

# ¿Educación en series?

## La integración de ficciones televisivas en el currículo universitario

Julio César Mateus y Rodrigo Chávez'  
Universidad de Lima  
jmateus@ulima.edu.pe

### Resumen:

¿Se matricularía en un curso universitario basado en una serie de televisión? Hace más de 10 años que universidades extranjeras empezaron a innovar con la integración de ficciones audiovisuales en sus currículos. Con la expansión del medio televisivo y la llegada de una nueva camada de producciones cabe preguntarnos si es momento de integrar los programas de televisión como objetos de estudio académico y como ejes centrales de una asignatura. Este artículo señala algunas ventajas y posibilidades que abre la televisión en la educación superior, al tiempo que discute las condiciones necesarias para su apropiación en ese contexto.

### Palabras claves:

Hipertelevisión, Series de Televisión, Alfabetización mediática, Innovación educativa, Consumo multipantalla, Crítica televisiva, Análisis televisivo.

### Introducción

Al momento de redactar este artículo, la Asociación Civil Politai y la Facultad de Estudios Generales Letras de la Universidad Católica organizaron un conversatorio que alcanzó cierta notoriedad; no por su contenido, sino por el prejuicio académico sobre la televisión de muchos de sus circunstanciales críticos<sup>2</sup>. El evento tenía como eje la popular serie *Game of Thrones* y pretendía reflexionar sobre sus lazos con la Ciencia Política. Las ironías en las redes virtuales tenían como blanco la aparente frivolidad de utilizar ficciones con un propósito académico. ¿Es poco riguroso utilizar un programa televisivo en la universidad? ¿Somos demasiado ingenuos al valorar este medio como un recurso educativo? ¿Qué conseguimos al aliar la TV y la academia?

El ejemplo extranjero nos muestra que la iniciativa de mezclar la televisión y el contenido académico no es solo exitosa, sino también longeva. Ya en el año 2000 la editorial norteamericana "Open Court" iniciaba una colección de ensayos denominada

"Cultura popular y Filosofía"<sup>3</sup>. La idea era acercar al mundo popular la reflexión confinada al ámbito intelectual y, de paso, reivindicar algunos productos de la llamada comunicación masiva en el frente educativo. El primer título estuvo dedicado a *Seinfeld*, una de las series televisivas más famosas de todos los tiempos. En el segundo volumen, *Los Simpsons*, otro clásico contemporáneo, sirvió de inspiración para crear un curso universitario. Otro ejemplo rescatable es el de la Universidad de California en Berkeley, una de las más reputadas del mundo, que programó el 2003 la asignatura "*Los Simpsons y la Filosofía*", a través de un programa especial que promueve el diseño de cursos de extensión curricular. Confirmado el éxito de la primera convocatoria, *Los Simpsons* han inspirado hasta hoy más de una decena de seminarios, libros, artículos, eventos académicos y centenares de recursos que pululan en la web. (Waltonen & Vernay, 2010)

Si el uso de la televisión en el aula tiene antecedentes remotos, la incipiente integración de series a los currículos universitarios parece dibujar un nuevo sendero para la innovación. Se podría objetar que el éxito de una clase basada en este medio radique sólo en su novedad, pues suena lógico que cualquier referente popular que se incorpore al anquilosado currículo pueda atraer la atención del estudiante, pero lo que proponemos aquí es que los textos televisivos resultan recursos tan pertinentes y valiosos como las fuentes escritas. Nunca en la historia de la televisión se habían producido contenidos con este nivel de complejidad ni se había presenciado una capacidad inmediata para compartir opiniones, análisis y reflexiones. Por esta coyuntura, su aplicación educativa constituye una valiosa oportunidad.

Para alegar la necesidad de conectar la televisión y la academia partimos describiendo el nuevo ecosistema

1 Los autores agradecen las críticas y anotaciones de Giancarlo Sandoval sobre este artículo.

2 Más información en el enlace <http://utero.pe/2014/04/25/los-10-mejores-tuits-sobre-pucstalks/>

3 La colección, hasta hoy, supera los 80 volúmenes e incluye ensayos que vinculan la filosofía con series de televisión, películas, personajes populares, dispositivos tecnológicos y grupos de rock. Cf. <http://www.opencourtbooks.com/categories/pcp.htm>

de la llamada hipertelevisión y sus características; luego profundizamos en la naturaleza del consumo de este medio y el valor que tienen las críticas y análisis comparados en las redes sociales para, finalmente, comentar algunas condiciones necesarias para el éxito de las ficciones televisivas en el contexto universitario.

## 1. La televisión: viejos dilemas en nuevos formatos

Si la esperanza original fue crear una televisión ad-hoc para la educación, lo cierto es que tuvo más éxito aquella que no perseguía necesariamente ese propósito. La televisión, en buena cuenta, educa independientemente de sus intenciones, mientras que el mercado de tecnologías alcanza una penetración social sin precedentes propiciando simultáneos “aprendizajes invisibles” (Cobo & Moravec, 2011). En este escenario, el dique construido por la educación formal, que contiene y encausa la información, termina por inundarse ante un caudal de datos, experiencias y sensaciones, que fluye desde cada vez más fuentes extraescolares, la televisión entre ellas.

Hasta hoy, la mayor concesión que muchos espacios educativos oficiales hacían para dar la ilusión de una convivencia fraterna con los medios de comunicación, era traer sus contenidos al aula y adaptarlos a sus reglas. Dosificarlos. Evaluarlos como si se trataran de textos impresos. Presentarlos como una práctica menor o incluso como un premio especial por el “buen desempeño”. Este ejercicio de incorporar los medios es confundido gratuitamente como una innovación. En paralelo, los televisores empezaron a asentarse en el imaginario educativo y a exhibirse junto con las pizarras como tecnologías imprescindibles en el aula, sin tener aún mucha certeza de sus posibilidades pedagógicas.

El uso de la televisión como herramienta accesoria limita sus cualidades de texto complejo, menoscabándola frente los formatos legitimados del libro o la clase magistral. El analfabetismo audiovisual, sumado a la sospecha de lo televisivo como algo demasiado emocional para el gusto educativo, complicaron su integración. Pero esa innecesaria brecha entre lo emocional (ligado a los medios) y lo racional (vinculado a lo escrito), se diluye ante una nueva camada de relatos ofrecidos por la televisión. Este medio, como parte de un ecosistema que sigue una lógica evolutiva, mezcla plataformas de recepción y supera restricciones técnicas (como la de la unidireccionalidad), mientras se abre paso, entre la abundante telebasura, con contenidos mejor desarrollados.

Como señala Scolari (2008), “muchas de las mutaciones neotelevisivas se agudizaron y aceleraron a fines de los

años ‘90. Los géneros se confundieron aún más, lo informativo se terminó de diluir en lo ficcional y el mundo real acabó convertido en reality show”. Esta hibridación (o confusión) de géneros y formatos ha permitido también cierto nivel de experimentación de la que podemos beneficiarnos educativamente. Con el nuevo siglo podemos hablar de una nueva “edad de oro” de la series televisivas, basada también en un cambio industrial ligado a las nuevas tecnologías de producción y distribución que permiten expandir las opciones creativas del medio. (Cascajosa, 2005)

Entre las características de la hipertelevisión anotamos dos que creemos relevantes para nuestra propuesta: primero, la expansión compleja de personajes y formas narrativas; y segundo, las nuevas formas de consumo<sup>4</sup>.

En relación con lo primero, hay formas distintas de advertir esta complejidad. En casos como *Los Soprano*, *MadMen* o *Game of Thrones* conviven gran cantidad de personajes protagónicos gran parte del tiempo, lo que exige un seguimiento de líneas narrativas simultáneas. En otros casos, como *Lost* o *True Detective*, la complejidad viene por los saltos temporales (flashbacks y flashforwards) entre uno o varios capítulos e incluso temporadas. Estas características demandan del espectador un alto nivel de concentración e incluso habilidades cognitivas que permitan procesar mejor la información e interpretarla desde distintas miradas.

Además, a diferencia del formato autoconclusivo, característico de las *sitcoms*, cuyos capítulos pueden ser consumidos de forma independiente, otros géneros requieren un seguimiento que va más allá del capítulo singular y abarcan todo una temporada. Esto exige una lectura de largo plazo y un compromiso distinto por parte del televidente. Como si se tratara de una obra por entregas, el consumo de estas series en ocasiones es maratónico. Entre la autoconclusión (donde cada ficción se reinicia con cada capítulo) y la linealidad acumulativa se ha engendrado un formato híbrido denominado “flexi-relato”, donde conviven líneas argumentales de resolución en cada capítulo con otras que hacen de las temporadas una gran unidad narrativa. (García, 2012: 269-272)

Resulta sintomático, a propósito de lo anterior, leer la crítica de Mario Vargas Llosa, un intelectual reactivo a los productos culturales de los medios masivos, sobre la serie *The Wire*:

“Como cada episodio de *The Wire* tan endiablidamente entretenido, el espectador tiene la impresión de que, al igual que otras series, ésta también es pura diversión pasajera que se agota

4 Como el ejemplo más reciente de este fenómeno podemos mencionar a la serie animada *Rick and Morty* de Dan Harmon y Justin Roiland. El episodio *Rixty Minutes* fue estrenado a través de 109 clips de 15 segundos en Instagram el fin de semana previo a su estreno en televisión.

en ella misma. Pero no es así. La obra está llena de tesis y mensajes disueltos en la historia, que transpiran de ella e impregnan la sensibilidad de los televidentes sin que éstos lo adviertan”. (Vargas Llosa, 23 de octubre de 2011)

En segundo lugar, el consumo televisivo viene mutando a un ritmo acelerado. La antigua tesis de la pasividad del receptor no encuentra más asidero en un contexto donde los medios se hibridan e interconectan. El consumo multipantalla, por ejemplo, alude al hecho de que el usuario sostenga conversaciones simultáneas en tiempo real, con grupos de personas, mientras mira la serie a través de una laptop, un celular o una tableta. Hablamos, entre otras aplicaciones más sofisticadas, del uso intensivo de redes sociales virtuales como Twitter o Facebook que producen diálogos entre miles de seguidores y que, por cierto, sirven de indicadores para medir las reacciones de los televidentes en el momento mismo en que ocurren (propiciando, por cierto, una nueva forma de medir la audiencia)<sup>5</sup>. Sumado a esta práctica, las conversaciones se expanden hacia espacios asíncronos como los foros especializados, los wikis y otras plataformas creadas por los usuarios para enriquecer el texto original con nuevas versiones, personajes o generación de contenidos propios a partir de la serie original (y sin depender de ella).

Crear que la televisión es un producto fácil parece maximalista, cuando hoy podemos reconocer productos que destacan precisamente por su valor estético y narrativo. Según Johnson (citado en Piscitelli, 2012: 201), “este nuevo tipo de televisión parece parasitar todos los componentes cognitivos nobles asociados beatíficamente a la lectura: atención, paciencia, retención, paneo simultáneo de las líneas narrativas”.

Finalmente, es útil aclarar que la relación entre las series de televisión y la academia es bidireccional. Si bien encontramos el uso creciente de videos para discutir conceptos teóricos, es justo destacar que la base de muchos de estos programas está en la academia misma. Cada vez más guiones se inspiran en ideas, posturas y hallazgos científicos. Ejemplos notorios como *Lie to me* -basada en los trabajos de Paul Ekman sobre la comunicación no verbal- o *True Detective* -cargada de filosofía nihilista en los diálogos de Rust Cohle<sup>6</sup>-, se convierten en inmejorable vitrina para que la universidad abandone su torre de marfil. “Al fin y al cabo, todo apunta a la explicación que le dio Amit Ray a su decano para convencerle de que incluyera *Los Simpson* en sus clases: ‘Las ideas ya no se escriben en papel. Se escriben en pantallas’”. (Gimeno, 10 de abril de 2010)

## 2. El análisis y la crítica como sustento de la viabilidad académica de la TV

Vale la pena detenernos y profundizar en la naturaleza de la nueva manera de consumir televisión, pues no solo conlleva a la creación de contenidos por parte de los espectadores y críticos, sino que representa también una ventana para la generación de conocimiento por medio del análisis y la crítica televisiva.

Hasta hace algunos años, gran parte de la crítica estaba limitada al resumen de los capítulos transmitidos la noche previa y la sugerencia del autor al espectador sobre si estos merecían o no ser vistos. Hoy ese escenario ha cambiado rotundamente y se encuentran más críticos que contribuyen con el crecimiento del género gracias a la publicación de artículos de profundo contenido y análisis. Este desarrollo ha llevado a algunos a sostener que “no ha habido un mejor momento para la crítica de TV” (Zoller Seitz, 20 de agosto 2013) gracias a la complejidad que cada programa presenta y a las posibilidades que brindan las tecnologías digitales para intercambiar opiniones y contenidos referidos a los episodios. Esta coyuntura permite que el género evolucione y pase de ser un texto frívolo a uno que podría nutrir la discusión en un aula y hasta inspirar un semestre completo.

Esta posición frente a lo valioso de la crítica televisiva actual también presenta detractores, críticos que aún consideran a la TV como un género en plena adolescencia y de donde no se puede extraer nada más que un artículo de recapitulación de lo ocurrido en un episodio (Jurgen sen, 2013). A pesar de ello, Matt Zoller Seitz arguye que es precisamente la juventud del medio lo que convierte a la crítica televisiva en un fenómeno vibrante y lleno de posibilidades donde caben tanto los críticos tradicionales como los jóvenes que desde las redes sociales y los blogs analizan la televisión con detalle y utilizando todas las herramientas que les ofrece el contexto digital.

¿Qué representa este fenómeno para el tema tratado en este artículo? Sin duda un panorama más que próspero para la posibilidad de incluir a la TV en el currículo académico, pues las interacciones en las redes sociales nos dan un reflejo de lo que sería una dinámica académica.

Actualmente, los espectadores están construyendo su juicio estético frente al lenguaje audiovisual que consumen (superando, de forma autodidacta, el analfabetismo audiovisual previamente mencionado), algunos otros se nutren de las opiniones de críticos o de espectadores como ellos que producen su propio contenido técnico a

5 El ejemplo más reciente de este fenómeno se dio durante la emisión del capítulo final de la serie *How I met your mother* cuando miles de cibernautas (críticos o espectadores empedernidos) expresaron su profunda decepción por la resolución de la serie a través de sus cuentas de Twitter y Facebook mientras veían el episodio.

6 Como explica el guionista y creador de la serie Nic Pizzolatto en entrevista para The Wall Street Journal: <http://blogs.wsj.com/speakeasy/2014/02/02/writer-nic-pizzolatto-on-thomas-ligotti-and-the-weird-secrets-of-true-detective/>

partir de lo que acaban de ver. Todo esto bajo el manto de la inmediatez que ofrecen las redes sociales. A 30 minutos de haber culminado un episodio, un espectador interesado está en completa capacidad de haber leído, interiorizado, criticado y producido su propio artículo para compartirlo con un millar de cibernautas. Claro que se puede criticar este modelo y asumir que muchos de estos textos serían vacíos y poco técnicos en su contenido o, caso contrario, demasiado técnicos para el consumo de espectadores no especializados. Sin embargo, el hecho de que en este mismo universo coexistan contenidos superficiales y profundos, no mella las chances de encontrar contenido académico en reseñas y críticas televisivas en soportes digitales.

Un ejemplo claro de ello es el artículo de Charlie Jane Anders (23 de noviembre de 2013) con respecto a la relación entre la filosofía de la justicia de John Rawls y el episodio *The day of the Doctor* emitido por el 50 aniversario de *Doctor Who*. A solo 50 minutos de haber sido emitido, un espectador podía maravillarse al leer cómo uno de los dilemas del episodio se había solucionado a través de la aplicación de un principio filosófico como el velo de ignorancia de John Rawls<sup>7</sup>. Un hecho que a simple vista podría pasar desapercibido y que en el pasado habría sido expuesto años después del estreno, está ahora al alcance de todos gracias a la inmediatez del análisis publicado en las redes sociales.

Si la televisión que ahora se produce es capaz de exponer estos contenidos y si los espectadores están, no solo en la capacidad de identificarlos, sino de compartirlos en un formato más democrático, masivo e inteligible para todo quien se muestre interesado, entonces no debería existir mayor temor ni recelo frente a la posibilidad de que cursos académicos giren en torno a productos televisivos.

### 3. Las nuevas separatas audiovisuales

En el concierto académico existen tres aproximaciones sobre el uso de los medios de comunicación en el aula, enmarcados bajo la impronta de la alfabetización audiovisual o mediática<sup>8</sup>. La primera y más extendida es el aprendizaje *con* los medios, que supone la explotación de la tecnología como auxiliar didáctico. La segunda es el aprendizaje para los medios, que abarca la mirada crítica de los lenguajes, los entramados técnicos y las dinámicas que propician los artefactos tecnológicos, en tanto que para leerlos es importante conocer cómo funcionan y qué efectos producen. La tercera es el aprendizaje *en* los medios, que revisa el uso de las tecnologías como me-

dios de expresión, promoviendo el desarrollo de textos en diversos formatos más allá del escrito. Las fronteras entre estas tres entradas pueden parecer difusas y los expertos coinciden en la necesidad de integrarlas. (Ferrer y Piscitelli, 2012).

La manera tradicional de integrar un producto audiovisual consiste en proponerlo como ejemplo de los conceptos aprendidos. Este recurso, aunque básico, confirma la potencia didáctica de la imagen para “fijar” un contenido. No es lo mismo imaginar los efectos devastadores de una guerra a partir de la lectura de una crónica histórica, que por medio de una recreación hiperrealista en la pantalla. Se trata de recursos diferentes, que explotan sensibilidades distintas, ninguno superior por defecto.

Pero el trabajo con las series trasciende este formato auxiliar y nos permite una entrada inversa. Lo que esta metodología propone es utilizar la televisión para aproximarnos inicialmente al tema a través de un relato ficcional, en vez de una explicación racional. Es decir, se parte de una excusa afectiva (la inmersión del estudiante en la trama) para luego profundizar su comprensión a través de otros medios.

La Universidad de California en Irvine organizó el curso “Sociedad, Ciencia y Supervivencia: Lecciones de *The Walking Dead*”<sup>9</sup>. El objetivo, según sus creadores, fue estudiar una amplia gama de temas académicos -de la cultura popular a la salud pública- tomando como excusa un hipotético apocalipsis zombie. La metodología clásica que criticamos habría iniciado con una explicación por parte del profesor. Por ejemplo, exponer la fisonomía de un cerebro para luego presentar una escena de Rick, protagonista de esta serie, atravesando con un cuchillo la masa encefálica de algún pobre autómatas. Por el contrario, lo que esta metodología inversa (ficcional > racional) propone es adentrarse primero en el contexto de la serie y luego tratar de expresarlo lógicamente a través de argumentos y reflexiones. (Sin matar la parte divertida, por favor).

La entrada del texto emocional facilitaría el que cualquier discusión posterior resulte significativa, pues cuando existe un vínculo creado con el texto dramático se produce cierta “urgencia afectiva” por conocer más su razón. Sucede lo opuesto que cuando leemos un texto meramente abstracto con el que cuesta ligarnos porque no genera ningún vínculo emocional con el alumno. Según los creadores de la propuesta inmersiva de *The Walking Dead* la serie es más compleja que hablar de zom-

7 Este concepto indica que para poder tener un acuerdo justo, las dos partes involucradas deben actuar sin saber qué consecuencias o beneficios afrontarán ellos al final de la discusión, de modo que busquen un acuerdo equitativo y beneficioso.

8 La literatura especializada presenta una serie de conceptos que vinculan la alfabetización (o literacidad) con los medios de comunicación. Entre otros, resaltan las alfabetización audiovisual, mediática, digital e informacional. La UNESCO (2012) recomienda tratarlas de manera integrada, pues la suma de todas es la que provee al ciudadano de competencias básicas para el uso crítico de los medios.

9 Cf. <https://www.canvas.net/courses/the-walking-dead>

bies, pues les permite profundizar discusiones científicas sobre la supervivencia, el liderazgo y la adaptación a las situaciones peligrosas e inciertas.

En la misma línea tenemos el caso del curso “*Mad Men*: Medios, Géneros e Historiografía”, ofrecido por el Whitman College. La trama de *Mad Men* transcurre en una agencia de publicidad de los años ‘60 y su guión está impregnado de tópicos como el rol de la mujer en el trabajo, la persuasión en los medios de masas, el contexto político de la guerra fría y la profesionalización de la publicidad como disciplina. La mecánica es simple: se le pide a cada estudiante ver entre 2 y 5 capítulos asignados antes de cada clase y leer textos seleccionados (capítulos de libros o artículos). Como advertimos, la lectura “abre” una manera de comprender mejor a los personajes específicos de la serie. La creadora de esta propuesta, Anne Helen Petersen (8 de abril de 2014), confiesa que, al cabo de un mes, los alumnos -que casi en su totalidad ni siquiera habían visto la serie antes de matricularse- lograron una conexión evidente con los tópicos desarrollados.

El 2013 dedicamos parte del curso Educación y Comunicación, de la Facultad de Comunicación de la Universidad de Lima, a explorar posibles aplicaciones educativas de series populares, adaptadas para diversos segmentos de públicos locales. Los alumnos eligieron los programas de su preferencia y diseñaron sílabos de asignaturas que debían validar en sesiones piloto, identificando los tópicos centrales de la propuesta<sup>10</sup>:

Serie	Dirigida a...	Tópicos a desarrollar...
<i>Lost</i>	Alumnos universitarios (Estudios Generales)	Habilidades blandas (liderazgo, motivación y retórica)
<i>The Good Wife</i>	Alumnas mujeres (19-24 años)	Desarrollo de la personalidad
<i>How I met your mother</i>	Parejas jóvenes (25-30 años)	Relaciones de pareja (vínculo afectivo, financiamiento, privacidad...)
<i>The News Room</i>	Alumnos universitarios (Periodismo)	Periodismo, ética, poder político
<i>Cold Case</i>	Alumnos universitarios (Estudios Generales)	Historia Universal
<i>Braking Bad</i>	Alumnos escolares	Curso escolar de Persona, Familia y Relaciones Humanas
<i>The Mentalist</i>	Alumnos escolares	Método científico

Fuente: Elaboración propia

Con sus limitaciones, los resultados de estos proyectos nos ofrecen al menos dos lecturas. Primero, la creatividad y relativa facilidad con que los alumnos son capaces de plantear escenarios educativos a partir de referentes televisivos que les son cercanos. (Lo que confirma la tesis de los “aprendizajes invisibles”). En segundo lugar, el entusiasmo con que estos escenarios fueron recibidos por los beneficiarios. A pesar de lo anterior, también quedó claro que un tema inevitable para hacer realidad estos diseños de cursos es la voluntad institucional. Si bien las autoridades reconocen el esfuerzo por innovar, la estructura educativa formal hace poco factible la renovación de sílabos y contenidos curriculares a partir de series televisivas, al menos fue uno de los escollos con los que la mayoría de grupos se topó en la formulación de sus proyectos.

## Discusión

Superada la absurda discusión de si los medios de comunicación deben o no educar, creemos que existe, entre la oferta de la hipertelevisión, algunos productos educativamente valorables. Se trata, por tanto, de un artefacto potencialmente educativo cuya adecuada integración al sistema universitario depende de al menos tres condiciones: a) Apertura institucional; b) Flexibilidad curricular y c) Alfabetización audiovisual (que ya se comienza a construir a través del consumo y creación de reseñas y críticas en formatos digitales).

Diseñar un curso que integre o se inspire en algún producto televisivo, para empezar, no tiene sentido sin una voluntad política que lo soporte. Innovar es una tarea compleja cuando la cultura institucional no promueve la experimentación. En un escenario innovador, con los apoyos adecuados, se debe exigir que el diseño de la propuesta se realice dentro de una estrategia integral. Así también, la práctica innovadora debe ser planificada y sistematizada para proveer evidencia empírica y evaluar los resultados conseguidos.

Al mismo tiempo, es importante renovar el currículo identificando las oportunidades que nos brindan algunas series televisivas, que como hemos visto, bien pueden ser un punto de partida para la creación de asignaturas. La interdisciplinariedad de la propuesta, en este sentido, representaría un valor agregado en el diseño del sílabo. Múltiples entradas temáticas ayudan a separarnos de la mirada fragmentada con que tradicionalmente se trabajan los contenidos de una clase. Hemos visto cursos dedicados exclusivamente a series, lo cual no debe sorprender, pues también existen cursos dedicados a autores particulares o a corrientes intelectuales específicas.

4 Los resultados de las investigaciones pueden leerse en el siguiente enlace: <http://es.scribd.com/doc/191008310/%C2%BFpuede-educar-la-tele-que-no-educ>

Finalmente, un curso basado en una serie no debería racionalizar en exceso su consumo. Anular el disfrute sensitivo de una obra provocaría replicar el antiguo vicio académico de buscar siempre la razón. Para disfrutar de una serie, sin embargo, se requieren conocimientos mínimos, sobre todo en los planos técnico y estético del lenguaje audiovisual. Esto hace necesaria una capacitación previa del profesor/diseñador en la materia para poder sacarle el máximo provecho a la clase y presentar la serie como una aliada estratégica y no un complemento prescindible.

Más allá de las consideraciones mencionadas y las dificultades culturales que un proceso de cambio conllevan, no existe mayor impedimento ni razón que impida el ingreso de alguna serie de televisión a las aulas. Se trata de una oportunidad para seguir reinventando la academia y actualizar su mirada de un medio de comunicación históricamente subestimado por ella.

## Bibliografía

**Anders, Charlie Jane**

(23 de noviembre de 2013) "The great hero of Doctor Who anniversary special is... John Rawls?" io9. [en línea]  
<<http://io9.com/the-great-hero-of-the-doctor-who-anniversary-special-is-1470394088>>

**Avendaño, Tom & Santiago Gimeno**

(10 de abril de 2010) "Series cum laude". El País. [en línea]  
[http://elpais.com/diario/2010/04/10/tendencias/1270850402\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2010/04/10/tendencias/1270850402_850215.html)

**Calia, Michael**

(2 de febrero de 2014) "Writer NicPizzolatto on Thomas Ligotti and the Weird Secrets of 'True Detective'". The Wall Street Journal [en línea]  
<http://blogs.wsj.com/speakeasy/2014/02/02/writer-nic-pizzolatto-on-thomas-ligotti-and-the-weird-secrets-of-true-detective/>

**Cascajosa, Concepción**

(2005) Por un drama de calidad en televisión La segunda edad dorada de la televisión norteamericana. Comunicar: Revista científica iberoamericana de comunicación y educación. 25 (2)

**Cobo, Cristóbal & John Moravec**

(2011). Aprendizaje Invisible. Hacia una nueva ecología de la educación. Barcelona: Universitat de Barcelona.

**García, Alberto N.**

(2012) "Una máquina de contar historias. Complejidad y revolución del relato televisivo". La Televisión en España. Informe 2012. Barcelona: Ediciones Deusto pp. 267-288.

**Jurgensen, John.**

(2013) "The TV Recappers: From 'Breaking Bad' to Honey Boo Boo". The Wall Street Journal. [en línea]  
<<http://online.wsj.com/news/articles/SB10001424127887324769704579008593725664338>>

**Petersen, Anne H.**

(8 de abril de 2014) "Don Draper 101" Slate [en línea]  
[http://www.slate.com/articles/arts/culture-box/2014/04/mad\\_men\\_college\\_class\\_professor\\_teaches\\_an\\_entire\\_course\\_only\\_about\\_the.html](http://www.slate.com/articles/arts/culture-box/2014/04/mad_men_college_class_professor_teaches_an_entire_course_only_about_the.html)

**Scolari, Carlos**

(2008) "Hacia la hipertelevisión. Los primeros síntomas de una nueva configuración del dispositivo televisivo". Diálogos de la Comunicación 77: 1-9

**UNESCO**

(2012). Alfabetización Mediática e Informacional: curriculum para profesores [en línea]  
<http://unesdoc.unesco.org/images/0021/002160/216099S.pdf>

**Vargas Llosa, Mario**

(23 de octubre de 2011) "Los dioses indiferentes" El País. [en línea]  
[http://elpais.com/diario/2011/10/23/opinion/1319320811\\_850215.html](http://elpais.com/diario/2011/10/23/opinion/1319320811_850215.html)

**Waltonen, Karma, and Denise Du Vernay**

(2010). The Simpsons in the Classroom: Embiggening the Learning Experience with the Wisdom of Springfield. Jefferson, NC: McFarland.

**Zoller Seitz, Matt**

(20 de agosto de 2013) There has been no better time for TV criticism. Vulture. [en línea]  
<<http://www.vulture.com/2013/08/there-has-been-no-better-time-for-tv-criticism.html>>