



# Niños y niñas frente a las pantallas

## Guía de actividades para un uso saludable



“Desde la radio reloj que nos despierta en las mañanas hasta que dormimos viendo el último programa de televisión, estamos expuestos a cientos -aún miles- de imágenes e ideas no solamente de la televisión, sino también de titulares de periódicos, portadas de revistas, películas, sitios web, juegos de video y vallas publicitarias.

Los medios ya no solamente dan forma a nuestra cultura... Son nuestra cultura”

Media&Values#57, 1992

Los medios de comunicación están presentes en la mayoría de los aspectos de la vida cotidiana, sus pantallas saturadas de información han poblado tanto el espacio público como el privado. Las personas se conectan diariamente para encontrar información y entretenimiento, y si bien la televisión sigue siendo la principal forma de ver series, noticias y películas; celulares, tablets y computadores se han convertido en importantes plataformas para acceder a contenidos audiovisuales, en especial para niños, niñas y jóvenes. Esto supone un desafío mayor para padres, madres y cuidadores/es, puesto que los niños/as consumen videos de forma más individual y solitaria.

Es importante reconocer que los medios de comunicación tienen un punto de vista, y de manera especial los que emiten en formato audiovisual, entregan visiones de mundo y contribuyen a la construcción de valores. Por ello, es relevante desarrollar habilidades para comprender, conocer y re-significar los mensajes que entregan los programas audiovisuales a las audiencias. El desarrollo e incorporación de estas competencias es uno de los objetivos del Alfabetismo en Medios, que pretende entregar herramientas para “descubrir” y “leer” los diferentes niveles de significado presentes en los mensajes de los medios de comunicación.

El presente documento ha sido elaborado con la finalidad de aportar en esta tarea, entregando a profesionales y cuidadores/as de niños y niñas, consejos y herramientas para comprender y analizar los contenidos audiovisuales que ven las audiencias cotidianamente en diversas pantallas.

El texto se encuentra dividido tres capítulos:



- I. Antecedentes generales para profesionales y mediadores.**
- II. Actividades para realizar con niños y niñas menores de 7 años.**
- III. Actividades para realizar con padres, madres y cuidadores/as.**

El avance de las tecnologías ha alterado muchos aspectos de la vida moderna, ejemplo de ello son los cambios que observamos en el ámbito productivo y del trabajo, en las formas de ejercer ciudadanía y, por supuesto, el qué y cómo aprenden los niños/as. El sistema social se ha visto presionado por estas transformaciones, presentando nuevos desafíos tanto en su organización y funcionamiento general, como en las dinámicas cotidianas de las familias en relación con los medios.

Con ello, los medios de comunicación masivos adquieren mayor relevancia, ya que desde la niñez entregan información, valores y modelos a seguir que es importante reconocer y analizar, especialmente en el caso de la televisión que es el principal medio de entretenimiento para las familias chilenas. Así, las habilidades de análisis de medios son hoy en día, parte de las competencias básicas que deben desarrollar las personas para habitar la sociedad del conocimiento, pues “para ser un adulto funcional en una sociedad mediática, es necesario saber distinguir entre las diferentes formas de medios y saber plantear preguntas básicas sobre todo lo que se mira, lee o escucha”<sup>1</sup>.

Para muchos adultos la relación que tienen los niños/as con los medios audiovisuales es compleja, ya que por una parte evalúan los efectos negativos que las pantallas pueden tener en la convivencia familiar, pero por otra, son un apoyo en la rutina diaria, como entretenimiento para los más pequeños cuando se requiere resolver situaciones domésticas como preparar los alimentos o asear la casa.

En este análisis se debe tener en cuenta que el niño/a ve televisión principalmente para divertirse y entretenerse, pero esto no implica que no pueda aprender de lo que ve en la pantalla. Más aún, el aprendizaje es más integrado y significativo cuando se asocia con emociones positivas en los niños/as, por lo que se debe considerar este potencial de las imágenes y relevar la función formativa que tienen los medios audiovisuales para los niños/as.

## Algunos datos que aportan al análisis:

Durante el año 2015 el 72% de los hogares en el país tuvo acceso a internet fijo o móvil (74% en zona urbana y 56% en zona rural), ubicándose por sobre el promedio de los países de la región, pero por debajo del promedio de países europeos (82%). Además 21,1% de hogares posee 4 o más dispositivos móviles que se conectan a Internet<sup>2</sup>.

A la penetración de internet en nuestro país se suma la tenencia de dispositivos móviles por parte de los niños/as y jóvenes menores de 18 años, quienes prefieren las pantallas móviles por sobre la televisión, y son propietarios de teléfonos celulares con conexión a internet, tablets y/o computadores portátiles. Según datos de la última Encuesta Nacional de Televisión (VIII ENTV, 2014) un 20% de los niños/as menores de 7 años, y un 33% de los niños/as de entre 8 y 13 años son propietarios de una tablet, y a su vez el 40% de los niños/as de entre 8 y 13 años, y el 66% de los niños/as de 14 a 17 años son propietarios de un teléfono móvil que se puede conectar a internet. Siendo así, los/as niños/as y adolescentes en Chile son dueños/as de tecnologías, lo que facilita su acceso a programas, películas y series, a través de diferentes plataformas en cualquier horario. La VIII Encuesta Nacional de Televisión reveló además que

1. Center for Media Literacy, 2003. Conjunto de herramientas para alfabetismo en medios: un marco de referencia para aprender y enseñar en la era mediática. [www.medialit.org](http://www.medialit.org).

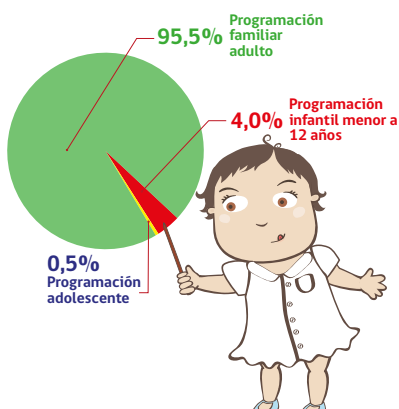
2. Subsecretaría de Telecomunicaciones, 2016. Séptima Encuesta Nacional de Acceso y Usos de Internet.

parte importante de ellos/as se informan mediante redes sociales, como Twitter y Facebook, ve programas en internet, chatea, juega online o visita páginas web mientras ve televisión. Además, tienen una actitud mucho más participativa frente a los medios de comunicación, a la vez que se encuentran más expuestos a contenidos inadecuados para ellos/as.

A su vez, los padres y madres que tienen hijos/as menores de 13 años declaran que éstos dedican un promedio de dos horas diarias a ver televisión abierta, una hora menos al día que los adultos. Pero cuando se trata de televisión pagada (Cable o TV satelital) ven en promedio 3 horas al día<sup>3</sup>. Además una parte importante de los padres dice tener dificultades para la supervisión de los programas de televisión que ven los niños/as, por tres razones principalmente:

- Porque se trata de una actividad que los niños/as realizan solos, por ejemplo, en su habitación (41%).
- Porque los padres trabajan fuera del hogar o no están en casa con sus hijos/as una gran parte del día (39%).
- Por la dificultad que implica supervisar el consumo televisivo a través de otras pantallas, tales como computador, celular o tablet (4%).

Otro factor que influye en el consumo de contenidos inadecuados por parte de los niños/as y jóvenes es la escasa oferta de programas destinados a este público. En Chile la oferta de programación destinada a público infantil, es decir los programas diseñados y dirigidos especialmente para niños y niñas menores de 12 años, representa un 4,0% de la oferta total de la televisión abierta. Ello se complementa con un 0,5% de espacios diseñados para adolescentes, sumando en total una oferta especializada de 4,5% para el público menor de edad, en contraposición al 95,5% destinado a público familiar y adulto<sup>4</sup>.



Ante este escenario, la recomendación para padres, madres, cuidadores/as y mediadores (docentes y profesionales que trabajan con niños/as) es el fomento de la reflexión y análisis de los contenidos que ven los niños/as en las pantallas, incorporando las opiniones y preferencias que ellos/as manifiestan, ya que la sola prohibición de programas parece ser poco efectiva. Dos datos reveladores al respecto: mientras que los padres en general declaran que para supervisar los contenidos audiovisuales que sus hijos/as ven, prohíben a los niños/as que ellos consuman ciertos programas inadecuados (53% de los padres, según VIII ENTV), más del 82% de los jóvenes declaran que son ellos los que autónomamente deciden qué ven y cuándo lo ven, sin restricciones (Valdivia, Valenzuela y Pinto, 2014). Es decir, el control parental parece ser limitado, ya que los niños/as y adolescentes tienen diversas estrategias para ver sus programas favoritos, independiente de las restricciones que planteen sus padres, madres y/o cuidadores.

3. Consejo Nacional de Televisión, 2014. Encuesta Nacional de Televisión.

4. Anuario estadístico de oferta y consumo de televisión abierta 2015, Consejo Nacional de Televisión, Departamento de Fiscalización y Supervisión, 2016.

Otro aspecto que es importante conocer es la relación de la televisión con el aprendizaje de los niños/as en edades tempranas. Si bien existe cierto consenso sobre los beneficios que produce la televisión educativa en el incremento del vocabulario de preescolares, aún se discuten los beneficios de ésta en niños/as menores de tres años. Varios estudios indican que existe una baja incidencia de la televisión, o de videos destinados a bebés, en el aprendizaje inicial del lenguaje o en el incremento del vocabulario de niños/as. Además, concluyen que solo a través de la interacción de mediadores que refuercen los aprendizajes esperados, los videos pueden tener efectos positivos en el vocabulario de niños/as menores de tres años (Krcmar, Griela y Lin 2007; Robb, Richert y Wartella 2009; Richert, 2010 y DeLoache 2010).

Un ejemplo de esto es un estudio realizado por Roseberry (2009), en el que niños/as menores de 36 meses aprenden verbos a raíz de un video solo cuando hay apoyo de la interacción en vivo de un adulto, mientras que los que sobrepasan esa edad pueden hacerlo, en la mayoría de las ocasiones, solo con la observación del video. Esto releva la importancia de la compañía activa y participativa de los padres y madres en el visionado de televisión o videos, y demuestra que es el **diálogo a partir del contenido** de los programas el que reporta avances para los niños/as.

El presente documento pretende aportar a esta discusión a través de la entrega de actividades prácticas de análisis de programas y orientaciones dirigidas a niños y niñas menores de 7 años, además de consejos y actividades para los adultos que los acompañan.



Las actividades propuestas en este capítulo están dirigidas a la comprensión y análisis de medios audiovisuales por parte de niños/as menores de 7 años, aunque se centran especialmente a partir de los 3 años de edad, momento en el que idealmente niños/as comienzan su contacto con las pantallas en general y en especial con la televisión.

Se debe tomar en cuenta que en esta etapa los niños/as aprenden a interactuar con su ambiente a través del lenguaje oral e imágenes mentales. Sin embargo, el pensamiento más complejo y la capacidad de abstracción no se desarrollará hasta pasado los 10 años. De los 3 a los 7 años logran mayores habilidades motoras y tienen gran iniciativa para realizar actividades, especialmente a través del juego y la exploración. Están ávidos de conocer y explorar el mundo, y se desarrolla el lenguaje a través de la conversación, por lo que es importante hablar de manera clara y alentarlos<sup>5</sup>.

Los medios audiovisuales tienen gran relevancia en el desarrollo de las habilidades comunicacionales de los niños/as, por lo que es importante cautelar que el lenguaje de los programas de televisión que vean sea adecuado a su etapa de desarrollo, enriquezca su vocabulario, y contribuya así a ampliar su capacidad para nombrar y comprender el mundo que los rodea. Además, a través del juego niños/as amplían sus habilidades motoras y aprenden a reconocerse como seres sociales, desarrollando paulatinamente el pensamiento abstracto y abriéndose al mundo de la fantasía, lo que les permite explorar las ideas de manera simbólica<sup>6</sup>.

### Tener en cuenta que...

En esta etapa debemos apoyar a los niños/as para que se sientan **seguros de sí mismos**, desarrollen su **creatividad** y sean capaces de establecer **relaciones saludables** con las demás personas.



### Actividades:

A continuación, entregamos algunas actividades para realizar con niños/as luego de ver un programa de televisión o video. Se sugiere que éstas sean realizadas por un/a mediador/a que facilite el proceso a los niños/as, por ejemplo, sus padres, cuidadores/as o educadores/as.

Las actividades planteadas presentan distintos niveles de complejidad según la etapa del desarrollo de los niños/as, por lo que es necesario que se apliquen en varias sesiones para lograr los objetivos, entendiéndolas como parte de un proceso de aprendizaje. Se sugiere que el mediador evalúe la complejidad de las actividades propuestas para el grupo o niño/a con el que está trabajando, de manera de ofrecerles acciones pertinentes y plausibles de realizar según sus características. Siendo así, la elección de las actividades específicas a realizar en cada sesión se debe hacer de acuerdo a las particularidades del grupo o niño/a con el que se trabaja. Asimismo, el mediador debe tener un rol activo, trabajando como guía e interlocutor en la aplicación de las acciones propuestas.

5. "Apoyar el desarrollo del lenguaje". Chile Crece Contigo. <http://www.crececontigo.gob.cl/2009/desarrollo-infantil/3-a-4-anos/apoyar-el-desarrollo-del-lenguaje/>

6. "El juego es necesario para su desarrollo". Chile Crece Contigo. <http://www.crececontigo.gob.cl/2009/desarrollo-infantil/3-a-4-anos/el-juego-es-necesario-para-su-desarrollo-2/>

## 1. Para comprender la Historia

Al igual que los adultos, los niños/as otorgan significado a lo que ven, leen o escuchan, y le dan sentido a las imágenes y sonidos. Una forma sencilla de analizar y reflexionar sobre lo que ven los niños/as en la pantalla, es conversar con ellos a partir del programa que vieron y pedirles que relaten la historia contada. Este ejercicio contribuye a fomentar el hábito de pensar y hablar sobre el contenido de los medios de comunicación desde pequeños, además de permitir a padres, madres y cuidadores/as conocer los aspectos que llaman su atención, sus preferencias y forma de comprender el mundo.

Esta sección apunta a que niños/as identifiquen la autoría de los videos y películas que ven, a través de la comprensión e interpretación del relato audiovisual.

### Tener en cuenta que...

Para realizar las actividades de análisis audiovisual es necesario que los adultos que acompañan el proceso vean con antelación el programa o video seleccionado, de manera de realizar preguntas pertinentes a la historia relatada. Además, los mediadores que acompañan el proceso pueden aportar a los ejercicios propuestos comentando su opinión sobre la historia contada y los personajes; y participando activamente de las actividades.

### Actividades para hacer



- ▶ Entregar a los niños/as recortes de distintos personajes de historias o programas de televisión que conozcan para utilizar como modelo. Pedirles que con estos elementos construyan las escenas claves del programa visto y que luego las ordenen cronológicamente.
- ▶ Leer en conjunto con los niños/as un cuento clásico para luego imaginar junto a ellos o ellas cómo se le ocurrió este relato al autor. Preguntar a los niños/as cómo se imaginan al autor de la historia y en qué situación escribió el cuento. Luego realizar una representación a partir de los relatos de los niños/as.
- ▶ Para comprender que existen autores que crean las historias, invitar a los niños/as a crear su propio cuento a través de recortes de revistas, calcomanías, etc. Una vez realizado el dibujo, pueden contarle frente a sus compañeros/as.

Estas actividades permiten que niños y niñas comprendan la existencia de un autor detrás de las historias que ven en la pantalla o que leen, imaginando que ellos mismos también pueden ser creadores de sus relatos.

### Para reflexionar con niños y niñas ...

- ✦ Pedir a los niños/as que relaten lo que vieron en el programa preguntando: ¿Cuál es la historia que se cuenta? ¿Qué pasó cuando Caperucita...? ¿Qué pasó al final de la historia?





- \* Pedir a niños/as que identifiquen al narrador de la historia, con preguntas como: ¿Quién cuenta la historia? ¿Es uno de los personajes? ¿Es alguien más que no se ve?
- \* Para reconocer al autor de la historia, invitar a niños/as a jugar preguntándose: ¿Quién escribió la historia? ¿Quién se la imaginó primero? ¿Cómo es esa persona? ¿Con qué escribe? ¿Dónde vive?



## 2. Para identificar imágenes y sonidos

Existen distintos recursos audiovisuales para entregar los mensajes televisivos que son parte de lo que se denomina lenguaje audiovisual, por ejemplo, los colores y sonidos utilizados en el video, el tipo de luz de las imágenes, la posición de la cámara y el movimiento de los personajes, entre otros. Estos elementos son escogidos de manera consciente por los realizadores para poder contar la historia de la manera que quieren. Los distintos tipos de programas, sean de terror, humor, drama o romance, utilizan estos recursos de diversas maneras, con el objetivo de crear la atmósfera deseada para el género televisivo al que pertenece el programa.

Los ejercicios propuestos en esta sección facilitan que los niños/as identifiquen elementos básicos de formato de los programas que ven, y con ello adviertan, la intención que se encuentra a la base de las decisiones tomadas en una producción audiovisual. Para ello se presentan algunas actividades de identificación de técnicas audiovisuales como la utilización de distintas posiciones de cámara y recursos sonoros.

### Actividades para hacer



- ▶ Pedir a niños/as que escojan el momento que más les gustó de la historia y lo dibujen, usando los colores y las formas de la imagen.
- ▶ Para reconocer las posiciones de la cámara de un programa, construir con los niños/as un pequeño marco de cartón o “ventanita”, a través del cual deberán mirar las cosas que los rodean, invitándolos a acercarse mucho a las cosas o a buscar “miradas distintas”, como por ejemplo, desde el piso o desde el cielo. Luego volver a ver partes del programa donde se aprecien distintas posiciones de la cámara e invitarlos a identificar dónde está puesta la “ventanita de cartón”, preguntando: ¿Desde dónde se está mirando? Por ejemplo: debajo de la cama, entre medio de las plantas o desde arriba.
- ▶ Invitar a niños/as a ver otro fragmento del programa sin audio, y pedirles que relaten lo que sucede. Invitarlos a hacer las voces de los personajes e inventar lo que podrían estar diciendo.
- ▶ Entregar a niños/as una fotografía o imagen donde se muestre claramente la escena de una película e invitarlos a que se imaginen qué está sucediendo en ella, preguntado: ¿Quiénes son los personajes?, ¿Cómo se llaman? ¿Qué están haciendo? ¿Para qué lo hacen? Luego pedirles que construyan un cuento a partir de esta imagen, que el mediador anotará en un cuaderno o pizarra. Se sugiere que para esta actividad no se utilicen imágenes de una

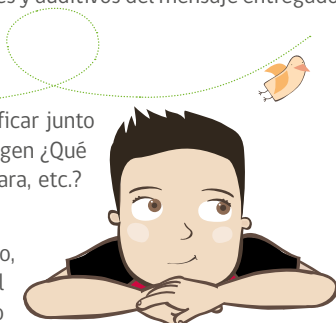
película conocida por los niños/as, de manera que la construcción del relato se realice según lo que ellos/as imaginan.

- ▶ Invitar a niños/as a escuchar otro fragmento del programa con los ojos cerrados (o tapar la pantalla), luego pedirles que cuenten lo que creen que está sucediendo. Posteriormente, mostrarles el fragmento nuevamente con los ojos abiertos y corroborar si acertaron en lo que imaginaron.
- ▶ Invitar a los niños/as a que escuchen un cuento, pedirles que vuelvan a contar la historia y verificar cómo la entendieron, preguntándoles: ¿Qué imaginan con la historia contada? ¿Qué colores y formas tienen los personajes que imaginaron? ¿Se parece escuchar un cuento a ver televisión? ¿Qué falta?
- ▶ Hacer que los niños/as escuchen diferentes tipos de música (alegre, triste, suspenso, terror, etc.) e invitarles a moverse de acuerdo a ella. Preguntarles ¿Cómo se sienten con uno u otro tipo de música? ¿Por qué? ¿Qué sensaciones les produce cada una? ¿Les da miedo, felicidad, tristeza, etc.?

Estas actividades permiten que los niño/as aprendan a diferenciar diferentes formatos en los videos que ven, en especial identificar elementos visuales y auditivos del mensaje entregado.

#### Para reflexionar con los niños y niñas ...

- \* Pausar el programa en un momento dado e identificar junto con niños y niñas los colores y las formas de la imagen ¿Qué colores identifican? ¿De qué color es el cielo, su cara, etc.? ¿De qué porte es su cabeza, el árbol, etc.?
- \* Identificar la música del programa televisivo, preguntando: ¿Cómo es la música que acompaña al video? ¿Es alegre, triste, da miedo? ¿Invita a bailar o a quedarse quietos?



### 3. Para reconocer las características de los personajes

Los niños/as se identifican con personas y situaciones que aparecen en la pantalla, ya sea en programas destinados a su edad y género, como también en películas o programas destinados a adultos. A pesar de que esta identificación puede tener aspectos positivos, pues activa su empatía y creatividad, se debe poner atención en los estereotipos negativos que pueden contener los personajes. Un ejemplo de esto es la identificación de los niños únicamente con superhéroes/campeones y las niñas únicamente con muñecas/princesas; o cuando se identifican con personajes atractivos que tienen conductas inadecuadas.

La siguiente sección apunta a que niños/as identifiquen el contenido o mensaje implícito de los videos y películas que ven, a través del análisis de sus personajes.

## Actividades para hacer



- ▶ Invitar a niños/as a representar a los personajes de la historia, invitarlos a disfrazarse como uno de los personajes y moverse o hablar como ellos/as. Luego preguntarles: ¿Cómo se sintieron en ese papel? ¿Qué caracteriza a este personaje? ¿Qué lo hace diferente a los otros?
- ▶ Pedir a niños/as que identifiquen y construyan al personaje que más les gustó a través de recortes de revistas o que los dibujen. Luego pedirles que indiquen por qué les gustó ese personaje.
- ▶ Invitar a niños/as a realizar un juego colectivo (como la "pinta") imitando al personaje que más les gustó. Al final del juego evaluar si les ayudó o no ser ese personaje para jugar, preguntarles: ¿Qué características del personaje los ayudaron y cuáles no?

Estas actividades permiten que niños/as pequeños aprendan a diferenciar y reconocer los mensajes que transmiten los personajes de las historias que les atraen, y con ello iniciar la identificación del punto de vista que contiene el mensaje entregado por ellos/as.

## Para reflexionar con los niños y niñas ...



- \* Pedir a niños/as que identifiquen a los personajes de la historia con preguntas relativas al programa. Por ejemplo: ¿Quién fue al bosque? ¿Quién se comió el pastel?
- \* Una vez que se logró identificar a todos los personajes de la historia, pedirles que describan cómo son, preguntando: ¿Cómo se viste? ¿Cómo se mueve? ¿Cómo se comporta, es enojón, alegre, triston, gruñón, valiente, dulce, etc.?
- \* Consultar a niños/as por el personaje que más les gustó y por qué, preguntando ¿Por qué te gusta? ¿Te gustaría ser como él? ¿Es parecido a ti o a alguien que conozcas, como tu papá, tu mamá, tus hermanos, etc.? ¿Qué lo hace parecido? ¿Cómo es su personalidad? ¿Cuáles son sus características? ¿Qué fue lo que más te gustó del personaje? ¿Qué fue lo que menos te gustó del personaje?
- \* Conversar con los niños y niñas sobre los/las superhéroes y los villanos/as, preguntando: ¿Cuál es la diferencia entre ambos? ¿Qué hace que uno sea malo y el otro bueno? ¿Por qué ganan los buenos y pierden los malos? ¿Qué tienen los personajes buenos que no tienen los malos?

## 4. Reconocer las emociones que provocan las imágenes

La televisión puede generar emociones positivas y negativas en niños/as que es importante identificar. Por ello, los adultos deben estar informados sobre los programas que ven los más pequeños y ayudarles a reconocer los sentimientos que les generan las imágenes. Una forma de velar por un acceso a los medios beneficioso para su desarrollo, es ayudarles en la selección de programas adecuados a su edad y sus intereses.

Las siguientes actividades tienen como propósito contribuir a que niños/as identifiquen el impacto afectivo que tienen los videos y películas que ven. Para ello se les insta a que distingan las emociones que les provocan estos programas.



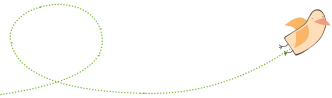
## Actividades para hacer



- ▶ Pedir a niños/as que hagan un dibujo sobre su momento favorito de la historia. Hacer hincapié en que a cada uno le puede gustar un momento distinto del relato.
- ▶ Pedir a niños/as realizar una representación de la parte del programa que más les llamó la atención. Para esto pueden utilizar títeres -que pueden fabricar ellos- o también pueden disfrazarse. Después de realizada la actividad, se les invita a comentar las representaciones, contestando: ¿Qué personajes eran? ¿Cómo se sentían en este papel? ¿Estaban alegres o tristes? ¿Por qué creen que se sentían de esta manera?
- ▶ Invitar a niños/as a representar otros programas o películas que les gustan, y que el resto de los participantes adivinen qué programa o película es.
- ▶ Pedir a niños/as a que representen a su superhéroe o heroína favorito(a), disfrazándose cómo él/ella. Luego preguntarles: ¿Por qué les gusta este personaje? ¿En qué se parece y se diferencia de ellos/as? Hacer hincapié en que les pueden parecer atractivos distintos personajes.

Estas actividades permiten a niños/as comprender que las personas tienen diversos gustos y preferencias, y que, distintos/as niños/as pueden ver el mismo programa televisivo y entenderlo de diferente manera.

## Para reflexionar con los niños y niñas ...



- \* Preguntar a los niños/as: ¿Qué les gustó y qué no les gustó del programa que vieron? ¿Por qué? ¿Qué elementos llamaron su atención? ¿Fueron los personajes, la historia, lo que le pasaba al final, los colores, los dibujos? Identificar que entre ellos existen diferentes gustos, pues hay cosas que les gustaron a unos y a otros no.
- \* Preguntarles sobre las emociones que sienten los personajes del programa visto. Pedirles que respondan preguntas concretas como: ¿Qué creen que sintió "ese personaje" cuando...? (poner ejemplos de la historia, preguntando por un momento clave, como un suceso al principio, al medio y al final del video) ¿Qué sintieron ellos, felicidad, tristeza, miedo?
- \* Pedir a niños/as que relacionen la emoción identificada en el programa con un momento que hayan vivido. Por ejemplo, si la emoción es alegría, preguntar: ¿En qué momentos han sentido alegría? ¿Cuándo están paseando con los papás? ¿Cuándo están comiendo algo rico? ¿Cómo se dan cuenta que eso es alegría?.
- \* Comparar dos escenas del mismo programa donde se expresen emociones distintas, como suspenso y alegría, mostrarlas a los niños/as y pedirles que cuenten ¿Qué le sucede al personaje en este momento? ¿Qué le pasó al personaje acá? ¿Cómo creen que se sintió el personaje? ¿Por qué creen que se sintieron distinto en ambos momentos de la historia?



Existen muchos temas en torno al consumo de televisión y pantallas que preocupan a padres, madres y cuidadores/as. Por ejemplo, definir la cantidad de tiempo pertinente para que sus hijos/as pasen frente a las pantallas, los tipos de programas adecuados para niños/as, y el acceso a contenidos inapropiados para ellos/as. Una manera de abordar estos temas es generar competencias en los adultos para el análisis de estos audiovisuales, además de la reflexión sobre el consumo de programas y pantallas en los hogares.

En este capítulo presentamos actividades para que padres, madres y cuidadores incorporen estas habilidades, reflexionando sobre su propio consumo audiovisual y de pantallas y el de sus hijos/as.

Las actividades se pueden adaptar dependiendo de las realidades locales y de las familias con las que se trabaje, adecuando el vocabulario y los ejemplos utilizados según la pertinencia que identifique el mediador o profesional a cargo de realizar el taller.

### 1. Actividad introductoria: la importancia de las imágenes

Mostrar a la audiencia un video que ilustre un hecho histórico relevante de nuestro tiempo como, por ejemplo, la caída de las torres gemelas. Luego preguntar a la audiencia: ¿Qué hacían cuando vieron estas imágenes?

Dejar un espacio de tiempo para que recuerden y comenten lo que hacían durante ese momento y luego hacer la siguiente reflexión:

El video nos retrae a un momento en nuestra historia, estas imágenes tienen el poder de trasladarnos a un instante específico de nuestras vidas marcando un hito importante para nosotros. Este hecho ilustra el poder que pueden llegar a tener las imágenes en la historia social y personal, evidenciando que los mensajes que entregan los audiovisuales tienen un punto de vista, contribuyen en la construcción de la realidad social y nos entregan visiones de mundo a través de la selección de temas que realizan y el tratamiento audiovisual que proponen. Por lo tanto, y debido a la relevancia que tienen los medios de comunicación en general, y en especial la televisión, es importante reconocer y reflexionar sobre los contenidos que nos entregan.

#### Tener en cuenta que...

El audiovisual es uno de los lenguajes más poderosos de nuestro tiempo, compañero inseparable de las experiencias cotidianas de hombres y mujeres desde hace ya varias generaciones. Desde que el cine contagiara al mundo con la fascinación y la emoción de las imágenes en movimiento hasta la revolución mediática y digital de nuestro tiempo, los discursos audiovisuales se han hecho ubicuos y constituyen una forma de conocer y representar la realidad de la que no podemos prescindir.

### 2. Actividad inicial: Las 5 preguntas claves para el análisis de programas

Ver junto a la audiencia un segmento de un programa de televisión o publicidad que acostumbren a ver en la televisión u otras pantallas. Luego de ver el video, pedir a los

participantes reunirse en grupo y responder las 5 preguntas claves para el análisis de contenidos audiovisuales (Center for Media Literacy 2005).

- **Autoría:** todos los mensajes mediáticos se construyen y tienen un creador que es importante identificar. Preguntar a la audiencia: ¿Quién es el autor/a de este mensaje mediático? ¿Cuántas personas creen que intervinieron en la creación de este video?
- **Formato:** los mensajes mediáticos se construyen utilizando un lenguaje creativo que tiene sus propias estrategias para llamar la atención de los espectadores, como la utilización de música y movimientos de cámara. Preguntar a la audiencia: ¿Qué elementos de cómo está construido el video llaman su atención? Luego detener el video en algún punto y preguntar ¿Dónde está ubicada la cámara? ¿Cuál es el punto de enfoque? ¿Qué elementos de sonido y música identifican?
- **Audiencia:** diferentes personas experimentan el mismo mensaje mediático de distintas maneras. Preguntar a la audiencia: ¿En qué medida el mensaje del video se relaciona con su experiencia? ¿Pueden otras personas comprender de diferente manera este mensaje? ¿De qué otra forma?
- **Contenido:** los medios llevan incorporados valores y puntos de vista que es relevante develar. Preguntar a la audiencia: ¿Qué valores transmite u omite el programa visto? ¿Cuál es el punto de vista que se plantea? ¿Qué juicios o afirmaciones se hacen sobre las relaciones personales o sociales? ¿Qué opina usted de estos juicios y puntos de vista?
- **Propósito:** los medios tienen un propósito y los programas que vemos responden a esos objetivos. Preguntar a la audiencia: ¿Para qué se creó este mensaje? ¿Qué se está “vendiendo”? ¿Qué me quiere comunicar?

Culminar la actividad con un plenario en el que se expongan las reflexiones de los/as asistentes al taller, haciendo hincapié en la importancia de la reflexión sobre la gran cantidad de mensajes mediáticos a los que estamos expuestos cotidianamente.

### 3. La representación de hombres y mujeres en la pantalla

Es habitual que veamos a las mujeres representadas en la televisión en roles tradicionales o situándolas en una posición secundaria con respecto a los hombres. En algunos programas de ficción, como por ejemplo las teleseries, encontramos que se reproducen estereotipos de género donde las mujeres se retratan como sumisas, objeto de discriminación y/o violencia, y la relación entre ellas aparece como conflictiva, de competencia y descalificación, y no de reconocimiento mutuo.

Para hablar de este tema exponer al grupo un segmento de un programa o publicidad que acostumbren a ver en la televisión u otras pantallas. Luego de verlo pedir a los participantes reflexionar respecto a la representación de hombres y mujeres en el programa visto, respondiendo:

- ▶ ¿Cómo son las mujeres o niñas físicamente?
- ▶ ¿Cómo son los hombres o niños físicamente?
- ▶ ¿Qué colores o elementos los acompañan?

- ▶ ¿Con qué ideas se asocia a cada uno? (Ejemplo: niñas-flores-primavera-princesas-rosado v/s niños -héroes - valientes- aventureros - azules)
- ▶ ¿Se parecen estos hombres y mujeres a ustedes? ¿Por qué? ¿En qué se parecen y en qué se diferencian?
- ▶ ¿Se parecen sus hijos/as a estos niños y niñas? ¿Por qué? ¿En qué se parecen y en qué se diferencian?
- ▶ Y en general ¿Cómo son las mujeres/niñas y hombres /niños que aparecen en la televisión?

Culminar la actividad con un plenario en el que se expongan las reflexiones de los/as asistentes al taller, haciendo hincapié en la importancia de la reflexión sobre los estereotipos de género que se encuentran presentes en las imágenes de muchas series y programas que acostumbramos a ver, y la importancia de identificarlos y reflexionar sobre ellos con las personas en nuestro entorno cotidiano.

#### 4. Análisis audiovisual: Comprender qué nos quiere decir

Cuando los creadores de un programa de televisión deciden contar una historia, deben tomar un punto de vista desde el cual contarán lo que sucede y a quién le sucede; lo que implica escoger qué personaje cuenta la historia y cómo la van a contar. Estas decisiones tomadas por los canales de emisión, como por ejemplo en el caso de los noticieros, o por los guionistas, en el caso de las teleseries, entregan visiones de mundo. Por ejemplo, la televisión habitualmente muestra un modelo de imagen femenina que no representa a la mayoría de las mujeres chilenas, pero que se puede transformar en el ideal de belleza para niños/as o representar un estereotipo de la mujer chilena. Estas visiones también se manifiestan en cómo abordan los informativos una determinada noticia. Por ejemplo, en el caso de una marcha estudiantil, existen noticieros que resaltan la cantidad de detenidos y desórdenes; y otros que destacan las demandas del movimiento y el contexto en que se dan.

Es así como la televisión y otros medios comunican valores y puntos de vista, transmiten mensajes sutiles sobre quién y qué es importante, refuerzan y validan convenciones y percepciones del sistema social. Los mensajes que transmiten los medios llevan implícitos representaciones e interpretaciones de la realidad.

Ahora bien, el punto de vista de una historia puede no ser perceptible fácilmente, por eso es importante revelarlo dentro del mensaje para considerar si aceptamos o rechazamos los valores y representaciones que los medios hacen del mundo que nos rodea.

Para avanzar en este análisis te proponemos las siguientes actividades:

- ▶ A partir de ver un segmento de programa de televisión o spot publicitario, identificar la intención y objetivo comunicacional del video. Preguntar a la audiencia: ¿Qué estilos de vida se muestran como favorables en el programa de televisión visto? ¿Se parece a la realidad de nuestro país y/o a la tuya?
- ▶ Comparar los personajes de las teleseries o telenovelas que hayan visto en el último tiempo e identificar los estereotipos presentes. Preguntar a la audiencia: ¿Existe una repetición del tipo de personajes? ¿Cuáles se repiten? ¿Cuáles son distintos? ¿Por qué creen que se

repite? ¿Son representaciones verídicas de la realidad? ¿Existe una exageración? ¿Por qué cree que se exageran las características de algunos personajes? Comente el caso de una teleserie actual que la audiencia conozca: ¿Sus personajes son estereotipos conocidos? ¿Por qué? ¿Qué visión muestran de la sociedad chilena?

- ▶ Analizar cómo la publicidad posiciona estereotipos e ideales de belleza, tomando como ejemplo los comerciales de perfume, champú o autos. Para ello, ver un spot de estos productos junto a la audiencia, y luego preguntar: ¿Cuál es la imagen de mujer que se propone? ¿Cuál es la imagen de hombre propuesta? ¿Qué valores se destacan como femeninos? ¿Qué valores se destacan como masculinos? ¿Es una representación fiel de la realidad chilena? ¿Cuál puede ser el impacto sobre las personas, y en especial sobre los niños/as, de las representaciones de los hombres y las mujeres que aparecen en la publicidad?
- ▶ Analizar cómo los noticieros utilizan y contribuyen a establecer estereotipos. Preguntar a la audiencia: ¿Qué aspectos se destacan en los noticieros de grupos de personas como la policía, los manifestantes, las personas en situación de pobreza, los árabes, los indígenas, los delincuentes, los europeos, los chilenos, los campesinos, por ejemplo? ¿Existe una manera particular que predomina para describir a estos grupos? ¿Es una representación verídica y completa de la realidad? ¿Qué falta? ¿La información que vemos en los noticieros muestra todas las visiones respecto de un personaje público o grupo de personas?

## 5. Propósito: ¿Para qué fue hecho el programa?

Al tener claro que los programas de televisión tienen autores activos, que emiten un mensaje a una audiencia específica, se debe considerar que todo programa o contenido mediático tiene un propósito que va más allá de la entretención o información, pues a través de los medios de comunicación se consiguen ganancias. Uno de los propósitos más relevantes de los programas de televisión es generar audiencia de manera que el canal de televisión pueda vender tiempo y espacio a patrocinadores que hagan publicidad de sus productos. Para avanzar en este análisis proponemos las siguientes actividades:

- ▶ Identificar cuál es la línea editorial del canal al que pertenece el programa de televisión visto. Realizar una comparación con las líneas editoriales de los canales más importantes de la televisión chilena. ¿En qué se diferencian? ¿En qué se asemejan? ¿Cuál es su misión declarada? ¿Cumplen con su misión?
- ▶ Si el programa fue visto en televisión, hacer una lista de los comerciales que aparecieron, anotar las marcas y los productos que ofrece. ¿Qué tipo de productos predomina? ¿Para qué público? ¿Por qué se dan ese tipo de productos durante ese programa? ¿Existe alguna asociación entre el público objetivo y el tipo de productos que se ofrecen? ¿Cuánto tiempo del programa se utiliza para dar avisos comerciales? ¿Cuán invasivos son los avisos durante el programa? ¿Qué sucede con plataformas como Youtube o Netflix? ¿Cómo se financian?





## 6. Para reflexionar en familia: ¿Cuánta televisión vemos en el hogar?

**¿Sabías qué?** Según la última Encuesta Nacional de Televisión los chilenos tenemos en promedio 2,6 televisores por hogar y vemos diariamente 3 horas de televisión abierta nacional. (Fuente: Encuesta Nacional de Televisión. CNTV 2014).

Pedir a los padres, madres o cuidadores/as estar atentos a su propio consumo de televisión u otras pantallas, pues los adultos son ejemplo de las conductas que van a desarrollar niños y niñas en este ámbito. Por ello es importante reflexionar sobre la cantidad de horas y tipos de programas que se ven a diario en los hogares y sobre todo en compañía de los más pequeños/as.

Invitarlos a reflexionar a partir de las siguientes preguntas:

- ▶ ¿Cuántas horas de televisión, videos u otras pantallas ven diariamente en el hogar?
- ▶ ¿Qué tipo de programas ven en compañía de niños/as?
- ▶ ¿Está la televisión encendida todo el día en casa? ¿Por qué? ¿En qué momento prefieren ver televisión, videos u otros?
- ▶ ¿Ver televisión, videos u otros, es una actividad que realizan en familia o mas bien cada uno ve sus programas favoritos en solitario?
- ▶ Cuando los niños(as) ven videos, ¿Usan aplicaciones/usuarios específicos para niños/as o usan el de los adultos?

## 7. Actividad para la casa: Ver TV en conjunto

El objetivo de esta actividad es que los padres, madres y cuidadores/as sepan qué ven sus hijos y se den el tiempo para conversar sobre esto con ellos o ellas, lo que también puede ayudar para promover la comunicación y reflexión sobre los medios audiovisuales que consumen.

Pedir a los padres, madres y cuidadores/as que acompañen a sus hijos/as durante 15 ó 20 minutos mientras ven algún programa de su preferencia en televisión, tablet o teléfono. Luego comentarlo en conjunto con los niños/as, contestando a las siguientes preguntas:

- ▶ ¿Qué es lo que más te gusta de este programa? ¿Por qué?
- ▶ ¿Hay alguna imagen de lo que viste que te haya sorprendido? ¿Por qué?
- ▶ ¿Qué personaje te llama la atención? ¿Cómo es?
- ▶ ¿Qué otros programas te gustan ver? ¿Por qué?
- ▶ ¿Cuál es el que más te gusta? ¿Por qué?
- ▶ ¿Te gustaría que viera más programas contigo otro día?
- ▶ ¿Qué otras actividades te gustaría que hiciéramos juntos, además de ver televisión?

Es importante estar atentos a las emociones que los programas provocan en los niños/as, entendiendo que estas reacciones emocionales no son buenas ni malas en sí mismas, pero

deben ser observadas para evitar sentimientos adversos. Por ejemplo: debe distinguirse entre el temor placentero que los/as niños/as pueden enfrentar y disfrutar, de las experiencias visuales traumatizantes que exceden el poder de su imaginación y a la capacidad de comprender lo que vieron debido a su etapa de desarrollo.

#### Para tener en cuenta al ver noticiarios:

Muchos padres, madres y cuidadores ven los noticiarios juntos a sus hijos/as, pero hay que estar atentos, pues niños/as no siempre cuentan con las competencias necesarias para comprender la información que están recibiendo. Por ello es recomendable que padres, madres y cuidadores dialoguen sobre las imágenes que puedan resultar impactantes o conflictivas para los niños/as de este género televisivo.

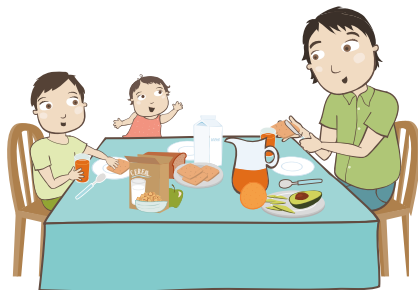
### 8. Actividad para la casa: ¿Sabemos qué ven los niños y niñas en la TV?

Las imágenes de la televisión, videos y otras pantallas, pueden generar emociones en los niños/as como alegría, pena y miedo; además, comúnmente ellos/as aprenden e imitan contenidos de lo que ven en la pantalla. Por este motivo es importante que padres, madres y cuidadores conozcan los programas que ven los más pequeños/as y les ayuden a reconocer los sentimientos que les generan estos contenidos. Para contribuir a este propósito proponemos la siguiente actividad:

Pedir a los padres o tutores que al final del día, en la hora de comida o antes que sus hijos/as duerman, conversen con ellos/as sobre lo que vieron en la televisión u otras pantallas y les ayuden a reconocer los sentimientos que les generan estos programas. Hacer hincapié en que la responsabilidad de lo que ven niños/as en la televisión es, principalmente, de las personas adultas que conviven con ellos.

Preguntas orientadoras para la conversación con los niños/as:

- ▶ ¿Qué miraste hoy en la TV (tablet o teléfono)? ¿Te gustó?
- ▶ ¿Qué te llamó más la atención? ¿Por qué?
- ▶ ¿Te impresionó algo de lo que viste ahí? ¿Por qué?
- ▶ ¿Algo de lo que viste hoy te produjo alegría, pena o miedo?
- ▶ ¿Te gustaría conversar y/o ver tu programa favorito juntos/as?



## Recomendaciones para padres, madres y/o cuidadores:

- **Genera diálogo en el hogar** para desarrollar de manera colectiva, pautas de tiempo de consumo de televisión y de tipo de programas recomendables.
- **No pidas a los más pequeños conductas frente a la pantalla que los adultos de la casa no cumplen.** Recuerda que su consumo de televisión, es el ejemplo que los niños y niñas tienden a seguir.
- **Acuerda en conjunto con niños y niñas** los programas que van a ver, de acuerdo a sus intereses, inquietudes y edad.
- **Fomenta un consumo televisivo infantil equilibrado:** diversos tipos y formatos de programas.
- **Establezcan en conjunto con los niños y niñas la cantidad y horarios** en que verán televisión, de modo que puedan realizar otras actividades, jugar y descansar las horas que ellos necesitan.
- **No utilices la televisión u otras pantallas como premio o castigo,** porque puede ser considerado como algo demasiado importante.
- **Evita que niños y niñas vean programas para adultos,** es decir los que son emitidos después de las 22:00 horas.



El Consejo Nacional de Televisión es una institución autónoma constitucional que tiene por función velar por el correcto funcionamiento de la televisión chilena, a través de políticas institucionales que tiendan a orientar, estimular y regular la actividad de los actores involucrados en el fenómeno televisivo.

Chile Crece Contigo está comprometido con la protección y el desarrollo de niñas y niños.

Forma parte del Sistema de Protección Social, coordinado por el Ministerio de Desarrollo Social, para responder a la necesidad de nuestro país de reducir la pobreza y avanzar hacia una sociedad con menos desigualdad y más derechos.

Una iniciativa del Estado de Chile que promueve la equidad desde el comienzo de la vida.

**Para más información sobre estos temas visita:**

[www.cntv.cl](http://www.cntv.cl)



 @CNTVChile

 Consejo Nacional de Televisión

[www.novasur.cl](http://www.novasur.cl)



 [www.crececontigo.cl](http://www.crececontigo.cl)



 @CreceContigo

 chcrececontigo

 Chile Crece Contigo