

Por Maya Götz/Judith Schwarz

# *I Got IT!!*

## Lo que obtienen los niños de un programa educativo

### Los experimentos y experiencias de un productor con una técnica nueva

**Un estudio de IZI entre 1.564 niños evaluó el aumento de conocimientos entre la audiencia del programa del sudeste asiático *I Got It!***

Los programas de T.V. explícitamente pensados para niños que están disponibles para los del sudeste asiático son provistos mayormente por las cadenas globales Disney, Nickelodeon, Cartoon Network etc. Los programas de conocimientos no ficcional sólo se presentan en el portafolio en casos muy excepcionales y los tópicos relacionados con regiones particulares, especialmente los producidos localmente, apenas aparecen.

Esta fue la razón por la cual los Institutos Goethe del sudeste asiático comenzaron a proyectar *I Got It!* dentro del marco de la iniciativa “Cultura y Desarrollo”. Bajo el slogan “9 países, 1 visión” el primer programa regional de conocimientos para niños fue producido en 9 países asiáticos (Brunei, Indonesia, Camboya, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Tailandia y Vietnam)<sup>1</sup>

Principio básico: los países participantes, en la medida que pueden, filman temas basados en preguntas que son de interés para los niños en los campos de la tecnología, la naturaleza y el medio ambiente. Estos son los bloques de la elaboración del programa con formato de magazine de 10 minutos. En cada país son transmitidos en la lengua na-

cional por un presentador de ese país (en Camboya y Laos por una presentadora). Talleres conjuntos intensivos localizados en los países relevantes proveen de apoyo especializado y aconsejan cómo escribir y producir programas infantiles atractivos.<sup>2</sup>

Luego de las 2 primeras temporadas con 26 episodios cada uno, el tercero ya está en producción.



Screenshot from *I Got It!* © Goethe-Institut

III.1 Valor particular: los niños aprenden del episodio Sugar que un rey indio descubrió la caña de azúcar.

### Método

El IZI llevó a cabo un estudio para acompañar a *I Got It!*, que evaluó el aumento de conocimiento en los elementos individuales de los temas. Utilizando 3 programas seleccionados, se presentaron preguntas estandarizadas para establecer el cambio en el nivel de conocimiento de la audiencia en un procedimiento anterior y posterior. El Goethe Institut de Tailandia organizó los informes; en total fueron estudiados 1.564<sup>3</sup> niños de Camboya, Tailandia y Filipinas.<sup>4</sup> Los niños de entre 7 y 16

años vieron episodios en proyecciones dentro del ámbito del Festival de Films Científicos y completaron cuestionarios “multiple choice” antes y después de mirar el programa.

Además de la información ofrecida en el programa sobre generación de energía y su uso (Clean Energy/Energía limpia), la producción y efecto del azúcar (Sugar/Azúcar), y la polución del aire (Tránsito)- las preguntas fueron sobre 11 temas de información de los 3 episodios. Los resultados dieron datos preliminares en aspectos que son particularmente propicios a la adquisición de conocimiento.

### Resultados

En general, un claro aumento del conocimiento es evidente en un amplio rango de áreas, con la proporción de respuestas correctas marcadamente en aumento en casi todas las preguntas. Esto en sí mismo deja claro que *I Got It!* imparte conocimiento de una manera que es enriquecedora para los niños.

De la riqueza de los hallazgos, principalmente significativas como comentarios sobre el programa, serán presentadas en el siguiente artículo unas pocas opiniones destacadas que apuntan más allá del contexto específico del programa.

## Lo que es especialmente fácil de recordar

### ...conocimiento con valor particular y de novedad

El mayor aumento demostrable estuvo relacionado con la pregunta sobre quién descubrió el azúcar. Mientras sólo cerca del 25% de los niños sabían antes de ver el programa que el azúcar fue descubierto por un rey indio, más del 80% sabía



Screenshot from / Got It! © Goethe-Institut

III.2 a 5: ¿Puede la luz solar quemar un papel y asar un pollo? La respuesta al final de Clean Energy (Energía limpia): sí, la energía solar puede lograrlo si se refleja y se focaliza adecuadamente.

esto luego del programa.

En la pieza, el contenido está ilustrado con animación simple, estéticamente ligado con las tradiciones regionales (III.1)

El gran aumento de las respuestas correctas entre los niños se debe en parte al valor de lo novedoso de la información, que también se presenta de una manera estéticamente atractiva. Pero la atracción particular que probablemente lleva a los destacados resultados también tiene que ver con cómo se relacionó a la información con la región. Esta planta altamente valorada en todos lados, no fue descubierta ni introducida en el mundo por alguno de los poderes coloniales sino por un rey de la cercana India. Esta conexión regional significa que la información no tiene sólo valor por ser novedosa sino también un valor de identidad, haciendo que sea especialmente fácil de recordar.

### ... con información que da una comprensión más compleja de algo que es bien conocido y que se da por sentado

La información acerca del descubrimiento del azúcar, con su carga emocional positiva se continúa con otra unidad que produce un claro aumento del conocimiento: la apariencia de la caña de azúcar, que se muestra en la pantalla. Los niños (y los adultos) de todo el mundo generalmente conocen cómo se ve el azúcar industrializado. Pero la planta de la cual se la extrae tiende a ser desconocida. Acá el tema establece un vínculo con algo que los niños conocen y experimentan en la vida cotidiana y agrega un elemento importante: de dónde viene.

El aumento del conocimiento es proporcionalmente alto. Luego de ver el episodio, alrededor del 90% de los niños entrevistados pudieron reconocer a la planta de la que se extrae el azúcar.

### ...mostrar un tópico de varias maneras y en diferentes dimensiones

Parte del clarísimo incremento del conocimiento surgió en esos lugares donde un asunto científico fundamental es incorporado y dado de forma visual y en variadas maneras. Un ejemplo de

esto es la composición narrativa en el episodio de Clean Energy (Energía limpia). El tópico de la energía solar como recurso renovable fue tratado repetidamente en la sección, con experimentos, visualizaciones gráficas y un texto explicativo fuera de cámara, lo que aseguró que el contenido se fijara firmemente en el almacenaje de conocimiento de la audiencia.

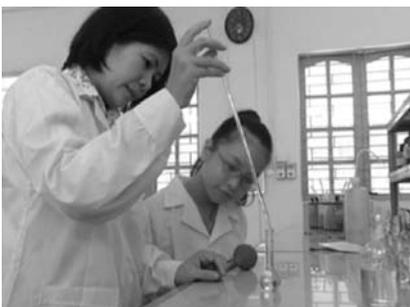
El presentador se sienta en una escalera con un niño llamado Pun. Le muestra al niño cómo prender fuego a un pedazo de papel con una lupa al concentrar los rayos del sol en la lente. Un diagrama animado clarifica cómo funciona esto y muestra cómo el sol afecta al papel a través de la lupa.

Le secuencia muestra al niño como un participante activo y competente. El diagrama ofrece una buena manera para visualizar como sucede esto. Una expansión simple pero efectiva del conocimiento en el campo de la óptica. Esto es particularmente fácil de recordar porque esta "pequeña experiencia cotidiana con un fenómeno óptico" se acomoda perfectamente en un marco argumental más amplio y más espectacular: en cuanto comienza el presentador muestra "trucos mágicos": prende fuego a un diario mediante la luz solar y luego asa pollo con un rayo de sol, sin fuego ni electricidad. ¿Cómo es posible? Luego de 7 minutos da la solución del misterio. Se nos muestra una construcción que abarca alrededor de 1.000 espejos que reflejan o focalizan al sol. La energía generada es tan fuerte que prende fuego a un diario y hasta asa pollo (ver III.2 a 5).

### Permitir nuevas dimensiones de significación

Una razón por la cual esto fue tan memorable fue la ingeniosa espectacular estructura que involucró a la audiencia utilizando un problema lógico. Lo que los niños ven contradice su conocimiento anterior y no puede ser integrado en su imagen previa del mundo. Sin embargo el amistoso presentador no tiene intención de avergonzar a los niños, esto dificultaría cualquier incremento del conocimiento. Él les permite experimentar

un repentino destello de percepción al mostrarles la enorme construcción detrás del experimento y al explicarles cómo algo aparentemente improbable es posible. Este experimento a gran escala de concentrar la energía solar se relaciona con experiencias cotidianas y con el conocimiento adquirido en una escala más pequeña. De esta manera a las cosas que los niños pueden hacer por sí mismos se les da una nueva dimen-



Screenshot from I Got It! © Goethe-Institut

111. 6 a 9: **Traffic (Tránsito)** : Una niña que pregunta, investiga, comprende y dibuja consecuencias. Elementos con que los niños pueden identificarse e inspiración para que ellos puedan seguir adelante

sión de significación (quemar un trozo de papel con una lupa). El poder y las posibilidades de conocimiento de conexiones científicas se vuelven tangibles, dentro de los límites de la televisión.

### ...donde los niños se involucran con un tema como agentes

Otros segmentos del programa que son altamente valiosos para la adquisición de conocimiento son aquellos en que los niños son agentes activos y competentes. Esto es muy evidente en el ejemplo de la niña llamada Chi en el episodio Traffic (Tránsito). Chi es la protagonista de la composición narrativa y el hilo conductor de varios temas. Comenzando por su propia experiencia de lo mal que huele cuando viaja en el carrier (carrito) de la motoneta de su madre, ella se involucra conscientemente con el tema de la contaminación ambiental. Ella lleva a cabo un experimento con su abuelo y visita a una científica en un laboratorio. Finalmente ella está convencida de la contaminación que producen los scooters (motonetas), uno de los vehículos más populares en el sudeste asiático y también los automóviles. Decide andar más en bicicleta y organiza un club en su escuela, "The Green Bicycle" (La bicicleta verde) (ver III, 6 a 9).

La joven protagonista como agente activo y responsable da a la audiencia alguien con quien identificarse. Ella actúa en el mundo del sudeste asiático en el cual vive. Esto ofrece elementos que los espectadores reconocen, comenzando por la forma de vida e incluyendo a la organización familiar y las características típicas del tránsito. Algo que los niños perciben en sus vidas cotidianas es aceptado, investigado y comprendido y las consecuencias son extraídas de ello. Eso no sólo expande el conocimiento del tópico sino que también alienta a los espectadores a realizar acciones por ellos mismos y también debilita a los estereotipos existentes, por ej., que la investigación es una actividad masculina.

### Conclusión: ¡vale la pena!

El estudio muestra que los niños obtienen algo del programa. Obtienen más

de algunos episodios que de otros pero la tendencia es clara: los programas de conocimiento enriquecen las vidas de los niños, especialmente si les brindan hechos y percepciones nuevos, dan forma visual a las cosas que no son visibles habitualmente y por lo tanto promueven una comprensión más compleja de las cosas familiares. La combinación de varias estrategias y el uso ingenioso de estructuras espectaculares para involucrar a la audiencia son particularmente propicios para la adquisición de conocimiento. Pero los momentos más propicios para aprender son aquellos en los que se evocan las preguntas sobre la vida cotidiana de los niños, se investigan, se comprenden y se trabaja en ellas con los niños como agentes activos. Proyectos como estos son particularmente valiosos en regiones del mundo donde los niños tienen poco acceso a las representaciones de sí mismos en la televisión y donde sus realidades regionales casi no aparecen en la televisión infantil. ■

### NOTA

<sup>1</sup> El Goethe-Institut produjo I Got It! juntamente con las emisoras de televisión de Brunei, Indonesia, Camboya, Laos, Malasia, Myanmar, Filipinas, Tailandia y Vietnam.

<sup>2</sup> El programa piloto para la producción comenzó en Julio de 2009 con el auspicio de la UNESCO in Tailandia. Y Camboya, El International Central Institute for Youth and Educational Television (IZI) de la Bavarian Broadcasting Corporation, la PRIX JEUNESSE Foundation, así como la tvision GmbH, gomie GmbH y la ZDF. La serie piloto fue emitida primeramente en el verano de 2010, inicialmente en 7 países, a los que se unieron 2 más en 2011.

<sup>3</sup> 54.3 % niñas, 45.7 % varones

<sup>4</sup> n=1,564: 495 niños vieron Clean Energy (Energía limpia), 609 niños vieron Sugar (Azúcar), 460 niños vieron Traffic (Tránsito).

### TRADUCCIÓN

María Elena Rey

## LAS AUTORAS

Maya Götz, Dra en filosofía, es la directora del Instituto Central para la Juventud y la Televisión Educativa (IZI) y del PRIX JEUNESSE INTERNATIONAL, Múnich, Alemania.



Judith Schwarz, BA, estudia sociología y estadísticas en la universidad de Múnich y es freelancer en el IZI, Múnich, Alemania.

