatinas. Baterías

- 400 pies de película Kodak normal
- 3 Trípodes, diferente altura.
- 4 Trípodes "C".
- 3 Seferinos dobles.
- 3 Banderas grandes.
- 3 Banderas medianas.
- 2 Espejos

Video asist

(ANEXO 16)

ENCUESTA DE OPINION

Edad; Sexo; Grado Lugar dónde vives
I Parte. Gustos Televisivos
1. ¿Cuántas horas dedicas diariamente a ver televisión?
1-2 □ ; 2-4 □ 4-6 □ 6 más □
2. ¿Por qué ves televisión?
* = ·
3 ¿ Qué clase programas de televisión te gustan más? Enumera según tu interés. Películas [], Deportes [], Teleñovelas [], Noticias [], Culturales [] o Comiquitas [] 4 ¿Los programas infantiles de televisión que más te gustan?.Responde en orden de importancia
5 ¿Qué elementos debería tener un programa para los niños?
6. ¿Cuál es tú opinión sobre los siguientes programas infantiles de televisión? "El Club De los Tigritos" "Hay que Oir a los Niños"
"Nubeluz"
"El Club Disney"
7¿ Qué personaje de la televisión te gustaría ser. Por qué?

Il Parte. Opinion sobre "BuenPie" y el Testimonial 1.- ¿Qué piensas de BuenPie? 2. ¿Qué características tiene? 3 ¿Qué hace BuenPie? 4.- ¿Qué significa su nombre? 5.- ¿ Se te parece a otro personaje de televisión? Sí ____ ¿Cuál?_____ 6.- ¿Te gustó la música, por qué? Sí 🗆 _____ 7.- ¿Qué opinas del Videoclip de BuenPie? 8.-¿Te agrada que un niño te cuente su historia. por qué? 9.- ¿ Cuál te gustó más, por qué?

El Escritor de Cuentos	2-1-2-2000 - 1-2-2-2-1-2-2-2-2-2-2-2-2-2-2-2-2-2-2	
El niño Pintor	Niña n. sincronizado	
Niña del Estudio	Niño del Cuatro	
11 ¿La vida de estos niños tienen	algún parecido contigo?	