

Filosofía Para Niños

Un trabajo acerca de los medios masivos de comunicación realizado por los chicos de segundo ciclo en el taller de filosofía para niños, coordinado por el profesor Maximiliano Butera, fue presentado en el IV seminario internacional de filosofía para niños en Bogotá, Colombia.

El avance de Filosofía para Niños en el mundo, ha propiciado la comprensión de la filosofía como práctica de pensamiento que supera la enseñanza tradicional en la que las actividades pedagógicas y filosóficas se centran principalmente en la historia del pensamiento occidental.

La propuesta de Filosofía para niños ha contado con una importante acogida no sólo de filósofos sino de profesionales de distintas disciplinas que han encontrado un camino propicio para la formación de habilidades sociales y del pensamiento tales como la reflexión, la autonomía y el diálogo orientados a la formación de valores para la convivencia democrática. Dentro de los alcances del trabajo en esta propuesta está la configuración del mismo como un proyecto de educación filosófica que posibilita en los participantes la puesta en práctica del filosofar en torno a una metodología dialógica y metacognitiva llamada la comunidad de indagación.

Uno de los espacios que se ha ido consolidando en Latinoamérica como un referente importante para el avance de filosofía para niños en tanto proyecto de educación filosófica que posibilita la construcción social y el desarrollo del pensamiento es el SEMINARIO INTERNACIONAL DE FILOSOFÍA NIÑOS organizado en Colombia. Dicho evento va en su cuarta versión y ha contado con la participación nacional e internacional de reconocidos autores en el tema, además de la presencia de instituciones y entidades que vienen construyendo la propuesta en sus respectivos contextos. De esta manera, la cuarta versión de este Seminario Internacional pretende avanzar en la reflexión, estudio e investigación acerca de la pertinencia social del proyecto Filosofía para Niños esta vez desde las categorías democracia, diálogo y participación.

La experiencia filosófica llamada “Aprender a pensar en medio de los medios de comunicación” fue aprobada y presentada durante el mes de octubre en el IV seminario internacional de filosofía para niños “Democracia, Diálogo y Participación” organizado por la Universidad Minuto de Dios, en la ciudad de Bogotá.



Consideramos que el espacio de filosofía para niños debe permitir cuestionar, revisar, reconocer, comprender cada escenario social particular procurando procesos de de-construcción y reconstrucción de lo vivido en cada niño/niña. La función de la escuela no es solo transmitir, sino reconstruir el conocimiento experiencial, proponer nuevos conocimientos, reconociendo que hay alumnos y alumnas que llegan a la escuela habiendo visto el mundo sólo por la televisión.



La idea es que cada niño pueda construir y fortalecer su pensamiento propio a través de un encuentro con el de los demás. En otros términos, buscamos colaborar con la construcción de una subjetividad singular, en el marco de un trabajo comunitario.

Además, el profesor Maximiliano participó como invitado por la Universidad de Caldas-Colombia junto con la experta Angélica Sático, coordinadora del Proyecto Noria (España), en el primer encuentro pedagógico “La formación del maestro en el programa de filosofía para niños”, realizado para las Escuelas Normales Superiores de Caldas. El profesor también realizó diferentes actividades académicas en la Universidad con el grupo de investigación “maestros y contextos” que despliegan el proyecto de filosofía para niños en el departamento de Caldas con el objetivo de formar y perfeccionar a los docentes en la disciplina.



A continuación compartimos una síntesis de la fundamentación del trabajo y su procedimiento en el aula:

1.1. Los medios de comunicación

La presencia de los medios de comunicación en la vida cotidiana tanto de adultos como de chicos es indudable. También lo es el hecho de que esa presencia ha ocasionado interminables discusiones en lo que su carácter benéfico o perjudicial refiere. Que las perspectivas sean numerosas y contradictorias no implica que la discusión sea estéril. Al contrario, en esa variedad podemos ir aproximándonos a la postura que consideremos más acertada. Por ellos vamos a introducirnos, al menos brevemente, en esa discusión.

El entorno en el que los chicos entran en contacto con un medio de comunicación no es, por lo general, la escuela. A la escuela llevan la inquietud en relación con lo que recibieron del medio (sea para plantearla al docente, para comentarla en secreto con algún compañero o para rumiarla en la soledad del banco de clase) pero, salvo el caso de la computadora y de algún video, es muy difícil que los chicos estén siendo receptores de un medio masivo en el ámbito escolar.

Esto hace que nuestro papel como educadores quede restringido a qué hacer con los efectos que los medios producen en los chicos, dejando el tema de como administrar la recepción en manos de sus familiares.

Indudablemente sería fructífero organizar en la escuela, encuentros con los familiares de los chicos para realizar una suerte de taller de “educación de la mirada” en la que los propios adultos pudieran analizar su relación con los medios y, posteriormente, intentar delinear estrategias conjuntas al respecto de la relación medios-chicos. Porque, insistimos, son los familiares los que podrían actuar en el momento de contacto del niño con el medio.

Los medios indudablemente conforman nuestro habitat, guionizan infancias y adolescencias, estableciendo valores y patrones respecto de las formas dominantes de cómo debemos relacionarnos, definiendo cuáles son los deseos, los juegos y juguetes que se deben consumir, como hay que vestirse o alimentarse y que estrategias servirán para convencer a los padres y a otros adultos de la necesidad de obtenerlos. Mostrando aquello de lo que hay que cuidarse, o lo que puede ser peligroso, el temor al otro desconocido, alertando sobre una colección inagotable de miedos. Podríamos aseverar que los medios son tanto nuestro medioambiente como un particular tipo de “miedoambiente”.

Nuestra intención es que podamos tomar distancia, hacernos preguntas sobre lo que se presenta como certeza absoluta, discutir aquello que se nos impone como natural o que parece tornarse habitual, en tanto siempre se trata de algo que ha sido construido por un grupo de personas, en un tiempo y contextos concretos. Dicha ejercitación crítica y creativa es una manera de poner en juego nuestra condición de ciudadanos activos y también de revisar nuestras concepciones y prácticas como docentes.

1.2. Vivimos en un estado de televisión

La TV está reemplazando y, a veces, contrarrestando ámbitos de formación que tradicionalmente han venido cubriendo la familia y la escuela.

La TV se ha convertido en un importante instrumento de educación informal con un vasto campo de incidencia y responsabilidad en el ámbito de la formación de jóvenes generaciones.

Cuando los medios “educan” lo hacen manipulando la información, simplificando, acelerando para no dejar tiempo a la reflexión, silenciando lo que no les conviene que se difunda, descontextualizado

Los medios y singularmente la TV presentan con frecuencia valores y comportamientos que van en contra de lo que el sistema educativo defiende y pretende enseñar. Los niños observan y aprenden por imitación e identificación con los modelos más valorados de su entorno. La tv hace de escaparate que facilita el contacto con esos modelos, erigiéndose en uno de los elementos de la sociedad actual que tiene un papel más preponderante en los cambios conductuales infantiles y juveniles. Esa hiper-mediatización los priva de vivencias de primera mano y los deja a merced de experiencias vicarias.

La TV acaba convirtiéndose en un instrumento que crea una realidad. Pero la televisión no solo produce realidad, sino un hiperrealidad, una realidad que es más real que lo real. Con esta expresión paradójica se quiere señalar, entre otras cosas, que la realidad cotidiana ha quedado devaluada en su confrontación con su doble mediático. Es en la pantalla donde el amor, el peligro, la alegría, la belleza, “son lo que deberían ser”. Por eso en la vida de todos los días –siguiendo esta interpretación- la gente se empeña en vivir imitando en la máxima medida a la televisión.

La hiperrealidad se percibe también en la búsqueda de legitimación de la existencia a través de la televisión. Si una protesta social no es televisada, no existe; si un candidato político no frecuenta el medio, “no lo conoce nadie” (del mismo modo que un producto comercial que no tiene publicidad: se vencerá en la góndola sin que nadie “lo vea”)

No todo lo que llega a un niño a través de un medio de comunicación tiene las mismas características. Esto nos obliga a establecer alguna distinción para su tratamiento:

a) Programas supuestamente para adultos que acceden ocasionalmente o recurrentemente los niños (noticieros, películas, shows)

Hay una idea muy difundida desde la que se sostiene que no permitirles a los chicos ver programas para adultos (especialmente los noticieros) es dejarlos al margen de la realidad. Supuestamente esto los perjudicaría ya que al toparse con la realidad sufrirían un impacto mayor que si se les hubiera permitido conocerla con anterioridad mediante la pantalla. No hay que olvidar, sin embargo, que lo que se muestra es, a lo sumo, una parte de la realidad (enfocada desde un perspectiva y unos intereses determinados) que nunca es suficiente para dar cuenta cabal de la realidad. No hay dudas de que la mayor parte de lo que sucede en la vida no es mostrado en la televisión ¿Por qué identificar, entonces, lo que se muestra con la realidad?

Un caso especial para atender es el de las noticias que pueden provocar un temor excesivo en los chicos. Pensemos, como adultos, hasta qué punto conviene que los chicos las vean. ¿Qué le aporta saber que sucedió algo así? ¿Pensamos en qué subjetividad puede ir construyendo un chico al ver esas imágenes?

La proliferación de la información en detrimento de la posibilidad de conocimiento. La priorización de las respuestas sobre las preguntas. La información les llega a los chicos como una respuesta a una demanda que, en realidad, nunca llega a tener lugar.

Es fundamental que los chicos puedan preguntarse acerca de la información que reciben, y que no la tomen acríticamente. Una falacia que conviene explicitar aquí es la de apelación a la autoridad. Para demostrar la verdad de un enunciado no alcanza con indicar la fuente, sino que hay que exhibir los argumentos que lo apoyan. Por ello es importante que los niños puedan ver que toda puesta en circulación de una información tiene un autor, que implica siempre una selección, que responde a intereses determinados.

b) Publicidades

Desde hace décadas quienes crean los mensajes publicitarios parecen haber elegido a los chicos como destinatarios. En relación con las publicidades es importante tener en cuenta: su fomento de adhesión acrítica, el desprecio por la verdad, la idea de lo que es más publicitado es lo mejor.

2. Procedimientos en la experiencia filosófica

Aquí, vamos a concentrarnos en el trabajo que podemos realizar en el aula. En este sentido, el acento, estará colocado, por un lado, a ver como reflexionar con los chicos tomando lo que ellos traigan –sea como referencia directa, sea como modismos adquiridos- y, por otro, a diseñar actividades para que puedan ejercitarse el empleo de las herramientas ligadas a las dimensiones del pensamiento crítico, creativo y sensible que les permitan conformar un a subjetividad fuerte y menos permeable a algunos mensajes.

Sesión 1.

Elección de temas y selección de la perspectiva desde la cual enfocar la discusión.

Sesión 2

Se realizó un juego llamado ¿Quién soy? Se les pegó en la zona de la espalda una imagen con un personaje famoso. Los chicos, mezclándose, mediante preguntas (una por compañero) tenían que averiguar qué personaje famoso eran. La duración de la actividad fue de 10min.

Posteriormente, ya descubierta su nueva identidad y sentados en ronda, los chicos tenían que armar relaciones con los otros personajes famosos pensando que tenían en común,

Luego se pensó cuál era el medio para conseguir ser famoso y analizamos cuál de esos medios es el mejor para ese fin y cuáles son los criterios para esa elección.

Por último, hicimos un ejercicio de empatía, es decir, intentamos posicionarnos en una perspectiva ajena, tratando de ver, de sentir, las cosas como la vivencia otro y que escriban una página que imaginan que esa persona escribió anoche en su diario.

Plan de discusión. ¿Te gustaría salir en televisión? ¿Haciendo qué?

Sesión 3

Como actividad de inicio se preparó una tv y un control remoto de cartón. El chico que tuviera el control remoto tenía que invitar a un compañero o compañera a ver un programa de tv y dar la razón de la elección de ese programa.

Posteriormente, se les entregó una historieta de Liniers llamada "Macanudo" en la que se lee la leyenda "Salgo en televisión, luego existo". El trabajo que se propuso fue el de interpretar y analizar el texto.

Posteriormente se pasó a armar un plan de discusión sobre la televisión. Algunas de las preguntas que los chicos pensaron fueron las siguientes:

¿Por qué hay programas no aptos para niños?

¿Por qué nosotros queremos ver algunos programas no aptos para chicos?

¿Por qué a veces cuando nuestros padres nos castigan nos dejan sin ver la televisión?

¿Todo lo que la televisión muestra es verdad?

¿Cómo te imaginas un mundo sin tv?

Sesión 4.

Comenzamos conformando cuatro grupos mixtos y entregándoles unos títulos relacionados con algún tema controversial acerca de las redes sociales y se les pidió:

a) Que den su punto de vista.

b) Qué planteen alguna alternativa.

Posteriormente se les propuso que lo presenten como si fuera un noticiero. Por último se evaluaron los puntos de vista y alternativas presentados.

Al terminar la evaluación, se les propuso realizar un noticiero grupal dirigido a niños de su edad.

Acordamos comenzar a prepararlo la próxima sesión.

Sesión 5.

Luego de ver un fragmento de un noticiero se dialogó con el grupo completo las siguientes preguntas:

¿Ven noticieros de televisión (a veces, siempre, nunca)?

¿Hay noticias que les gustan?

¿Hay noticias que los asustan?

¿Creen que es bueno o no que los chicos vean noticieros de televisión?

Así, después, iniciamos los preparativos del noticiero. Elegimos un nombre, a los conductores, a las secciones. Ellos decidieron hablar de Espectáculos, Ecología, Deportes, Redes Sociales y armar un debate sobre la televisión. Luego conformaron grupos para preparar las secciones. Se realizó un puesta en común para que todos podamos pensar juntos lo que los compañeros habían preparado, entregar alguna alternativa, proponer algún cambio.

La Sesión 6.

Se concretó la producción del noticiero.

La Sesión 7.

Fue la actividad posterior a la experiencia del noticiero. Se exhibió con los chicos el noticiero NOTIMPORTA.

Luego se realizó una discusión en las que analizaron las siguientes cuestiones:

- a) Diferencias entre un noticiero televisivo y los producidos por los chicos.
- b) Nivel de representación de la realidad en los noticieros televisivos.
- c) Estrategias para interesar al espectador empleadas en los medios (y que quizá hayan utilizado en su trabajo)
- d) ¿Cuáles creen que pueden ser las ventajas y los perjuicios de que un chico no vea los noticieros? ¿Cuáles creen que puede ser las ventajas y los perjuicios de que un adulto no vea a los noticieros?

En cuanto a esto, una particularidad del producto que hablamos aquí surge de un trabajo que tenía como objetivo mucho más que ser exhibido; es decir, lo que se muestra es fruto de una labor ligada a una experiencia filosófica que se desarrolló a lo largo del proceso y culminó en un producto.