

La televisión educativa: un ejemplo práctico con «Barrio Sésamo»

Educative TV: «Sesame Street» as a practical example

Jaime Del Campo Peláez
Víctor Manuel Vegazo Palacios
Alberto Macías González
Sevilla (España)

RESUMEN

La progresiva desregulación mediática, las peticiones a la libertad de empresa, la apertura a la tecnología, la exaltación de la competitividad en los mercados internacionales, cruzan y marcan a la televisión contemporánea, ansiosa de novedades, éxitos e ingresos. Por ello introduce cualquier tipo de contenido a cualquier hora sin más miramientos que la rentabilidad económica. Y es precisamente en tal contexto donde una educación para la televisión tiene que continuar y progresar como opción pedagógica, luchar por revertir y transformar las televidencias, y, eventualmente, las mismas televisiones. Las televisiones del sector público han ido progresivamente retirando de sus parrillas de programación los espacios educativos dedicados a los niños, en aras de conseguir mayor rentabilidad económica y poder competir con las televisiones del sector privado. Este fenómeno es muy peligroso por el gran poder de influencia de la televisión. La realidad que refleja la televisión que incide en los niños y adolescentes, es una realidad deformada, consumista y estereotipada, que es lo que le conviene a los poderes fácticos de la sociedad (simulacro de realidad). De hecho, la educación que ofrece la actual televisión tiene como misión instruir a los jóvenes para que se integren en el mundo realizado por el sistema para crear personajes estereotipados y con conductas de comportamiento diseñados para que nos amoldemos y no lo pongamos en duda.

Por tanto, la televisión en sí misma no es nada, solo un medio técnico (lleno de posibilidades), que en estos momentos están en manos de un sistema perverso que refleja y para el que educa a los jóvenes. Numerosos investigadores sobre la materia lo resumen en la siguiente frase: La televisión no educa, pero los niños sí aprenden de ella.

Por todo ello pensamos, que con la importancia mediática que posee actualmente la televisión, se podría aprovechar para servir de complemento a la formación reglada e inculcar una serie de valores más positivos y humanos. Las ventajas de este uso de los medios de comunicación lo señala el Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) en 1995 al afirmar que los niños que ven una programación educativa de calidad de forma regular aprenden más y mejor que los que no la ven; también se demuestra que la ayuda de un educador o los padres durante el visionado de los programas mejora la calidad de aprendizaje del niño.

Propugnamos una programación televisiva educativa de calidad, donde claramente segmentamos las franjas horarias para un determinado nivel educativo. Como ejemplo tenemos los antecedentes de los programas de enseñanza de idiomas a través de la televisión como «Follow Me» o «Muzzy». También debemos aprovechar los múltiples soportes digitales existentes, así como la red de redes (Internet) y la televisión por satélite debido a la gran fragmentación de la unidad familiar (casi cada miembro de la familia tiene su propio televisor).

Proponemos como modelo de televisión educativa de calidad el programa «Barrio Sésamo», desarrollado por un equipo de pedagogos y cuyo fin es educar, aunque haya sido un éxito rotundo de audiencia.

Por todo ello, todos los miembros de la comunidad educativa, incluida las distintas administraciones públicas, debemos hacer el esfuerzo por ofrecer una educación de calidad basándonos en un uso inteligente y eficaz de los medios audiovisuales como es el modelo del programa «Barrio Sésamo».

ABSTRACT

Nowadays television is a hard war of audiences and profits. In this world, there is no space for educative television and the grid is only made from an economical point of view. Television is a really important mass media (probably the most important) and it is important to use it on an educative way in order to improve and to fix the knowledge reached at school. The knowledge explained by television is closer to children than adults and teachers explanations. The characters used on this kind of programmes made the learning process easier and funnier. A perfect example of this way of teaching is Seame Street.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Barrio Sésamo, televisión, calidad, calidad.
 Sesame Street, TV, education, quality, quantity.

La televisión es un instrumento poderoso donde la progresiva desregulación mediática, las peticiones a la libertad de empresa, la apertura a la tecnología, la exaltación de la competitividad en los mercados internacionales, cruzan y marcan a la televisión contemporánea, ansiosa de novedades, éxitos e ingresos. Por ello introduce cualquier tipo de contenido a cualquier hora sin más miramientos que la rentabilidad económica. Y es precisamente en tal contexto que una educación para la televisión tiene que continuar y progresar como opción pedagógica, luchar por revertir y transformar las televidencias, y, eventualmente, las mismas televisiones. Si tenemos en cuenta el poder de informar, educar y entretener que tiene las televisiones en nuestras sociedades, sin dudas la agrupación en pocas manos de la producción y difusión de programas plantea un desafío político de primer orden para el funcionamiento de las sociedades. Por ello, se ha impulsado movimientos y prácticas alternativas a una televisión dominada por intereses comerciales o bajo control político (o ambas cosas al mismo tiempo). De ahí que hayan surgido numerosas televisiones locales y canales temáticos independientes.

Las televisiones del sector público, que se supone que cumple una función pública, han ido progresivamente retirando de sus parrillas de programación los espacios educativos dedicados a los niños, en aras de conseguir mayor rentabilidad económica y poder competir con las televisiones del sector privado. Así en Europa, desde finales de la década de los ochenta, y pese al desarrollo tecnológico, la privatización de parte de las emisoras de televisión pública, la apertura del sector a las empresas comerciales y el aumento de los costes de producción de programas han puesto en crisis el modelo de televisión educativa tradicional. Tales son los casos de Austria, Dinamarca, Grecia o los países de Europa del Este.

Este fenómeno es muy peligroso por el gran poder de influencia de la televisión. Debemos tener en cuenta el gran poder socializador de la televisión, donde los niños y adolescentes adoptan y asimilan por imitación los modos de comportamiento y actitudes de adultos no adecuadas a su edad y nivel de madurez que emiten la televisión. La televisión atrae a la audiencia por sus virtudes como instantaneidad, verosimilitud y evidencia visual que evidencia una invasión de los modos de percepción, apropiación, producción y circulación de saberes, conocimientos, juicios, actitudes, pensamientos; pero que también, y sobre todo, transforma los usos sociales de lo percibido, apropiado y producido por las audiencias. Este hecho se produce por el poco control habido por parte de las televisiones y a la escasez de programas dedicados a ellos. Así lo demuestra el estudio que realizó la emisora pública japonesa «NHK» sobre el estado de las emisiones educativas a nivel mundial. Según este trabajo de investigación, los principales problemas denunciados fueron la violencia presente en los programas de menores y el incremento de la publicidad en las televisiones.

La realidad que refleja la televisión que incide en los niños y adolescentes, es una realidad deformada, consumista y estereotipada, que es lo que le conviene a los poderes fácticos de la sociedad (simulacro de realidad). De hecho, la educación que ofrece la actual televisión tiene como misión instruir a los jóvenes para que se integren en el mundo realizado por el sistema para crear personajes estereotipados y con conductas de comportamiento diseñados para que nos amoldemos y no lo pongamos en duda. Esta educación se basa en cuatro pilares:

1. Tipificar la normalidad: Se consigue haciendo pasar, a través de personajes perfectamente estudiados, lo habitual (aquellas conductas que se fomentan como normales en la sociedad capitalista) por norma, equiparando ésta con lo natural. Los programas televisivos se ocupan de transmitir modelos inmutables de comportamiento que los espectadores reproducen inconscientemente en su vida cotidiana. Todo aquello que se sale de esta norma es considerado como negativo, antinatural e incluso criminal.

2. Equiparar la uniformidad con la igualdad: Los programas televisivos se presentan con la diferencia en sentido jerárquico, como sinónimo de desigualdad, que es la manera en que el sistema capitalista quiere que la interpretemos. Sin embargo, la realidad televisiva tiende a anular lo que es distinto en pro de una supuesta igualdad que encubre, precisamente, las verdaderas desigualdades. Se borran y suprimen las diferencias no para igualar en derechos sino para uniformizar y, bajo este uniforme igualitario, ocultar sistemáticamente la injusticia y el abuso e impedir que se combatan.

3. La pérdida de memoria: Los estereotipos están siempre en presente. No tienen ni un pasado ni proyección futura. Así, se refuerza y fomenta el modelo de ciudadano integrado de vivir sólo el momento presente.

4. Trivializar la realidad: Se suele cargar premeditada y sistemáticamente de fuerza dramática y emotiva lo fútil, borrando lo esencial o situándolo al mismo nivel que lo nimio. Esto lleva a incapacitar a la audiencia para sentir y pensar. Por tanto, la televisión en sí misma no es nada, sólo un medio técnico (lleno de posibilidades), que en estos momentos están en manos de un sistema perverso que refleja y para el que educa a los jóvenes. Numerosos investigadores sobre la materia lo resumen en la siguiente frase: La televisión no educa, pero los niños sí aprenden de ella.

Esta situación lleva a un conflicto entre el modelo de sociedad preconizado en las escuelas basada en valores tales como la tolerancia, la paz, la protección al medio ambiente, etc. frente a los difundidos por la televisión de violencia, competitividad desmesurada, individualismo o satisfacción inmediata de los deseos. A todo ello, hay que unir el papel cada vez más permisivo de los padres en la educación de sus hijos; confiando casi exclusivamente esta labor a los centros educativos y a los medios audiovisuales. Otro dato a tener en cuenta es el contexto social, económico, cultural y familiar de los niños. Actualmente factores como la crisis del modelo tradicional de la familia, el afán consumista de la sociedad o el deseo de aparentar ser mejor que los demás, ha llevado a un aumento del fracaso escolar y a un nivel cada vez más galopante de violencia en las aulas. Parece evidente que estas perversiones de la actual sociedad se acentúan en aquellas familias de nivel medio-bajo, donde los padres prestan menos atención a sus hijos. Aunque una visión profunda a la realidad educativa del país, observando el comportamiento de los alumnos y de sus familias, en todos los niveles educativos arroja una realidad bien distinta. Pese a lo que pueda parecer en un principio, en la mayoría de los casos, los elementos más mediatizados y más sensibles a ser modelados por los mensajes de los medios de masas y víctimas de la sociedad del consumo y de la información son los hijos de familias de alto poder adquisitivo. La explicación es bien sencilla. Normalmente, en la mayoría de familias de alto poder adquisitivo trabajan los dos progenitores en trabajos muy bien remunerados pero que, eso sí, como son importantísimos, les ocupan la totalidad del día. Esto redundará en una falta de atención a los hijos que tratan de suplir con los regalos más caros (actualmente los tecnológicos: móviles, ordenadores, Internet, consolas...) y con la televisión el tiempo que sus importantísimos trabajos no le permiten dedicar a sus hijos. Esta combinación explosiva de niños solos todo el día, con toda una batería tecnológica que pone la sociedad tecnológica y de consumo a su alcance sin ningún tipo de control y con todo el dinero de sus padres dispuesto para ser gastado tal y como rezan las múltiples propagandas convierten a los niños en general y, especialmente a estos últimos en el blanco perfecto de los bombardeos mediáticos que buscan la limpieza cerebral, el pensamiento único y la dependencia física, psíquica, emocional y económica de la sociedad de consumo en la que estamos inmersos y que parece el único sistema vital y social posible.

Sin embargo, la diversificación de formas de la recepción televisiva (televisión por satélite, canales temáticos, Internet, etc.) ha llevado a un cierto aumento de la programación con fines educativos que sirve de complemento a la formación reglada de colegios e institutos; sobre todo, porque llega a barrios y zonas rurales donde no es viable económicamente levantar un centro educativo.

Por todo ello pensamos, que con la importancia mediática que posee actualmente la televisión, pudiendo ser una de las principales fuentes de conocimiento y de autoridad en las sociedades occidentales. Se podría aprovechar para servir de complemento a la formación reglada y ser utilizada para difundir modelos de vidas, normas de comportamiento, valores sociales, etc. Las ventajas de este uso de los medios de comunicación lo señala el Gabinete de Estudios de la Comunicación Audiovisual (GECA) en 1995 al afirmar que los niños que ven una programación educativa de calidad de forma regular aprenden más y mejor que los que no la ven; también se demuestra que la ayuda de un educador o los padres durante el visionado de los programas mejora la calidad de aprendizaje del niño.

Por eso proponemos utilizar el medio televisivo como material curricular en dos vertientes:

1. Utilización de los programas televisivos cuyos contenidos nos sirven para ilustrar y reforzar los conocimientos enseñados en las aulas. En este apartado podemos diferenciar dos subgrupos:

1.1. Programas educativos pensados para la dinámica escolar y las múltiples necesidades curriculares como utilizando como modelo «Barrio Sésamo».

1.2. Resto de la programación con una alta capacidad de motivación y seducción entre los alumnos.

2. Aprendizaje a ver la televisión de forma crítica de los telespectadores para desarrollar la madurez e independencia cognitiva de los alumnos ante el avasallamiento audiovisual, a partir de la reflexión, el análisis y la participación. Para ello, se deben educar en el lenguaje audiovisual, enseñar los dispositivos técnicos y económicos del funcionamiento del medio, y ofrecer instrumentos para el análisis crítico de los programas que combatan el visionado fascinado y acrítico corriente. Por eso debemos desmontar los estereotipos y modelos de conducta establecidos hasta lograr que los espectadores nos sintamos incómodos frente al televisor, y al sentirnos incómodos frente a este espejo que refleja, comencemos a sentirnos incómodos también en la calle de la que es reflejo. Así ver y hacer ver de manera crítica la televisión debe ser el primer paso hacia una visión crítica de la realidad que nos permita caminar hacia su transformación.

Nos puede servir de ejemplo lo realizado en esta materia por otros países europeos que han reforzado sus servicios de televisión educativa como Holanda, donde existen tres organismos encargados de difundir programas educativos para la población escolar y para los adultos; Reino Unido, donde a la destacada actuación de la BBC en este campo se sumó en 1993 la presencia de la cadena privada «Channel 4 TV», la cual oferta una franja de programación educativa: «Channel 4 Learning»; Alemania, donde los terceros canales de cobertura federal surgidos en los años 60 ofrecen programas educativos y culturales. Fuera de Europa se destaca la excelencia de las experiencias desarrolladas en Canadá. Un buen ejemplo de ello es la cadena regional pública TV Notario que, creada en 1970, cuenta con dos canales: «TVO», en inglés, y «La Chaîne», en francés. El hecho de contar con un setenta por ciento de programas para niños y de educación a distancia para adultos la convierte en la más importante de las televisiones educativas canadienses.

De aquí cabe destacar la importancia de la existencia de una programación televisiva educativa de calidad, donde claramente sean segmentadas las franjas horarias para cada uno de los determinados niveles educativos. Como ejemplo tenemos los antecedentes de los programas de enseñanza de idiomas a través de la televisión como «Follow Me» ó «Muzzy». Así, desde el punto de vista de la programación deberíamos distinguir:

1. Programas para el nivel de Educación Preescolar.
2. Programas para el nivel de Educación Infantil.
3. Programas para el nivel de Educación Primaria.
4. Programas para el nivel de Educación Secundaria y Ciclos Formativos de Grado Medio.
5. Programas para el nivel de educación Universitaria y Ciclos Formativos de Grado Superior.
6. Programas para el nivel de educación permanente de adultos.

Es importante destacar dos claves de análisis de la programación comercial televisiva para fines pedagógicos como podrían ser la ética y el respeto a las audiencias. Ética y respeto que se abordarían, por ejemplo, al hacer evidentes el bombardeo de imágenes y de información que usa la programación comercial, o al desvelar las argucias de la publicidad, las tácticas de la pornografía o la violencia innecesaria, los tipos de mentiras, exageraciones o descontextualizaciones informativas de la televisión. En esta estrategia de evidencia, otra clave pedagógica debería centrarse en contrastar lo espectacular de la programación con lo que sería culturalmente relevante (desde los puntos de vista público, educativo y social) para la audiencia.

También debemos aprovechar los múltiples soportes digitales existentes, así como la red de redes (Internet) y la televisión por satélite debido a la gran fragmentación de la unidad familiar (casi cada miembro de la familia tiene su propio televisor). Así, por ejemplo, Internet en su versión banda ancha se presenta como la última promesa que permitirá a la producción, ya no audiovisual, sino multimedia, vencer el obstáculo de la distancia para llegar a individuos, empresas y centros de formación con contenidos al servicio de los sistemas de educación reglada, la formación permanente y el reciclaje profesional.

Esta sociedad basada en la llamada opulencia mediática contemporánea, en la que se divide en ricos y pobres, lo que aumenta las desigualdades económicas y culturales. Para superar esta brecha, sería conveniente que la pedagogía de la televisión no se encasille en la alta cultura ni se rebaje a lo chabacano; si no ofrecer un nivel media asequible a la mayor parte de los jóvenes y adaptada a los tramos educativos correspondientes. El grupo social de las clases menos pudientes apenas resulta atendido en la programación televisiva, incluyendo a los niños de dicho grupo, creando un estado de malestar y frustración por no atender a sus necesidades. En realidad no se trata de una exclusión por poder adquisitivo neto, sino más bien por potencialidad consumidora. No se trata de cuánto dinero tienen los objetivos, sino de cuánto dinero están dispuestos a gastarse. En definitiva la televisión trata de vendernos sus productos (programas) bien cobrándolos directamente en el caso de las televisiones de pago o bien mediante la publicidad en el caso de las televisiones en abierto. Y el cobro de la publicidad no es otro que el buscar nuevos objetivos a los que dirigir el mercado, grandes masas de clientes potenciales entre los que no se encuentran ni las élites de muy alto poder adquisitivo (que son objetivos de otro tipo de mercados) ni las clases más desfavorecidas. Este modelo educativo televisivo basado en la ética y respeto de las audiencias, además de centrarse en separar lo que es espectacular de la programación con lo que sería culturalmente relevante. Esta cuestión es difícil, ya que los telespectadores lo tienen asumido. Por ello habría que desmontar toda la estructura mediática de la televisión para construir otra más acorde con la igualdad de las audiencias.

Una cuestión importante es hacer ver al profesorado la necesidad de los medios audiovisuales e informáticos como herramientas básicas para impartir la docencia e intentar a empezar a dejar de utilizar la clase magistral de pizarra y tiza. Ante este hecho, el profesorado ha tomado tres posturas:

1. Unos niegan que la televisión contribuya positivamente al proceso educativo; le achacan a la televisión difundir un discurso basado en la fragmentación y en la discontinuidad, donde lo emocional prima sobre lo racional.
2. Hay quienes sólo utilizan la televisión o la reproducción de vídeos, de forma no sistemática, como mero apoyo adicional al trabajo que realizan en el aula.

3. Otros creen indispensable modificar el sistema educativo (equipamiento de los centros escolares, contenidos curriculares y formación de educadores) teniendo en cuenta el nuevo entorno tecnológico (incluyendo Internet) y los nuevos contenidos audiovisuales y multimedia.

También está la cuestión de infraestructura de los centros, no siempre adecuados para llevar a cabo este tipo de metodología docente. Por todo ello, todos los miembros de la comunidad educativa, incluida las distintas administraciones públicas, debemos hacer el esfuerzo por ofrecer una educación de calidad basándonos en un uso inteligente y eficaz de los medios audiovisuales como es el modelo del programa «Barrio Sésamo».

«Barrio Sésamo» se ha consolidado a lo largo de treinta y cinco años y en decenas de países como el programa de entretenimiento de más éxito y mayor calidad en la historia de los medios de comunicación. Desde su primera emisión el 10 de noviembre de 1969 en los Estados Unidos ha ido progresando y adaptándose tanto a los nuevos tiempos como a las diferentes culturas entre las que ido estableciéndose mediante la venta de los derechos de emisión a televisiones de todo el mundo por parte de la cadena «ABC» propietaria de los mismos. El secreto del óptimo funcionamiento del formato entre los niños y la gran aceptación por parte de los adultos es el perfecto equilibrio que se guarda entre el ocio y el aprendizaje dentro de los contenidos del programa. En la creación, desarrollo y actualización de dichos contenidos siempre se han tomado en cuenta los criterios y opiniones de todos los estamentos implicados en la educación véase: padres, educadores, alumnos. Este sistema ha contribuido a lograr una perfecta adecuación del programa a las preferencias y necesidades del segmento de la infancia que se presenta como «target» de audiencia. Este planteamiento es fundamental. El objetivo es que aprendan y el medio es la televisión: un medio cercano y que les llama mucho la atención. El principio metodológico es muy sencillo. Únicamente se trata de hacerle llegar un mensaje a los niños (en este caso) en su lenguaje, y utilizando un medio que para ellos resulte atractivo. Quitándole el hierro que supone el hecho de ir al colegio y que una profesora les enseñe lo que es el uno, el dos y el tres, o los colores, o cualquier otro concepto, en casa aprenden o refuerzan lo mismo pero planteado por unos personajes llamativos y similares (o en algún caso los mismos) que desarrollan las historias que les atraen y que les encandilan ante la pantalla. Una de las claves que hay que resaltar es la utilización de artefactos que, en principio, pueden parecer de carácter únicamente lúdico como pueden ser las marionetas o los personajes animados con el objetivo de llegar más a los niños a la hora de complementar la educación y enseñanza que reciben en la escuela.

En resumen el programa es válido como anexo a una educación clásica en la escuela, es decir que el niño lo utilizaría en su propia casa como sustituto o complemento de otro tipo de uso televisivo exclusivamente de distracción, del mismo modo puede ser utilizado dentro del aula como herramienta de refuerzo o apoyo de las labores educativas del profesor.

En 1968 una de las tres grandes cadenas nacionales y generalistas de los estados unidos la ABC se decide a crear un programa destinado al público infantil en el que se combinara la diversión con la educación de los niños, un experimento por completo novedoso en el todavía joven panorama televisivo de aquella época, que sigue plenamente vigente a día de hoy.



«Barrio Sésamo» en España o «Plaza Sésamo» en Latinoamérica, (del inglés «Sesame Street») es un programa educativo de televisión para niños. Es conocido también por incluir a los «Teleñecos» o «Muppets», marionetas creadas por el publicista estadounidense Jim Henson. «Barrio Sésamo» alcanzó millones de telespectadores en todo el mundo. Su primera emisión en Norteamérica fue el 10 de noviembre de 1960.

En el programa se emplean una mezcla de títeres, animación y acción que enseñan a los niños pequeños lectura y aritmética elementales, por ejemplo colores, letras, números o los días de la semana. También incluye secciones que se centran en habilidades básicas, como el cruzar la calle con seguridad, la importancia de la higiene, etc. Muchas de las secciones del programa son parodias o copias de otros programas televisivos convencionales.

Se incluyen a lo largo del programa diversos elementos de humor menos infantil para animar a los adultos a ver el programa con los niños, haciéndolo así apto para todas las edades.

El «Barrio Sésamo» es activamente multicultural e intenta incluir roles y personajes de todo tipo, incluyendo discapacitados, jóvenes y mayores y personas de diversas razas. Mientras algunas de las marionetas se asemejan a las personas, otras son animales o monstruos de tamaños y colores arbitrarios. Anima a los niños a darse cuenta de que hay gente de todas las formas, tamaños y colores y que no hay un tipo físico mejor que otro.

Cada uno de los títeres fue creado para representar una etapa o elemento específico de la niñez temprana, y los guiones escritos para que los personajes reflejen el desarrollo de un niño de determinada edad. Esto ayuda al programa a cubrir no solamente los objetivos de aprendizaje de diferentes niveles madurativos, sino también las preocupaciones, miedos e intereses de niños y niñas de diferentes edades.

El programa fue retransmitido mundialmente. Además de la versión norteamericana, muchos otros países produjeron sus propias versiones adaptadas a las necesidades locales, algunas con sus propios personajes y en una gran variedad de idiomas.

Ocasionalmente, las versiones internacionales del programa han emitido partes que no son consideradas aceptables en todos los países. En 2002, se anunció que se introduciría un personaje seropositivo en «Takalani Sesame», la versión sudafricana. Esto fue considerado crucial para una zona donde el SIDA es una epidemia, pero la situación no fue presentada claramente por los medios de comunicación, y muchos tuvieron la impresión de que el personaje sería también introducido

en las versiones de otros países, levantando una polémica en los EE.UU. con respecto a los fondos públicos para un tema tan controvertido.

Y es que desde sus comienzos el programa ha estado auspiciado por el estado y en su composición y desarrollo siempre han estado presentes y participando de manera activa todos los estamentos pertenecientes a la educación: padres, tutores, niños. Los cambios en el programa se prueban antes en grupos de sujetos de la edad a la que va destinado. Por eso se considera una herramienta clave en la educación en muchos colegios de EE.UU.

«Barrio Sésamo», la versión española de los años ochenta incluía a personajes como Espinete (un erizo de tamaño descomunal) y Don Pimpón. Muchos se referían al famoso programa como «el programa de Espinete».

«Barrio Sésamo» estaba situado en una pequeña ciudad de la que nadie sabía demasiado. No tenía distrito postal, ni se podía encontrar en ningún plano de carretera. Los más sesudos urbanistas han tratado de averiguar su situación exacta, y algunos políticos han pretendido ir hasta allí para hacer su campaña electoral. Todo inútil, «Barrio Sésamo» estaba en la fantasía de sus gentes o, tal vez en la imaginación de muchos niños y en la de algunos mayores, que conservan cuidadosamente retazos de su infancia.



A pesar del éxito que logró el programa en Televisión Española a lo largo de más de una década no es comúnmente usado dentro del desarrollo del aprendizaje de los niños en las escuelas. Aprovechando el auge del formato DVD y la aparición de colecciones del programa en tiendas especializadas su uso hoy en día por padres y educadores debería ser mucho más común. La rápida y eficaz implantación de la cultura propia del formato dentro del mundo televisivo español se debió a la perfecta adaptación del formato que se hizo, apropiada a la cultura y sociedad española, esto es: se adaptaron personajes, situaciones y argumentos en función de nuestra idiosincrasia particular.

Personajes como Don Pimpón o Espinete se introducían dentro de un contexto cercano y cotidiano para el público infantil: un barrio cualquiera, el panadero el quiosquero, el bar, esto junto con la aceptación de los personajes comunes multinacionales (Epi, Blas, Coco, etc.) provoca la gran identificación que toda una generación de españoles tuvo con «Barrio Sésamo».

Quizás el comprimido y por consiguiente rápido cambio de los gustos de esta sociedad española, provocado por los años de atraso sufridos, provocó que a pesar de que el programa sea una de los más duraderos de la televisión en España no se haya perpetuado dentro de las parrillas de programación, como ha sucedido en el original en EEUU. Con contadas excepciones la vida media de un programa de televisión en España es muy corta en relación con el mercado norteamericano. Los personajes ya no atraían como antes, llegaron programas de otros mercados y calaron más hondo, aunque ninguno de forma tan longeva.

De todas formas es innumerable la cantidad de formatos derivados, basados e incluso plagiados del original «Barrio Sésamo» que llegó a nuestras casas en las tardes de la aún convulsa y joven década de los ochenta.

Sería bueno recuperar el espíritu educativo y de consenso que promovió el nacimiento del programa hace más de treinta años y una de las formas adecuadas sería conseguir la implantación de su uso dentro de las aulas de los colegios españoles.

En España el programa fue emitido por Televisión Española en su primer canal, en la programación de la tarde, durante muchos años. El programa se emitió como una prueba, con una adaptación directa de la versión norteamericana y, debido a su éxito enorme se decidió continuarlo adaptándolo a la idiosincrasia española. Algunos de los personajes más característicos de esta versión fueron:

- Coco
- La rana Gustavo, el reportero más dicharachero de «Barrio Sésamo».
- Triqui, el monstruo de las galletas.
- La gallina Caponata.
- El caracol Perejil, compañero de Caponata.
- Espinete, el erizo, que sustituyó a Caponata.
- Don Pimpón, el trotamundos.
- Chema, el panadero.
- Ana, la estudiante.
- Don Julián, el vendedor de caramelos.
- Roberto y Ruth, hermanos amigos de Espinete.

Todos ellos eran los personajes que se desarrollaron en la versión española, que incluía las entradillas y secuencias con actores, mientras que las secuencias con los títeres eran importadas de la versión original. En la construcción de las tramas y de las historias se trataba de fomentar los valores de ética y compañerismo, de bondad y amabilidad que eran básicos del programa. Además, cada historia, cada guión, cada uno de los «sketchs» tenía un objetivo educativo clarísimo y

muy concreto. Se buscaba el planteamiento de un problema o de un contenido cognitivo y su explicación clara y concreta a través de los personajes y sus historias.

En la educación es clave hacer llegar a los niños la información en los cauces que son asumibles y comprensibles para su edad por eso la educación que puede aportar «Barrio Sésamo» es importante, y se puede desarrollar de forma paralela dentro de un proceso normal de aprendizaje del niño. La técnica de combinación de personajes reales con animaciones, títeres y muñecos se introdujo en el programa al poco tiempo de iniciar sus emisiones y se reveló como magistral a la hora de hacer llegar los conceptos a los niños. Jim Henson supo adaptar sus conocimientos y técnicas aprendidos en el mundo de la publicidad, para encauzarlos en el proyecto de crear un programa legendario, pionero y eterno referente de la televisión educativa.

Sería imperdonable no destacar de nuevo la rápida adaptación del programa al contexto temporal y social en el que se emite, es decir los cambios y retoques que sufre siempre son provocados por un entendimiento nuevo de los conceptos de aprendizaje o de la características propias del país o de la época en el que se produce y emite el programa, esto da lugar a una continua adaptación de formato.

En definitiva podemos definir a la televisión es un instrumento poderoso para el control y educación de las masas y por tanto puede ser usada como metodología educativa y se pueden desarrollar programas de calidad, realizados con criterios pedagógicos como materiales curriculares perfectamente válidos. Si tenemos en cuenta el poder de informar, educar y entretener que tiene las televisiones en nuestras sociedades, sin dudas la agrupación en pocas manos de la producción y difusión de programas plantea un desafío político de primer orden para el funcionamiento de las sociedades. De ahí que hayan surgido numerosas televisiones locales y canales temáticos independientes.

Las televisiones del sector público han ido progresivamente retirando de sus parrillas de programación los espacios educativos dedicados a los niños, en aras de conseguir mayor rentabilidad económica y poder competir con las televisiones del sector privado, que nunca han contemplado la posibilidad de ser un medio educativo, sino tan sólo el flujo neto de "cash". Así en Europa, desde finales de la década de los ochenta, y pese al desarrollo tecnológico, la privatización de parte de las emisoras de televisión pública, la apertura del sector a las empresas comerciales y el aumento de los costes de producción de programas han puesto en crisis el modelo de televisión educativa tradicional. Debemos de tener en cuenta el gran poder socializador de la televisión, donde los niños y adolescentes adoptan y asimilan por imitación los modos de comportamiento y actitudes de adultos no siempre adecuadas a su edad y nivel de madurez. Este hecho se produce por la escasez de programas dedicados a ellos y por un claro interés económico más que social a la hora de diseñar la parrilla.

La realidad que refleja la televisión es una realidad deformada, consumista y estereotipada, que es lo que le conviene a los poderes fácticos de la sociedad (simulacro de realidad). Esto incide de manera directa en todos los consumidores directos de tiempo televisivo, especialmente en los más permeables y menos críticos: los niños (al menos en cuanto a contenido y especialmente el contenido subliminal). Los programas televisivos se ocupan de transmitir modelos de comportamiento que los espectadores reproducen inconscientemente en su vida cotidiana. Numerosos investigadores sobre la materia lo resumen en la siguiente frase: La televisión no educa, pero los niños sí aprenden de ella.

y con la televisión el tiempo que sus importantísimos trabajos no le permiten dedicar a sus hijos. Sin embargo, la diversificación de formas de la recepción televisiva (televisión por satélite, canales temáticos, Internet, etc.) En este apartado podemos diferenciar dos subgrupos:

Programas educativos pensados para la dinámica escolar y las múltiples necesidades curriculares como utilizando como modelo «Barrio Sésamo».

Así ver y hacer ver de manera crítica la televisión debe ser el primer paso hacia una visión crítica de la realidad que nos permita caminar hacia su transformación.

Es importante destacar dos claves de análisis de la programación comercial televisiva para fines pedagógicos como podrían ser la ética y el respeto a las audiencias. En definitiva la televisión trata de vendernos sus productos (programas) bien cobrándolos directamente en el caso de las televisiones de pago o bien mediante la publicidad en el caso de las televisiones en abierto. Por todo ello, todos los miembros de la comunidad educativa, incluida las distintas administraciones públicas, debemos hacer el esfuerzo por ofrecer una educación de calidad basándonos en un uso inteligente y eficaz de los medios audiovisuales como es el modelo del programa «Barrio Sésamo».

«Barrio Sésamo» en España o «Plaza Sésamo» en Latinoamérica, (del inglés «Sesame Street») es un programa educativo de televisión para niños. «Barrio Sésamo» alcanzó millones de telespectadores en todo el mundo. Muchas de las secciones del programa son parodias o copias de otros programas televisivos convencionales.

Se incluyen a lo largo del programa diversos elementos de humor menos infantil para animar a los adultos a ver el programa con los niños, haciéndolo así apto para todas las edades.

El «Barrio Sésamo» es activamente multicultural e intenta incluir roles y personajes de todo tipo, incluyendo discapacitados, jóvenes y mayores y personas de diversas razas. Esto ayuda al programa a cubrir no solamente los objetivos de aprendizaje de diferentes niveles madurativos, sino también las preocupaciones, miedos e intereses de niños y niñas de diferentes edades.

En la educación es clave hacer llegar a los niños la información en los cauces que son asumibles y comprensibles para su edad por eso la educación que puede aportar «Barrio Sésamo» es importante, y se puede desarrollar de forma paralela dentro de un proceso normal de aprendizaje del niño. Jim Henson supo adaptar sus conocimientos y técnicas aprendidos en el mundo de la publicidad, para encauzarlos en el proyecto de crear un programa legendario, pionero y eterno referente de la televisión educativa.

Valoramos como elemento fundamental el desarrollo de una programación televisiva educativa de calidad, donde claramente sean segmentadas las franjas horarias para cada nivel educativo. También debemos aprovechar los múltiples soportes digitales existentes, así como la red de redes (Internet) y la televisión por satélite debido a la gran fragmentación de la unidad familiar (casi cada miembro de la familia tiene su propio televisor).

Proponemos como modelo de televisión educativa de calidad el programa «Barrio Sésamo», desarrollado por un equipo de pedagogos y cuyo fin es educar, aunque haya sido un éxito rotundo de audiencia y de público.

Por todo ello, todos los miembros de la comunidad educativa, incluida las distintas administraciones públicas, debemos hacer el esfuerzo por ofrecer una educación de calidad basándonos en un uso inteligente y eficaz de los medios audiovisuales como es el modelo del programa «Barrio Sésamo».

Referencias

- BRYANT, J. y ZILLMANN, D. (Compiladores) (1996): *Los efectos de los medios de comunicación-Investigación y técnicas*. Barcelona, Paidós.
- EVRA, J. (1999): *Televisión and Child Development*. Hillsdale, New Jersey, Lawrence Erlbaum Associated Publishers.
- FRANÇA, L. (2000): *Contribuciones de la televisión en la formación de la identidad adolescente*. Barcelona, Universidad Autónoma, Tipográfic.
- OROZCO, G. y VARGAS, H. (1994): *Televisión, niños y mediaciones*. Méjico, Universidad Iberoamericana.
- PONTÓN, F. (1994): El diseño de la programación infantil y juvenil en televisión, pp. 113-120 en Radiotelevisión Valenciana (comp.): *Televisión, niños y jóvenes*. Valencia, RTVV.
- VACA BERDAYES, R. (1997): *¿Quién manda en el mando?*. Madrid, Visor Dis S.A.
- WOLF, M. (1991): *La investigación de la comunicación de Masas*. Barcelona, Paidós.

Jaime del Campo, Víctor M. Vegazo y Alberto Macías son profesores técnicos de Formación Profesional de la Familia Profesional de Comunicación Imagen y Sonido en el IES Néstor Almendros de Tomares (Sevilla-España) (jaimedelcampo@telepolis.com).