

PROYECTO DE GRADUACIÓN

TRABAJO FINAL DE GRADO

CUERPO

B

Los Nativos Digitales y la Animación Interactiva

Interacciones Audiovisuales con Niños

Augustinowicz Tamara Sofía

84189

Diseño de Imagen y Sonido

Investigación

Medios y Estrategias de Comunicación

10/09/2019



Facultad de Diseño
y Comunicación

Agradecimientos

Tengo la suerte de tener muchas personas a las que agradecer, suerte de tener muchas personas que me ayudaron en este camino.

Agradezco a mi familia, a mis amigos y a mis mascotas por el apoyo moral y emocional.

Agradezco mis profesores Martin Stortoni y Marisa Cuervo por el apoyo académico, la paciencia, y por encaminarme en el proyecto. Agradezco a Gloria y a Martin por el apoyo psicológico sin el cual me hubiera dado por vencida varias veces.

Gracias a la gente que encontré en el camino, aunque esos encuentros no hayan terminado en amistad pero sí en consejos entre compañeros de clase que me ayudaron en el viaje por la UP.

Agradezco también a los profesores y profesoras que a lo largo de la carrera me motivaron a amar lo que estaba estudiando y me confirmaban clase a clase que había elegido la carrera correcta con la manera en que enseñaban y me adentraban en el mundo del diseño, principalmente a Lorena Bidegain, Raquel Iznola, Marcelo Otero, Constanza Leda Martinez y Nicolás Sorrivas.

Gracias a todas las personas que me acompañaron en este viaje que sin dudas no fue nada fácil. Gracias por ayudarme a llegar a buen puerto y terminar con esta etapa.

Índice

Introducción	4
Capítulo 1. Las bases de la animación	10
1.1. Qué es la animación	10
1.2. Tipos de Animación	11
1.2.1. Animación Tradicional	13
1.2.2. Animación Computarizada	15
1.3. Otras técnicas	18
1.3.1. Cut-out	18
1.3.2. Stop-Motion	20
1.3.3. Go-Motion	22
1.4. Pintura animada	22
Capítulo 2. Factores decisivos en la atención infantil en el área audiovisual	24
2.1. Los Nativos Digitales	24
2.1.1. La Generación Alfa	27
2.2. El color en función de la atención a captar	31
2.3. Entretenimiento como enseñanza informal	36
Capítulo 3. Medios audiovisuales para niños	38
3.1. Inicios en computadora: el CD-ROM	39
3.2. Internet for Kids	40
3.2.1. Redes sociales y videos interactivos	43
3.3. Dispositivos Móviles	46
3.3.1. Aplicaciones didácticas	48
3.4. Complementos en papel	50
Capítulo 4. Análisis de series animadas	52
4.1. Hablando de color	53
4.2. Propuesta de contenido	56
4.3. Disponibilidad a través de los dispositivos	60
4.4. Popularidad entre los más jóvenes	63
Capítulo 5. Los nativos digitales y la animación interactiva	67
5.1. Panorama de la situación actual	68
5.2. Lo que piensan los más chicos	73
5.3. Pensamiento a futuro	78
Conclusiones	84
Lista de referencias bibliográficas	92
Bibliografía	97

Introducción

Este Proyecto de Graduación correspondiente a la categoría de Investigación pretende estudiar el ámbito de la animación y su influencia en los más jóvenes, comprendiendo los métodos por los cuales se llevan a cabo, las plataformas en las cuales se los presenta y su utilización como recurso en el entretenimiento de los niños de 2 a 8 años de edad. La línea temática en la que se encuadra este PG pertenece a Medios y Estrategias de Comunicación, ya que busca explorar y analizar los medios audiovisuales que son directamente ambientados hacia los más jóvenes.

Desde su comienzo a principios del 1900, el género de animación ha acarreado una sensación de innovación, y a lo largo de los años ha sostenido ese sentimiento transmitido no solo con las técnicas que fueron surgiendo a medida que la tecnología avanzaba, sino con su capacidad de convertirse en recurso utilizable por innumerable cantidad de otras disciplinas, principalmente en el entretenimiento infantil.

De esta observación nace la pregunta problema del presente proyecto de graduación: ¿Qué criterios se deben cumplir para captar con éxito la atención en niños de 2 a 8 años a la hora de realizar una animación para los medios audiovisuales, desde el punto de vista del diseño multimedia?

El objetivo principal que busca cumplir esta investigación es de analizar la situación actual del área de animación que tiene como público objetivo niños en el rango de edad seleccionado, para delimitar los elementos específicos que tienen que llevarse a cabo para captar la atención del espectador en cuanto al área audiovisual. Para ello, se explorarán primeramente los distintos métodos que existen para llevar a cabo una animación, con el punto de entender y abarcar las posibilidades presentes a la hora de realizar la misma, además de las plataformas que se utilizan para hacer llegar estos elementos didácticos a los más jóvenes y una serie de proyectos específicos seleccionados por la autora para investigar cómo operan las grandes productoras de animación a las que están expuestos los niños en el día a día.

Delimitada el área de interés del presente proyecto de graduación, es preciso brindar un contexto a partir de los anteriores trabajos presentados dentro de la Universidad de Palermo. El proyecto de graduación de Antonelli, A. (2018), *Internet y los medios de comunicación*, hace hincapié en las redes sociales como herramienta para extender la calidad de la vida de las personas, investigando la influencia del internet en los medios de comunicación como televisión, radio y diario. Estos proyectos se encuentran vinculados en el análisis de redes sociales y medios de comunicación, además de su público objetivo, lo que resulta un área de interés para el presente PG. Además, el proyecto de Severino, M. (2018) *Educación Expendida*, trata las nuevas tecnologías de la realidad aumentada como elemento de educación para complementar las clases en el aula con estímulos para los llamados nativos digitales, lo que presenta utilidad para tomar las tecnologías desde el punto de vista de lo didáctico y comprender al usuario de las mismas.

Ojeda, M. (2017) en su titulado *Argentina, el Pixar de Latinoamérica*, centraliza la atención en la situación actual del cine de animación argentino, además de abarcar su nacimiento, desarrollo y evolución a través de los años. Este PG resulta de interés llevado al ámbito de la animación, donde se abarcarán las diferentes técnicas presentes a la hora de realizar un producto de esta categoría. Asimismo, Lolago, S. (2017) en su PG *¿Qué se ve cuando se ve una película?*, analiza los contenidos y las reflexiones que se transmiten detrás de las películas de época, lo que será de utilidad para determinar qué es lo que capta la atención de los espectadores y los entretiene de tantas diferentes maneras.

En el proyecto de graduación de Howlin, A. (2016) titulado *Apps, la revolución tecnológica*, se analiza la situación actual de los avances tecnológicos en cuanto a telefonía celular, *smartphones*, y las aplicaciones que a ellos conciernen con el fin de crear una aplicación propia, lo que presenta interés a la hora de analizar plataformas digitales y sus públicos objetivos. Tal es el caso de García Pogliaga, B. (2016) en su proyecto de graduación *Los medios de comunicación, la tecnología y la infancia*, en el

que se abarca la influencia de la animación en los distintos medios audiovisuales en niños y jóvenes desde un punto de vista educativo con el foco colocado específicamente en el canal infantil Disney Junior. Este PG se vincula con el presente ya que en ambos se investigan los niños como target de productos en medios audiovisuales.

Uson, S. (2015) en su PG titulado *Animación en CGI*, habla de los comienzos de esta técnica de animación por computadora, su forma y magnitud de producción además de los conocimientos y tecnologías requeridas para realizarla, lo que será de utilidad a la hora de ampliar sobre esta técnica en particular. Asimismo, Rodríguez, L. (2015) en su proyecto de graduación *La Animación y sus avances tecnológicos*, aborda las técnicas de animación desde un personaje en particular: Mickey Mouse. El mismo realiza un análisis y brinda un aporte reflexivo a las diferentes técnicas basándose en el personaje de Disney como hilo conductor, lo que se lleva a un análisis más general en el presente proyecto en lugar de concentrarse en un solo personaje.

El Proyecto de Graduación de Macagno, L. (2014), titulado *Animación Made in Argentina*, busca las falencias dentro de la industria para hacer una crítica constructiva ante ellas. Habla de los entes involucrados, como el INCAA, el SICA, entre otros, y del proyecto que movilizó al ámbito en el 2013: Metegol. De aquí surge la vinculación en cuanto al aspecto más técnico y empresarial de las compañías a cargo de realizar estos productos de animación, lo que presenta un punto de vista más formal de otro de los aspectos a tener en cuenta. También se toma el PG de Montesano, E. (2014) de nombre *Animación y T.V.*, un ensayo en el que habla sobre los factores que componen una película animada con el fin de pautar ciertos aspectos necesarios para la realización de un proyecto animado dirigido para niños. Trata sobre la animación, en específico tres series seleccionadas para estudiarlas desde distintas posturas: Tom y Jerry, Los Padrinos Mágicos y Oye Arnold. Este proyecto será útil para comprender las etapas y los factores que conforman la película animada además de los puntos a tener en cuenta cuando los espectadores son niños.

Luego de analizado el contexto en el cual se lleva a cabo la presente investigación, es preciso delimitar los temas sobre los cuales se hará hincapié capítulo a capítulo.

El primer capítulo titulado *Las Bases de la Animación* tendrá el fin de definir qué es la animación, además de indicar y profundizar sobre los distintos métodos que existen para llegar a la misma. El capítulo tendrá como foco 3 tipos de animación: La animación tradicional, tomando como ejemplo la película de animación *Blanca Nieves y los Siete Enanitos*, la animación computarizada, mencionando *Toy Story*, y otros tipos que no entran dentro de las primeras dos categorías, pero de los que es necesario hablar durante el proyecto, ya que presentan combinaciones de los primeros dos subgéneros. Estos serán la animación *Cut-Out*, tomando como ejemplo el show televisivo *South Park*, y los diferentes tipos de animación stop-motion, utilizando como foco central el largometraje titulado *El Extraño Mundo de Jack*, además de una innovadora categoría de animación que presenta actores de carne y hueso que luego son pintados para lograr una animación.

En el segundo capítulo, titulado *Factores decisivos en la atención infantil en el área audiovisual*, se establecerá el público sobre el cual estaremos trabajando a lo largo del proyecto, los generalmente conocidos como nativos digitales, además de los factores audiovisuales que se deben tener en cuenta a la hora de captar su atención. Se hará hincapié en una generación en particular, la Generación Alfa, ya que es en ésta generación donde entran los niños a analizar en el presente proyecto, edades de 2 a 8 años. Una vez aclarado esto, se analizará en cuanto al área audiovisual el uso de color y las razones detrás de él, además de la utilización de productos de animación como enseñanza informal dentro y fuera de las aulas.

El tercer capítulo, *Medios Audiovisuales para niños*, analiza tres puntos de vista como medios audiovisuales para niños: la televisión, dispositivos móviles y el internet en sí. Para ello se abarcarán temas como las páginas web y las aplicaciones destinadas a los más pequeños, además de las ventajas y desventajas del uso que puede darles con y sin

supervisión adulta. También se hablará de complementos en papel, demostrando que la animación no termina en medios audiovisuales, sino que traspasa a la tinta, generando un vínculo con los niños, como revistas o actividades fuera de la pantalla que incitan estas animaciones.

El cuarto capítulo, titulado *Análisis de Series Animadas*, se presentará un análisis de casos, en el cual se abarcarán tres series animadas de distintas productoras: Peppa Pig, La Guardia del León y El Increíble Mundo de Gumball. Este capítulo tiene el fin de comparar dichas series, analizando desde el punto audiovisual, y más específicamente con la carrera de Diseño de Imagen y Sonido, el color utilizado, la propuesta de contenido, la disponibilidad a través de los dispositivos y la popularidad entre el público objetivo que cada una de estas series posee.

Por último, el quinto capítulo, *Los Nativos Digitales y la Animación Interactiva*, será una reflexión subjetiva por parte de la autora, tomando en cuenta todo lo visto anteriormente a lo largo del proyecto y analizando los pros y los contras de las tecnologías en los más jóvenes, dejando en claro las virtudes y falencias en esta práctica, además de un pensamiento a futuro en cuando al área audiovisual en ámbito infantil.

El proyecto será de relevancia para las materias de Producción Digital IV, Producción Digital V, Diseño de Imagen y Sonido IV y Diseño de Imagen y Sonido V, ya que en las mencionadas asignaturas se trata el tema de animación, tanto 2D como 3D y stop-motion, además del diseño de páginas web en redes sociales y alegados.

Los motivos del estudiante y relevancia para la disciplina están expresados a continuación.

La animación es uno de los aspectos que vemos en la carrera de Diseño de Imagen y Sonido. Personalmente he realizado algunos trabajos animados a lo largo de mis estudios y encuentro de gran interés el mundo de la animación y las técnicas usadas para llevarla a cabo, ya sea en 2D o 3D o stop-motion, tanto para cine como para televisión y redes sociales. Pretendo identificar y comprender los diferentes recursos utilizados para lograr

las animación, para luego explorar cómo se utilizan los mismos para realizar proyectos ambientados hacia el público infantil, aprender de las grandes productoras que ya realizan esta tarea y analizar la situación actual de este ámbito para futuros proyectos.

Capítulo 1. Las bases de la animación

En el presente capítulo se explorarán las diferentes técnicas de animación conocidas por el mundo audiovisual, además de ejemplificarlas con casos concretos de algunos de los proyectos más conocidos en cada género con el fin de comprender en su totalidad de qué trata cada técnica. Estos ejemplos constarán de los proyectos audiovisuales más conocidos de cada subgénero, además de entrar en detalle en el cómo y porqué de la elección de este estilo de animación en cada caso. Utilizando material bibliográfico de expertos en el tema, se intentará brindar, a lo largo de la presente investigación, un mejor entendimiento del género desde un punto de vista técnico para el lector.

1.1. Qué es la animación

Abordando el tema desde un punto de vista teórico, la animación es “un producto artificial creado por el ser humano que sirve de diferentes elementos para generar una obra secuencial” (Selby, 2009, p. 6). Contiene elementos de imagen y sonido que tienen el fin de comunicarse con el público de una manera innovadora, para salir del paradigma del cine clásico. Desde un punto de vista más creativo, Wells otorga al género el título de “el arte de lo imposible”, y afirma que tiene la capacidad de mostrar a la realidad de manera diferente y crear mundos en los cuales existe una mayor libertad creativa (2009, p. 10).

Los autores plantean entonces que en el mundo de la animación todo es posible, que utilizando la combinación de los recursos de la imagen y el sonido, con todas sus variaciones, se puede transformar la realidad y darle forma a personajes y mundos más allá de lo que conocemos habitualmente. La animación es un mundo donde no existen los límites de la lógica, la física o incluso del espacio. Desde objetos – valga la redundancia – inanimados traídos a la vida, como en una de las películas más reconocidas y queridas de Pixar *Toy Story* (1995) en la que los juguetes de un niño cobran vida cuando nadie los mira, hasta la transformación de nuestra percepción del cuerpo humano a algo completamente irreal, como es el caso de las películas animadas del director Tim Burton, en las cuales la estructura física de los personajes es increíblemente delgada.

Los inicios de este arte se remontan al inicio mismo del hombre. En las paredes de las cuevas donde vivían los hombres Neandertales se detallaban primitivos dibujos de animales y personas con la intención de transmitir movimiento y contar una historia. A través de los años, y con los avances de la tecnología y la creatividad del hombre, diferentes inventos fueron dando lugar a diferentes técnicas de animación, pasando por una linterna mágica que reflejaba imágenes utilizando el recurso de la velocidad en el siglo XVII hasta llegar a la época actual, donde el avance en las computadoras extiende los horizontes de los animadores hasta donde alcanza a ver el ojo. (Saenz Valiente, 2008, pp. 21-31).

Se analizará entonces, a lo largo del presente capítulo, las distintas y más reconocidas - técnicas para llevar a cabo un proyecto de animación, además de ejemplificaciones de las mismas para la fácil comprensión del funcionamiento de estas técnicas.

1.2. Tipos de Animación

El hecho de que la animación sea una forma de arte y expresión no significa que pueda producirse de la nada. Conlleva estudio, práctica y mucha dedicación, y es entonces que el autor Wells (2009) sostiene que “La mejor manera de aprender las técnicas de animación es con la lectura de la bibliografía de referencia, siguiendo los consejos profesionales y practicando lo más posible. (...) No existe la práctica sin teoría ni la teoría sin práctica.” (p. 86).

Todo proceso creativo debe tener detrás una ardua preparación e investigación sobre la cual el animador pueda tomar una decisión consciente a la hora de la elección de la técnica a utilizar. Al mismo tiempo, la parte creativa de la animación recae mucho en el instinto del creador, según sea el público objetivo al que quiere llegar.

El cine de animación se rige por la conocida estructura de tres actos, también presentes como recurso optativo en los demás géneros cinematográficos. Durante el primer acto se lleva a cabo la presentación de personajes, el detonante que da lugar al comienzo de la trama, y el primer punto de giro. En el segundo acto se desarrollan el conflicto, la historia

principal y el núcleo mismo de la trama, además del segundo punto de giro. Finalmente, en el tercer acto es donde la historia llega a su climax, que significa el punto máximo de tensión, para luego desembocar en la resolución y su respectivo final. Como cualquier otra pieza audiovisual, también se compone por elementos como la secuencia, el plano, los personajes – con todo lo que conlleva construirlos, desde sus inicios hasta sus metas – y una infinidad de otros conceptos que aparecen en los cortos y largometrajes del cine tradicional. Pero entonces, luego de vistas las numerables similitudes entre el dibujo animado y el cine tradicional, ¿Qué aporta el cine de animación que no aporte el cine con actores de carne y hueso?

Selby toma a la animación como “un formato mágico que se comunica directamente con la mente del público” (2009, p. 6). Es una conexión entre el producto de animación y el receptor del mismo que, en su mayoría, inspira emociones positivas. No obstante, esto no quiere decir que la animación solo sea utilizada para transmitir alegría. Es claro que también puede utilizarse para mensajes de concientización, o en algunos casos, hasta largometrajes del género dramático.

El autor Saenz Valiente, por otro lado, sostiene que la animación es útil para traspasar las posibilidades físicas que impiden filmar, permite graficar conceptos abstractos, realizar analogías, y tener una vista previa de un proyecto antes de que este se lleve a cabo (2008, p. 31). En el cine de animación, puede utilizarse y explotarse mucho más el uso de la metáfora y el de representar el mensaje que se quiere decir con algo que a simple vista puede no percibirse como explícitamente relacionado, algo que no siempre es posible de lograr en el cine de vida real, realizado con humanos. Las animaciones permiten salirse de lo que percibimos como realidad, creando personajes con incontables diferentes formas, tamaños y colores, además de brindar al cineasta una idea mucho más aproximada al producto final cuando el proyecto se encuentra en etapas más tempranas.

En resumen, el cine de animación traspasa barreras que limitan al cine tradicional. A continuación, se profundizará sobre las técnicas que se utilizan para realizar estos proyectos, sus antecedentes y las partes que conllevan.

1.2.1. Animación Tradicional

La animación tradicional también es conocida como animación con dibujos y acetatos, *Cel Animation*, o, más coloquialmente, como dibujo animado o animación en 2D – dos dimensiones. Esto significa que no presenta una profundidad prominente, es un estilo de dibujo más compacto, y es una de las técnicas más famosas en el ámbito animado, ya que es la más sencilla de detectar y reconocer con el término de animación propiamente dicho.

Selby comenta que “Los acetatos y dibujos son considerados (...) como las técnicas más puras de animación...” (2009, p. 13). Esto se debe a que, dada su antigüedad, es el formato que más arduamente está documentado, y es la técnica más concretamente establecida, o por *default*, en el género. Es un estilo de arte que atraviesa todas las etapas de la realización cinematográfica, confeccionando guiones, pintura, música, hasta la contratación de actores para las voces y la comprensión de la narrativa.

Como antecedente más antiguo o punto de partida, se toma el año 1906, en el que J. Stuart Blackton presentaba una película con técnica *Cut-Out* – técnica que se desarrollará en su debida profundidad más adelante en el presente capítulo – que por momentos presentaba animaciones por fotogramas. Cuadro por cuadro, Blackton dibujaba distintas caras que, mostradas en continuidad a cierta velocidad, cobraban vida y movimiento.

Y es eso mismo en lo que consiste la técnica de animación tradicional. Este tipo de animación se trata de un dibujo por fotograma, el cual es entintado sobre un acetato – material transparente en forma de lámina –, que luego es coloreado con acrílicos o la llamada *goauche* (Van Dam, 2013). Esta última es una técnica pictórica en la cual se emplea una pintura al agua opaca que presenta más grosor que las acuarelas normales. Los fondos son realizados y coloreados por separado en otra lámina. Los acetatos que

contienen a los elementos en movimiento se posicionan unas sobre otras con precisión milimétrica, y el fondo a color se coloca por debajo de todas ellas. Todo esto es captado por una cámara estática posicionada verticalmente sobre las láminas, llamada *Rostrum*.

Uno de los primeros largometrajes de animación a nivel mundial que utilizó esta técnica de animación es el de *Blanca Nieves y los Siete Enanos* (1937) de Walt Disney Pictures. Este fue el primer largometraje animado de la historia a puro color y con sonido. La película trata sobre una princesa que es perseguida por la reina, quien intenta asesinarla por ser más bella que ella. Blanca Nieves escapa al bosque, donde encuentra una casa que pertenece a siete enanos mineros. Estos dejan que la joven se quede con ellos, pero la reina, disfrazada con magia de una anciana, envenena a la joven con una manzana. Ella cae en un profundo sueño, del que es despertada con el beso de un príncipe. Aunque el cuento fue publicado por primera vez en Alemania en 1812 bajo el nombre de *Schneewittchen*, escrito originalmente por los hermanos Grimm, la adaptación animada de Disney es de la que se hablará en este capítulo.

Para la realización de este largometraje animado, Hand, en una edición especial del detrás de escena de la película, cuenta cómo todos los dibujantes a su cargo volvieron a tomar clases de animación para especializarse en el tema. (1937). Esto incluía cómo representar el movimiento de manera exacta y fluida, además de la acción y reacción de los personajes. Uno de los recursos utilizados para esto fue la grabación de personas reales que encarnaban a los personajes de la película. Estas grabaciones eran luego utilizadas como guía para que los dibujantes transportaran al papel todos los detalles sobre los movimientos, bailes y otros aspectos de Blanca Nieves y sus siete acompañantes.

La producción de este largometraje animado de Walt Disney Pictures en total duró dos años, en los cuales trabajaron más de setecientos cincuenta artistas, se utilizaron más de ochocientos kilómetros de papel, y se abarcaron más de dos millones de bocetos, entre los cuales se encontraban diferentes versiones de la conocida princesa antes de llegar a

la que hoy todo el mundo conoce y ama. La película se convirtió en uno de los clásicos del género de la animación, aclamada a nivel mundial.

Actualmente, también se utiliza el recurso del escáner y los programas de computadora para lograr esta técnica. En lugar de ser captados por la cámara antes mencionada, los acetatos son transportados a una computadora, donde se realiza un equilibrio de color para evitar saltos en lo visual y distracciones en el espectador.

1.2.2. Animación Computarizada

La llamada animación digital puede abarcar proyectos tanto en segunda como en tercera dimensión. Se entiende por animación computarizada a todos los proyectos de animación que se lleven a cabo en un ordenador con el uso de softwares o programas especializados en el tema. También se conoce con el término CGI, que significa *Computer Generated Image* (Imagen generada por computadora). Se puede afirmar que la llegada de los avances en la tecnología abre un gran abanico de posibilidades que se extienden al alcance del animador, dándole la libertad de no solo trabajar con lo visual y lo sonoro, sino transformando el proceso en algo más práctico, instantáneo y fácil de combinar.

Sin embargo, el termino animación por ordenador no significa que todos los procesos sean realizados por una computadora. John Lasseter, director creativo de una de las productoras de animación más famosas del mundo, citado por Selby, señala cuatro lecciones muy importantes a tener en cuenta cuando se trata con esta técnica de animación. “El ordenador es solo una herramienta. No se sabe el aspecto que tendrá hasta que se ha acabado. No hay nada gratis. No es posible realizar múltiples tomas.” (Selby, 2009, p. 125)

Esto explica lo que se decía anteriormente: los procesos creativos no son realizados por un ordenador, este es simplemente una herramienta a utilizar, como soporte para llevar a cabo la visión de los artistas. A la vez, lo que debe hacer el director durante el proceso de un proyecto animado es visualizarlo en su mente y tener en ella la visión final de este

proyecto. La animación en tercera dimensión tiene tantas capas distintas que se agregan una por una, una sobre otra, que es imposible saber cómo se verá el producto antes de que esté terminado. A diferencia de una imagen real tomada por una cámara, todos los elementos que entran en el cuadro son generados por computadora buscando la perfección, y esto conlleva esfuerzo y dedicación, además de días y semanas de modelado. Asimismo, a diferencia de una película de cine tradicional en la cual se hacen tomas de diferentes ángulos para luego seleccionar las que mejor encajen con la visión del director, en el mundo de la animación no se tienen tantas opciones a la hora de rodar. Producir un único plano cuesta mucho dinero, y se debe planificar todo con anterioridad mediante los *story reels*, para llegado el momento de producir concretamente la animación, acelerar el proceso y mantener los costos estimados.

Largometrajes realizados con la técnica de animación computarizada a la fecha hay más de los que se pueden contar. Como ejemplo, tomamos una de las primeras películas realizadas completamente por ordenador: *Toy Story* (1995) de Pixar. Este fue además el primer largometraje de Pixar.

La historia sigue las aventuras de los juguetes de un niño llamado Andy, que cobran vida cuando nadie está mirando. Woody y Buzz, un juguete de vaquero y un juguete de un hombre del espacio, se extravían a causa de peleas entre ambos, Woody siendo el celoso del dúo y sintiéndose reemplazado por el nuevo juguete astronauta. Se ven forzados a trabajar juntos para encontrar el camino a casa antes de que Andy y su madre se muden, y en el trayecto, su amistad se desarrolla. El reparto de la película incluye artistas célebres para las voces de los personajes principales, como Tom Hanks y Tim Allen.

En un vistazo detrás de escenas de la película, el director John Lasseter (1995) explica cómo funciona el proceso. Comenzando con el storyboard y los bocetos finales de los personajes, se arman primeros modelos en arcilla de los personajes de la película. Una vez terminados con lujo de detalles, los directores técnicos utilizan los programas de

computadora para modelar los cuerpos estos personajes en el ordenador y llevar lo físico a lo digital. Luego entran en juego los animadores, propiamente dicho. Ellos prueban los modelos realizados para comprobar si los códigos llamados variables de animación funcionan, ya sea para movimientos del cuerpo del personaje o para su rostro. Cuando los modelos pasan las pruebas con éxito, llega el verdadero trabajo de darles vida. Solamente para la cara del personaje de Woody, se utilizaron doscientos doce comandos de animación, de los cuales cincuenta y ocho eran para su boca. Al mismo tiempo de que uno de los equipos se encarga de los personajes en sí, otro se encarga de la realización, desde los bocetos hasta los modelados, de las comúnmente llamadas locaciones del largometraje.

El proyecto requirió el trabajo de ciento diez empleados del equipo de Pixar, de los cuales solo veintisiete eran animadores, una cifra mucho más reducida a comparación con el equipo que realizó *Blanca Nieves* (1937). El éxito de la película desencadenó dos secuelas, *Toy Story 2* y *Toy Story 3*, tres cortometrajes animados, dos especiales de televisión, y la producción de una cuarta película de la franquicia, *Toy Story 4*, la cual está en producción actualmente y se estima se estrenará en Junio del año 2019.

Selby describe a la animación por computadora en tercera dimensión como una fusión entre animación *stop-motion*, de la cual se hablará en la siguiente parte de este capítulo, y animación cuadro a cuadro, permitiendo a los animadores crear y manipular mundos en los cuales los personajes y los entornos son construidos mediante data matemáticamente procesada (2013, p. 148). Esto significa que los límites de las posibilidades en el mundo de la animación son prácticamente inexistentes, ya que las técnicas no son exclusivas en sí mismas. Al tener la posibilidad de combinar y complementar una técnica con otra, se abre un nuevo gran abanico de posibilidades para los especializados en el tema.

Si bien la animación tradicional y la animación computarizada son los dos métodos más utilizados, a continuación se entrará en detalle sobre técnicas específicas en el género.

1.3. Otras técnicas

Dividir el cine de animación solamente en tradicional y computarizada sería dividirla a grandes rasgos. Se puede adentrar en técnicas más definidas de crear películas, cortos o videoclips que cumplen con los requisitos para ser consideradas dentro del género animado, maneras más orgánicas en las que el animador puede usar sus propias manos y objetos tridimensionales del mundo real. A continuación, se describirán algunas técnicas de animación menos utilizadas, pero igualmente conocidas en el mundo audiovisuales como maneras viables de contar una historia.

1.3.1. Cut-Out

Otra de las técnicas para llevar a cabo un proyecto de animación es la denominada *Cut-Out*, o también conocida como animación por recorte. Es una técnica en la que se recortan figuras, ya sea de cualquier tipo de papel o fotografías, y se las utiliza para conformar los personajes y el escenario en el cual se desarrolla la historia, logrando personas y objetos que al ser levemente movidos funcionan como articulaciones, y, exhibidos a cierta velocidad, cobran vida para que el espectador puede percibir su movimiento. Los movimientos son captados por una cámara *frame-by-frame* (cuadro a cuadro) como se vio anteriormente en la animación tradicional, con la diferencia de que, para el cambio de un cuadro a otro, no es necesario volver a dibujar, sino cambiar de lugar los recortes.

Una de las mayores ventajas a la hora de utilizar esta técnica para animar es justamente su practicidad, ya que con un solo dibujo recortado logra movimientos que abarcarían varias láminas de celuloide si se intentara replicar con la técnica de animación tradicional. O, en su defecto, si hubiera algún error en la animación, el lugar de volver a dibujar todo el plano desde el principio, solo se debe cambiar de lugar el mismo recorte. Al mismo tiempo, una de las desventajas del *Cut-Out* es que los movimientos fluidos son más difíciles de lograr, ya que los recortes limitan el ángulo de la fotografía. El impedimento a nivel calidad de imagen al momento de utilizar primeros planos también presenta

problemas a la hora de la realización del producto, lo que en consecuencia provoca que esta técnica se utilice con más frecuencia en animaciones sin diálogos, para evitar el acercamiento a la zona de los labios cuando los personajes hablan.

Uno de los proyectos más prominentes a nivel mundial que presenta esta técnica es una serie animada con temática de comedia para adultos llamada *South Park* (1997-presente).

Si bien actualmente este programa de televisión es realizado por animación en segunda dimensión por computadora, en sus comienzos los creadores del proyecto Trey Parker y Matt Stone crearon un corto de cuatro minutos titulado *El espíritu de la navidad* (1992) cinco años antes del lanzamiento oficial del show conocido propiamente como *South Park*.

Para la realización de este corto, Parker y Stone (1997) utilizaron la técnica previamente descrita: utilizando papel de acetato – el mismo utilizado para la animación tradicional antes mencionada –, tijeras, pegamento y una cámara de ocho milímetros, dieron vida a los personajes. El recurso de los movimientos de los papeles y la técnica de ir continuamente reemplazando las bocas de los personajes para que estas coincidieran con las líneas de diálogo fueron captados por la cámara cuadro a cuadro, lo que luego se llevó a una computadora para la edición final y la mezcla con el sonido.

Allí, se establecieron los parámetros para crear el show televisivo: un grupo compuesto por cuatro estudiantes de primaria, Eric, Stan, Kyle y Kenny, que viven en un nevado pueblo montañoso de Colorado y a los cuales les suceden toda clase de situaciones descabelladas, desde la repetitiva muerte de uno de ellos capítulo a capítulo, hasta la residencia del mismo Jesucristo en el pueblo mencionado.

Conforme pasaron los años, este show dejó de utilizar la técnica *Cut-Out*, debido al consumo de tiempo que ésta llevaba colisionando con la alta demanda del show, y avanzaron a técnicas de animación computarizadas. Sin embargo, la estética del programa no cambió. Incluso, durante las primeras temporadas, y aún con el recurso de

la tecnología a su disposición, Parker y Stone apuntaban a hacer al programa verse lo más orgánico posible, realizando los personajes en el mismo papel de acetatos para luego escanearlos y valerse de programas de computadora para lograr la animación.

El éxito del show llevó a los creadores a realizar películas basadas en el mismo, proyectos no relacionados con *South Park* – como la película titulada *Team América: World Police* (2004) – e incluso una obra musical de Broadway titulada *El libro del Mormón* (The Book of Mormon, 2011).

El programa sigue al aire actualmente, adentrándose en su vigésimo primera temporada. No presentan señales de cancelar o dar por terminado su show, demostrado por sus nuevos videojuegos y sus noticias sobre temporadas futuras.

1.3.2. Stop-Motion

Otra técnica de animación utilizada frecuentemente es la llamada *stop-motion*. Es descrita como “la técnica que mejor encarna el arte de la animación” (Selby, 2009, p. 105). Este proceso está conformado por modelos tridimensionales reales – no en computadora – que pueden estar compuestos de arcilla, ser marionetas, objetos, o bien, tener como base unas llamadas armaduras que actúan como esqueletos de los personajes. Este tipo de animación no excluye el uso de objetos inanimados como parte de sus historias.

La técnica es todo menos simple, requiere de extrema paciencia y conocimiento por parte del animador. Consiste en captar, por medio de una cámara, los movimientos de los personajes cuadro a cuadro. Estos movimientos son mínimos y no suelen ser captados a simple vista, solo pueden ser apreciados en conjunto, cuando se colocan todos los planos en secuencia y crean la sensación de movimiento.

Existen, como ya se mencionó antes, varios subgéneros dentro de la técnica de *stop-motion*: animación de marionetas, de arcilla, de objetos, y la llamada *go-motion*.

En la animación de marionetas, las cuales son una representación del cuerpo humano, animal, o un objeto inanimado, cuentan con el recurso de un titiritero que les de

movimiento. En la animación de arcilla o plastilina, también conocida como *clay animation* o *claymation*, se utilizan esculturas de este material hechas a mano que, según los críticos, le dan un aspecto más artesanal y natural. En producciones más complejas, se emplea el uso de las armaduras o esqueletos. La animación de objetos era comúnmente utilizada en los films del cine tradicional, en los que eventos de la vida real eran reconstruidos con objetos a menor escala.

Se toma como ejemplo de largometraje en *stop-motion* con el uso de marionetas una de las películas más aclamadas de Tim Burton: *Nightmare Before Christmas* (1993), conocida en Latinoamérica con el título *El extraño mundo de Jack*.

Dirigida por Henry Selick, cuenta la historia de Jack Skellington, el rey calabaza de la tierra de Halloween, que descubre el mundo de la Navidad. En su intento de traer la festividad a su lugar de sustos y terror para cautivar a los habitantes y tratar de cambiar las tradiciones del lugar por algo novedoso, pone en peligro la Navidad de los demás. La trama cuenta con personajes reconocidos en el género clásico del terror, como hombres lobo, vampiros y fantasmas, además del famoso Papa Noel, o *Santa Claus*, que reina la época navideña.

Todos los procesos para una película comienzan en un *storyboard* que dicta los elementos clave del proyecto, y esta película no es la excepción. Con el recurso de bocetos y lo llamado arte conceptual, los modelos de personajes como Jack, Sally, Oogie y sus secuaces fueron tomando forma física para luego ser utilizados en el rodaje de la película.

Los sets en los cuales se desarrolla la historia fueron primero modelados en miniatura a modo de prueba, para luego ser construidos a mayor escala y permitir a los animadores interactuar con las piezas de manera más práctica. Estos sets, a la hora del rodaje, son iluminados como una película de imagen real, con puesta de luces que en ocasiones podía llegar hasta veinte o treinta reflectores por escena para lograr la atmósfera deseada.

Para completar tan solo un minuto de material, se requirió una semana de rodaje.

Cada vez que [Jack] hace una posición de boca diferente, sea A, E, I, O, U, y todo lo del medio, sea de manera enojada, o triste, o feliz, o neutral, tenemos que tener un modelo de la cabeza completamente diferente. Podemos llegar a usar hasta cuatrocientas cabezas para Jack distintas. (Selick, 1993).

Más de cien empleados fueron necesarios para hacer a esta película cobrar vida, conformando un equipo de animadores, operadores de cámara especializados, realizadores de marionetas, constructores de sets y de utilería, que trabajaron a lo largo de tres años.

1.3.3. Go-Motion

Por último, la variable del género *stop-motion* conocida como *go-motion* toma los principios base del género y los modifica para crear el mismo efecto de una manera diferente. Se trata de una técnica poco utilizada, debido a su complejidad y a que es un efecto que no muchos animadores pretenden lograr en una animación. En la técnica del *stop-motion*, los objetos que se fotografían se encuentran quietos. En cambio, en la *go-motion*, los objetos se encuentran en leve movimiento. Esto logra un efecto borroso, conocido en inglés como el efecto *blur*, o de “foto movida”, que da una sensación más realista de movimiento. Esta técnica fue utilizada en la película *Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back* (1980).

Como se puede observar, existen muchas diferentes formas de adoptar a la hora de realizar un proyecto de animación. Cada una de ellas tiene sus simplicidades y sus desafíos, y dependerá de cada animador la elección de técnica a utilizar.

1.4. Pintura animada

Conforme la tecnología sigue avanzando y el cine de animación aprovecha ese avance, nacen nuevos proyectos con ambiciones a gran escala. Es el caso de la película *Loving Vincent* (2017) la cual reclama el título de la primera película pintada. Se trata de un largometraje biográfico sobre la vida del famoso pintor Vincent Van Gogh conformada por una técnica que combina el cine tradicional con el cine de animación. La película fue

rodada con actores reales, utilizando recursos de pantalla verde y vestuarios alterados, para luego ser pintada en su totalidad, un número que ronda los sesenta y cinco mil fotogramas, con pinturas al óleo para asemejarse a las pinturas del artista.

Esto implica una combinación de ambos cines, con personas y animado, ya que la primera parte de la producción fue tratada como una película habitual, para convertirse completamente en una película de animación en la etapa de post-producción, utilizando técnicas de stop-motion y con el proceso de la animación con acetatos. Más de ciento veinticinco pintores fueron empleados para capturar el estilo de pintura de Van Gogh en los fotogramas que conforman los noventa y cuatro minutos del film durante los dos años de post-producción que se llevaron a cabo para finalizar la película.

Uno de los dos directores de la película cuenta que “Le damos vida a 77 de sus pinturas. 70 están hechas en el estilo de color de Van Gogh, y siete son en blanco y negro.” (Grobar, 2017). Esto se debió a la utilización del recurso de flashback durante la película, momentos durante los cuales la imagen se presenta con la paleta de colores de blanco y negro, opuestos al resto del film donde se utiliza el color.

Los directores tomaron la tarea de no sólo buscar talento dentro del área de pintura clásica donde ya existía, sino también de entrenar a un grupo de más de trescientos cincuenta artistas con el fin de reclutar a los que mejor trabajo realizaran.

La película estuvo nominada a Mejor Película de Animación en la entrega del Óscar del año 2018, y a pesar de haber perdido, ganó en la misma categoría en los Premios del Cine Europeo en el año 2017.

El cine de animación presenta al creador un amplio abanico de posibilidades a la hora de contar su historia. Desde los aspectos físicos y visuales, hasta los medios para acompañar la narrativa que serían mucho más limitados en el cine de carne y hueso. Abarcadas entonces las diferentes maneras por las cuales se puede lograr una animación, se hablará en el siguiente capítulo de a quiénes están destinadas estas piezas, según la presente investigación.

Capítulo 2. Factores decisivos en la atención infantil en el área audiovisual

Una vez establecidas las diferentes técnicas que se pueden utilizar para realizar una animación, sea para los más jóvenes o para cualquier otra edad, se debe centrarse en el público objetivo de la presente investigación: niños de 2 a 8 años. Más específicamente, es preciso delimitar las características de quienes se está hablando, los llamados Nativos Digitales, y cuáles son los factores a tener en cuenta cuando se pretende captar y retener la atención de los mismos en el área audiovisual. Para ellos se hará un análisis de lo conocido como la psicología del color, además de cuáles son los factores principales en el desarrollo de niños en el rango de edad seleccionado que se pueden llevar a la pantalla.

2.1. Los Nativos Digitales

Se define por Nativos Digitales a las personas nacidas en una época donde predomina la tecnología, opuesto a las generaciones anteriores que fueron las que se vieron obligadas a adaptarse conforme los avances tecnológicos tomaban lugar en el mundo, que fueron denominadas como Inmigrantes Digitales. El término fue utilizado por primera vez en un artículo publicado por Prensky en el cual establecía la siguiente interrogante: “¿Cómo deberíamos llamar a estos ‘nuevos estudiantes’ de hoy? (...) La más útil designación que he encontrado para ellos es Nativos Digitales. Nuestros estudiantes son todos ‘hablantes nativos’ del idioma digital de las computadoras, videojuegos e Internet.” (2001, p. 1)

Se toma entonces un rango que nace desde el año 1980, aproximadamente, hasta hoy en día, y continuando hacia los próximos años, para definir a los Nativos Digitales, nacidos de ese año en adelante.

Puede afirmarse entonces que los Nativos Digitales son exclusivamente nacidos en la tecnología. Dorsey, durante una de sus charlas TED – sigla que significa Tecnología, Entretenimiento y Diseño - acota a la discusión que “La tecnología solo es nueva si recuerdas como era antes.” (2015). Esto hace referencia al hecho de que el describir algo como nuevo es un término subjetivo, que depende de cada persona, sus experiencias y

sus conocimientos. Traído a un ejemplo concreto en el área de la tecnología, esto significa que para los Inmigrantes Digitales, los celulares son un invento nuevo, cuando para los Nativos Digitales pasa a ser un objeto más de la vida cotidiana. Los Nativos Digitales no recuerdan una época donde estos avances no existieran.

Las características más predominantes que presentan estos individuos es un término llamado *tecnofilia*, que por definición está compuesto de dos palabras – tecnología y filia. Perez Porto y Gardey, en su blog dedicado a las definiciones de las palabras del castellano, separan ambas palabras para explicar su significado, tecnología, siendo “las técnicas y los conocimientos que posibilitan la utilización práctica de los conocimientos de la ciencia” y filia como “el apego, la simpatía o el interés por algo” (2014). Se puede deducir entonces que el termino *tecnofilia*, aplicado en el presente contexto a los sujetos de estudio, presenta una inclinación o preferencia hacia las técnicas que permiten y facilitan acercarse al mundo virtual.

García, Portillo, Romo y Benito sostienen que los Nativos Digitales “Sienten atracción por todo lo relacionado con las nuevas tecnologías. Con las TICs satisfacen sus necesidades de entretenimiento, diversión, comunicación, información y, tal vez, también de formación.” (2007). Esto significa que con las TICs – siglas que abrevian la definición de Tecnologías de la Información y Comunicación – los Nativos Digitales presentan una reducida necesidad por utilizar elementos que hasta hace pocos años eran indispensables, ya que todo está al alcance de la mano por un dispositivo móvil. Se puede exhibir como ejemplo un teléfono celular. Antes del perfeccionamiento de los sistemas operativos como se los conoce hoy en día, elementos como los diarios en papel, los reproductores MP3, los mapas, las mensajerías, las llamadas telefónicas, las calculadoras, e incontables otras necesidades y comodidades se utilizaban por separado, cada una cumpliendo una función propia en sí misma. Actualmente todos los mencionados elementos y muchos más se encuentran dentro de un solo dispositivo,

conocido como el *smartphone*, eliminando la necesidad de cualquier otra cosa en la mayoría de los casos, sobre todo en los adolescentes y jóvenes adultos.

Dicho esto, se puede comenzar a notar que en la situación social actual, y comprendida la definición anteriormente detallada sobre el concepto de *tecnofilia*, este término puede utilizarse en la vida cotidiana, ya que las nuevas tecnologías forman parte del día a día de la mayor parte de las personas en un amplio rango de países. También cabe destacar que, aunque actualmente la tecnología sea una parte regularizada y en casos dada por sentada, no deja de abstenerse a adicciones y grados superiores en lo que a dependencia a estas tecnologías concierne.

En el tema de adicciones, y más específicamente en las adicciones que tocan en el mundo de lo tecnológico, Echeburúa detalla lo siguiente:

La ciberadicción se establece cuando el niño deja de verse con sus amigos y se instala frente a la pantalla con sus videojuegos, el adolescente presta más atención a su iPhone que a su novia o el joven no rinde en los estudios porque revisa obsesivamente su correo electrónico. (Echeburúa, 2010, p. 2)

Se puede notar, entonces, que la adicción a la tecnología, o como lo nombra el autor, ciberadicción, presenta un cambio en la conducta del individuo de manera negativa, aislándolo del contacto físico y social de otros seres humanos para que su foco principal sea exclusiva y únicamente la pantalla frente a sus ojos o las redes sociales a las que está vinculado. Si bien las tecnologías y los dispositivos móviles brindan una amplia gama de comodidades, entretenimiento y una manera de simplificar los quehaceres del día a día, se debe ejercitar la precaución en cuanto a la cantidad de tiempo que se otorga al mundo virtual, ya que se puede estar expuesto a situaciones peligrosas, contenidos inadecuados o la pérdida de la intimidad.

Establecidas las características y adentrado el tema en los Nativos Digitales, cabe aclarar que en el presente trabajo se hará hincapié en los niños de edades de 2 a 8 años, dejando de lado los Nativos Digitales de mayores edades para centrar el foco en los más pequeños y delimitar cuáles son los factores a tener en cuenta dadas sus

particularidades. Por lo tanto, es preciso diferenciar una generación de otra para adentrarnos en la generación en particular de la que se estará hablando.

2.1.1. La Generación Alfa

Las generaciones que abarcan el término de Nativos Digitales son tres: Y, Z y Alfa. La primera es la llamada Generación Y, y se los conoce más comúnmente como *Millennials*. Son aquellas personas nacidas entre los años 1982 y 1994. La segunda es la Generación Z, también conocida como *Centennials*, e incluye a las personas nacidas entre los años 1995 y 2010. Por último, la tercera y más reciente es la llamada Generación Alfa, y comprende a los nacidos entre los años 2010 y 2025. Esta última obtiene su nombre de la primera letra del abecedario griego, decisión que se tomó una vez terminado el abecedario latino con la generación anterior, para continuar utilizando las letras como diferenciador de generaciones.

Siendo el foco de atención del presente proyecto de graduación los niños entre 2 y 8 años, la Generación Alfa y sus características serán los temas a analizar en este segmento del capítulo.

Los niños nacidos entre los años 2010 y 2025 son, según Dillon, “son nativos digitales al 100%. La tecnología es una extensión de su manera de conocer el mundo” (2018). Esto hace referencia a que, al ser nacidos en esta época moderna, no conocen otra forma de vivir que no sea con la tecnología al alcance de sus manos. Esto no significa que solo dependan de ella para transcurrir cada día, pero sí se debe hacer hincapié en el hecho de que cuentan con la disponibilidad de utilizarla sin inconveniencia si la necesidad se presenta.

Cataldi y Dominighini, por otra parte, brindan un panorama del contexto tecnológico en el cual fueron nacidos los integrantes de la Generación Alfa a partir de los términos creados en los años anteriormente mencionados. “*Web 3.0, Touch, Cámara frontal, Selfie, Spotify, Whatsapp, Waze, Big dare, Netflix, Tinder, Snapchat, Instagram, iWatch*”. (2015, p.2). Simplemente a partir de estos términos específicos, se puede tener una idea general de

lo que se está tratando. Evoluciones tecnológicas que anteriormente no estaban presentes principalmente en los dispositivos móviles con los que se contaban a principios y mediados de los primeros diez años del nuevo milenio.

El concepto de las pantallas táctiles y las cámaras frontales que reflejan la imagen, la mensajería instantánea y las redes sociales, además de las grandes empresas de transmisión de música y películas son propias de saltos tecnológicos abismales realizados durante los años ocupados por la Generación Alfa. Los nacidos en esta generación son descritos como muchos más intuitivos a la hora de utilizar tecnología. Siendo nacidos al mismo tiempo que los teléfonos inteligentes o reproductores de música móviles – véase *iPhones* y *iPods* –, se dio el lugar para ellos de que el cómo utilizar y cómo deducir el funcionamiento de estos dispositivos sea aprendido desde una edad mucho más temprana que en otras generaciones, además de las novedades tecnológicas como la interacción con inteligencias artificiales – tales como *Siri*, en el caso de la marca Apple, o *Alexa*, en el caso de la marca Amazon, además de incontables asistentes virtuales que responden al llamado del humano – sean parte del día a día y algo completamente normal para ellos, algo nunca visto en generaciones anteriores. Contrario a ellas, los niños de la Generación Alfa no temen tocar botones y adentrarse en el dispositivo a sus manos aun no sabiendo exactamente a dónde los lleva ni a dónde quieren ir. Ellos aprenden haciendo; la práctica, la prueba y el error los lleva a la autoenseñanza y al entendimiento y la interpretación sin la explicación de sus padres.

Otra de las características presentes en la Generación Alfa es el concepto de multipantalla. Esto significa la habilidad de poder utilizar varios recursos tecnológicos al mismo tiempo, ya sea en dispositivos separados o todo en uno mismo, además de la capacidad de cambiar de un lugar a otro sin perder la vista del punto ni tomarse tiempo para adaptarse a la nueva tarea. Como ejemplo, se puede presentar un joven que está escuchando música, respondiendo mensaje, jugando juegos en línea y mirando videos en la plataforma de YouTube como ayuda para pasar niveles en el mismo juego, todo al

mismo tiempo, intercambiando tareas con facilidad, y todo dentro de un mismo dispositivo, en este caso una computadora, ya sea portátil o fija. El adolescente no presenta problemas de concentración al pasar de una aplicación a la siguiente, no pierde el hilo de la conversación en el mensaje privado, y no deja de prestar atención a la música de fondo que eligió, teniendo también la posibilidad de cambiarla si no es de su parecer en el momento.

Si bien este concepto también se encuentra presente en las demás generaciones que entran dentro de la terminología de Nativos Digitales, más conocida en el ámbito general como *multitasking* – o la habilidad de tomar numerosas tareas al mismo tiempo, sea del área tecnológica o no – la presente generación tiene la particularidad de adquirir esta habilidad desde una mucha más temprana edad, a diferencia de los adultos que fueron desarrollándola más adelante, lo que fomenta su desarrollo desde un lugar mucho más intuitivo y con más naturalidad. Este concepto pasa a formar parte de su día a día, sin siquiera requerir ningún análisis o reconocimiento en detalle de lo que está ocurriendo.

Uno de los más prominentes avances dentro del internet en los últimos 20 años es la creación de las redes sociales, más específicamente, las diferentes necesidades a cumplir por las cuales estas redes sociales fueron creadas, lo cual es una noción presente y clara en las más jóvenes. Cada red social cumple una función diferente, y aunque algunas cumplan con similares características, se utilizan para fines diferentes – si bien tanto como en Instagram y Facebook pueden compartirse fotos, no se distribuye la misma clase de fotos. Este hecho se presenta como un hecho social que abarca solamente a los jóvenes y los separa de generaciones de edades más avanzadas. Tomando como ejemplo las redes antes mencionadas, Instagram y Facebook, la diferencia entre los jóvenes es que Instagram es un lugar utilizado para fotos más artísticas, de momentos, lugares y comidas, mientras que Facebook es donde comparten tanto fotos de humor como de debate, a veces combinadas.

Este concepto no se encuentra tan presente en otros nativos o inmigrantes digitales en su mayoría a la hora de crear o compartir contenido, quienes tienen la particularidad de apegarse a una única red social. De acuerdo con un estudio realizado por Carrier (2017), director de una empresa dedicada al análisis de mercado, el 85% de la totalidad de *Seniors* – mayores a 54 años de edad – utilizan Facebook como principal plataforma de información y contenido en internet. Dentro de las demás redes sociales analizadas, como Instagram, Twitter, Pinterest, Instagram y LinkedIn, el número disminuye a 12% o menos de uso en cada una, dado que la totalidad de las personas analizadas usan más de una red social a la vez. Este análisis presenta un resultado mucho más concentrado en comparación con la generación más joven analizada, los *Centennials* – menores a 24 años de edad – la cual presenta un 72% de prominencia en Facebook, 50% en Instagram y 33% en Twitter, disminuyendo en las restantes redes. Puede observarse entonces, en esta comparación generacional, la tendencia de las generaciones más adultas de apegarse en su mayoría a una única red social, mientras que las más jóvenes, junto con su concepto de multipantalla, son más propensas a distribuirse en diferentes plataformas. Si bien puede afirmarse que la Generación Alfa se encuentra en su período más temprano, siendo que McCrindle (2017) encasilla a esta generación entre los años 2010 y 2025, niños que a la fecha tan solo llegan a las 8 años de edad como máximo, lo que por lo tanto dificulta obtener un análisis de los aspectos que poseen en su totalidad, ya se pueden comenzar a notar distintas características y preferencias en estas tempranas edades para futuro. De acuerdo a lo dicho por Ashley Fell, citada por McCrindle en una entrevista del blog de su empresa, “Los bebés de la Generación Alfa crecerán para ser más inteligentes, más ricos, más saludables y obtendrán en nivel más alto de educación formal en la historia” (2017). Dadas estas deducciones junto con la información que se puede delimitar en cuanto al contexto socioeconómico que transcurre durante el desarrollo de esta generación, se puede advertir en dónde debe estar el foco para que rindan frutos: la educación.

El explotar la inteligencia y la capacidad de aprender de la Generación Alfa utilizando el recurso de la tecnología como herramienta principal es una práctica que todavía está en proceso de implementarse. En el año 2010, la presidencia de Cristina Fernández lanzó el programa Conectar Igualdad, en el cual se disponían a distribuir un total de tres millones de netbooks en escuelas públicas de la república Argentina. Durante la cadena nacional, la entonces presidente Fernández abordó el tema de la brecha digital, afirmando que la realidad es que “hoy los chicos acceden al conocimiento a través de la red y que el instrumento es la computadora.” (2010). Reconociendo este hecho, el programa Conectar Igualdad pretendía fomentar el aprendizaje de los jóvenes en las escuelas con la implementación de computadoras dentro y fuera del área escolar, permitiendo también que los niños lleven estas computadoras a sus hogares para realizar sus tareas y buscar información para actividades dentro del aula. Este podría ser el primer paso para unificar la tecnología con el aprendizaje, eliminando entonces la noción de que la tecnología solamente es útil para el área recreativa y como herramienta para acercar juegos y otros métodos de diversión.

Este análisis de la Generación Alfa lleva a plantear la interrogante de cómo se puede entonces captar la atención de entretener de manera prolongada, por ejemplo a lo largo de un capítulo de una serie televisiva, a una generación que tiene la posibilidad de obtener lo que necesita en el momento que prefiera.

2.2 El color en función de la atención a captar

Al analizar dibujos animados, está por demás aclarar que el tema que estos abarcan en su duración tiene que captar el interés de los espectadores, en este caso, los niños, de manera entretenida y a la vez didáctica. No obstante, otro de los factores que entran en juego a la hora de mantener la atención de los más pequeños en un lugar estático, y que a su vez, se concentren en ello, es el color a utilizar al momento de realizar el material audiovisual, sin mencionar las emociones que puede llegar a despertar en los niños.

Montesano, en su Proyecto de Graduación describe tres distintas etapas en el proceso de memoria de los más chicos: Percepción, almacenamiento y recuperación. La primera etapa, percepción, es el momento en el cual ingresa la información. La segunda, el almacenamiento, es donde se guarda esta información para ser retenida en la mente del niño. Por último, la tercera etapa, la recuperación, es el momento en el que se vuelve a acceder a los datos aprendidos con éxito pasada una cierta cantidad de tiempo. (2014, p. 31)

Es entonces importante determinar que la percepción es la etapa más importante de este proceso de memoria, y que por lo tanto, es aquí donde se deberá presentar el mayor cuidado a la hora de elegir los colores a representar para que el espectador logre permitir la entrada de información. Pero para ello, en principio, debemos entender qué es el color y de qué manera se comporta.

Kiverstein Gurovich y Arias Baeza, afirman que “El color es lo que vemos cuando llega a nuestros ojos la luz reflejada por un objeto” (2010, p.8), abarcando el tema por un lugar más sensorial y perceptivo. Abeledo, por otro lado, lo describe como “La propiedad de los objetos que depende de la luz que reflejen y que es percibido como rojo, azul, verde, u otras tonalidades” (2011, p. 8). Analizando el punto de vista de ambos autores, puede notarse que ninguno de los mencionados afirma que el color sea una propiedad misma del objeto, sino una cualidad que la luz le otorga al mismo. El color no es propio del objeto, sino que va variando dependiendo de qué tipo de luz se encuentre alrededor, la cual es captada por el ojo humano. Por ejemplo, si se sostiene una hoja blanca bajo una luz magenta, la hoja pasa a percibirse como magenta, sin haber sufrido ningún cambio en su estructura física. Es el color que la rodea, y que se refleja en ella, lo que lleva a percibirla como tal.

Los humanos, en realidad, percibimos tres colores, que son los llamados colores luz: el azul, el verde y el rojo, con un espectro visible de luz que parte de los 400 nanómetros a los 700 nanómetros. La combinación de estos es lo que nos permite armar una gama

más amplia de colores dependiendo de distintos factores: el matiz – lo que distingue un color de otro -, la luminosidad – la cantidad de luz que posee -, la saturación – el grado de pureza del color -, el valor – la cantidad de oscuridad que posee – y la intensidad – la claridad con la que lo percibimos -. Todos estos factores influyen y abren un abanico de incontables posibilidades y combinaciones que nos permiten a los seres humanos distinguir diferentes colores.

Al hablar sobre las razones por las cuales utilizamos un color u otro, se toma un extracto de Gareca Hurtado como base para entender la llamada Psicología del Color. En este publicado de la Universidad Mayor de San Andrés, Facultad de Arquitectura, Diseño y Urbanismo, se estudia, además de las razones físicas y naturales del porqué de los colores, la percepción psicológica humana de los mismos, y las emociones a los que estos se adhieren en diferentes contextos sociales. En este caso, tomaremos cinco de ellos. El color azul se relaciona tanto con la inteligencia y la calma como con la tristeza y la melancolía. El rojo, representa emociones fuertes, como el amor, la ira y la pasión. El amarillo se cree un color relacionado con la felicidad, el bienestar, el optimismo. El violeta se relaciona con la madurez, el misterio, la fantasía. Finalmente, el verde representa tanto naturaleza y armonía como emociones negativas, tales como disgusto y envidia. (2011, p. 45)

Teniendo en cuenta estos conocimientos, podemos observar que en incontables proyectos audiovisuales se cumplen estos parámetros en cuanto a la relación del color con las emociones humanas, tanto de manera explícita como de manera subliminal.

En la película del estudio de animación estadounidense Pixar titulada *Intensa-mente* (2015) - o por su título original en inglés, *Inside Out* -, podemos ver con claridad la representación de la psicología del color. En este largometraje, literalmente se muestran en concreto las emociones de una niña de 11 años como personajes en sí mismos – Alegría, Tristeza, Desagrado, Temor y Furia. Alegría presenta un vivo color amarillo, mientras que Tristeza está caracterizada con tonos de azul, Temor es un personaje de

color violeta – que puede relacionarse con el misterio de lo desconocido -, Desagrado presenta tonos de verde y Furia está constituido por un rojo fuego.

Puede observarse en este caso a la psicología del color aplicada de manera sumamente explícita en una de las casas de animación más reconocidas a nivel mundial, inculcando en las mentes de los más jóvenes desde el inicio la relación entre estos cinco colores y las emociones relacionadas a ellas, que luego los jóvenes acarrean a otras animaciones.

Sin embargo, Heller abarca una extensiva investigación las relaciones entre las emociones y los colores que percibimos, y, luego de un estudio realizado a dos mil personas de diferentes profesiones en el país de Alemania, afirma que “Los colores y los sentimientos no se combinan de manera accidental, sus asociaciones no son cuestión de gusto, sino de experiencias universales profundamente enraizadas desde la infancia en el lenguaje y el pensamiento.” (2004, p. 17). Esto se debe también a las diferencias socio-culturales que se encuentran presentes en los distintos países del mundo. Uno ejemplo de esto es el hecho de que en China y algunos otros países asiáticos, el color blanco está relacionado con el luto, la muerte, espíritus ancestrales, cuando en la mayor parte del mundo, el luto está simbolizado con el color negro, tradicional en funerales y sucesos relacionados con la muerte, como los listones negros que se utilizan para conmemorar a los fallecidos.

Podemos llamar atención, también, al análisis que hacen Kiverstein Gurovich y Arias Baeza (2010) en cuanto a una paleta de colores que llaman exclusiva para niños. A lo largo de su escrito, toman conceptos universalmente aceptados, como las paletas de colores fríos – conformada por tonalidades azules y grises – y las paletas cálidas – compuesta de tonos de rojos y amarillos -, pero también hacen hincapié en paletas más subjetivas, conformadas por colores que pueden ser interpretados de distintas maneras. Entre estas paletas de colores, se encuentra Niños, la cual presenta “las variaciones de los primarios aditivos (rojo, azul y verde)” (2010, p. 43). Observan también que la

combinación de estos colores y sus tonalidades trae consigo una sensación de sofisticación y complejidad que va a la par de los aprendizajes del niño.

Aquí se puede observar de igual manera la interpretación de la relación entre colores y sentimientos. Una paleta representando a los más pequeños conlleva emociones fuertes – rojos -, inteligencia – azul – y conexión con sus alrededores – verde-.

Pasando de la psicología al aspecto físico de los humanos, es relevante hablar de un estudio realizado por un grupo de personas pertenecientes al Departamento de Biología en la Universidad Nacional de Colombia sobre la percepción del espectro visible que se mencionó anteriormente. En este estudio, se recopilaron datos de 561 personas, repartidas en partes equitativas entre hombres y mujeres, de edades desde los cuatro a los setenta y un años, para estudiar las tendencias a la percepción de los colores dependiendo del grado de desarrollo en los receptores de la retina según las edades. De los sujetos estudiados, los autores delimitaron lo siguiente:

“Las gráficas de percepción del color a través de la edad, tanto para hombres como para mujeres, tienden a tomar forma de domo, en donde los colores más claros, con una composición menor al 50% de magenta (valores mayores a 12), se perciben entre los 9 y 35 años, mientras que colores más oscuros (valores menores a 12), son percibidos por personas entre los 4 y 8 años y mayores de 36 años.” (Correa et al., 2007, p. 12)

Se puede apreciar entonces que en los niños menores de 8 años es donde los colores más oscuros, es decir con mayor saturación, se presentan de manera más prominente. Por lo tanto, llevado a la pantalla, se puede deducir que los niños prestarán más atención a las imágenes con colores puros y vivos que a una imagen con colores pasteles, suaves y desaturados.

Vistos los aspectos físicos y emocionales que conllevan los colores en cuanto a animación ambientada específicamente a los niños, se verá a continuación casos en los cuales esta forma de arte moderna puede llegar a utilizarse en el área educacional, con el fin de promover y fomentar el entendimiento, la interpretación y la participación de los más pequeños a la hora de aprender.

2.3. Entretenimiento como enseñanza informal

Llevando todo lo visto hasta ahora a un ambiente educativo, el éxito del uso de animaciones en el aula es un tema que se sigue debatiendo hoy en día. Pese a que estudios demuestran la eficacia de implementar dibujos animados al aprendizaje, es muy poco factible asumir que esto funcionaría en todos los casos. Por lo tanto, no es cuestión de preguntar si la animación puede utilizarse como herramienta de enseñanza, sino cómo y cuándo debe utilizarse para incrementar sus posibilidades de un resultado favorable.

Mayer y Moreno toman como ejemplo un caso hipotético. Proponen como foco una niña que busca información sobre animación y se encuentra con un trabajo escrito de 250 palabras, el cual se dispone a leer. Al final del mismo se encuentra un video animado de unos treinta segundos de duración, el cual posee un narrador que explica de manera resumida lo que el niño acaba de leer, acompañado de imágenes interactivas. (2002, p. 89).

Puede verse en desarrollo entonces el uso más eficaz de la animación. La niña, luego de leer y comprender el texto proporcionado, puede reforzar lo aprendido con una representación visual del proceso que desea investigar. Esto puede tomarse en cuenta, a la vez, con casos en los que los niños demuestran preferencia por no leer en su totalidad, o simplemente rechazar, textos de larga duración o con gran contenido de palabras, y en su lugar abordar una propuesta más visual e interactiva.

Esto puede verse en experiencias dentro de los primeros años de la escuela. En ciertas instancias, entrado en el tema de la religión, la película *El Príncipe de Egipto* (1998) ha sido utilizada para contar una de las historias más prominentes del antiguo testamento de manera que capte la atención de los niños. Esta cuenta la historia de Moisés y Ramsés, las plagas que azotaron al imperio y la subsecuente liberación del pueblo judío. *Camino Hacia el Dorado* (2000) se ha utilizado para ejemplificar la cultura maya y la llegada de los españoles a América, temas que se tratan en el largometraje paralelos a las historias de los protagonistas. La trama toma lugar en 1519, con el emprendimiento del viaje al nuevo

mundo de la mano de Hernán Cortés, quien también aparece entre los personajes y toma el rol del villano secundario.

Como puede observarse, si bien la posibilidad de utilizar largometrajes de animación para momentos recreativos durante las horas de escuela está presente, es recomendable utilizarlos para reforzar conocimiento ante cualquier otra cosa. Es así que Morales Ramos y Guzmán Flores afirman que “La presentación del vídeo no debe verse como una forma de entretener a los alumnos. El video debe tener un objetivo didáctico previamente formulado.” (2014). Por otro lado, la Dirección de Difusión y Extensión Universitaria de la ciudad de México sostiene que “La animación como herramienta de aprendizaje es capaz de fomentar en los niños capacidades de identificación y resolución de problemas de una manera más flexible, creativa y colaborativa.” Puede observarse entonces que el uso de animación a la hora de aprender diferentes conceptos, ya sea propios del ámbito escolar o de la vida cotidiana, presenta ventajas presentes en la colaboración y el entendimiento por parte de los más jóvenes, presentando los problemas y las soluciones a los mismos de una manera que puedan comprender, interpretar y copiar de una manera mucho más simple.

Los videos educativos en el aula son sólo una de las tantas maneras en que los más pequeños están expuestos al mundo de la animación que está específicamente ambientado a ellos. En el siguiente capítulo se nombrarán y analizarán las distintas plataformas disponibles para hacer llegar estos productos a los más pequeños en la era moderna.

Capítulo 3. Medios Audiovisuales Para Niños

Para establecer el marco teórico de la presente investigación se ha hablado de qué tipos de animación se encuentran disponibles y para quién se encuentran disponibles. En el presente tercer capítulo se abarcarán los distintos medios audiovisuales que pueden utilizarse para unir estos dos aspectos, y hacer llegar el producto al público objetivo.

La televisión hoy en día sigue catalogándose como un invento relativamente reciente, por lo que al hablarse de especificaciones, especialmente sobre canales destinados para niños, los años que se abordan no son tan distantes.

Hablando de Latinoamérica en particular, los canales más prominentes de la década de los noventa fueron canales como *Jetix*, de 1990, *Cartoon Network*, cuya transmisión comenzó durante el año 1992, *Discovery Kids* y *Nickelodeon*, ambas empezando en el año 1996, y *Disney Channel*, en el año 2000. Estos canales disponían de programación infantil 24 horas al día, ya sea con programas de animación o con actores reales.

Subsecuentemente, y notable en la actualidad, estas emisoras fueron diversificándose en distintos sub-canales, como es el caso de *Disney Channel* con la adición de *Disney XD* en el 2009. Si bien productos de animación se encuentran presentes en canales de aire y otros muchos de cable, estos canales en particular tienen como público objetivo desde infantes hasta adolescentes, brindando variedad de contenido para todas las edades. Además, elimina el riesgo de exponerlos a material sensible para ellos en canales que no respetan el horario de protección al menor, que en Argentina rige dentro del horario de las seis de la mañana hasta las diez de la noche.

No obstante, si bien el medio por el cual siempre se han transmitido las series y películas animadas ha sido la televisión, esto no significa que sea la única manera de hacer llegar el contenido a los más jóvenes. Conforme la tecnología fue avanzando y adaptándose a los cambios sociales, se fueron creando más y más espacios destinados específicamente a los niños a lo largo de todas las plataformas disponibles. Teléfonos móviles, tablets y computadoras ya cuentan con sus rincones infantiles.

3.1. Inicios en computadora: el CD-ROM

Hoy en día, los juegos en computadora están al alcance de lo que permita el internet, habiendo sitios tanto de compras online como de descargar ilegales, o piratas, que se desarrollan en su totalidad dentro de la computadora o laptop que se posea, sin necesidad de accesorios externos. Sin embargo, no es así como se comenzaron a comercializar los juegos de PC en sus inicios.

Si bien las consolas exclusivas para juegos como la *Nintendo* o *Play Station* existían y contaban con abundante popularidad, los juegos en computadora tenían su atractivo desde un punto de vista familiar. No todas las familias poseían medios para comprar consolas exclusivas para juegos, pero las computadoras presentaban una cobertura de necesidades mucho más amplia para todos los miembros de dichas familias, además de permitir a los más jóvenes utilizarlas como herramientas recreativas. Es así como comenzaron a comercializarse discos compactos con juegos para instalar en el computador, variando desde aventuras con las populares muñecas Barbie para las niñas, como juegos de carreras o peleas para los niños, abarcando también juegos de aprendizaje para edades desde el pre-escolar en adelante como juegos fantásticos de avanzada complejidad.

En el área educativa, Listick creó la línea de juegos para computadora estadounidense JumpStart (1991). A la fecha, la empresa ha producido más de setenta juegos didácticos que abarcan desde el pre-escolar hasta sexto grado, pasando por todas las diferentes materias habituales de dichas edades, además de conocimientos sobre el mundo que los rodea, como animales, música, familia, y aventuras del género fantástico. Knowledge Adventure, la empresa responsable por la publicación de los juegos, cuenta sobre sus productos destinados a los más pequeños que “JumpStart tiene un avance único de aprendizaje basado en aventura y presenta juegos para edades de 3 a 5 años para aprender habilidades esenciales de pre-lectura, matemática temprana, estudios sociales, arte, música, computación y pensamiento analítico” (2008).

Si bien los juegos en computadora con formato de disco compacto siguen existiendo, su popularidad se nota en descenso en comparación con sus competencias en consolas de juegos o descargas online. Asimismo existen varias empresas que cuentan con líneas de juegos exclusivas en CD, intentando fomentar la compra de los mismos a través de ésta estrategia de marketing.

3.2. Internet for Kids

Con el paso del tiempo, no sólo han sido los motivos para los cuales se inventaron tanto el internet en sí como las computadoras que han cambiado, sino también los usuarios. A medida que avanzan las generaciones, las personas que usan los rincones del internet se vuelven más y más jóvenes, a tal punto que muchas empresas se vieron forzadas a crear contenido y hasta plataformas aparte con el fin de proteger la mente de los más pequeños, tanto por el bien de ellos como el de las mismas empresas sujetas a demandas.

Televisoras infantiles, muchas de las mencionadas anteriormente, tomaron la decisión de realizar sitios web exclusivos con temática de sus propias programaciones. Es así como existen páginas de *Disney Channel* o *Cartoon Network* que no solo brindan información sobre los horarios de los dibujos animados presentes en el canal, sino además juegos *online* para que los simpatizantes del show puedan disfrutar de más entretenimiento. Los juegos que se presentan en estas páginas están en directa relación con el canal, por lo que carecen de personajes que pertenecen a otras empresas.

Asimismo, existen incontables páginas gratuitas de juegos en línea para niños, que presentan una mezcla de temáticas en cuanto personajes de series televisivas y películas, en las cuales no se rigen restricciones de edades en cuanto al contenido de los mismos, exponiendo así muchas veces a niños de poca edad a juegos violentos o poco adecuados para ellos.

Estudios indican que la exposición a contenido violento dentro de los videojuegos que juegan los niños y la demostración de violencia en el ámbito tanto escolar como familiar

están en directa relación, sobretodo en niños que pasan la mayor parte de su tiempo libre anclado a estos juegos. “Una mirada más detallada sobre aquellos que jugaban más horas por semana a videojuegos violentos reveló aumentos en la conducta y tendencias a reacciones agresivas, en comparación con los niños que lo hicieron menos tiempo” (“Videojuegos”, 2015).

Por lo tanto, puede observarse que mantener a los niños dentro del contenido adecuado para ellos no es tarea fácil. Aunque existen bloqueos parentales y limitaciones para las páginas a las que acceden los niños, la mejor opción cae, en lugar de bloquear contenido no apto, enseñar espacios hechos especialmente para estas edades, en los cuales puedan desarrollarse sin peligro de estar expuestos a contenido negativo.

A medida que avanza la tecnología, la manera de usarla y las metas a alcanzar van cambiando con ella. La sociedad se adapta y los nativos digitales son los primeros en adaptarse en tiempo y forma. Es así como una simple plataforma con contenido audiovisual con fines de entretenimiento encontró un nicho de material sin explotar: los tutoriales.

El hecho de buscar cómo realizar actividades específicas, el uso correcto de algún objeto o la solución a un problema hogareño en formato de video es algo común hoy en día. Los tutoriales, en su mayoría en el sitio web de *YouTube*, abarcan incontables temas a la hora de explicar el cómo y el por qué. Cómo cocinar con cualquier tipo de ingrediente, cómo completar un juego, cómo hacer manualidades, cómo organizar una habitación para aprovechar espacio, son algunas de las problemáticas que se plantean los nativos digitales antes de acudir a las redes sociales en busca de respuestas, las cuales en otras épocas se hubieran localizado ya sea con libros o con el boca en boca de familiares, amigos o conocidos.

Si bien se puede argumentar que la tecnología ha hecho su parte en distanciar a los seres humanos, anclándolos a una pantalla en lugar de permitirles observar el mundo a su alrededor, es importante también rescatar los aspectos positivos. El internet presenta

el recurso de la información instantánea, la respuesta inmediata, todo con la simple acción de hacer un *click* o de tocar una pantalla. Hoy en día, con el uso de la tecnología, se presentan situaciones que eran imposibles hasta hace unos años. Llevado al ámbito educativo, la búsqueda de información no termina en los libros presentados por el docente. Si la información se encuentra incompleta, o mejor, si presentan dudas relacionadas al tema, se puede utilizar el internet como herramienta de búsqueda de infinitos libros, artículos y posteos sobre el tema que se desea explorar. Llevado al área social, tanto como presenta un alejamiento físico, presenta un acercamiento digital. Ya sea con el uso de los celulares, tanto para hablar como para enviar mensajes instantáneos, o con las redes sociales que permiten comunicarse con personas del otro lado del mundo, se fomenta la creación de amistades que previas a la tecnología hubieran resultado prácticamente imposibles debido a la distancia, además de mayor facilidad de mantenimiento de relaciones que previamente se encontraban en proximidad física.

El uso de la tecnología cumple un rol notablemente importante en la vida de los niños. Habiendo nacido con ella, no conocen otra manera de vivir. Explica Ravalli, Especialista en Comunicación de UNICEF:

La tecnología atraviesa su existencia, impacta en sus modos de conocer, aprender, expresarse, divertirse y comunicarse. Para los chicos y chicas, los medios digitales son un modo habitual de comunicación y de interacción con el mundo. Actividades como chatear, jugar en línea, buscar y compartir información y contenidos, son acciones cotidianas en sus vidas y, en definitiva, del ejercicio de su ciudadanía digital. (2016)

En la sociedad actual, puede notarse cómo la acción de delimitar, o incluso eliminar, el uso de la tecnología y las redes sociales en niños es prácticamente imposible, dado que forma parte de sus vidas en uno y otro aspecto, ya sea en el ámbito familiar, social o educativo. Surge entonces la problemática de la supervisión y limitación de contenido al que los niños están expuestos, pero es poco posible pretender que un adulto se encuentre observando todo el contenido que el niño busca o pretende presenciar. Es entonces que algunas empresas digitales se han propuesto crear espacios exclusivos

para niños, presentando un ambiente más cuidado, alejado de material no apto para sus mentes y brindando seguridad a los padres que permiten a sus hijos el uso sin supervisión de los dispositivos móviles como celulares o computadoras.

3.2.1. Redes Sociales y Videos Interactivos

Si bien la gran mayoría de las redes sociales no tienen como público objetivo a los más pequeños, esto no significa que no estén expuestos a las mismas. Es común en páginas sociales como Facebook e Instagram ver perfiles de menores de edad, más específicamente de niños que no cumplen con el límite de edad requerido para registrarse, el cual en el año 2019 es de 13 años como mínimo. Esto se debe a fallas y/o explotaciones en el sistema, además de padres permisivos que exponen a sus hijos a contenidos inapropiados o no específicamente ambientados para ellos.

Visto el hecho de que la tecnología es una extensión de la vida cotidiana de la Generación Alfa, y es por lo tanto casi imposible mantenerlos alejados del internet, surge la interrogante: ¿Podría haber plataformas específicas con el diseño de redes sociales para niños que cumplan con contenido que pueda ser moralmente correcto en su mayoría?

Tal es el caso del lanzamiento de *YouTube Kids* en el año 2016. Establecido como primera opción en cuanto a plataforma de videos por los últimos 10 años, *YouTube* contiene más variedad de contenido del que se pudiera haber esperado cuando comenzó. Dicho esto, no es un lugar seguro para niños, visto que las búsquedas de video están abiertas a la interpretación, los videos relacionados cambian la trayectoria de los temas de los que se interesa encontrar, y la subida de videos con títulos engañosos es parte del día a día de la aplicación, sobre todo en contenido ambientado hacia niños. Es por esta razón que *YouTube* lanzó su plataforma especial para niños de 2 a 8 años de edad, para que estos puedan navegar los videos aptos para sus edades. En cuanto a diseño, “resalta imágenes más grandes e iconos más claros para ayudar a una navegación más rápida para pulgares pequeños”. (“*YouTube Kids*”, 2016). Además

cuenta con herramientas que ayudan a los padres a delimitar tanto la búsqueda de contenido adicional como la duración de uso que pueden darle los niños.

Otra de las redes sociales disponibles para niños, específicamente creada en Argentina, es Mundo Gaturro. Nacido del popular personaje de historietas cómicas, y formulado por su mismo creador Nik, Este sitio web está diseñado especialmente para niños menores de 12 años, promocionado como un lugar donde los niños pueden jugar y aprender sin riesgo. También cuenta con una innovadora forma de mantener las interacciones sociales de los chicos bajo control. Este sistema consta de un chat conformado por frases predeterminados, quitando la opción a los usuarios, si sus padres desean, de escribir sus propias frases, eliminando así el riesgo a comentarios ofensivos o incluso posibles predadores.

Otro de los medios actuales proporcionando contenido infantil es el servicio de películas y series en *streaming* – o retransmisión – que ofrece *Netflix*. Luego de su ascenso en 2007, a pesar de haber sido creada en 1998, *Netflix* se abasteció de incontables programas para todas las edades. Si bien la mayor parte del contenido está destinado a una audiencia más adulta, el servicio cuenta con una opción de mantener la programación estrictamente para niños, creando un usuario para el menor y facilitando su navegación con un cambio de interfaz que invita al niño a navegar y buscar su propio contenido, siempre dentro de lo apto para su edad. *Netflix Kids* cuenta tanto con material original como con material adquirido de otras empresas, algunas incluso que también transmiten sus shows por la televisión en canales infantiles.

Entonces, podría afirmarse que la teoría puesta en práctica de realizar sitios web específicos para niños podría funcionar. Aun así, no es un sistema perfecto. Noticias de videos filtrados en la aplicación de *YouTube Kids* salieron a la luz recientemente, cuando una madre denunció contenido presenciado por su hijo en el cual se explicaba a los espectadores cómo suicidarse, interrumpiendo por la mitad la temática infantil del video para añadir ese mensaje. “Cada año, 157.000 jóvenes, entre los 10 y 24 años, acuden a

emergencias por haberse infligido a sí mismos lesiones o por haber tratado de suicidarse” (2019), escribió sobre el tema Hess en su blog dedicado a pediatría.

Una de las medidas que podría tomarse para evitar este tipo de exposiciones es de prohibir estrictamente la entrada al internet de los niños menores a cierta edad, cortando el problema de raíz. No obstante, se puede observar hoy en día que esta no sería una solución viable. Dada la era en la que vivimos, en la que la gran mayoría de la población mundial está expuesta a la tecnología en una u otra forma, es moralmente imposible prohibirle a un niño la entrada al internet, sobre todo cuando la sociedad que lo rodea, ya sean círculos familiares o escolares, tienen acceso al mismo.

Friedersdorf explica que “Hay razones por las que la sociedad no ha tomado estas medidas. Los niños quieren seriamente dispositivos conectados a internet. Y el internet ofrece muchos beneficios a los jóvenes” (2019). Esta medida protegería al niño de exponerse a material ofensivo o dañino, pero al mismo tiempo lo privaría de interacciones con compañeros, le dificultaría el proceso de la búsqueda de información y le impediría un método muy comúnmente utilizado por jóvenes de pasar tiempo libre. Si bien tendría sus beneficios, la prohibición del internet conlleva más desventajas que ventajas, por lo menos desde el punto de vista social.

Sin importar la cantidad de precauciones que pueda tomar una empresa a la hora de crear plataformas especiales para mantener la seguridad de los niños, la realidad es que hay demasiadas maneras de evadirlo. Incontables noticias sobre pederastas haciéndose pasar por niños para contactarse con menores surgen cada día en cada rincón del mundo.

Aun así, no significa que sea un caso perdido. Se deben tomar precauciones a la hora de dar a los niños acceso libre a internet, tanto en cuanto a la relación con los padres como a acciones físicas de bloqueo de contenido y localización pública de la computadora en el hogar.

3.3. Dispositivos Móviles

Pasar al tema de los dispositivos móviles es más delicado. Al no estar atado a un lugar o ser más bultoso o notorio como una computadora, es más sencillo pasar por alto el contenido que pasa por los celulares de los más pequeños. Y, si bien, al igual que el internet y las computadoras, los usuarios objetivos de los dispositivos móviles en el momento de su lanzamiento eran de mayor edad, hoy en día es sencillo notar que más y más niños utilizan estos dispositivos como modo de entretenimiento, en su mayoría facilitado por los padres como alternativa para mantener tranquilos a los pequeños. Es así que muchas empresas han tomado la tarea de realizar aplicaciones con temáticas infantiles exclusivamente para este nicho, en las cuales los niños pueden aprender con el dispositivo móvil en sus manos con enseñanzas disfrazadas de juegos.

Cabe destacar que no solamente en el ámbito digital se ha tomado conciencia de la disminución de edad en cuando al usuario, sino también en las comodidades físicas para permitir a los infantes el uso seguro y cómodo de los dispositivos. Compañías de diseño de fundas y carcasas de dispositivos móviles, tales como teléfonos o tabletas, en los últimos años han lanzado diseños específicos para niños, con mejor agarre y mucha más protección para con el electrónico, para evitar que al caerse o arrojarse éste sufra algún daño. Los diseños varían en colores y formas amigables para niños con caras y temáticas de animales y personajes de fantasía. Esto presenta una sensación de tranquilidad para los padres a la hora de prestar el móvil a los más chicos, y es un factor que otras áreas de diseño deben tener en cuenta.

Si bien el uso de la tecnología en los niños para entretenimiento y búsqueda de información presenta numerosas ventajas en cuanto a, por ejemplo, velocidad, fácil comprensión y variedad de contenido, presenta también desventajas en cuanto al mal uso o el exceso de uso de estos recursos.

Tanto en niños y jóvenes, el uso excesivo de dispositivos móviles, afecta el sueño, sobre todo cuando se usan las pantallas en horas de la noche, puede causar insomnio del que se deriva la falta de atención, pérdida de memoria y cambios en el estado de ánimo (Torres Madriñán, 2018)

Casos extremos de exceso de uso de tecnología varían desde violencia verbal hasta física, terminando en casos de lesiones leves, ya sea por rompimiento del dispositivo u objetos cercanos, hasta lesiones fatales. Es por eso que, más puntualmente en los primeros años de desarrollo del niños, se recomienda disminuir y controlar la utilización de tecnología, y evitar una dependencia de la misma al punto de volverse una adicción.

Llegado el caso de recurrir a los dispositivos como herramienta de entretenimiento o educación, se debe puntualizar y fomentar el uso de aplicaciones acordes para la edad deseada y que contengan el contenido apropiado.

Una característica particular que presentan los niños, sea en esta época tecnológica o cualquier otra, es su creatividad e imaginación desprendida de toda lógica. Los niños presentan una necesidad por crear, por hacer sus propios productos y crear su propio contenido, y es en este lugar donde la tecnología les proporciona un espacio en el que puedan lograrlo.

Con la ayuda de la animación y la edición del video, los niños pueden ver sus dibujos e historias obtener vida y movimiento. Programas de edición simple como *Windows Movie Maker* permiten al niño a unir fotografías o videos con textos y música, brindando un espacio donde puede crear nuevo contenido a partir de material ya existente. Las combinaciones posibles son infinitas, además de presentar efectos especiales, transiciones y animaciones de texto que mantienen entretenida la actividad de editar. Si bien el programa mencionado no es el único programa de edición, ya que diferentes empresas digitales han creado sus propios programas con diferentes fines, *Movie Maker* es tomado como el más simple de comprender, sin demasiados apartados de conceptos avanzados o interfaces que promueven el uso de multipantalla. Para ediciones más complejas y profesionales, existen programas mundialmente conocidos como el *Sony Vegas*, *Premiere*, *After Effects*, entre otros. Es recomendable que el niño se inicie por programas de menor complejidad, para fomentar la fácil comprensión y generar la

necesidad en crecimiento de mayor cantidad de herramientas, en lugar de abrumarlo con programas más complicados.

Asimismo, este recurso es utilizable en escuelas. Uniéndose a las nuevas tecnologías, profesores de secundaria han hecho uso de la edición de video y el recopilado de material en línea para la producción de trabajos prácticos en distintas materias, permitiendo a los alumnos una nueva gama de libertad creativa sin alejarse del fin educativo. Esto también fomenta la manera de expresarse, la necesidad del alumno de presentar un producto de creación propia a sus compañeros y la devolución que estos puedan brindarle.

3.3.1. Aplicaciones Didácticas

Las aplicaciones para niños, al igual que los videos y redes sociales, se basan en asociaciones con personajes previamente conocidos por los usuarios objetivos. Las aplicaciones que lideran las listas de más descargados son usualmente juegos que tienen como personajes principales princesas de *Disney*, *Minions* o monstruos de Plaza Sésamo. En estos, se presentan desafíos de habilidad, como pensamiento de asociación de formas en los juegos de variedad *Candy Crush*, lógica de números y letras, en los cuales deben realizar operaciones simples de suma y resta o simplemente contar en orden numérico, o actividades del área geográfica y hasta astrológica, con juegos que varían de países, estados y capitales de diferentes países hasta el reconocimiento de constelaciones.

Si bien no todos los juegos que se presentan a los niños tienen fines educativos, ya que gran parte de estos son solamente para el área recreativa en el que deben cumplir misiones o recolectar diferentes objetos para ganar, muchos pueden utilizarse no para el área lógica del aprendizaje, sino para fomentar el área creativa e imaginativa de los niños. Aplicaciones más libres en cuanto a su narrativa, como aplicaciones de dibujo o historias inventadas, ponen a prueba la creatividad de los más pequeños y les brinda un

espacio en el que pueden desarrollarse con mucha más libertad, sin estar limitados por actividades más estrictas.

Tal es el caso de *StoryCraft*, una aplicación que fomenta la creación de historias fantásticas por los niños con ayuda de sus padres. “Las historias toman la forma de llenar los espacios en blanco, donde los padres leerán el inicio, y el niño puede completar con una respuesta creativa. Hay pistas y sugerencias en el camino para inspirar increíbles y creativas respuestas” (Redevised, 2016), lee la introducción de la aplicación una vez iniciada. Esta app embarca al niño en una historia de su propia invención, dando fotografías y palabras como pie inicial para que él o ella pueda crear un cuento distinto con cada intento. También cuenta con instrucciones para padres en cuanto a qué acción tomar dependiendo del tipo de historia o actividad que hayan seleccionado – si pretende fomentar solamente el hecho de llenar espacios en blanco, o si pretende que el niño, iniciado por un ícono en la pantalla, invente toda la historia. Asimismo también presenta al niño con dos objetos sin mucho en común entre sí, para que éste conecte una idea con otra. Existen muchas aplicaciones como estas, que refuerzan la creatividad de los niños y su habilidad por pensar soluciones, las cuales no siempre tienen por qué ser lógicas, para escapar diferentes escenarios de géneros fantásticos.

Otro lugar en el cual se explota el área creativa de los más chicos en lugar de la lógica es en el uso de cuentos de hadas y de fantasía en formato digital. Si bien los libros impresos para niños ya poseen dibujos con colores vivos y personajes infantiles, llevarlos al área audiovisual y los dispositivos móviles presenta una posibilidad de llevar más allá este concepto. Con la utilización de la tecnología, los cuentos cobran vida, en los cuales puede verse a los personajes moverse, se los puede escuchar y puede estar acompañados de música o sencillos gestos o sonidos emitidos por los personajes.

Así es como trabaja la aplicación *Fairy Tales* destinada para menores de 8 años de la empresa AmayaKids (2017), la cual cuenta con una variedad de cuentos infantiles que combina el formato escrito con la animación y el recurso de la interacción para con los

niños. La aplicación presenta inicialmente un texto introductorio de la historia, que puede ser leída por uno mismo o por un narrador propio de la app, que cuenta con idiomas en inglés, ruso, alemán, francés, coreano y español. Luego de esto, el libro en la pantalla se transforma en una pequeña escena en tercera dimensión con los personajes del cuento en la cual ellos interactúan con diálogos intercalados con preguntas al lector para ayudar a continuar con la historia, sea para encontrar algo o para fomentar la comprensión del texto leído y contestar una pregunta relacionada al cuento.

Este tipo de aplicaciones presenta al niño con un espacio en el cual puede desarrollar su imaginación y creatividad utilizando los recursos tecnológicos para una mayor interactividad y diversión. Los niños aprenden haciendo, y explotar en ellos ese aspecto es una de las maneras de las que más resultados positivos pueden esperarse a la hora de crear contenido audiovisual para ellos.

3.4. Complementos en papel

Vista la utilización del recurso animado como herramienta de enseñanza, es también relevante tocar el área gráfica – los complementos en papel – con temáticas de animación. Es común en escuelas, por ejemplo, luego de haber visto una animación didáctica, el uso de los docentes de actividades escritas, para reforzar la comprensión de los niños en cuanto a lo que acaban de presenciar y promover que recuerden lo aprendido en relación con los personajes de la historia.

Asimismo, luego de ver una película de animación, nace en los niños y niñas que pasan junto a los puestos de diarios y revistas con sus padres la necesidad de comprar una revista infantil de actividades por el solo hecho de que en su portada aparece un personaje de animación que les es familiar. En estas revistas, se disfraza la enseñanza como un juego, invitando a los niños a completar actividades de dibujo, estrategia y manualidades, además de prácticas de números y caligrafía.

Un ejemplo de esto uso surgió durante la década de los 90, en la que Walt Disney Television (1996) lanzó una colección de videos en VHS bajo el nombre *Magic English*,

con el propósito de enseñar a los niños a hablar inglés mediante el uso de canciones y actividades con los personajes de diferentes películas. La colección constaba de treinta y dos casetes, cada uno con una temática diferente – véase, familia, horas del día, estaciones del año, números, entre otros – y con una canción principal para resumir y reforzar lo aprendido durante el video. Todos contaban con una pequeña introducción que indicaba a los niños qué debían hacer conforme avanzaba el video, según los íconos que aparecían en un rincón de la pantalla - repetir, responder o cantar. Escenas de las películas de Disney transcurrían mientras de fondo un narrador indicaba a los niños, en palabras sencillas, qué estaba pasando y hablando en inglés, para que ellos puedan fácilmente asociar la acción con las nuevas palabras. Estos VHS poseían incluido un libro impreso de actividades, que los chicos podían completar con lo aprendido durante el video, para una vez más reforzar el conocimiento con la ayuda de los personajes.

Se puede ver entonces que el alcance de los productos de la animación no acaba solamente en el área audiovisual, tanto de piezas como largometrajes o cortos como en aplicaciones o juegos interactivos para niños, sino que también traspasa al papel, a las revistas de actividades didácticas, lo que abre un nuevo abanico de posibilidades sobre las maneras de utilizar este recurso.

Capítulo 4. Análisis de Series Animadas

En el presente capítulo se desarrollará una observación no participativa de tres programas de televisión infantiles en función de cuatro variables: el color, el contenido, su disponibilidad a través de las redes sociales y la popularidad entre su público objetivo. Los shows para niños seleccionados son las series de Peppa Pig, El Increíble Mundo de Gumball y La Guardia del León.

De acuerdo con lo visto en los primeros tres capítulos del presente proyecto sobre los tipos de animación existentes en el mundo audiovisual, las características de la generación que abarca esta investigación, y el comportamiento de las redes sociales para con estos niños, es relevante observar cómo estos elementos se juntan en la vida real y se ponen en práctica los conceptos abarcados.

En primer lugar se analizará el caso del show Peppa Pig. Éste es un programa emitido actualmente por el canal Discovery Kids, un canal especial para niños operado por la empresa Discovery Networks Latinoamérica – división que también cuenta con canales como Discovery Channel, Animal Planet, TLC, entre otros – que comenzó en el Reino Unido en el año 2004, y continúa con sus emisiones hasta el presente, con 245 capítulos transmitidos a lo largo de cinco temporadas, con una sexta en planes de producción aguardando fecha de lanzamiento. Peppa Pig es producido por Astley Baker Davies Ltd y Entertainment One UK Limited, cuyo público objetivo consta de niños de 2 a 7 años aproximadamente.

El siguiente show es El Increíble Mundo de Gumball. Se trata de un programa estadounidense y británico que se emite en la cadena de televisión infantil Cartoon Network desde el año 2011, y continúa produciendo contenido en el presente. Creado por Ben Bocquelet, su público objetivo es de niños entre 4 y 9 años, siendo más apropiado para edades más avanzadas que el show previamente mencionado. Cuenta con 240 capítulos estrenados hasta la fecha, divididos en seis temporadas, con planes de continuar la serie en los próximos años.

El tercer y último show a analizar en la presente investigación es La Guardia del León. Este show fue creado por Ford Riley, y actualmente es producida y distribuida por *Disney Television Animation* en uno de sus canales emitidos, Disney Junior, el cual se centra exclusivamente en contenido infantil, a diferencia de su canal principal, Disney Channel, el cual consta de contenido ambientado hacia pre-adolescentes. Se encuentra en el aire desde el año 2016, siendo el más reciente del presente proyecto, y a la fecha cuenta con 55 capítulos emitidos a lo largo de dos temporadas. El show está dirigido a niños en edades de 4 a 9 años aproximadamente.

Se analizará entonces, a lo largo del presente capítulo y teniendo en cuenta lo visto en los anteriores, el aspecto visual que poseen estas series, haciendo hincapié en el color de sus personajes principales y los fondos que se utilizan para centrarlos en diferentes locaciones; la propuesta de contenido que brindan estos shows, si tienen buenos mensajes y valores que exponer a los más pequeños o si fomentan otras áreas del aprendizaje, cuál es su disponibilidad a través de las redes sociales y los dispositivos móviles, teniendo en cuenta su público objetivo a la hora de analizar si su diseño de interfaz es acorde a la edad de los niños que interactúan con este contenido, y por último su popularidad entre los jóvenes, utilizando el concepto de la oferta y la demanda de productos salidos de estos shows, además de su éxito no solo en ventas sino en las transmisiones de sus programas en televisión y la respuesta de los usuarios en las distintas redes sociales.

4.1. Hablando de color

El primer show a analizar, Peppa Pig, cuenta con el público objetivo más joven. De 2 años en adelante, aunque también se encuentra presente en infantes menores a esa edad, la animación se presenta de manera simple, con técnica de animación tradicional, o 2D. La gama de colores que posee este show, prominente en sus personajes principales, es una gama de rosados, ya que los protagonistas son una familia de cerdos. No obstante, estos colores rosados pertenecen a la variante de colores pasteles, en conjunto

con todos los demás colores que se presentan en el show, tanto en sus personajes como en los fondos y en los objetos con los que interactúan para continuar con la historia. Colores suaves, amarillo, celeste, además de una suave ambientación que no satura al espectador con demasiados objetos en un mismo cuadro. Las vestimentas de los personajes son formas geométricas simples y colores lisos para todos por igual, los trazos son anchos y notorios (Ver Figura 1, p. 4, Cuerpo C). En cuanto a la ambientación y la utilería de los lugares en los cuales se desarrolla la historia, pocos objetos se encuentran en el espacio para no desviar la atención de los personajes y mantener la imagen simple y limpia, sin dejar que se pierda el concepto básico para identificar dónde transcurre la trama. Por ejemplo, el living de la familia consta de dos sillones y pocos cuadros en la pared. La cocina, de una heladera, un fregadero y una mesa con sillas. Debido a que su público objetivo es de tan reducida edad, puede observarse que este show en particular, con sus colores desaturados y su estética minimalista, pretende generar un ambiente más tranquilo y centrado en los personajes y sus historias.

Contrario es el caso de El Increíble Mundo de Gumball. En este show, si bien tiene como público objetivo niños un poco mayores que Peppa Pig, se utilizan colores más saturados y brillantes. Los personajes principales constan de colores celestes, naranjas y rosas saturados, característica que contrasta con los fondos de escena. Una particularidad muy prominente que presenta este show es que los fondos están compuestos de fotografías reales. Casas, habitaciones, utilería, vehículos, exteriores, todos ellos son tomados del mundo real y colocados por debajo de los personajes, que presentan animación tradicional y son los únicos elementos del cuadro que están animados. Otra característica muy particular es el uso de diferentes tipos de animación dentro de la serie, y además dentro de los mismos capítulos. Los personajes principales se encuentran representados en animación 2D, los fondos en fotografías reales, y los personajes secundarios varían entre técnicas de animación en 3D o CGI, stop motion, animación *flash* y hasta animación con marionetas. Este show presenta una amplia variedad de técnicas de animación a

pesar de estar destinado a un público menor que puede que no lo aprecie en su totalidad, pero al mismo tiempo, podría decirse que expone a los niños a un contenido mucho más satisfactorio visualmente, jugando con la creatividad e intercalando una técnica con otra en una misma escena. Es realmente interesante observar, desde un punto de vista técnico y más analítico, la variedad visual que este show ofrece a comparación con la animación tradicional de los dos programas con los que se está comparando en el presente trabajo. Los creadores encuentran un muy buen balance visual que no satura los ojos del espectador aun si se están utilizando varias técnicas de animación en un solo cuadro (Ver Figura 2, p. 4, Cuerpo C). Los personajes fluyen entre sí y están integrados a la historia, lo que hace pasar por desapercibido el hecho de que no todos son iguales en formas, tamaños y hasta texturas.

El caso del tercer show a analizar, La Guardia del León, es un término intermedio. Esta animación se encuentra realizada en técnica 2D, pero mucho más detallada que Peppa Pig. Si bien el show sigue siendo infantil, apunta a edades más avanzadas, por lo que cuenta con más detalles en los fondos, más producción de diseño de personajes, entre otros. Los colores más presentes en la historia son colores cálidos, distintas gamas de rojos, naranjas y amarillos, ya que dicha historia se desarrolla en el desierto africano. Los colores presentan una buena saturación, brillosos en los personajes y un poco más opacos en los fondos para poder separarlos con facilidad (Ver Figura 3, p. 5, Cuerpo C). Si bien la trama principal se encuentra en el desierto, cuando se lleva a zonas de selva o con vegetación, la flora y la fauna se encuentra detallada con gamas cromáticas correspondientes a dichas zonas de la naturaleza. No obstante, si bien las áreas en las que se desarrolla la historia se encuentran bien detalladas en cuanto a elementos visuales, se encuentran bien balanceados entre sí. Los fondos se presentan ligeramente menos saturados que los personajes, logrando así una buena separación sin perder los detalles que identifican a cada área de la naturaleza.

En estos dos últimos shows, puede verse presente lo hablado en el capítulo dos del presente proyecto. En los niños menores a 8 años y mayores a 4, según un estudio de la Universidad Nacional de Colombia, son más prominentes y más notorios los colores con mayor saturación, lo que aumenta las posibilidades de que los niños presten atención al ver a los personajes de estos shows. Diferente es el caso de Peppa Pig, que abarca colores pasteles, pero esto se debe a su público de menor edad, momento en el cual su inteligencia espacial se encuentra en pleno desarrollo, por lo que es preferible no saturar visualmente al espectador con colores demasiado brillantes que puedan infundir sensaciones de emoción extrema. En shows dirigidos a infantes, es posible notar que exponer al niño con demasiados elementos visuales o colores extremadamente saturados puede ser contraproducente. Puede tener dos principales resultados, o emocionar demasiado al niño y generar inquietud, o puede que, al tener una cantidad excesiva de elementos en imagen que el niño no puede terminar de procesar, este prefiera no prestarle atención. Como se habló en el segundo capítulo de esta investigación, diferentes colores pueden evocar distintas sensaciones de manera subliminal. Al ser destinados a los niños, los shows infantiles deben tener en cuenta un buen balance entre estos colores con respecto a las temáticas del programa.

4.2. Propuesta de contenido

A la hora de elegir qué clase de contenido se quiere realizar para exponer a los espectadores, aún más cuando son niños que se encuentran en plena etapa de desarrollo. A continuación, se analizará el contenido de los programas observados, teniendo en cuenta los valores y mensajes que transmiten, de qué manera los transmiten y a lo largo de cuánto tiempo dependiendo de su público objetivo.

En el caso de Peppa Pig, las historias transcurren en capítulos de 5 a 10 minutos de duración, en capítulos auto-concluyentes ubicados en una época indefinida. Su personaje principal es una cerdita llamada Peppa, y cuenta las situaciones del día a día en las que se encuentra junto con su hermano George, su madre y su padre. Al salir de su hogar, se

encuentran con otros familiares y amigos correspondientes a las edades de los niños, generando situaciones de la vida cotidiana dentro y fuera de su casa, como por ejemplo, juntarse con amigos, ir a la tienda, conocer gente nueva, etcétera. Estos animales son antropomorfos, es decir, animales que presentan características humanas, ya que todos los personajes de esta serie – cerdos, conejos, perros, entre otros animales – caminan en dos patas, usan ropa, viven en casas e interactúan con objetos de invención humana. Presenta un narrador omnipresente que describe estas situaciones que atraviesan los personajes, aunque estos no interactúen con él ni sepan de su existencia. La serie presenta escenarios habituales que los niños puedan afrontar en sus vidas, jugar afuera, perder juguetes, aprender lecciones, conocer gente nueva. De esta manera, presentándoles a los niños situaciones en las que se pueden ver reflejados, el show y los comportamientos de los personajes pueden servir como ejemplo para los pequeños espectadores. Si ven a Peppa conociendo a alguien nuevo y aprendiendo de su madre a ser cortés y amable con esta nueva persona a la hora de presentarse, o si pierden un juguete y observan a George a cuidar mejor de dónde lo coloca para que no vuelva a ocurrir, los niños estarán más inclinados a imitar este comportamiento, por lo que el show presenta un buen ejemplo para situaciones cotidianas y fomenta estas conductas. No obstante, hay padres que se presentan quejan en ciertas situaciones donde sienten que la cerdita principal, Peppa, puede expresarse de manera ruda y despectiva, a veces hasta respondiendo de mala manera, para con sus padres, comportamiento que obviamente los padres de los niños mirando el show no quieren que estos imiten. Numeradas reseñas sobre el tema en un blog de una organización llamada *Common Sense Media* presentan al personaje principal del show como un ejemplo negativo a seguir por los niños. El usuario nicole1 (2016) comenta que “Mi hija de cuatro años se vuelve bastante mandona y ruda luego de mirar Peppa Pig. Su habilidad para escucharme se deteriora y pasa un día antes de que vuelva a la normalidad. También, los apodos son inapropiados.”, por lo

que hacer referencia a la actitud de la cerdita protagonista, principalmente para con sus padres.

El Increíble Mundo de Gumball, en cambio, apela más a la imaginación y la creatividad de los niños, y está más enfocado a la comedia como conductor de estos atributos. Gumball, su hermano Darwin y su hermana Anais, se meten en problemas de los que tratan de salir con su imaginación hiperactiva. En capítulos autoconcluyentes de aproximadamente 10 minutos, este show se centra más en el entretenimiento de los niños en lugar de inculcar conocimiento. El tipo de historia es fantasiosa. Si bien los personajes principales son animales que tienen la misma característica de Peppa Pig al ser antropomorfos, no siempre siguen las leyes de la física o las limitaciones del cuerpo humano. Caídas desde grandes alturas no causan más que una cara graciosa, órganos vitales que cómicamente salen del cuerpo no presentan daños colaterales. Si bien puede decirse que de cualquier lugar se puede aprender algo, un elemento que no permite la misma conexión con el espectador que tiene Peppa Pig es que este show no está situado en una época actual. Como se dijo anteriormente, Peppa Pig debe gran parte de su fama con su público a que presenta situaciones en las que los niños se ven afrontando casi en el día a día. Sin embargo, El Increíble Mundo de Gumball no presenta esta cualidad. A pesar de que la serie fue creada en el 2011, por la tecnología presente en el hogar y los elementos de las escenografías, tanto los lugares como elementos estéticos como los muebles, las paredes y las vestimentas, puede interpretarse que las circunstancias de la serie transcurren alrededor de fines de la década de los ochenta o principios de los noventa – un ejemplo de esto se presenta en el primer episodio de la serie, en la que se prende fuego un televisor acorde a esta época, y que se encuentra junto a un reproductor de videos VHS. Por este hecho los niños de la Generación Alfa, los más recientes integrantes de los llamados nativos digitales, no pueden verse en su mayoría en las mismas situaciones que los personajes presentados en la serie, ya que sus vivencias son totalmente diferentes por estar situados en épocas diferentes. No obstante, el

entretenimiento y la manera de expresarse que tienen los personajes es algo que traspasa generaciones, y eso es una característica que posee este programa, al apelar más al sentido del humor del espectador en lugar de tener como objetivo principal las lecciones y el aprendizaje. La comedia que presenta este programa, la manera de actuar de los personajes principales – aquí cabe aclarar que por este se refiere exclusivamente a los niños del show y no a sus padres – y las expresiones que estos presentan ante las situaciones que transcurren durante el show apunta en su mayoría a niños algo más pequeños, con expresiones faciales exageradas, voces fuertes y con cambios de tonos, más agudos o más graves, y principalmente desde el vamos las soluciones que idean los personajes cuando se ven afrontando distintos escenarios, que es justamente lo que los lleva a vivir aventuras alocadas en lugar de solucionar un problema de la manera simple y lógica. Si bien esto no es un comportamiento que los padres quieren que sus hijos imiten, ya que Gumball y sus hermanos se ven involucrados en inundaciones totales de la casa, fuegos y situaciones en las que caen de lugares extremadamente altos sin lastimarse, los niños pueden llegar a aprender que no hacer ante estas situaciones, y prestar más atención a la lección al final del episodio, momento en el cual se habla de qué se debería o podría haber hecho en comparación con lo que realmente pasó.

La Guardia del León, en cambio, es una combinación de ambos conceptos. Sus lecciones y los mensajes que intenta transmitir están rodeados de comedia, ya sea física o con los diálogos de los personajes. Este show es una continuación de las películas de Disney de los años noventa, *El Rey León* (1994) y *El Rey León II: El Reino de Simba* (1998), pero en formato televisivo. Los personajes de esta saga de películas vuelven, pero esta vez no son ellos los protagonistas. El personaje principal es Kion, hijo de Simba, quien está a cargo de la guardia real y de proteger el territorio de los leones de intrusos. Kion, siendo un león cachorro, toma esta tarea como un juego, y se divierte con su grupo de amigos, a los que recluta para ayudarlo a realizar su nuevo trabajo: Bunga, un tejón, Fuli, una gueparda, Beshte, un hipopótamo, y Ono, una garza. Esta serie transcurre en una época

indefinida, y cada capítulo dura aproximadamente 22 minutos, a excepción de la película para televisión de la cual se desprendió la serie, la cual dura alrededor de 40 minutos. Los personajes principales son animales, aunque no podría llegar a decirse que son antropomorfos como en los dos anteriores casos. Más allá de que hablan como humanos, cada animal luce y camina de manera acorde a su especie, sin vestimenta y sin interactuar con elementos fuera de su hábitat natural en el desierto. En cuanto a los mensajes que transmite este programa, lecciones positivas se encuentran presentes en cada episodio. No juzgar por las apariencias, mensajes de inclusión de gente diferentes, aprendizaje sobre los comportamientos y las características de los animales de la región son algunas de las enseñanzas a las que se exponen los niños mirando los capítulos de La Guardia del León. Además de esto, también se utilizan frases en idioma swahili o suajili, uno de los idiomas que se hablan en el este de África, lugar donde se desarrolla la serie y dialecto del cual surgen los nombres de los personajes. Es discutible la utilidad que realmente puede llegar a tener esta clase de lecciones en niños pequeños, dado que los países en los que se transmite este programa, principalmente hablando de Argentina en el presente proyecto, conocimientos en suajili no presentan realmente uso en la vida cotidiana. No obstante, podría decirse que es positivo abrir las mentes a cultura general, sean o no pertinentes o parte de lo que se podría considerar como útil para el día a día. Si bien es opcional incluir el aprendizaje en series animadas, es una de las características que tienen en cuenta los padres a la hora de compartir contenido con sus niños y elegir un programa por sobre otro, lo cual es un gran influyente en el éxito que puede tener una serie infantil.

4.3. Disponibilidad a través de los dispositivos

Hablándose de nativos digitales, uno de los requisitos más importantes que deben cumplir las series televisivas hoy en día es una buena presencia en la web. Antes, el contenido duraba lo que duraba el programa, pero ya no es el caso. Con el internet y los avances tecnológicos, los creadores de contenido para televisión se ven forzados a

expandir sus horizontes cuando de contenido disponible se trata, sobre todo con los ya denominados nativos digitales, los cuales no conocen un mundo en el cual no puedan encontrar más sobre los shows que aman en un dispositivo móvil. Por este motivo, es relevante para la presente investigación observar el comportamiento de los shows seleccionados dentro de las redes sociales y los dispositivos móviles.

Comenzando con Peppa Pig, es importante notar que cuenta con sitio oficial del show, algo de lo que carecen los otros dos casos. Es importante también observar cómo tratan con el espectador en esta página. La interfaz es clara y concisa. Presenta la página con el personaje oficial, invita a unirse a las redes sociales, promociona la aplicación oficial para celulares con sistemas operativos Android y iOS, y hasta brinda información sobre los personajes de la serie. La gama cromática de esta página web es acorde con los colores de la serie, y todos los botones que llevan a otra página presentan gran tamaño para ser fácilmente identificados por los niños. Además, brinda links a las redes sociales oficiales del personaje, con la distinción de avisar a la persona navegando el sitio que está saliendo de él antes de re-dirigirlo a la red social deseada, detalle que puede resultar muy útil al navegar la web, sobre todo para niños más pequeños. Como se mencionó, también posee una aplicación oficial del show, *World of Peppa Pig*, que se traduce a El Mundo de Peppa Pig. La aplicación es gratuita, y cuenta con juegos, videos y actividades educativas. Además de esta aplicación, *Entertainment One*, la empresa que produce el show, también ha lanzado siete otras aplicaciones temáticas de Peppa Pig, las cuales describen como aventuras. El show tiene cuentas oficiales en las redes sociales más reconocidas, como Facebook, YouTube Instagram y Twitter, en las cuales se sube contenido audiovisual, además de que sus videos están presentes en la aplicación de YouTube Kids, de la cual se habló en profundidad en el capítulo 3 del presente proyecto. Sumado a todo esto, Peppa Pig tiene su propio mini-sitio dentro de la página oficial de Discovery Kids, el canal que emite esta serie en Latinoamérica. Este mini-sitio contiene

juegos y videos del programa, además de brindar horarios en los cuales se podrá ver en la televisión de acuerdo al país desde donde se acceda a la página.

El Increíble Mundo de Gumball, por otro lado, no posee sitio oficial, pero sí cuenta con su propio mini-sitio en la página oficial de Cartoon Network, al cual se puede acceder desde la página principal, ya que el personaje de Gumball figura en uno de los íconos del banner principal. Aquí se encuentran juegos del programa, protagonizados por los personajes de la serie, en una página colorida y temática acorde con los fondos presentados en el show, que consisten de fotografías reales. En las redes sociales, sólo se encuentra presente de manera oficial en los sitios de Facebook y YouTube. En su cuenta de YouTube, debido a que esta red social solo permite la subida de videos, se encuentran fragmentos de la serie titulados con un breve resumen de lo que ocurre en el video y el nombre del episodio del cual fueron extraídos. En Facebook, en cambio, el contenido es mucho más variado. Además de videos, también se comparten dibujos y animaciones realizadas por fans y artistas digitales, chistes, desafíos visuales y votaciones que invitan a los fanáticos de la página a interactuar e iniciar discusiones sobre los personajes y la serie. Aplicaciones del programa existen tanto para todos los dispositivos, tres de ellas son exclusivas de este show y los protagonizan los personajes principales del mismo, sin embargo estos también están presentes en aplicaciones en conjunto que realiza el equipo de Cartoon Network, en el que se mezclan personajes de varias series distintas.

La Guardia del León no tiene tanta presencia en las redes sociales, pero no por eso deja de tener su contenido en los dispositivos. Al igual que El Increíble Mundo de Gumball, no posee página oficial, pero posee mini-sitio en la página oficial del canal en el que se transmite, en este caso Disney Junior. Aquí se encuentran videos de la serie con la adición de videos sing-along, término que se le da a videos con temas musicales en los cuales se le brinda la letra de la canción al espectador, además de una guía visual para cantar en conjunto con los personajes en la pantalla. Una particularidad que posee esta

serie que carece de presencia en las otras es la inclusión de videos de actividad física con los personajes del show. En estos videos, se presenta uno de los protagonistas animales junto con dos niños humanos de carne y hueso, los cuales siguen las instrucciones narradas por otro personaje para entrenar y realizar actividad física haciendo un juego de ella. Estos videos se comparten a través del sitio oficial de Disney Junior en la red social de YouTube, caso similar al de Facebook, en el cual se comparte contenido de La Guardia del León en la página oficial de El Rey León, saga de películas de la cual se desprende la serie televisiva, como se mencionó anteriormente.

De los tres shows, el más presente en las redes sociales a simple vista puede notarse que es Peppa Pig. Cuenta con amplia variedad a lo largo del internet, y esto sin contar los juegos piratas, es decir no realizados por los productores oficiales del show y sin cumplir con los derechos de autor correspondientes. El que cuente tanto con sitio oficial como con sitio en la página de la televisora correspondiente y redes sociales oficiales verificadas, lo que da veracidad a lo que se comparte en ella por parte de la productora, genera tranquilidad en el contenido que se expone a los niños. En cuanto a disponibilidad en redes sociales, El Increíble Mundo de Gumball tiene mucha más presencia que La Guardia del León, aunque menos que Peppa Pig. Gumball cuenta con algunas de las redes sociales principales, además de anexos propios de ciertos países, pero La Guardia del León se ve mezclado en cuanto a contenido digital con su predecesor, El Rey León, por lo que genera algo de confusión con respecto a dónde encontrar material relevante en fuentes confiables.

Es importante entonces destacar que según el éxito que tiene el programa televisivo, es muy recomendable continuar el contenido en internet, fomentando la interactividad del niño para con el show.

4.4. Popularidad entre los más jóvenes

Para comprobar realmente la popularidad de un show cuando su target objetivo no tiene edad ni desarrollo suficiente para escribir una reseña o votar en encuestas, dos de las

opciones para medir su éxito se pueden encontrar en dos lugares: las redes sociales y la mercancía temática. Es entonces que en la presente investigación se realizó un *scouting* de productos relacionados con las series presentadas, para dar una idea del panorama de la oferta y la demanda que generan dichos shows, además de un análisis de las redes sociales mencionadas en el apartado anterior que poseen, tomando en cuenta también si no las poseen.

Primeramente, puede notarse a simple vista que Peppa Pig tiene una gran presencia en redes sociales. Encabezando la cantidad de seguidores, su cuenta oficial en YouTube ronda los 8.4 millones de seguidores, siendo esta la plataforma más utilizada por niños pequeños. Su cuenta en Facebook le sigue con casi 3.1 millones de seguidores, Instagram consta de 149 mil, y Twitter de más de 41 mil. Cabe aclarar que la decadencia se debe a que en las mencionadas plataformas, en ese orden, disminuye la presencia de niños pequeños debido al uso actual y a las restricciones del sitio. Peppa Pig se ha convertido en fenómeno mundial, siendo traducida actualmente a cuarenta idiomas diferente, llegando a televisiones en más de 200 países alrededor del mundo y habiendo recaudado más de 1 millón de dólares en ventas de productos con temática de su serie sólo en su primer año de emisión (Crossley, 2015). Incontables productos han sido licenciados y aprobados para vender en los 15 años que lleva en el aire esta serie. Además cuenta con shows en vivo en teatros para niños, juegos de computadora e incluso su propio parque de diversiones New Forest, ubicado en el condado de Hampshire, al sur de Inglaterra. Este parque temático tiene sus propios juegos, además de actores disfrazados de los personajes para que los más pequeños puedan conocer a sus animales favoritos. De acuerdo a todo esto, es fácil notar el impacto que este show ha tenido en los niños de todo el mundo. Peppa Pig es considerado uno de los fenómenos animados más populares de estos últimos tiempos, y esto se hace evidente en la cantidad de variedad de contenido fuera de lo exclusivamente audiovisual que se encuentra disponible alrededor del mundo.

Si bien El Increíble Mundo de Gumball no posee la misma fama mundial de la que goza Peppa Pig, no significa que no sea querido por el público. En cuanto a redes sociales, su cuenta oficial en Facebook cuenta con poco más de 8.6 millones de suscriptores, y YouTube por su lado está a muy poco de llegar al millón. Esta diferencia con la serie anterior se debe a que, como se mencionó previamente, esta serie está ambientada a niños de edades un poco más avanzadas, y estos niños son más probables de utilizar Facebook, a pesar de su límite de edad. No obstante, también se debe tener en cuenta una cierta cantidad de fanáticos que no entran en el rango de edad estudiado, lo cual, debido a políticas de privacidad de las redes sociales, no puede darse a conocer públicamente. En cuanto a mercancía del show, una observación de páginas de ventas online muestra un amplio repertorio de productos. Remeras, peluches de los personajes, las temporadas completas del programa en formato DVD o Streaming online, cuentos en formato libros físicos con historias nuevas que no han sido emitidas en la serie para brindar material nuevo a los fanáticos del show que pueden ser adquiridas en quioscos de diarios y revistas, y hasta alianzas entre empresas de calzado con Cartoon Network, lanzando a la venta zapatillas para niños con impresiones de los personajes principales de El Increíble Mundo de Gumball. Adentrándose en la página oficial de productos de Cartoon Network, también puede observarse que Gumball tiene su propio apartado, en el que se venden útiles escolares, ropa, vasos, tasas y hasta fundas para celulares.

La Guardia del León no posee una buena presencia en redes sociales. Sólo cuenta con YouTube oficial, en el que cuenta con casi 350 mil suscriptores. Como comparte página de contenido con las páginas oficiales de El Rey León y Disney Junior, se vuelve difícil ver realmente el impacto que esta serie posee. No obstante, las ventas de productos de la serie demuestran demanda por parte de los niños en cuanto a variedad. Peluches de los animales principales, libros, DVDs de la serie y de la película de la cual se inició, La Guardia del León: El Regreso del Rugido (2015), todo tipo de vestimenta, y pequeños peluches de una línea llamada Tsum Tsum, propia de Disney, que presenta versiones

ovaladas en miniatura de todos los personajes de la empresa. Cotillón para fiestas también cuenta con su presencia en las tiendas oficiales de Disney alrededor del mundo, contando con confeti, globos, bolsas para caramelos y hasta actividades para dichas fiestas, que constan de juegos que se puede colgar en la pared para mantener entretenidos a los niños. Por último, también está a la venta el CD de la banda sonora de la serie, incluyendo todas las canciones que formaron parte de los capítulos en aire.

Si bien los niños, al ser de corta edad y tener limitaciones notables en cuanto a lenguaje y devoluciones que puedan tener valor realmente para el realizador audiovisual, no pueden expresarse en su totalidad, tienen sus propias maneras de hacerles saber a sus padres qué contenido disfrutaban y qué no, qué personajes son los que eligen para ser rodeados de juguetes y peluches con sus caras y cuales les son de poco interés. Es por eso que es importante destacar la comunicación con el público objetivo, así sean niños, ya que en ellos recae principalmente el éxito que tenga el producto audiovisual.

Capítulo 5. Los Nativos Digitales y la Animación Interactiva

En el presente quinto capítulo de esta investigación se intentará brindar un panorama de cómo en la actualidad se está abordando el concepto de los nativos digitales y sus características, de acuerdo con lo visto en el capítulo dos. Se analizará qué se tiene en cuenta realmente y en qué se podría mejorar, con el fin de sacar el mayor provecho posible a los datos que tenemos sobre esta nueva Generación Alfa en tanto consumidores de material audiovisual. Asimismo, se realizará una observación desde el punto de vista de los niños para entender un poco mejor cómo ellos perciben el material realizado, a partir de casos específicos que pueden tomarse como ejemplo, para finalmente formular un pensamiento a futuro para con esta generación, tanto la establecida como con los que están por nacer en años próximos.

Un aspecto realmente importante a tener en cuenta es el rol que cumplen tanto el espectador como el realizador. Si bien en el presente proyecto se hizo hincapié en los espectadores como nativos digitales, es relevante mencionar que, como se abordó en el capítulo dos, el término de nativo digital abarca a los nacidos a partir de 1982.

Dicho esto, parte de la generación de los *Centennials*, nacidos de 1995 a 2010, ya están en condiciones para convertirse en realizadores audiovisuales, y con particularidades específicas. Si bien los nacidos después 1982 experimentaron los grandes cambios tecnológicos de los primeros años del presente siglo, la diferencia con las generaciones más recientes es que ellos presenciaron estos cambios con mentalidad adulta. Los *Centennials*, en cambio, presenciaron estos cambios como niños y algunos hasta pre-adolescentes, por lo que llegado el corriente año, calculando el tiempo que lleva completar una carrera audiovisual, están en condiciones de convertirse en realizadores, pueden tomar esas experiencias desde un punto de vista mucho más cercano al de la Generación Alfa. Los *Centennials* fueron niños hace muy poco tiempo, y puede conectarse mucho más con las expectativas que los niños nacidos a partir del 2010 puedan tener en cuanto a contenido audiovisual.

Es entonces que resulta relevante para la presente investigación abordar un punto de vista tanto de realizador como de espectador, destacando los logros y las falencias presentes en el desarrollo de contenido audiovisual ambientado a niños en el contexto de la sociedad actual.

5.1. Panorama de la situación actual

En cuanto a animación, se puede ver que las empresas en cierto punto están comenzando a explotar más las diferentes técnicas que existen para realizarla, sin delimitarse por un subgénero en particular. En El Increíble Mundo de Gumball, este concepto está implementado en su totalidad. Los fondos presentando fotografías de la vida real, los personajes principales en dibujo animado tradicional, y los personajes secundarios variando de técnica en técnica hasta poder incluir hasta cinco técnicas diferentes en un solo plano demuestran la creatividad que poseen los creadores del show, lo que es algo que se puede transmitir a los niños que en un futuro quieran seguir sus pasos.

Este hecho es importante destacarlo. El nivel de complejidad de este show infantil en cuanto a un aspecto técnico es bastante avanzado. Los niños más pequeños del público al que va dirigido es muy posible que no puedan apreciar en su totalidad estos avances, pero no por eso los responsables por estas animaciones realizan material más simplificado. Esto, en un futuro, podría iniciar el deseo de estos niños a imitar estos escenarios hasta poder llegar a convertirse en una carrera universitaria.

No obstante, antes de sentarse a realizar cualquier tipo de contenido es importante conocer a quién está dirigido. En este caso, como la presente investigación tiene como target la Generación Alfa en la cual entran los niños de 2 a 8 años de edad, límite que se propuso al iniciar el proyecto, diferentes características se fueron dando a conocer a lo largo de la investigación, nombradas a lo largo del proyecto. Pero de estas características, es importante denotar cuáles son las que se toman en cuenta realmente y cuáles no, tomando ejemplos de la vida real para alejarse de la suposición del papel.

De acuerdo con lo visto en capítulos anteriores, el hecho de que la generación actual nace rodeada de conocimientos del ámbito tecnológico es algo que los presentes desarrolladores, en este caso específicamente hablando de diseñadores que se proponen a realizar una animación, deben tener muy presente a la hora de fabricar contenido. Sea en cuanto a las situaciones que los personajes atraviesan como tratar de abarcar la mayor cantidad de territorio posible dentro de los dispositivos móviles. Se debe conocer propiamente al público objetivo, y no solo asumir las cosas que pueden llegar a interesarles. Es por esto que una de las razones que se cree que la animación analizada en el anterior capítulo titulada Peppa Pig tiene tanto éxito con los jóvenes. Ellos se ven reflejados en los personajes y aprenden de ellos, lo que les resulta mucho más natural en lugar de solo observar y reírse.

En una entrevista con Meagher, los creadores del show indican los puntos más esenciales por los que ellos consideran que su show tuvo tanto éxito. Entre estos puntos se encuentra el hecho de que el personaje principal incluye a la audiencia en las ocurrencias del show, el hecho de presentar roles femeninos importantes en la sociedad actual, y el dato de que “los niños no disfrutaban reírse del personaje principal de un show”, por lo que añadieron ese foco de burla hacia el padre, acotando de que los niños no tienen problema en jactarse de ellos. (2014)

Todos estos puntos son cosas importantes a tener en cuenta. Se toma el ejemplo de Peppa Pig como foco principal ya que, de acuerdo a lo visto en el capítulo anterior y a adyacentes investigaciones del tema, este show actualmente es el que goza de más fama y aprecio por los niños.

Otro punto a considerar es conocer dónde se debe promocionar el contenido, haya sido iniciado o no en la televisión. Si bien no puede decirse propiamente que los niños son los que utilizan las redes sociales en su totalidad, sus padres sí lo hacen para compartir contenido con ellos, por lo que se debe considerar cuáles son las más utilizadas para esta tarea. Visto en el capítulo cuatro del presente proyecto, puede notarse como

YouTube es una de las redes sociales más utilizadas en cuanto a compartir contenido de animación, puesto que este sitio es exclusivo para el almacenamiento y la reproducción de videos, en oposición a Instagram o Facebook, sitios en los cuales el contenido varía mucho más, agregando fotos, textos y otros tipos de archivos a la mezcla. Por lo que se debe considerar crear un espacio en YouTube para brindar a los niños un espacio cómodo y gratuito en el que puedan disfrutar las animaciones.

YouTube Kids también entra en el espectro de redes sociales a las que se debe apuntar, específicamente en este caso. Si las animaciones cumplen con las expectativas y las reglas del sitio, lograr que el contenido propio sea promocionado en esta aplicación abre muchas puertas a público que de otra manera podrían encontrar mayores dificultades a la hora de buscar material relacionado.

Cabe también destacar que YouTube Kids es una de las pocas redes sociales que existen para niños hoy en día. Si bien puede discutirse que el hecho de exponer a niños pequeños al mundo del internet desde una muy temprana edad puede ser contraproducente, la realidad es que el constante cambio de la sociedad permite, y hasta a veces obliga, a los chicos a estar involucrados con el internet. Puede notarse en las escuelas numerados casos en los que los niños sufren cierto tipo de aislamiento de grupos sociales cuando no poseen ciertas cuentas en redes sociales o no están al tanto del humor del internet, lo que a veces hasta fuerza que éste se una a las redes aún si no ha expresado previamente el deseo de hacerlo por su cuenta.

Es ahí entonces donde hay que encontrar un balance apropiado entre el deseo de los niños de formar parte del internet y la responsabilidad de los padres de mantener el contenido al que se encuentran expuestos dentro de lo apropiado para su edad. Se podría proponer a futuro, habiendo visto en capítulos anteriores la disponibilidad de redes sociales y su público objetivo en comparación con las edades que más los utilizan, crear nichos o mini-sitios dentro de las redes sociales más populares en las que los niños

puedan moverse con facilidad sin preocupación de los padres sobre el material que presencian.

YouTube Kids es solo un ejemplo de lo que se puede lograr, y es algo que, con sus falencias incluidas, está teniendo mucho éxito hoy en día. Netflix, la plataforma de películas y series en *streaming*, también cuenta con un sector con contenido exclusivo para niños que los padres pueden optar por seleccionar para que puedan navegar libremente y elegir qué contenido mirar. Presentando una interfaz mucho más simplificada para el uso de niños, con íconos de mayor tamaño y los personajes principales utilizados para representar su serie o película con el fin de lograr que se reconozcan más fácilmente, genera un ambiente más interactivo y a disposición del pequeño, a comparación de cuando los padres deciden qué mostrarles, por ejemplo, en videos de YouTube. Este es un concepto que podría integrarse en otras plataformas, logrando así una atmósfera más protegida para con los niños y su contenido, y al mismo tiempo brindándoles la libertad e interactividad que ellos constantemente demuestran que desean.

Como se dijo en el capítulo dos de la presente investigación, una de las características más prominentes de los nativos digitales, en específico de la Generación Alfa, es el hecho de que aprenden haciendo. La interactividad forma parte de sus vidas, y el concepto de multipantalla hoy en día es algo que los niños vienen aprendiendo desde que pueden tomar un dispositivo móvil con sus manos, con menor tiempo de adaptación que otras generaciones. Esto es algo que el realizador audiovisual debe tener en cuenta y volcar en sus proyectos a la hora de realizar contenido para niños. Es posible que si este recurso no se utiliza y la pantalla queda estática por demasiado tiempo, el niño pierda interés. En su lugar, si se lleva al espectador en un recorrido por diferentes escenarios – poniendo como ejemplo un juego de la variedad *point-and-click*, que significa apunta y aprieta, en la que el jugador, con ayuda del ratón en una computadora o su dedo en una pantalla táctica, guía al personaje en pantalla de habitación en habitación y hace que

interactúe con distintos objetos – se puede presentar un abanico mucho más amplio en cuanto a las posibilidades del desarrollo y hasta el desenlace del juego.

Al observar niños pequeños, algo que se nota en ellos es su deseo de repetir las cosas. Si se les enseña un video que les divierte, casi siempre piden verlo de nuevo. Es por eso que, llevado a un punto de vista de videojuegos, un concepto algo reciente que se puede tener en cuenta a la hora de realizar un juego es la idea de múltiples finales. En una reseña en un blog sobre del tema se expresa que “Finales múltiples promueven el volver a jugar, algo que la mayoría de los jugadores están de acuerdo que es genial. También significa que tenes que pensar diferente en cada intento” (González, 2018). Si bien el concepto puede parecer algo avanzado, ya que este recurso de múltiples finales para un solo juego en general se utiliza en videojuegos ambientados a gente más adulta o por lo menos adolescente, es algo que se podría implementar para niños también, ampliando sus mentes y fomentando la creatividad y el hecho de tomar distintas rutas ante una misma situación. Es algo que se podría combinar, justamente, con el deseo de repetición de los niños. De esta manera, en lugar de presenciar el mismo material una y otra vez, podrían estar creando sus propias nuevas aventuras dentro de un mismo lugar.

Desde el punto de vista empresarial, es importante encontrar un balance entre lo que puede considerarse contenido público y lo que se quiere mantener exclusivo para el show. Uno de los problemas que más aquejan a los creadores de contenido en YouTube es el tema de *copyright*, o derechos de autor, y si bien prevalece más notoriamente en el ambiente de la música, el material audiovisual no se queda atrás.

Se puede notar al navegar en el sitio el hecho de que si un empresa tiene guardado bajo derechos de autor gran parte de su contenido, poniendo en riesgo el recurso de utilizarlo en un video ya que puede ser dado de baja por infringir estos derechos, es menos probable que estos creadores implementen este contenido en su canal. Esto genera una baja notable en la exposición del programa y sus personajes, ya que YouTube y YouTube Kids está muy presente en la vida de los niños. Llegando al otro extremo, si la empresa

carece de protección bajo derechos de autor en la mayor parte del contenido, esto puede perjudicar sus ganancias, incluso si se considera la cantidad de exposición que ganarían gracias a la utilización libre del material en distintos canales. Es importante tener en cuenta ambos casos, y poder encontrar un balance entre material exclusivo y material que puede ser compartido libremente sin consecuencias legales.

Todo esto entra dentro del punto de vista del realizador, del que se encuentra detrás de la pantalla armando las animaciones, decidiendo dónde promocionarlas y para quién, lo que es gran parte del objetivo al que se quiere llegar con el presente trabajo. No obstante, otra gran parte que abarca es escuchar realmente lo que piensa el público objetivo, sin importar su edad, y saber qué piden en cuanto a contenido y qué puede llegar a interesarles. Es por eso que en el siguiente apartado, se dará una perspectiva del espectador, utilizando casos en particular que pueden brindar una idea de dónde se debe comenzar y qué aspectos de pueden explotar para obtener la mayor cantidad de resultados positivos con respecto al producto que se quiere realizar.

5.2. Lo que piensan los más chicos

Es algo difícil saber propiamente qué opina el público objetivo de la presente investigación, siendo que son niños de corta edad que en su mayoría no poseen la capacidad de articular respuestas elocuentes en cuanto al material proporcionado que puedan ser utilizadas de manera eficaz como *feedback* para el creador de animaciones, pero eso no significa que ellos no tengan su propia manera de expresarse y hacernos saber qué prefieren. No porque sus respuestas sean algo más básicas o con lenguaje más sencillo deben ser ignoradas, ya que a fin de cuentas son los niños los que deciden si un programa tiene éxito o no con el simple hecho de mirarlo o ser fieles a los productos que brindan.

La Generación Alfa abarca niños nacidos de 2010 hasta el 2025. Si bien poco menos de la mitad de esta generación no ha nacido todavía, los más grandes dentro de ella llegan a los 9 años en edad aproximadamente, y resulta muy útil recurrir a ellos para opiniones en

cuanto a temas sobre qué disfrutan ver en sus shows, qué no disfrutan y el porqué de estos contenidos.

Un canal muy reconocido en YouTube es el de Fine Brothers Entertainment (FBE), el cual realiza videos de reacciones de la gente en cuanto a diferentes tópicos. Una de sus secciones abarca *Kids Reacts*, que se trata de niños menores a 15 años siendo filmados mientras miran ciertos videos o leen diferentes noticias y luego son cuestionados sobre sus reacciones y sus razones por estar a favor o en contra de dicho material. El trabajo de esta compañía es muy relevante para la presente investigación, ya que no solo toma niños de distintas edades y culturas, sino que les brinda un espacio para ser específicos sobre sus preferencias.

En uno de sus episodios, FBE presenta a los niños con episodios de una serie animada llamada *Animaniacs* (1993), una de las animaciones más famosas de esta década. Este show fue creado por el estudio de Warner Brothers, y duró en emisión cinco años hasta diciembre de 1998. En su aniversario número veinticinco, los niños reaccionaron al show que llevaba 20 años sin haber aparecido en televisión, lo que brindó una perspectiva a los cambios que presentan las animaciones hoy en día.

Muchos de estos niños nunca habían visto este programa previamente, y los que lo habían hecho, cuentan que fue por sus padres. Se compara a los programas de animación actuales, con una de las niñas de 7 años estableciendo, al ser preguntada si cree que es una animación actual o vieja, “Definitivamente vieja. No estoy diciendo que el estilo de animación es horrible, pero no tiene muchos detalles. Las animaciones de hoy en día tienen muchos detalles” (2018a). Sin embargo, siendo una serie que era ambientada tanto para adultos como para niños, ya que la comedia apelaba más al sentido del humor de los adultos pero el estilo de animación y las locuras de los personajes resonaban más con los niños, 6 de los 8 niños entrevistados en el presente video afirmaron que verían este programa, ya que les había gustado el contenido de las animaciones y el estilo de dibujo, además de las personalidades de los personajes.

Este análisis para el presente proyecto hace notar que si bien las generaciones cambian, y sobre todo su entorno también cambia, ciertos aspectos del contenido que se les brinda a los más jóvenes no parece cambiar. Los niños disfrutaban contenido más antiguo al mismo tiempo que nuevo, y se ven expectantes en cuanto al anuncio de que esta serie en particular ha sido anunciada para tener dos nuevas temporadas en el año 2020, queriendo ver en qué aventuras estos personajes se embarcarían hoy en día.

Otro de los aspectos que trae a la luz el trabajo de FBE es la ayuda de las animaciones en aspectos más serios de la vida real, por ejemplo, las fobias. En noviembre del año 2017, una animación de una pequeña araña llamada Lucas se hizo viral dentro de las redes sociales. Lo curioso de esta animación fue la reacción mayormente positiva de la gente, aunque el personaje principal fuera una tarántula, animal que causa aracnofobia, la cual es uno de los miedos más comunes a nivel mundial. Su voz de niño pequeño y su personalidad calma y mansa difundieron tranquilidad en los espectadores, emoción que llegó hasta los niños.

En otro de los videos de FBE, los niños fueron mostrados dos tipos de videos diferentes. Primero, tarántulas reales, no necesariamente agresivas pero dentro de sus contenedores y con comportamientos naturales. Los niños se ven un poco asustados, rechazan la imagen y expresan asco y disgusto ante los videos. En cambio, cuando son presentados con la araña Lucas, si bien algunos siguen mostrándose un poco inseguros, una mayor cantidad de niños comienza a expresar ternura por el personaje, y hasta felicidad por su comportamiento infantil y amigable. Una de las niñas, de 10 años de edad, expresa que “Es diferente, porque la gente le teme mucho a las arañas, pero esta es muy linda y querible” (2018b). Estas reacciones de los niños demuestran cómo, a través de ambientes controlados en animaciones, se puede cambiar la perspectiva en temas algo sensibles en la vida real, ya que muchos opinaron que si se encontraran con este personaje, aún después de expresar miedo hacia tarántulas reales, le darían la bienvenida y hasta jugarían con él.

Es importante conocer el impacto que puede llegar a tener los trabajos de animación no solo desde una perspectiva científica, analizando la parte psicológica, sino también emocional. Los nativos digitales poseen una característica que es el hecho de mirar las cosas desde un punto de vista mucho más emotivo que los inmigrantes digitales, por lo que apelar a su sentimentalismo puede ser un factor clave en hacer llegar el mensaje deseado con una animación – en este caso, la ayuda de perderle el miedo a las arañas. Si esto se logra con éxito, las posibilidades de alcance del mundo animado se vuelven mucho más amplias, no solo abarcando desde ya entretenimiento y en casos educación, sino también apoyo psicológico.

Esto es algo que se está poniendo en práctica hoy en día, y que los niños pueden experimentar por sí mismos. Con el uso de cascos de realidad virtual, el concepto de manejar un miedo en un ambiente ficticio y controlado toma un paso más adelante. Ver un video en una pantalla es una opción, pero realmente vivir esa sensación de estar en un lugar específico sólo con el uso de la tecnología de realidad aumentada entre en otro nivel completamente. Siguiendo con el ejemplo de la aracnofobia, a medida que la persona avanza en un tratamiento, puede presentarse con un caso de realidad virtual un cuarto en el cual el paciente se encuentre con una araña frente a él, trabajando sus miedos de manera progresiva.

Sin embargo, esto no es sólo especulación. Numeradas empresas de juegos de realidad aumentada se han tomado el trabajo de recrear distintos escenarios que coinciden con fobias comunes con el hecho de ayudar al espectador si éste lo desea. Uno de los casos específicos es de la empresa Samsung (2016), para su plataforma *Oculus Gear VR*, que ha creado una serie de videos en 360 grados llamados *#BeFearless*, que significa sé intrépido. Se trata de piezas audiovisuales en las cuales se pone al espectador en situaciones donde pueda superar sus miedos. Dos de sus videos más famosos abarcan una temática similar: el miedo a las alturas. En uno de ellos, se expone a la persona a situaciones de la naturaleza, incluyendo un paseo en auto junto a un precipicio, cruzando

un puente de sogas y alpinismo en montañas nevadas. El segundo se trata de áreas más urbanas, incluyendo un ascensor, una caminata sobre piso de vidrio y un rascacielos. Ambas experiencias tienen tres niveles de dificultad, de las cuales el usuario puede elegir la que está dispuesto a soportar. También cuenta con vinculación con el reloj de la marca, el cual puede brindar datos sobre el pulso del espectador y ayudar en tomar nota de su progreso.

Una particularidad importante que se debe destacar en el presente proyecto es la cualidad de empatía con los animales que sienten los niños. Los tres programas de televisión elegidos para el análisis en el cuarto capítulo tienen como protagonistas a animales: Peppa es una cerdita, Gumball y su familia son gatos, conejos y peces, y Kion es un león viviendo en el Sahara. Y no es una coincidencia que estos tres shows, entre muchos otros apuntando a niños, tengan como personajes protagónicos a los animales o a variaciones antropomorfas de ellos.

Casado comenta que los animales tienen gran influencia en los niños, generando en ellos seguridad, sensación de ser amados, además del concepto de compañerismo, aún si no pueden comunicarse como lo harían con otro ser humano. Ayudan a aprender desde una muy temprana edad la idea del respeto, del cuidado hacia el otro, entre muchos otros mensajes positivos. (2018, pp. 17-19). Si bien los niños en su mayoría nacen con esta atracción emocional hacia los animales, es un concepto que se debe fomentar durante los primeros años de vida, y los programas televisivos son una fuente con la cual se puede profundizar este concepto, haciendo que los niños relacionen a los animales con sus personajes favoritos de shows infantiles y generando así una respuesta más positiva antes ellos.

Estos puntos a tener en cuenta, debe destacarse, pueden permanecer durante el desarrollo de esta Generación Alfa, o puede que vayan cambiando conforme avance, o llegado a casos más negativos involucre, la tecnología. Dicho esto, las características vistas hasta ahora en el presente trabajo dan un pie inicial hacia dónde apuntar cuando

se trata de crear contenido para niños desde un punto de vista audiovisual, tanto para el espectador como para el realizador. Es entonces necesario para el presente proyecto especular sobre el panorama futuro, analizando lo estudiado y dando una opinión fundamentada de acuerdo a lo que se sabe y lo que se espera.

5.3. Pensamiento a futuro

En cuanto a animación en sí como género de contenido audiovisual, es imposible saber a qué llegarán los avances tecnológicos. Hace 50 años, era imposible crear profundidad notoria en dibujos animados, hasta que llegó la animación CGI o 3D y logró darnos un concepto de profundidad que se asemeja mucho a la filmación real. Hoy en día existen empresas que utilizan el recurso de hologramas, algo que también hasta hace unos años se veía como una idea imposible y extremadamente futurista, y que sigue en desarrollo actualmente. Conforme avance la tecnología, los creadores siempre verán una forma de implementarlo a su contenido, disfrazándolo con la historia para que las futuras generaciones lo tomen como algo común.

Un ejemplo de esto puede verse en el país de Japón. La idea de transportar personajes de la pantalla a la vida real ha sido utilizada desde hace años en formato físico, gente disfrazada con atuendos de tela y cabezas ficticias que asemejan a los personajes deseados. Aun así, los personajes no son iguales a lo visto en la pantalla, dado que esos personajes son dibujos animados y no se ven de la misma manera en la vida real para los niños. Pero los desarrolladores japoneses vieron una manera de solucionar esto, hasta cierto punto.

Hatsune Miku es una estrella pop de 16 años creada en animación CGI que presenta conciertos para su público con la utilización de tecnología de holograma. Si bien Miku nació como estrella pop, sino como un asistente de software musical, desde el 2007 goza de una cantidad de fama que le permite relacionarse con artistas como Lady Gaga y Pharrell Williams. Esto demuestra cómo el hecho de no ser una persona de carne y hueso no impidió que sus creadores puedan presentarla en público fuera de las pantallas

de los dispositivos móviles sin la necesidad de contratar una actriz que se haga pasar por ella. Presentándola de esta manera, Miku mantiene su aspecto intacto y fiel al que la permite ser reconocida por sus fanáticos, incluyendo su pelo celeste neón en dos colas de caballo que llegan hasta el suelo y sus ojos azules característicos de su personaje. Como describe Petrarca (2016), “Imagina *GarageBand* mezclado con los *Sims* interpretando tus canciones.”, haciendo referencia a los juegos de música y de simulación más populares entre los jóvenes para una descripción más sencilla a alguien que no conoce a la artista en cuestión.

En cuanto a los niños, como se dijo anteriormente, casi la mitad de los integrantes de la Generación Alfa no han nacido aún, y los que ya lo han hecho todavía no llegan a los 10 años de edad, por lo que todavía es algo tentativo y especulativo analizar cuáles son los factores principales que se volverán característicos de esta generación.

Analizando a los nativos digitales en sí, se puede proponer al menos una idea de lo que esperar cuando se presenten estos pequeños espectadores. Nacidos dentro de una era digital, la tecnología pasa a ser parte de su día a día, y con cada avance tecnológico, su tiempo de adaptación es mucho menor al de una persona adulta. Dicho esto, no conocen un tiempo en el que la tecnología no forme parte de sus vidas. No conocen un mundo en el que no puedan conectarse inmediatamente con la persona deseada sea solamente con una llamada de voz o bien por conferencia de video. No conocen una era digital en la que toda la información no se encuentre al alcance de una búsqueda en línea que arroja resultados en segundos.

Todo eso puede verse como una gran ventaja, o bien, como algo con lo que se tiene que tener cuidado. El hecho de estar acostumbrados a vivir en una era donde todo sea tan instantáneo genera un deseo extremo de respuesta inmediata, y frustración cuando no lo consiguen. Esto es algo que puede verse hoy en día en gente adulta, gente que a corta edad no poseía estas comodidades, pero que las ha integrado de manera tal que es como si no conocieran algo mejor. Un ejemplo de esto puede darse actualmente cuando

una persona adulta quiere entrar a una página web cualquiera. Si la carga de la página toma más de 5 segundos, lo más probable es que la persona asuma que el internet no está funcionando correctamente, o simplemente no funciona. Esto ocurre aunque la persona, si tiene una edad promedio de 25 años o más, haya experimentado de primera mano los años 90 y principios de los 2000, en los que la conocida banda ancha tardaba varios minutos en cargar una sola página.

Los avances tecnológicos y la velocidad que estos conllevan se han vuelto una parte tan esencial de nuestra vida cotidiana que genera una sensación de ansiedad, de querer todo ahora. Esto es confirmado por McCrindle, citado por Sterbenz, quien explica que “En el pasado, el individuo no tenía poder realmente. Ahora, el individuo tiene mucho control sobre su propia vida, pudiendo manejar su mundo. La tecnología, podría decirse, transformó la expectativa de nuestras interacciones.” (2015). Aun así, esto no se presenta en todas las personas. Adultos de avanzada edad se notan más propensos a, retomando el ejemplo anterior, esperar que una página cargue su contenido aunque esta se tome varios segundos en siquiera mostrar una imagen, en comparación con personas más jóvenes, incluso si ellos también presenciaron los avances en la velocidad de internet.

Otro punto importante a tener en cuenta es el cambio en la manera de comunicarse con esta generación comparada con la forma en que se hacen llegar, por ejemplo, las publicidades a públicos mayores. Dado por sentado el hecho de que la Generación Alfa, dentro de los nativos digitales en sí, adoptan la tecnología como un recurso cuyo uso intuyen de manera natural, las publicidades y la interacción con el usuario deberá estar mucho más integrada y personalizada. Un pensamiento a futuro sobre lo que podemos esperar afirma que:

La Generación Alfa crecerá interactuando tanto con inteligencia artificial y robots como con humanos. Jugarán con juguetes conectados que responderá a órdenes y demostrarán inteligencia emocional. (...) Mientras crecen y desarrollan habilidades verbales, la comunicación oral con electrónicos será algo común. (Theko, 2018)

Cada día, más empresas notan este hecho, la implementación de la tecnología en la vida cotidiana de los niños, y sobre todo la inteligencia artificial. Uno de los casos más famosos de los últimos años es la aplicación móvil de *Talking Angela*, creado por Outfit7 (2014), una gata que contesta a las conversaciones que los niños pueden iniciar de manera textual u oral, disponible en cualquier dispositivo móvil, sea celular, tablet, e incluso computadoras. Esta aplicación nació como sólo eso, una gata con la que se podía conversar y respondía acorde a lo que uno le escribía, implementando el concepto de inteligencia artificial en un juego para niños. El éxito de la aplicación fue tal que desencadenó una serie de juegos y videos basados en Ángela que hoy en día siguen brindando material interactivo y de entretenimiento para los niños, incluyendo juegos en los que se la puede cuidar como una mascota virtual, áreas fantasiosas en las que ella y sus amigos son superhéroes y, prominentemente, juegos para niñas en los que se puede vestir a la gata con un armario lleno de variedades textiles.

El uso de inteligencia artificial, hologramas y animaciones interactivas son conceptos que hasta hace muy pocos años sonaban demasiado futuristas. Hoy en día, son implementados en entretenimiento como herramientas normales, en juegos para niños, series, películas para todas las edades y hasta conciertos, pero se podría especular que traspasen el área de actividades recreativas y se vuelvan recursos utilizables, por ejemplo, en el área escolar para fomentar el aprendizaje de distintos temas.

Desde que el uso de las computadoras se hizo posible en las escuelas, se han estado utilizando juegos para enseñar a los niños materias como matemática, biología o hasta ciencias sociales y geografía. Los niños los disfrutan, porque el hacer del aprendizaje un juego estimula no solo el conocimiento sino también la creatividad. Poder aprovechar ésta área y este tipo de uso para las animaciones podría resultar beneficioso para todos los involucrados, y es algo que se debe considerar a futuro para desarrolladores y diseñadores de este género. Adentrarse en este ámbito abre un nuevo abanico de

posibilidades que, combinadas de la manera correcta, puede generar resultados muy positivos.

Pasando al lado negativo, algo en lo que se podría mejorar en un futuro acerca de las animaciones infantiles es el concepto de la violencia en ellos. Si bien la comedia física es algo que se nota presente incluso en programas para adolescentes y adultos, exponer a los niños a ella en una edad muy temprana puede resultar contraproducente. Reseñas de padres disgustados en internet indican que, para tomar como ejemplo las series vistas en el presente proyecto hasta el momento, Peppa Pig puede ser algo descortés, contestando a los padres y desobedeciendo en ciertas ocasiones a favores y/u órdenes que estos les dan, comportamientos que los padres no quieren ver que sus niños imiten de un programa de televisión. Al mismo tiempo, El Increíble Mundo de Gumball puede ser algo violento de manera física, colocando a sus personajes en situaciones en las que se golpean unos a otros, son lastimados por vehículos, u ocurrencias extremas de ahogamiento o peligro de fuego, todas ellas tomadas como comedia y como algo que se toma a la ligera por sus protagonistas. Al igual que en el caso con Peppa Pig, es fácil notar porqué los padres presenciando esto no quieren que sus hijos imiten este comportamiento.

Llegado a casos más graves, cierto contenido puede ser extremadamente perjudicial para ciertos niños. Un artículo en la página de noticias online de The News Minute (2017) cuenta de cómo un niño de 12 años de edad murió al intentar recrear una situación que había visto en un dibujo animado donde el personaje se ve envuelto en llamas, en Hyderabad, India. Cuando los niños están expuestos a material que no está destinado para ellos, no se puede culpar a la compañía que lo produce por accidentes de esta categoría, pero en este caso, el contenido que el niño quería imitar se encontraba en un dibujo animado nacional, ambientado justamente a niños, por lo que se debe tener en cuenta a qué se los expone, tanto por parte de los padres como desde la creación de dicho material.

También existen casos donde el contenido puede ser ofensivo dependiendo de dónde se lo muestre, y aquí depende de las televisoras de evaluar qué es apto o no para los niños. Viene al caso un episodio de Peppa Pig en el que se muestra a una araña amigable, y el episodio intenta enseñar a los niños a no temer a los insectos en sus casas a través de la trama que se desarrolla en dicho episodio. Este capítulo en particular fue prohibido en Australia, debido a que este país cuenta con una amplia selección de arañas extremadamente venenosas, mensaje contrario al que pretendía comunicar el show con la frase de que las arañas no pueden lastimarte. Zhou (2017) explica que en este país, más de 2000 personas son atacadas por año por arañas venenosas, razón por la cual a los niños de ese país es esencial enseñarles cautela ante estos insectos.

A modo de resumen, entonces, es importante tener en cuenta qué se quiere decir, cómo se va a decir y dónde se quiere decir al momento de realizar una animación. Los mensajes varían en diferentes culturas, pero existen características generacionales que pueden compartirse en todo el mundo. El éxito de la animación estará en el balance que el realizador encuentre entre estos factores.

Conclusiones.

En el ámbito de la animación, cada subgénero tiene sus propias cualidades que logran evocar distintas emociones en los espectadores, además de transmitir el mensaje que el realizador pretende propagar de diferentes maneras. Desde la animación tradicional, también conocida como 2D – en segunda dimensión, ya que la profundidad de cuadro puede aparentarse pero no lograrse completamente –, que remonta a los inicios del género y cuenta con películas realizadas con este estilo que se consideran clásicos incomparables desde el punto de vista del público, además de haber dado el pie inicial a una de las compañías más famosas actualmente en esta área, Walt Disney Animation Studios. Películas clásicas infantiles como *Blanca Nieves y los 7 Enanos*, de la cual se habló en profundidad en el primer capítulo de la presente investigación, como otros clásicos de la misma empresa, tales como *La Sirenita*, *La Bella y la Bestia*, *La Bella Durmiente*, y todos aquellos cuentos clásicos de princesas pertenecientes a Disney. La animación 2D presenta un estilo más orgánico, sea realizada en acetatos, a la manera original, o en computadora, ayudándose de los programas tecnológicos actuales para lograr esa misma apariencia de manera más práctica y rápida que como se hacía en sus principios.

La animación por computadora, conocida como CGI – *Computer Generated Imagery*, que se traduce a imágenes generadas como computadora – o simplemente animación en 3D o tercera dimensión, cuenta con una estética mucho más futurística, y es una de las técnicas más recientes en el género. El primer largometraje que utilizó esta técnica en la totalidad de su duración fue *Toy Story*, aunque el uso de animación CGI tuvo sus comienzos mucho antes que esto, donde se la utilizaba en fragmentos de películas o personajes únicos a diferencia de todo su reparto. Uno de los estudios de animación que más prominentemente utilizan esta técnica es el conocido estudio de animación de Dreamworks, con proyectos reconocidos y que poseen numeradas secuelas como *Shrek*, *Madagascar*, *Kung-Fu Panda* y *Cómo Entrenar a tu Dragón*. Este género es el que

visualmente se encuentra más presente en las más recientes generaciones de los nativos digitales, ya que tuvo sus comienzos en la década de los 90 y es el que actualmente más se utiliza en material infantil en cuanto a largometrajes por los más importantes estudios. Asimismo puede notarse que es un subgénero en el que las grandes empresas apuestan, como se puede ver en los futuros proyectos que estas tienen planeados a lo largo de los próximos años que también presentan animación en 3D.

Las técnicas más manuales de la animación, como son las de *stop-motion*, *go-motion* y *cut-out*, son técnicas mucho más meticulosas y con un gran cuidado del detalle. En *stop-motion*, se pueden pasar días colocando una marioneta o figura en distintas posiciones para lograr tan solo unos pocos segundos de metraje. Ya que esta técnica se realiza de manera concreta por los realizadores, a diferencia de las animaciones por computadora que se llevan a cabo en formato digital, muchos elementos del cine clásico entran en juego, como por ejemplo la utilización de luces de estudio para ambientar una escena. La técnica de *cut-out* presenta el mismo concepto, moviendo de a poco los papeles y las texturas deseadas para lograr lo que podría ser considerado una combinación entre animación 2D y *stop-motion*.

Todas estas técnicas de animación brindan al realizador una amplia variedad para considerar a la hora de elegir con qué se querrá trabajar, dando así una libertad creativa que en parte carece en cine clásico. En la animación puede trabajarse de una manera que no se apega a las leyes de la física, a las limitaciones humanas o a la existencia o falta de tal de distintos animales o criaturas, que permite al realizador contar historias en lugares que existen muy lejos de nuestro planeta, o incluso algunos que no existen, sin que carezca de sentido. El mundo de la animación envuelve al espectador en un punto de vista diferente. Cuando en el cine clásico se ve a una persona en una locación completamente alocada y poco realista, a simple vista se puede separar la realidad de la ficción. La animación, en cambio, no presenta ese prejuicio, ya que desde el inicio no se la percibe con los mismos conceptos que la realidad en la que vivimos. Y es justamente

por estas razones que este género apela más a los niños y es utilizado por las grandes empresas como primera opción para producir material para ellos.

Los niños pequeños son creativos. Al no entender el mundo en su totalidad, cuando se los presenta con una situación fantástica en una película de animación, no ven nada de malo en personajes antropomorfos hechos con objetos de sus casas o animales que hablan como ellos hablan. No tienen los mismos conceptos de la realidad y la lógica, por lo que se sumergen mucho más en las historias, en los mundos que estos proyectos presentan. Para ellos, el hecho de que una abeja hable con una humana y tome el té con ella en una taza extremadamente pequeña, como en la película *Bee Movie*, tiene sentido, y no encuentran razones por las que no debería tenerlo.

Si bien la mayoría de los nativos digitales desde sus épocas más tempranas pudieron disfrutar de animaciones, puede notarse que las generaciones más actuales son las que más disfrutan de variedad de material en cuanto a este género. Con la continua crecida en cantidad de estudios que se dedican a material infantil y los avances de la tecnología que permiten que se creen nuevas técnicas de animación o se utilicen las ya establecidas de diferentes maneras, es imposible predecir a qué se puede llegar en esta área. Hace 30 años, se veía como un concepto extremadamente futurista el hecho de ver una figura animada en un escenario sin estar limitada por los cuatro bordes de una pantalla, y hoy en día Japón goza de su primera estrella de pop realizada completamente en un holograma. Realizar distintos rutas e inclusive finales en un solo juego, o inclusive película, presentaba un trabajo demasiado arduo para que la mayoría de los estudios lo realizara, pero en la actualidad, el concepto de finales alternativos y diferentes maneras de jugar un mismo juego es algo común en el mundo de las consolas, e incluso en juegos más infantiles que presentan interactividad mucho más simplificada para los niños más pequeños. La creatividad del realizador combinada con la disponibilidad tecnológica actual y la posibilidad de avances en un futuro cercano hacen que los límites de las creaciones de estos proyectos sean básicamente inexistentes.

Asimismo hay que considerar a los niños más pequeños, a los que hoy son el público objetivo de estas creaciones y el día de mañana serán la base de expectativas para la siguiente generación y los realizadores que a ellos se quieran dedicar. Las características que presentan son propias del mundo moderno. Las respuestas instantáneas en aparatos electrónicos es algo que dan por sentado, y si no las obtienen, automáticamente saben que no está funcionando correctamente.

La mensajería digital, también con respuesta instantánea, como es el WhatsApp o los mensajes de Facebook, de igual forma es un concepto que tienen implementado, sin haber épocas en las cuales la única manera de comunicarse dentro de la tecnología era mandando un correo electrónico y esperando varios días a una respuesta. En la actualidad, si bien los e-mails se siguen utilizando, no es algo que prefieran los más jóvenes, justamente por este deseo de respuesta instantánea o dentro de los pocos segundos posteriores al envío del mensaje.

El contenido también es algo a lo que están acostumbrados a tener al corto alcance. Sea por YouTube, en páginas oficiales de la productora, aplicaciones de *streaming* o en lugares de descargas ilegales en sitios clandestinos, los más jóvenes saben que si desean pueden volver a ver el mismo contenido cuantas veces les sea necesario sin tener que recurrir a veces al mismo dispositivo por el cual se reprodujo por primera vez. Por ejemplo, hace unos años, si uno deseaba volver a ver el capítulo de una serie que se había estrenado en cierto canal, se tenía que esperar hasta que el mismo canal pasara una repetición en un par de días, sujeta a los horarios de la programación y por única vez en ese momento. Hoy en día, este concepto quedó completamente obsoleto. Si bien sigue habiendo series que estrenan sus capítulos en horarios correspondientes con sus canales, la repetición de estos capítulos puede encontrarse a las pocas horas en varios sitios del internet, o incluso escenas separadas del resto del capítulo para aquellos que quieran volver a ver únicamente ese momento.

Otro concepto que puede apreciarse en las generaciones más recientes es la intuición con respecto a la interactividad de un objeto, programa o aplicación. Habiendo nacido con estos conceptos y rodeados de tecnología, la Generación Alfa en particular, aprender cómo utilizar ciertos recursos nace en ellos de manera mucho más natural. Niños pequeños que todavía no saben formular palabras con demasiada rapidez ya entienden cómo usar una tablet para seleccionar contenido que ellos elijan ver, cuando algunos adultos todavía no llegan a comprender este concepto en su totalidad.

El uso de las redes sociales, si bien no es un concepto nuevo ya que se ha estado implementando desde mucho antes de lo pensado, ha tenido un notable incremento en jóvenes y pre-adolescentes. Cada vez niños más pequeños son parte directamente de estas redes, o bien, están extremadamente expuestos a ellas por parte de los padres que las utilizan para compartir contenido con ellos. Si bien la edad que se debe tener para poder acceder a las principales redes sociales de Facebook, Twitter, Instagram y YouTube es de 12 años, no es nada nuevo encontrar a niños menores que este límite, y esto no ocurre únicamente por la manera de educar de los padres. En televisión, cada vez más programas infantiles incitan a que los niños entren a internet para observar y compartir el contenido que brindan estos shows en sus redes sociales, cumplan o no con el límite de edad. Cabe aclarar que la mayoría de estos shows, poniendo como ejemplo el segundo caso que se analizó en el capítulo cuatro de la presente investigación El Increíble Mundo de Gumball en el canal de Cartoon Network, fomentan a que los niños que son invitados a acceder a las redes sociales del programa lo hagan con la autorización de un adulto, y a veces hasta promocionan concursos y eventos en los que refuerzan la idea directamente expresando que deben entrar acompañados de un padre, de lo contrario no podrán acceder a dicho contenido.

El hecho de que los niños estén integrándose cada vez a edades más tempranas en el mundo del internet, cuando a inicios del siglo muchos padres no se sentían cómodos siquiera dejando que sus hijos utilicen la web por los peligros que en ella se encontraban,

es algo que no muestra señales de poder ser detenido. Bien por la integración en el propio hogar por parte de los padres, por el tipo de entretenimiento que presencien los niños o por el mismo grupo social al que pertenecen en la escuela y en actividades extracurriculares, siempre se encuentra una razón presente para que utilicen estas redes. Lo recomendable, y uno de los puntos en los que se quiere enfatizar en la presente investigación, es crear espacios controlados para poder encontrar un balance entre la seguridad de los padres para con el contenido al que están expuestos los niños y el deseo de estos por ser parte de esta era tecnológica. Podría decirse que van por buen camino, con las inclusiones de YouTube Kids, Mundo Gaturro y un área principal para niños en la plataforma de *streaming* de Netflix, pero sigue siendo un sector en el que se debe probar y mejorar en estos próximos años, asegurando que la Generación Alfa pavimente el camino a las próximas generaciones para unirse de manera más segura al contenido *online*.

Fomentar la imaginación y el atractivo del contenido visual para niños de igual manera es importante desde un punto de vista de realizador de material multimedia. Si bien puede afirmarse que la apreciación del contenido por parte de los niños viene de un lugar mucho más emocional que entra principalmente por la empatía que ellos puedan sentir con el personaje principal y no tanto de un lugar técnico sobre los elementos que se utilizan y de la forma que se presentan, no por eso se debe dejar de nutrir su atención con técnicas más llamativas.

En niños más pequeños, como es el caso de Peppa Pig, se los puede adentrar al mundo de la animación con contenido simple y colores suaves que no saturan al espectador y no confundan su atención. Formas simples y tonalidades pasteles le dan a este show su característica principal que lo hace atractivo a niños más pequeños, infantes.

El Increíble Mundo de Gumball, por otro lado, apela a la creatividad. Puede decirse que el mensaje que transmite este programa con su estética visual tiene mucho que ver con el concepto de dejar volar la imaginación, aunque no todo sea limpio y perfecto, aunque no

todo se vea igual, y no limitarse por una sola técnica a la hora de realizar su propio contenido. Mezclar diferentes recursos y personajes, formas y colores, que podría decirse que es un concepto muy presente en la vida de los más pequeños. Cuando se ve a un niño jugar con juguetes, éste no analiza que todos los juguetes sean humanos o animales o que presenten las mismas formas dentro de esas categorías. Para un niño, jugar con una muñeca Barbie, un dinosaurio, una vaca y un muñeco Playmobil no tiene nada de malo, y es la misma idea que se plantea en este show, apelando a la creatividad de los niños sobre los personajes de sus historias.

Por último, La Guardia del León tiene como característica principal el concepto de aprender jugando. A través de los personajes y canciones que estos cantan, expone a los niños a valores y mensajes positivos que pueden recordar con la tonada. Hace del aprendizaje un juego, una actividad mucha más divertida si se la acompaña con música y personajes que los niños aman, como por ejemplo la utilización de este programa de sus distintos animales protagónicos para incitar a los chicos a realizar actividad física, imitando las maneras de comportarse de estos personajes.

La idea de implementar mensajes y valores positivos en los niños de manera un tanto subliminal mientras ellos se concentran en la trama y la visual de los personajes es una idea que se viene utilizando mucho más en los últimos tiempos, y una idea que debería seguir implementándose en generaciones futuras.

Si bien las animaciones analizadas cuentan con un gran equipo detrás para ser logradas, equipo en el cual cada persona tiene un rol distinto y se ocupa de un área en particular, el presente trabajo intenta brindar una idea general a la persona inspirada a construir una pieza de animación completa de manera independiente, sea o no de corta duración como los shows analizados. Se pretende que la presente investigación se utilice como un muestrario de temas qué criterios se deben cumplir para captar con éxito la atención de en niños de 2 a 8 años a la hora de realizar una animación para los medios audiovisuales desde el punto de vista del diseño multimedia, las razones por las que se las debe

considerar y qué aspectos son más importantes en comparación con los que solamente se recomiendan y pueden parecer más opcionales. El hecho de saber a qué público en particular se quiere dirigir el trabajo, qué características posee este público tanto físicas como generacionales, escuchar su devolución aunque sean pequeños, saber interpretar a qué responden de manera positiva y negativa, y brindar una amplia variedad de espacios en los que se puedan desarrollar de manera interactiva, para que el resultado de la animación realizada sea próspero e incite a crear más contenido, sea de manera relacionada o con nuevos proyectos en mente del realizador.

Lista de Referencias Bibliográficas

- Abeledo, Y. (2011). *Teoría del Color para Diseñadores: Una Guía*. Manuscrito no publicado.
- Allers, R. y Minkoff, R. (1994). *El Rey León*. [DVD] Burbank: Walt Disney Feature Animation.
- AmayaKids (2017) *Fairy Tales ~ Children's Books, Stories and Games* [Aplicación Móvil]. Bélgica: AmayaKids
- Astley, N. y Baker, M. (2004-). *Peppa Pig*. [Serie de televisión]. Toronto: Entertainment One.
- Bergeron, B. y Paul, D. (2000). *Camino Hacia el Dorado*. [DVD]. Glendale: DreamWorks Animation Studios.
- Bocquet, B. (2011-). *El Increíble Mundo de Gumball*. [Serie de televisión]. Londres: Cartoon Network Development Studio Europe
- Carrier, E. (27 de Octubre de 2017). La red nuestra de cada día [Posteo en Blog]. Disponible en: <http://www.comentariosblog.com.ar/2017/10/27/la-red-nuestra-de-cada-dia/>
- Cataldi, Z. y Dominighini, C. (2015). La generación millennial y la educación superior. Los retos de un nuevo paradigma. *Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales*. 12 (19), 14-21.
- Chapman, B. y Hickner, S. (1998). *El Príncipe de Egipto*. [DVD]. Glendale: DreamWorks Animation Studios.
- Correa, V., Estupiñán, L., García, Z., Jiménez, O., Prada, L., Rojas, A., Rojas, S. y Cristancho, E. (2007). Percepción visual del rango de color: diferencias entre género y edad. *Revista Med*, 15 (1), 7-14.
- Crossley, L. (2015). Peppa Pig conquers the world by smashing billion dollar US sales barrier - and her empire is set to DOUBLE in next five years. *Mail Online*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-3089119/Peppa-Pig-conquers-world-smashing-billion-dollar-sales-barrier-empire-set-DOUBLE-five-years.html>
- Dillon, J. (2018) Generación Alpha: por qué estos nativos digitales puros influyen en las decisiones de consumo familiar. *Infobae*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.infobae.com/tendencias/2018/01/12/generacion-alpha-por-que-estos-nativos-digitales-puros-influyen-en-las-decisiones-de-consumo-familiar/>
- Dirección de Difusión y Extensión Universitaria (30 de Mayo de 2017). *Animación, ¿una opción pedagógica?* [Posteo en Blog]. Disponible en: <http://difusionfractal.upnvirtual.edu.mx/index.php/blog/328-animacion-una-opcion-pedagogica>

- Docter, P. y Del Carmen, R. (2015). *Intensa-mente* [DVD]. Emeryville: Pixar Animation Studios
- Dorsey, J. (2015). *What do we know about the generation after millennials?*. [Videoconferencia]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4f16o9Q0XGE&list=WL>
- Echeburúa, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*. 22 (2), 92-93.
- FBE (2018a). *Kids React to Animaniacs (25th Anniversary)*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=gsqYp3mDabl>
- FBE (2018b). *Kids React to Lucas the Spider*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Xq8aXKNtpFE>
- Fernandez, C. (2010). *Cristina Fernández presentó el programa Conectar Igualdad.com.ar* [Videoconferencia]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=5rN-RvEeMYI>
- Friedersdorf, C. (2019). An Internet for Kids. *The Atlantic*. Disponible en: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/04/ban-kids-internet/586729/>
- García, F., Portillo, J., Romo, J. y Benito, M. (2007). Nativos digitales y modelos de aprendizaje. En SPDECE
- Gareca Hurtado, F. (2011). *Teoría y Práctica del Color*. Cuenca: S.E.
- González, I. (20 de julio de 2018). *Would you rather play a game with multiple endings or a game with just one ending? Which is better?* [Posteo en blog]. Disponible en: <https://www.quora.com/Would-you-rather-play-a-game-with-multiple-endings-or-a-game-with-just-one-ending-Which-is-better>
- Grobar, M. (2017). 'Loving Vincent' Director Hugh Welchman Trained An Army Of Oil Painters For The First Fully-Painted Feature Film. *Deadline*. [Revista en línea] Disponible en: <https://deadline.com/2017/12/loving-vincent-hugh-welchman-oscar-animation-interview-1202223171/>
- Hand, D. (Director) (1937). *Blanca Nieves y los Siete Enanos*. [DVD]. Burbank: Walt Disney Pictures.
- Hand, D. (1937). *The Making of Snow White and the Seven Dwarfs*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=B7-QaPITd-M>
- Heller, E. (2004). *Psicología del Color*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hess, F. (2019). *#YouTubeWakeUp, #ProtectOurKids* [posteo en blog]. Disponible en: <https://pedimom.com/youtube-protectourkids/>
- Kershner, I. (1980). *Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back* [DVD]. San Francisco: Lucasfilm.

- Kiverstein Gurovich, M. y Arias Baeza, C. (2010). *Sensación, significado y aplicación del color*. Chile: LFNT.
- Knowledge Adventure (2008) *JumpStart Launches First 3D Virtual World for Preschoolers*. Recuperado el 12 de Mayo de 2008 de <http://www.jumpstart.com/aboutus/press-releases/jumpstart-launches-first-3d-virtual-world-for-preschoolers>
- Kobiela, D. y Welchman, H. (Directores) (2017). *Loving Vincent*. [DVD]. Sopot: BreakThru Productions.
- Lasseter, J. (1995). *The Making of Toy Story*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=1VdERcRJ3jI>
- Lasseter, J. (Director) (1995). *Toy Story*. [DVD]. Emeryville: Pixar Animation Studios.
- Lasseter, J. (Director) (1999). *Toy Story 2*. [DVD]. Emeryville: Pixar Animation Studios.
- Listick, B. (1991) *JumpStart* [CD-Rom] Los Ángeles: Knowledge Adventure
- Mayer, R. y Moreno, R. (2002). Animation as an Aid to Multimedia Learning. *Educational Psychology Review*, 14 (1), 87-99.
- McCrindle, A. (2017), Generación Alfa: Entrevista con Ashley Fell. [Posteo en Blog]. Disponible en: <https://mccrindle.com.au/insights/blogarchive/generation-alpha-qanda-with-ashley-fell/>
- Meagher, J. (2014). How Peppa Pig took over the world. *Independent*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.independent.ie/life/family/learning/how-peppa-pig-took-over-the-world-30309314.html>
- Montesano, E. (2014), *Animación y TV* [Proyecto de Graduación]. Buenos Aires. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectograduacion/archivos/3103.pdf
- Morales Ramos, L. y Guzmán Flores, T. (2014). El vídeo como recurso didáctico para reforzar el conocimiento. *Memorias del Encuentro Internacional de Educación a Distancia*. 3 (1).
- Nicole1 (29 de enero de 2016). *At first it was cute, but Peppa can be very bossy and rude*. [Posteo en blog]. Disponible en: <https://www.commonsemmedia.org/tv-reviews/peppa-pig/user-reviews/adult>
- Parker, T. (Director) (2004). *Team America: World Police* [DVD]. Hollywood: Paramount Pictures.
- Parker, T. y Stone, M. (1997-). *South Park* [Serie de televisión]. Los Ángeles: Comedy Central.
- Parkins, H. (2015). *La Guardia del León: El Regreso del Rugido*. [DVD]. Burbank: Walt Disney Feature Animation.

- Perez Porto, J. y Gardey, A. (2014). Definición de Tecnofilia. [Posteo en blog]. Disponible en: <https://definicion.de/tecnofilia/>
- Petrarca, E. (2016). Meet Hatsune Miku, the Japanese Pop Star Hologram. *W Magazine*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.wmagazine.com/story/hatsune-miku-crypton-future>
- Prensky, M. (2001). Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales. *On The Horizon*. 9 (5), 1-3.
- Ravalli, M. (2016). #ChicosConectados: UNICEF presentó investigación sobre el uso de Internet y redes sociales de los chicos argentinos [Posteo en blog]. Disponible en: <http://www.onu.org.ar/chicosconectados-unicef-presento-investigacion-sobre-el-uso-de-internet-y-redes-sociales-de-los-chicos-argentinos/>
- Redevised (2016) *StoryCraft* [Aplicación Móvil]. Londres: Redevised.
- Riley, F. (2016-). *La Guardia del León*. [Serie de televisión]. Glendale: Disney Television Animation.
- Rooney, D. y LaDuca, R. (1998). *El Rey León II: El Reino de Simba*. [DVD]. Burbank: Walt Disney Feature Animation.
- Saenz Valiente, R. (2008). *Arte y técnica de la animación*. Buenos Aires: Ediciones De La Flor.
- Selby, A. (2009). *Animación, Nuevos Proyectos y Procesos Creativos*. Barcelona: Parramón Ediciones.
- Selby, A. (2013). *Animation*. Londres: Laurence King Publishing Ltd.
- Selick, H. (Director) (1993). *Nightmare before Christmas*. [DVD]. Burbank: Walt Disney Pictures.
- Selick, H. (1993). *The Making of Tim Burton's 'The Nightmare before Christmas'*. [Archivo de Video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=oRP_eeA6ncg
- Sterbenz, C. (5 de diciembre de 2015) Here's who comes after Generation Z — and they'll be the most transformative age group ever. *Business Insider*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.businessinsider.com/generation-alpha-2014-7-2?IR=T>
- Theko, K. (2018). *Meet Generation Alpha* [Posteo en blog]. Disponible en: <https://www.fluxtrends.com/meet-generation-alpha/>
- The News Minute Staff (2017). Hyderabad 12-yr-old dies while imitating fire stunt he watched on cartoon TV series. *The News Minute*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.thenewsminute.com/article/hyderabad-12-yr-old-dies-while-imitating-fire-stunt-he-watched-cartoon-tv-series-63096>
- Torres Madriñán, L. (2018). ¿Los dispositivos móviles pueden enfermar a los niños y jóvenes? (2018, Agosto 19) [11 párrafo]. *El País*. [Revista en Línea] Disponible en:

<https://www.elpais.com.co/familia/los-dispositivos-moviles-pueden-enfermar-a-los-ninos-y-jovenes.html>

Unkrich, L. (Director) (2010). *Toy Story 3*. [DVD]. Emeryville: Pixar Animation Studios.

Van Dam, S. (2013). "Animación Tradicional", *Moushon!*. N°3, Enero. Buenos Aires. Pp. 8-19. Recuperada de: https://issuu.com/moushon/docs/moushon_n_03

Videojuegos: ¿pueden volver más violentos a niños y adolescentes?. (2015, 22 de Abril). *Infobae*. Disponible en: <https://www.infobae.com/2015/04/22/1722818-videojuegos-pueden-volver-mas-violentos-ninos-y-adolescentes/>

Wells, P. (2009). *Fundamentos de la Animación*. Barcelona: Parramón Ediciones.

YouTube Kids: La innovadora app diseñada para niños de entre 2 y 8 años que permite a toda la familia disfrutar de contenidos audiovisuales independientes y seguros. (2016). Disponible en: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/canales-de-publicidad/video/youtube-kids-la-innovadora-app-dise%C3%B1ada-para-ni%C3%B1os/>

Zhou, N. (2017). Peppa Pig 'spiders can't hurt you' episode pulled off air in Australia – again. *The Guardian*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2017/sep/05/peppa-pig-spiders-cant-hurt-you-episode-pulled-off-air-in-australia-again>

Walt Disney Television (1996). *Magic English*. [VHS]. Burbank: Walt Disney Pictures.

Bibliografía

- Abeledo, Y. (2011). *Teoría del Color para Diseñadores: Una Guía*. Manuscrito no publicado.
- Allers, R. y Minkoff, R. (1994). *El Rey León*. [DVD] Burbank: Walt Disney Feature Animation.
- AmayaKids (2017) *Fairy Tales ~ Children's Books, Stories and Games* [Aplicación Móvil]. Bélgica: AmayaKids
- Aparici, R. y García Matilla, A. (1987). *Imagen, video y educación*. México: Fondo de Cultura Económica
- Aparici, R. (Ed.) (1995). *Educación Audiovisual: La enseñanza de los medios en la escuela*. Buenos Aires: Novedades Educativas.
- Astley, N. y Baker, M. (2004-). *Peppa Pig*. [Serie de televisión]. Toronto: Entertainment One.
- Battro, A. y Denham, P. (1997). *La Educación Digital*. Buenos Aires: Emecé
- Bergeron, B. y Paul, D. (2000). *Camino Hacia el Dorado*. [DVD]. Glendale: DreamWorks Animation Studios.
- Bocquet, B. (2011-). *El Increíble Mundo de Gumball*. [Serie de televisión]. Londres: Cartoon Network Development Studio Europe
- Burbules, N. y Callister, T. (2001). *Educación: riesgos y promesas de las nuevas tecnologías de la información*. Buenos Aires: Granica.
- Cabra Torres, F. y Marciales Vivas, G. (2009). Mitos, realidades y preguntas de investigación sobre los 'nativos digitales': una revisión. *Universitas Psychologica*. 8 (2), 323-338
- Cabra Torres, F. y Marciales Vivas, G. (2009). Nativos digitales: ¿ocultamiento de factores generadores de fracaso escolar? *Revista Iberoamericana De Educación*. 1 (50), 113-130.
- Cabrero, J. (1989) *Tecnología Educativa: utilización didáctica del vídeo*. Barcelona: PPV
- Cámara, S. (2008). *El dibujo animado*. Barcelona: Parramón Ediciones.
- Carrier, E. (27 de Octubre de 2017). La red nuestra de cada día [Posteo en Blog]. Disponible en: <http://www.comentariosblog.com.ar/2017/10/27/la-red-nuestra-de-cada-dia/>
- Carter, C. (2016). The Complete Guide To Generation Alpha, The Children Of Millennials. *Forbes*. [Revista en Línea]. Disponible en: <https://www.forbes.com/sites/christinecarter/2016/12/21/the-complete-guide-to-generation-alpha-the-children-of-millennials/#1951f4693623>

- Cataldi, Z. y Dominighini, C. (2015). La generación millennial y la educación superior. Los retos de un nuevo paradigma. *Revista de Informática Educativa y Medios Audiovisuales*. 12 (19), 14-21.
- Chapman, B. y Hickner, S. (1998). *El Príncipe de Egipto*. [DVD]. Glendale: DreamWorks Animation Studios.
- Correa, V., Estupiñán, L., García, Z., Jiménez, O., Prada, L., Rojas, A., Rojas, S. y Cristancho, E. (2007). *Percepción visual del rango de color: diferencias entre género y edad*. *Revista Med*, 15 (1), 7-14.
- Crossley, L. (2015). Peppa Pig conquers the world by smashing billion dollar US sales barrier - and her empire is set to DOUBLE in next five years. *Mail Online*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.dailymail.co.uk/news/article-3089119/Peppa-Pig-conquers-world-smashing-billion-dollar-sales-barrier-empire-set-DOUBLE-five-years.html>
- Desplats, M. (2010). La animación en Argentina: origen y desarrollo actual. *Catálogo de animación de Buenos Aires*. Disponible en: <https://books.google.com/books?id=Dauun9B54EYC&printsec=frontcover#v=onepage&q&f=false>
- Dillon, J. (2018) Generación Alpha: por qué estos nativos digitales puros influyen en las decisiones de consumo familiar. *Infobae*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.infobae.com/tendencias/2018/01/12/generacion-alpha-por-que-estos-nativos-digitales-puros-influyen-en-las-decisiones-de-consumo-familiar/>
- Dirección de Difusión y Extensión Universitaria (30 de Mayo de 2017). *Animación, ¿una opción pedagógica?* [Posteo en Blog]. Disponible en: <http://difusionfractal.upnvirtual.edu.mx/index.php/blog/328-animacion-una-opcion-pedagogica>
- Docter, P. y Del Carmen, R. (2015). *Intensa-mente* [DVD]. Emeryville: Pixar Animation Studios
- Dorsey, J. (2015). *What do we know about the generation after millennials?*. [Videoconferencia]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=4f16o9Q0XGE&list=WL>
- Dunning, D. (2017). What is Cut-Out Animation?. *The Houston Chronicle*. Disponible en: <http://smallbusiness.chron.com/cutout-animation-26573.html>
- Echeburúa, E. (2010). Adicción a las nuevas tecnologías y a las redes sociales en jóvenes: un nuevo reto. *Adicciones*. 22 (2), 92-93.
- FBE (2018a). *Kids React to Animaniacs (25th Anniversary)*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=gsqYp3mDabl>
- FBE (2018b). *Kids React to Lucas the Spider*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=Xq8aXKNtpFE>

- Fernández, C. (2010). *Cristina Fernández presentó el programa Conectar Igualdad.com.ar* [Videoconferencia]. Disponible en: <https://www.youtube.com/watch?v=5rN-RvEeMYI>
- Fernández Suárez, M. (2011). El uso de la animación 3D como herramienta de aprendizaje de una L2 en *Actas de las IV Jornadas Didácticas del Instituto Cervantes de Manchester*. (4, 62-71). Manchester: Instituto Cervantes.
- Ferréz, J. (1988) *Vídeo y educación*. Barcelona: Laia.
- Friedersdorf, C. (2019). An Internet for Kids. *The Atlantic*. [Revista en Línea] Disponible en: <https://www.theatlantic.com/ideas/archive/2019/04/ban-kids-internet/586729/>
- Gama Castro, M. (2010). *Animación experimental en Latinoamérica*. [Acta de diseño]. Buenos Aires. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: http://fido.palermo.edu/servicios_dyc/publicacionesdc/archivos/147_libro.pdf
- García, F., Portillo, J., Romo, J. y Benito, M. (2007). *Nativos digitales y modelos de aprendizaje*. En SPDECE
- Gareca Hurtado, F. (2011). *Teoría y Práctica del Color*. Cuenca: S.E
- Giacomantonio, M. (1979). *La enseñanza audiovisual: metodología didáctica*. Barcelona: Gili
- González, I. (20 de julio de 2018). *Would you rather play a game with multiple endings or a game with just one ending? Which is better?* [Posteo en blog]. Disponible en: <https://www.quora.com/Would-you-rather-play-a-game-with-multiple-endings-or-a-game-with-just-one-ending-Which-is-better>
- Grobar, M. (2017). 'Loving Vincent' Director Hugh Welchman Trained An Army Of Oil Painters For The First Fully-Painted Feature Film. *Deadline*. [Revista en Línea] Disponible en: <https://deadline.com/2017/12/loving-vincent-hugh-welchman-oscar-animation-interview-1202223171/>
- Greene, A. (2015). Flashback: Animated Short 'The Spirit of Christmas' Births 'South Park', *Rolling Stone Magazine*. [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.rollingstone.com/tv/videos/flashback-animated-short-the-spirit-of-christmas-births-south-park-20150709>
- Gutiérrez Martín, A. (1997). *Educación Multimedia y Nuevas Tecnologías*. Madrid: Ediciones de la Torre.
- Hand, D. (Director) (1937). *Blanca Nieves y los Siete Enanos*. [DVD]. Burbank: Walt Disney Pictures.
- Hand, D. (1937). *The Making of Snow White and the Seven Dwarfs*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=B7-QaPITd-M>

- Heller, E. (2004). *Psicología del Color*. Barcelona: Gustavo Gili.
- Hess, F. (2019). *#YouTubeWakeUp, #ProtectOurKids* [posteo en blog]. Disponible en: <https://pedimom.com/youtube-protectourkids/>
- Informe de avance de resultados 2010. (2011). *Ministerio de Educación* (2011). Recuperado en Enero de 2011 de <http://www.bnm.me.gov.ar/giga1/documentos/EL003242.pdf>
- Kershner, I. (1980). *Star Wars: Episode V – The Empire Strikes Back* [DVD]. San Francisco: Lucasfilm.
- Kiverstein Gurovich, M. y Arias Baeza, C. (2010). *Sensación, significado y aplicación del color*. Chile: LFNT.
- Knowledge Adventure (2008) *JumpStart Launches First 3D Virtual World for Preschoolers*. Recuperado el 12 de Mayo de 2008 de <http://www.jumpstart.com/aboutus/press-releases/jumpstart-launches-first-3d-virtual-world-for-preschoolers>
- Kobiela, D. y Welchman, H. (Directores) (2017). *Loving Vincent*. [DVD]. Sopot: BreakThru Productions.
- Lasseter, J. (1995). *The Making of Toy Story*. [Archivo de Video]. Recuperado de: <https://www.youtube.com/watch?v=1VdERcRJ3jI>
- Lasseter, J. (Director) (1995). *Toy Story*. [DVD]. Emeryville: Pixar Animation Studios.
- Lasseter, J. (Director) (1999). *Toy Story 2*. [DVD]. Emeryville: Pixar Animation Studios.
- Listick, B. (1991) *JumpStart* [CD-ROM] Los Ángeles: Knowledge Adventure
- Litwin, E. (Ed.) (1997). *Enseñanza e Innovaciones en las Aulas para el Nuevo Siglo*. Buenos Aires: El Ateneo.
- Litwin, E. (Ed.) (2005). *Tecnologías educativas en tiempos de Internet*. Buenos Aires: Amorrortu
- Martínez Sánchez, F. (1991) *Configuración de los vídeos didácticos*. Madrid: Anaya.
- Mayer, R. y Moreno, R. (2002). Animation as an Aid to Multimedia Learning. *Educational Psychology Review*, 14 (1), 87-99.
- McCrinkle, A. (2017), Generación Alfa: Entrevista con Ashley Fell. [Posteo en Blog]. Disponible en: <https://mccrinkle.com.au/insights/blogarchive/generation-alpha-qanda-with-ashley-fell/>
- Meagher, J. (2014). How Peppa Pig took over the world. *Independent*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.independent.ie/life/family/learning/how-peppa-pig-took-over-the-world-30309314.html>

- Medios Audiovisuales: Animación en el aula (2011). *Ministerio de Educación* (2011). Buenos Aires: Melenzane S.A.
- Medrano, G. (1993) *Las nuevas tecnologías en la formación*. Madrid: Eudema.
- Montesano, E. (2014), *Animación y TV* [Proyecto de Graduación]. Buenos Aires. Facultad de Diseño y Comunicación. Universidad de Palermo. Disponible en: https://fido.palermo.edu/servicios_dyc/proyectorgraduacion/archivos/3103.pdf
- Morales Ramos, L. y Guzmán Flores, T. (2014). El vídeo como recurso didáctico para reforzar el conocimiento. *Memorias del Encuentro Internacional de Educación a Distancia*. 3 (1).
- Nicole1 (29 de enero de 2016). *At first it was cute, but Peppa can be very bossy and rude*. [Posteo en blog]. Disponible en: <https://www.commonsensemedia.org/tv-reviews/peppa-pig/user-reviews/adult>
- Núñez, P. (7 de Enero de 2011). Quién es quién en la animación local. *Haciendo Cine*. [Revista en línea]. Disponible en: <http://www.haciendocine.com.ar/node/12756>
- Parent, R. (2012). *Computer animation, Algorithms and Techniques (3ª ed.)*. Waltham: Morgan Kaufmann Imprint.
- Parker, T. (Director) (2004). *Team America: World Police* [DVD]. Hollywood: Paramount Pictures.
- Parker, T. y Stone, M. (1997-). *South Park* [Serie de televisión]. Los Ángeles: Comedy Central.
- Parkins, H. (2015). *La Guardia del León: El Regreso del Rugido*. [DVD]. Burbank: Walt Disney Feature Animation.
- Pérez Porto, J. y Gardey, A. (2014). Definición de Tecnofilia. [Posteo en blog]. Disponible en: <https://definicion.de/tecnofilia/>
- Petrarca, E. (2016). Meet Hatsune Miku, the Japanese Pop Star Hologram. *W Magazine*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.wmagazine.com/story/hatsune-miku-crypton-future>
- Pisarski, C. (2 de Febrero de 2015). La Animación como estilo educativo. [Posteo en Blog]. Disponible en: <http://www.pedalogia.com/metodo-y-actividades/animaciones-educativas/>
- Piscitelli, A. (2008). Nativos Digitales. *Contratexto*. 1 (16), 43-56.
- Prensky, M. (2001). Nativos Digitales, Inmigrantes Digitales. *On The Horizon*. 9 (5), 1-3.
- ¿Puede ser Argentina el Pixar de América Latina? (2012). *BBC Online*. Disponible en: http://www.bbc.com/mundo/noticias/2012/12/121130_argentina_metegol_animacion_vs

- Ravalli, M. (2016). #ChicosConectados: UNICEF presentó investigación sobre el uso de Internet y redes sociales de los chicos argentinos [Posteo en blog]. Disponible en: <http://www.onu.org.ar/chicosconectados-unicef-presento-investigacion-sobre-el-uso-de-internet-y-redes-sociales-de-los-chicos-argentinos/>
- Redevised (2016) *StoryCraft* [Aplicación Móvil]. Londres: Redevised.
- Riley, F. (2016-). *La Guardia del León*. [Serie de televisión]. Glendale: Disney Television Animation.
- Rooney, D. y LaDuca, R. (1998). *El Rey León II: El Reino de Simba*. [DVD]. Burbank: Walt Disney Feature Animation.
- Sáenz Valiente, R. (2008). *Arte y técnica de la animación*. Buenos Aires: Ediciones De La Flor.
- Selby, A. (2009). *Animación, Nuevos Proyectos y Procesos Creativos*. Barcelona: Parramón Ediciones.
- Selby, A. (2013). *Animation*. Londres: Laurence King Publishing Ltd.
- Selick, H. (Director) (1993). *Nightmare before Christmas*. [DVD]. Burbank: Walt Disney Pictures.
- Selick, H. (1993). *The Making of Tim Burton's 'The Nightmare before Christmas'*. [Archivo de Video]. Recuperado de: https://www.youtube.com/watch?v=oRP_eeA6ncg
- Sterbenz, C. (2015). Here's who comes after Generation Z — and they'll be the most transformative age group ever. *Business Insider*. [Revista en Línea]. Disponible en: <https://www.businessinsider.com/generation-alpha-2014-7-2>
- Theko, K. (2018). *Meet Generation Alpha* [Posteo en blog]. Disponible en: <https://www.fluxtrends.com/meet-generation-alpha/>
- The News Minute Staff (2017). Hyderabad 12-yr-old dies while imitating fire stunt he watched on cartoon TV series. *The News Minute*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.thenewsminute.com/article/hyderabad-12-yr-old-dies-while-imitating-fire-stunt-he-watched-cartoon-tv-series-63096>
- Torres Madriñán, L. (2018). ¿Los dispositivos móviles pueden enfermar a los niños y jóvenes? (2018, Agosto 19) [11 párrafo]. *El País*. [Revista en Línea] Disponible en: <https://www.elpais.com.co/familia/los-dispositivos-moviles-pueden-enfermar-a-los-ninos-y-jovenes.html>
- Unkrich, L. (Director) (2010). *Toy Story 3*. [DVD]. Emeryville: Pixar Animation Studios.
- Van Dam, S. (2012). *Moushon!*. N°1, Julio, Buenos Aires. Recuperada de: <https://issuu.com/moushon/docs/moushon>

- Van Dam, S. (2012). "Técnica Cut-Out", *Moushon!*. N°2, Julio. Buenos Aires. Pp. 8-18. Recuperada de: https://issuu.com/moushon/docs/moushon_n_02
- Van Dam, S. (2013). "Animación Tradicional", *Moushon!*. N°3, Enero. Buenos Aires. Pp. 8-19. Recuperada de: https://issuu.com/moushon/docs/moushon_n_03
- Van Dam, S. (2013). *Moushon!*. N°8, Agosto, Buenos Aires. Recuperado de: https://issuu.com/moushon/docs/moushon__n8
- Videojuegos: ¿pueden volver más violentos a niños y adolescentes?. (2015, 22 de Abril). *Infobae*. [Revista en Línea]. Disponible en: <https://www.infobae.com/2015/04/22/1722818-videojuegos-pueden-volver-mas-violentos-ninos-y-adolescentes/>
- Villa, S. y Portela, A. (2009). Cine de Animación en Argentina, *Revista de Artes*. [Revista en Línea]. Disponible en: <http://www.revistadeartes.com.ar/revistadeartes12/animacion-argentina.html>
- Viñas, M. (29 de Mayo de 2012). La animación como ayuda en el aprendizaje multimedia. [Posteo en blog]. Disponible en: <https://www.totemguard.com/aulatotem/2012/05/la-animacion-como-ayuda-en-el-aprendizaje-multimedia/>
- Wells, P. (2009). *Fundamentos de la Animación*. Barcelona: Parramón Ediciones.
- YouTube Kids: La innovadora app diseñada para niños de entre 2 y 8 años que permite a toda la familia disfrutar de contenidos audiovisuales independientes y seguros. (2016). Disponible en: <https://www.thinkwithgoogle.com/intl/es-es/canales-de-publicidad/video/youtube-kids-la-innovadora-app-dise%C3%B1ada-para-ni%C3%B1os/>
- Zhou, N. (2017). Peppa Pig 'spiders can't hurt you' episode pulled off air in Australia – again. *The Guardian*. [Revista en línea]. Disponible en: <https://www.theguardian.com/tv-and-radio/2017/sep/05/peppa-pig-spiders-cant-hurt-you-episode-pulled-off-air-in-australia-again>
- Walt Disney Television (1996). *Magic English*. [VHS]. Burbank: Walt Disney Pictures.