

Modelo de programa educativo infantil.

[DESCARGAR PDF](#)
[IMPRIMIR](#)

Rafael Gómez Alonso

Profesor de la UCM



A modo de introducción

El sistema pedagógico en televisión ha sido una constante de importancia relevante por el logro que ha supuesto aunar de forma eficiente la célebre tríada que debe cumplir un medio de difusión pública como es el de formar, informar y entretener. Es quizá, en los programas educativos infantiles, donde se consiga con más acierto desempeñar esta misión. La mayor parte de producciones de educación infantil destinadas al público más pequeño en edad preescolar han conseguido afianzar el interés de sus destinatarios (caso del éxito que han ofrecido los muñecos Teletubbies desde finales de los años 90 o más recientemente Los Lunnis), pero si ha existido un programa pionero que ha marcado la pauta al resto de espacios destinados a la educación infantil ha sido, sin duda, Barrio Sésamo, programa que ha "nutrido" a varias generaciones y sigue aportando conocimiento al público infantil, no sólo desde el medio televisivo sino desde distintos soportes audiovisuales.

Barrio Sésamo se ha convertido en un programa ejemplar a la hora de ofrecer un apoyo importante en la educación pre-escolar, aunque se podría decir que la franja de edad a la que va destinada (3 a 6 años) abarca un mayor número de espectadores, ampliando la cobertura para la que, en principio, está pensado (se podría decir que la audiencia alcanza hasta la franja de 8 años de edad), quizá por conseguir que el espacio ofrezca una dosis de espectáculo e intentando marcar, en algunas de sus secciones, los códigos narrativos que aportan la coherencia de una "telenovela infantil". De tal forma que los objetivos que tiene el programa se ven sobrepasados por su eficiente éxito, cualidad que denota que, aunque este espacio televisivo tenga como prioridad la educación, no por eso deja de ser un instrumento de entretenimiento.



Orígenes y desarrollo de Barrio Sésamo: La factoría Sesame Street.

El programa Barrio Sésamo comienza a emitirse en España a finales de los años 70 con el título de "Ábrete Sésamo" (única temporada que utiliza este nombre para, en los años 80, pasar a usar el título Barrio Sésamo y continuar así hasta la actualidad), pero los orígenes de este espacio se remontan al año 1969, fecha en que comienza a emitirse la versión originaria en EE.UU., con el título de Sesame Street, y con el ideal de ser sustituto de la formación escolar para los niños estadounidenses de aquella época que no podían asistir al colegio. Este objetivo sólo supuso una anécdota ya que su desarrollo ha sido no como sustitución de la formación sino como apoyo al aprendizaje recibido.

Sesame Street parte de una organización educativa sin ánimo de lucro denominada Sesame Workshop, que fue fundada en 1968, y que en la actualidad continúa desarrollando productos innovadores en más de 120 países mediante una metodología propia de investigación, para garantizar que sus programas y productos sean efectivos. Dicha entidad también ha sido la creadora de otros espacios televisivos internacionales tales como "Dragon Tales y Sagwa", "El Gato Chino Siamés" o producciones multimedia innovadoras en diversos países como Sudáfrica, Egipto y Rusia. En líneas generales, esta organización ha conseguido varios premios a lo largo de toda su trayectoria y ha sido reconocida y valorada internacionalmente tanto por su ideal educativo como por el desarrollo de experiencias creativas.

La confección de Sesame Street se debe al creador de marionetas Jim Henson, que bajo la factoría que lleva el nombre de "Children's Television Workshop" (perteneciente a la organización Sesame Workshop) dio origen a este espacio educativo infantil poblado de muñecos en convivencia con humanos y que había comenzado a utilizar anteriormente en un programa de la cadena de Washington WTOP TV denominado "DC Saturday Morning". La creatividad con que ha sido galardonada la serie Sesame Street no sólo se debe a la puesta en escena de un conjunto de títeres, sino que engloba un conjunto de sketches diferenciados por su soporte-

animación, reportaje o ilustración, configurando un verdadero palimpsesto de estrategias narrativas fragmentadas, de tal modo que aligeran el ritmo y estética del conjunto del programa. En el espacio se pueden encontrar referencias a técnicas utilizadas en los programas documentales, informativos, magazines, soap opera (culebrones), videoclips o spots televisivos estableciendo un verdadero dossier de aprendizaje para el público infantil articulado bajo un modo de realización que permite entender el conjunto del espacio, en líneas generales, como un prisma de collage visual.

El creador Jim Henson también ha dado origen a otras producciones televisivas infantiles como "3,2,1 Contacto", "Fraggle Rock", o de difusión cultural y científica como la serie "Dinosaurios", todas ellas difundidas por canales de la televisión española. También ha trabajado para el cine colaborando para la saga "Star Wars", especialmente en "El retorno del Jedi", además de ser el director del largometraje "Dentro del laberinto" y productor de la película "Cristal oscuro", producciones que englobaba su propia compañía de animación denominada "Jim Henson's Creatures Shop". Pero el principal interés de Henson, posiblemente, radica en la puesta en escena de los muñecos "Muppets Babies", conocidos en España con el nombre de "Teleñecos", ideados algunos de ellos a principios de los años 60 para el programa de entretenimiento "Sam y sus amigos" emitida por la cadena local WRC-TV (filial de la NBC), y utilizados no solamente para Sesame Street sino, posteriormente, como personajes adaptados al cine a través de la producción de largometrajes como "The Muppet Movie" (1979), "The Great Muppet Caper" (1981), "Los Teleñecos toman Manhattan" (1984), "The Muppet Christmas Carol" (1992), "Los Teleñecos en la Isla del Tesoro" (1996), "Los teleñecos en el espacio" (1999) o "Las aventuras de Elmo en Grochland" (1999). Junto a esta serie de películas los muñecos también dieron origen al programa "El show de los teleñecos" (1975) en donde aparecían, a veces, acompañados de estrellas del espectáculo, e incluso fueron adaptados a una serie de dibujos animados también emitida por televisión. Personajes como Epi, Blas, El monstruo de las galletas, Coco, el Conde Draco o el reportero Gustavo han sido, y son, referentes infantiles a lo largo de varias generaciones.

Las aportaciones de Henson continúan vigentes con el paso de los años (aunque fatídicamente muriese a mediados de los años 90), ya que la compañía sigue en activo generando nuevas etapas de Sesame Street y aportando nuevas ideas al sistema educativo audiovisual gracias al desarrollo que llevan a cabo una serie de asesores formados esencialmente por un grupo de psicólogos, pedagogos, sociólogos, lingüistas y creativos destinados a la investigación y orientación en el planteamiento de nuevos programas y productos acordes con el ideal que había instaurado su creador.

El concepto de programa, en el sentido internacional, está basado en criterios de coproducción de muy fácil distinción entre la producción originaria estadounidense, basada esencialmente en la inclusión de "teleñecos" y sketches de aprendizaje a modo de minidocumental o spot, y en la producción propia que adopta cada país, y que en el caso español se basa en el concepto de comunidad a través de los habitantes de un barrio poblado por seres reales y muñecos (de ahí la adaptación castellana a "Barrio Sésamo" o en el caso de otras adaptaciones latinoamericanas con el nombre de "Plaza Sésamo"). Pero quizá, una de las diferencias esenciales entre la producción de Sesame Street y la de Barrio Sésamo, es que la estadounidense ha sido más rigurosa en la utilidad de sus muñecos-personajes, que siempre han sido los mismos con sus propias cualidades y obsesiones (aunque se han ido acomodando diseños y vestuarios) frente a los de la producción española en donde para cada temporada se han utilizado muñecos diferentes (así, por ejemplo, para la temporada de 1979 se utilizó como muñecos a la gallina Caponata y al caracol Perejil, mientras que para la temporada de 1983 se utilizó a los muñecos Espinete y Don Pimpón).

En el caso español, Sesame Street se adapta a Barrio Sésamo acorde con los principios y criterios marcados por la compañía originaria. Según detalla el Informe anual de cumplimiento de la función de servicio público confeccionado por RTVE en el año 2002, "CTW ejerce la tutela sobre los contenidos básicos y las bases previas de la producción [...]. Aporta al programa un productor de proyecto y un investigador experto en el desarrollo de contenido, así como la metodología y las técnicas de producción, consejos y asesoramiento general, trabajo de investigación y, por último, se encarga de la formación del personal español previamente seleccionado por Televisión Española. Por último, CTW contribuye a la producción de segmentos con material visual de su archivo internacional, así como títeres para la acción real en cuyo diseño participa".

El espacio Sesame Street ha sido emitido a lo largo de su extensa vida (en el 2004 se cumplirá su 35 aniversario) en 140 países y ha sido galardonado con 58 premios Emmy en diversas categorías (dirección, guión, diseño, grafismo...), pero su planteamiento no sólo debe entenderse como un simple programa televisivo, sino como un proyecto en continua evolución, por lo que ha supuesto en el apoyo a la estrategia educativa infantil (guarderías y colegios), al propio medio televisivo al conseguir la constante de entretenimiento bajo coordenadas

de formación, incluso de servicio social impulsando las normas de convivencia de comunidad. El acogimiento de esta producción ha sido de tal calibre que ha permitido ser adaptado con notable éxito a otros soportes como cassettes, libros (promoviendo la lectura infantil) así como, posteriormente, su adaptación a los sistemas multimedia, como futuros medios de aprendizaje, impulsando todo tipo de merchandising apropiado para el público al que va destinado (piénsese en todo el material escolar que recoge iconografía de los populares muñecos). Actualmente, Sesame Street lleva a su cargo la realización de nueve temporadas de 65 episodios cada una.

3

Características del programa: Aprender jugando en una era sin red

Los planteamientos de Barrio Sésamo se basan en la introducción a la cultura básica en el periodo preescolar de cuestiones geográficas (posiciones, lugares), ciencias naturales y sociales (plantas, animales, medio ambiente y exploración del entorno), lingüísticas (construcción de palabras, frases, procesos de corrección en la dicción, confección de relatos orales) matemáticas (aprendizaje de números, sumas, restas), expresión gráfica (dibujo y manualidades), valores sociales (amistad, respeto y convivencia), antropología básica (usos y costumbres), principios psicológicos (emociones y sentimientos, así como apreciaciones gestálticas de composición y principios de reconocimiento de formas y estructuras), Música (canciones), etc. Todas ellas impulsan diferentes facetas del desarrollo del niño bajo unas coordenadas agradables de aprendizaje a través de medios audiovisuales.

Las estrategias utilizadas en el programa se basan en conceptos reiterativos que implican en el niño una mayor dosis de confianza a la hora de poder adaptarse en cualquier momento al programa sin dificultad de pérdida, es decir, la redundancia y la autonomía entre capítulos y sketches, permiten que el niño pueda adaptarse a este espacio educativo una vez empezada la serie (la falta de continuidad es una pieza clave en términos de rentabilidad de audiencia ya que cualquier momento es útil para comenzar su visionado), se utiliza, por tanto, una fragmentación útil que, aderezada de musicalidad y efectos visuales, resulta muy atractiva para el público infantil.

También es importante subrayar la comicidad generada por las situaciones y obsesiones que plantean los teleñecos. Esta comicidad no sólo es atractiva para niños en edad pre-escolar (piénsese que el programa va destinado a público infantil entre 2 y 6 años) sino que atrae a una audiencia de mayor edad (público que puede abarcar a niños de mayor edad, especialmente entre 6 y 10 años, o incluso a personas adultas al contemplarlo por el "efecto nostalgia" que puede ofrecer su visionado).

La labor de servicio social se ha visto desarrollada en diversas propuestas internacionales como en el caso de "Takalani Sesame" (versión sudafricana del programa), en donde se ha desarrollado un muñeco que padece el VIH y puede acabar desarrollando el SIDA. La intención de incluir este personaje dentro del espacio televisivo es la de concienciar a la población infantil sobre los peligros del SIDA, enfermedad especialmente propagada en los países africanos. Esta intención de concienciar en los problemas sociales, y que fue anunciada en el año 2003 en un congreso celebrado en Barcelona sobre el SIDA, pretende ser acogida por otros países occidentales en la aplicación tanto a éste como a otros espacios infantiles de difusión audiovisual.

4

Barrio Sésamo en la era multimedia

La aplicación de Barrio Sésamo en los sistemas multimedia ha sido provechosa aportando distintas utilidades para los usuarios: desde descargas de imágenes para que los niños puedan colorear tanto a través de la propia pantalla como imprimiendo páginas para ser utilizadas con posterioridad, pero, evidentemente, si algo tienen de provechoso los soportes multimedia es la capacidad de interactuar con el receptor, y en este sentido las utilidades que ofrecen los programas ofrecidos por Sesame Workshop, tanto en CD-ROM como en red, se acomodan al aprendizaje del niño de manera sencilla y acorde con las exigencias individuales confeccionando distintos tipos de contenidos de usos lúdicos. Asimismo, este formato de programa ha sido adaptado al mundo de la televisión interactiva siguiendo las pautas que ya se habían ofrecido en aplicaciones software para su uso.

La primera demostración de programa interactivo se realizó en Las Vegas, y su ideal no sólo está diseñado para el público infantil sino que ofrece pautas de aprendizaje para que el resto de miembros de la familia sepa cómo

poder adaptarlos en la educación de sus hijos. El proveedor de software aplicado al contenido educativo del programa realizado por la empresa Liberate Technologies y la website del programa Children's Television Workshop Online han sido las encargadas de la demostración de la aplicación de este espacio a la televisión interactiva que permite interactuar con los famosos muñecos a través del televisor y "set-top box" (software de aplicación al televisor).

La web oficial de Sesame Street (www.sesamestreet.com) alcanza los nueve millones de usuarios y distintas posibilidades: juegos, pequeños relatos, dibujos para colorear, recursos educativos, así como consejos para los padres. Además de la web oficial existen otras páginas del programa que ofrecen actividades y recursos adaptados a diversos idiomas, si bien es cierto que se debe tener precaución con algunas de estas páginas, ya que utilizan como punto de atención algún icono o nombre relacionado con el programa y no son aptas para el público infantil.

Por su parte, la empresa IBM y sus socios tecnológicos (Norwich Union Insurance, subsidiaria en el Reino Unido del grupo asegurador Aviva), han desarrollado un nuevo sistema para gestionar la administración de contenidos audiovisuales. Mediante dicho acuerdo se permite que Sesame Workshop pueda vender y distribuir material impreso, de televisión, vídeo y programación interactiva bajo demanda, en todo el mundo. Del mismo modo, las compañías IBM, RightsLine, Telestream y Ancept (IBM Technology Providers), han creado un sistema que permite que Sesame Workshop pueda ofertar sus programas de forma rápida y segura a través de un navegador web estándar. Este sistema permite organizar los contenidos digitales internamente y distribuirlos a sus socios de negocio de forma completamente segura y ofreciendo un ahorro importante de tiempo y costes. La administración de medios digitales de "Barrio Sésamo" se encuentra situada en la ciudad estadounidense de Secaucus, en Nueva Jersey, donde se ubica el centro de e-business de IBM. Mediante la gestión suscrita por Sesame Workshop se logran reducir los gastos asociados a los sistemas de administración digitales, ya que IBM se hará cargo de la configuración del software, servidores y redes, copias de seguridad y recuperación de archivos en caso de desastres, además de proporcionar el ancho de banda necesario para una mejor distribución global, basada en un modelo de informática bajo demanda. De tal modo que Sesame Workshop plantea su expansión de futuro asociándose a multinacionales.

5

La utilidad del programa como estrategia de comunicación y marketing

Desde sus comienzos, Barrio Sésamo ha favorecido el mundo del marketing; tanto de forma legal como ilegal se han comercializado infinidad de objetos y prendas relacionadas con el programa: muñecos de peluche, ropa, juegos, productos diseñados para el hogar y destinados al público infantil (platos, vasos, tazas, toallas, manteles...), material escolar, comestibles (desde golosinas hasta productos de pastelerías), objetos de perfumería, relojes y adornos, vídeos, DVDs, cassettes, libros, comics, material de software, materiales iconográficos (cromos, postales, posters), etc., incluso algunos de estos objetos han sido destinados a un público adulto, aplicados a material de coleccionismo (mediante tiradas limitadas de objetos), para fanáticos del programa, o bien generando modas juveniles acordes con la estética Kitsch, que sienten añoranza o gusto por etapas pasadas o infantiles.

Numerosos fans del programa han dedicado páginas personales a este espacio televisivo o han confeccionado páginas en donde aparece iconografía relacionada con el programa, ya sea como información nostálgica o para diseñar tiras cómicas u otro tipo de adaptaciones (historias macabras, crueles e incluso de contenido sexual con componentes cómicos que tienen como reclamo a personajes de Barrio Sésamo). Todo este tipo de estrategias, la mayor parte de ellas ilegales, dotan al popular espacio de nuevas dosis de creatividad y, al mismo tiempo, de nuevas señas de identidad confusas, pudiendo provocar lecturas de resistencia en la comunicación especialmente en los espectadores infantiles.

Por otro lado, los personajes del espacio televisivo han servido como reclamo a diversas actividades lúdicas, eventos sociales, educativos, informativos o psicológicos. A modo de anécdota, según afirmaba la cadena británica BBC, Estados Unidos había utilizado en la contienda iraquí, entre otras estrategias, el programa Barrio Sésamo para hacer hablar a sus prisioneros en interrogatorios sometiéndolos a la reiteración de sintonías musicales infantiles. Una noticia aparecida en la revista estadounidense Newsweek y difundida por la agencia Europa Press afirmaba que los prisioneros que no cooperaban eran obligados a oír durante períodos prolongados canciones del grupo Metallica y melodías de Barrio Sésamo, ambas consideradas culturalmente agresivas para los iraquíes, con la esperanza de hacerles hablar. Según afirmaba un sargento de la contienda "si

lo oyes durante 24 horas, tu cerebro y tus funciones corporales empiezan a bajar, tus pensamientos se ralentizan y tu voluntad se rompe". Este ejemplo como muchos otros simplemente sirve para sustentar la popularidad que se ha otorgado al programa a nivel mundial.

Finalmente, quizá la estrategia más importante adoptada en la comercialización de productos legalizados del programa, especialmente en los DVDs, es el compromiso por parte de la compañía Sesame Workshop de reinvertir parte del precio a la producción de nuevos episodios de Barrio Sésamo y a la realización de otros proyectos educativos, lo que dota a este espacio de mayor prestigio por la apuesta en futuros proyectos educativos audiovisuales que serán bien avenidos para la formación de pequeños receptores televisivos, así como de aprendizajes multimedia en la etapa infantil impulsando la idea originaria de crear "la mayor escuela del mundo". Aunque también se han vertido críticas que señalan la utilidad de cierta publicidad subliminal con la empresa Topper Corporation (tercer fabricante de juguetes de los Estados Unidos) destinada a la confección de juguetes acorde con el popular espacio, pero son simples apreciaciones que no pueden constatar en el trasfondo internacional de la producción televisiva.

6

Estudios de recepción e investigación sobre el programa

Las investigaciones que han surgido en torno a Barrio Sésamo deben considerarse bajo una perspectiva interna y bajo otra externa. Las investigaciones de carácter interno, desarrolladas por los profesionales que trabajan para la compañía Sesame Work y asesores contratados, elaboran y diseñan nuevos contenidos bajo diversos prismas educativos: lingüística, literaria, matemática, tecnológica, social, psicológica, iconográfica, creativa y marketiniana. Mientras que las investigaciones externas parten de proyectos gestionados, a nivel internacional, por entidades sociales y educativas (especialmente universidades) que se han encargado de confeccionar teorías y métodos de evaluación de contenidos, así como estudios de recepción en torno al programa.

En un informe redactado por la Unesco en 1983 se resaltaba la finalidad primaria en la enseñanza de aptitudes cognoscitivas a niños desfavorecidos de los centros urbanos que había aportado Sesame Street. Esta cualidad es fácil de ejemplificar en el caso español si se piensa la labor que ha tenido Barrio Sésamo en zonas rurales durante los primeros años 80 cuando las disponibilidades tecnológicas de los hogares estaban todavía en una edad muy temprana y el televisor era el único medio de acercar conocimientos para el aprendizaje infantil, y que serían de enorme utilidad para escuelas en donde todavía no existían apoyos audiovisuales.

Algunos estudios han subrayado la capacidad que tiene el programa Barrio Sésamo como componente de aprendizaje de nuevos idiomas. En este sentido, se puede establecer que existen dos tipos de destinatarios: los niños en edad escolar que inician el aprendizaje de conocimientos sociales y culturales, y otra franja diseñada para personas que abarquen mayor número de edad que quieran aprender un idioma distinto. Así, por ejemplo, para un niño español de 10 años de edad le puede ser muy útil el visionado de capítulos de Sesame Street para conocer el idioma inglés y del mismo modo un niño británico de la misma edad le puede resultar satisfactorio el aprendizaje del español con el visionado de Barrio Sésamo.

Los estudios de recepción han enfatizado que los niños que han visto el programa han tenido mayor facilidad en el aprendizaje escolar que los que no lo han visionado, y que el programa televisivo ha fagocitado la creatividad infantil e incentivado la lectura o han estimulado su comportamiento de manera positiva. Para realizar los estudios se han llevado a cabo encuestas realizadas en entornos familiares y centros de educación, se han elaborado análisis de contenido (para clasificar temas que han surgido), observaciones en las reacciones infantiles, se han tomado en cuenta factores sociológicos (clase social, relación familiar, hábitat, nación...), factores psicológicos de los individuos a analizar (estados de ánimo, cooperación, interés, autonomía, timidez, sumisión ...), modos de recepción del programa (conjunta o individual, comodidad o incomodidad en la atención ocasionada por "ruidos" externos en el mensaje televisivo), se han examinado criterios escolares que se ofrecen en las escuelas (para ello se ha entrevistado a educadores) y, finalmente, se han recogido análisis de audiencia televisiva ofrecidos por las empresas destinadas a tal fin en cada país.

En definitiva, las investigaciones e informes confeccionados en torno a este espacio televisivo han reflejado actitudes positivas por parte de los educadores, entornos familiares y por parte de los propios niños, y ha dado lugar a simposios de carácter internacional en donde se compara a grandes rasgos las cualidades ofertadas por los medios de comunicación y los estudios llevados a cabo, como el anterior mencionado que ofreció la Unesco

en París en el año 1983.

7

Fuentes bibliográficas:

ALONSO, M. MATILLA, L. y VÁZQUEZ, M. *Teleniños públicos, teleniños privados* . Madrid: Ediciones de la Torre, 1995.

HOLUMAN, Wayne H. y REYES-LAGUNES, Isabel (ed.). *Impacto de la televisión educativa en la infancia* . París: Unesco, 1983.

LESSER, Gerald. S. *Children and Televisión. Sesame Street* . Nueva York: Random house, 1974.

MESSENGER DAVIES, Máire. *Fake, fact and fantasy. Childrens interpretations of televísion reality* . New Yersey-Lawrence Erlbaum Associates Publishers, 1997. Especialmente el capítulo "A show for little kids: Sesame Street".

Informe Anual de Cumplimiento de la función de Servicio Público, 2002 (Dossier RTVE).

8

Información en red

<http://usuarios.lycos.es/elbarriosesame/>

Página en castellano del programa Barrio Sésamo

<http://www.ctw.org/sesamestreet/>

Página oficial del espacio Sesam Street que incluye juegos interactivos.

<http://www.sesameworkshop.org>

Página de la organización educativa Sesame Workshop

<http://www.forofos.com/sesamo.html>

Productos de marketing de Barrio Sésamo

<http://www.ibm.com/industries/digitalmedia>

Información relacionada con la aplicación de nuevas tecnologías y recursos que se han utilizado para este y otros programas televisivos.