

En esta versión comparamos los tres primeros grupos fónicos y los comparamos con los que se representan en la partitura del habla, vemos que la versión se ajusta al patrón, en la duración de los grupos fónicos, en las curvas de entonación con poca variación de tono, en ramas finales en cadencia y susurro al final. Alarga mucho las pausas, poca velocidad de locución y pausas muy largas. Grupos fónicos de duración regular y repetidos. Gran variación de la intensidad con caídas al final del grupo fónico muy importantes.

Y por último, también procedimos a analizar la versión propuesta por nosotros en esta investigación, que era la voz de diseño, que como recordarán fue construida a partir de la voz estable y la voz triste. Esta voz no procedía de ningún anuncio, por lo que no partíamos del análisis acústico sino de los parámetros propuestos por nosotros a partir de otras voces. No obstante teniendo en cuenta los parámetros de la voz estable y de la voz triste la representamos también en la partitura del habla y seguimos ese patrón para hacer la versión de la voz de diseño. Luego procedimos a hacer el análisis acústico de esa voz y a continuación insertamos un ejemplo de dos grupos fónicos.

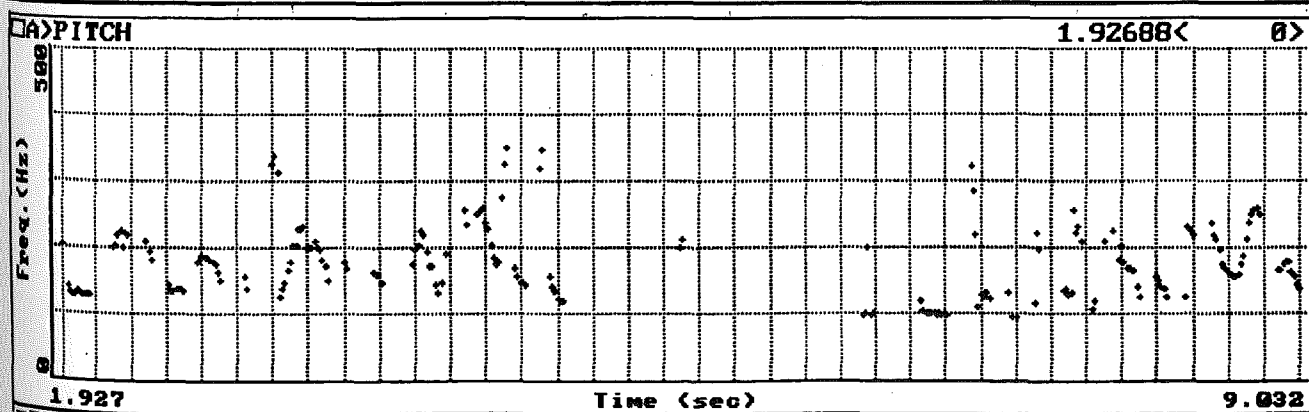
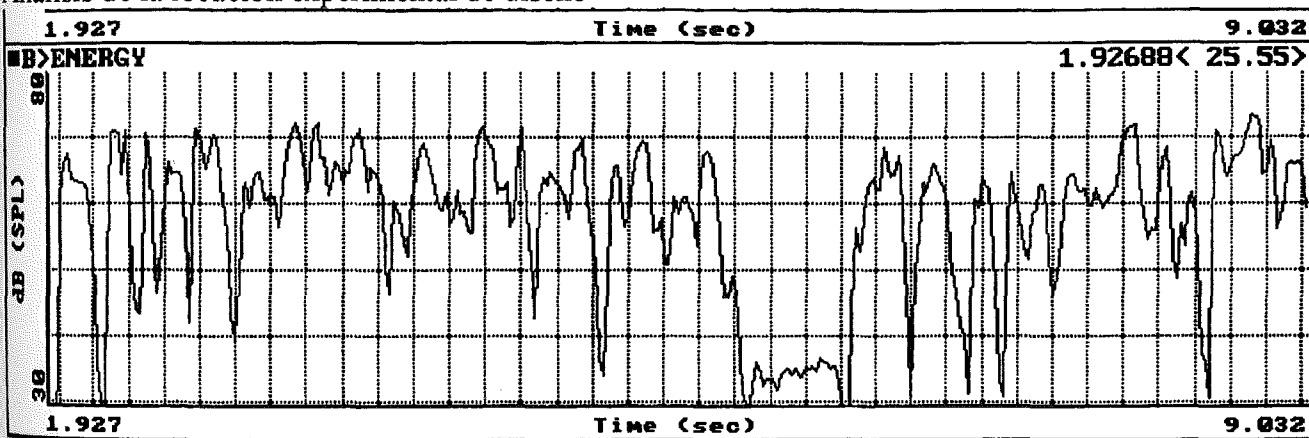
(ver representación gráfica en la pág. siguiente)

Planificación acústica previa de la locución experimental de diseño.



El más completo sabor rojo que tu mismo puedes probar elige tu supersabor tomando yogur rojo

Análisis de la locución experimental de diseño



El más completo sabor rojo que tu mismo puedes probar elige tu supersabor tomando yogur rojo

En los gráficos observamos que la intensidad es regular durante estos dos grupos fónicos, lo mismo que en la partitura del habla. Hay una cierta variación de tono. Los grupos fónicos son regulares, empiezan en anticadencia acabando en cadencias muy pronunciadas. Las curvas de entonación también son regulares y organizadas. Como en la partitura del habla, esta versión imita bastante la duración de las pausas, alargándolas, y marcando bastante los acentos. Por tanto, esta versión también la consideramos ajustada al patrón propuesto en la partitura del habla.

Así que después del análisis acústico para comprobar que las versiones se ajustaban al patrón de la partitura del habla, grabamos todas las versiones definitivas y después las editamos con las imágenes correspondientes del anuncio manipulado del yogur "danone, la mejor afición". Pero al montarlo pudimos comprobar que el anuncio era más largo que el tiempo de locución y fue por ese motivo que incluimos antes de la locución y después un fragmento de música instrumental, siempre el mismo para todas las versiones.

7.2. Planificación del experimento.

Después del doblaje y de construir dos corpus diferentes, dos cintas diferentes, una para el test y otra para el retest, es decir, había cinco anuncios, en los que se repetía todo exactamente lo mismo, la misma imagen, la misma música, pero variando los estilos de locución y también

cambiaba el color del yogur, porque cada estilo de locución se relacionaba en cada anuncio con un color diferente. Así quedó el corpus que someteríamos al juicio de los sujetos experimentales de la siguiente manera.

Por un lado teníamos las variables del estilo de locución: la voz de diseño, la voz estable, la voz dura, la voz triste y la voz alegre, y teníamos las variables de los cinco colores diferentes el rojo, el azul, el verde, el amarillo y el naranja. Para el primer visionado, que correspondía al test, establecimos el siguiente orden y relación, en una cinta de VHS:

1er orden y relación voz-color para el primer experimento (test):

ROJO. (VOZ DE DISEÑO)

AZUL. (VOZ ESTABLE)

VERDE (VOZ DURA)

AMARILLO (VOZ TRISTE)

NARANJA (VOZ ALEGRE)

Para el segundo experimento, que correspondía al re-test, cambiamos el orden de las voces y la relación de las voces con los colores, de manera que en esta segunda fase pudiéramos comprobar que los niños no habían elegido por el color, sino por la voz. Si en esta segunda fase volvían a elegir la misma voz, aunque estuviera asociada a otro color, quería decir que los niños se sienten persuadidos por la voz y no por el color. Y el corpus de esta segunda prueba quedó combinado de la siguiente manera.

2º orden y relación voz-color para el segundo experimento (re-test):

AZUL. (VOZ TRISTE)
AMARILLO (VOZ DE DISEÑO)
VERDE (VOZ ALEGRE)
NARANJA (VOZ DE DURO)
ROJO (VOZ ESTABLE)

7.2.1. Diseño del texto portador y sus contenidos semánticos.

Al pensar en las palabras y en las frases que debían vehicular los estilos de locución con sus parámetros correspondientes tomamos como referencia el mismo texto que decían los locutores para el anuncio Nintendo, para el anuncio Powers Rangers y para el anuncio Juegos Ecológicos Mediterráneo. Naturalmente el texto fue adaptado para que figurara con cada estilo de locución el color que le correspondía en el anuncio. Así el texto fue adaptado de manera que hubiera el mismo número de sílabas, de palabras, de grupos fónicos y hasta de acentos que en la locución original. El mismo procedimiento seguimos para el texto portador de la voz- 13, que aunque en un principio el texto original fue respetado al hacer el doblaje cambiando un poco el contenido semántico, al escucharlo no nos pareció adecuado y le dimos también un contenido semántico próximo al publicitario, aunque naturalmente respetando los parámetros marcados en la partitura del habla para esta voz. Y en la voz de diseño, el texto portador es muy similar al texto del anuncio Juegos ecológicos Mediterráneo, pero el locutor tenía que decir el color que correspondía cada vez a ese estilo. Luego, al hacer el doblaje fuimos ajustando el texto a la imagen, pero si sustituíamos una palabra

procurábamos que tuviera el mismo número de sílabas o acento que la original.

Por último señalar en esta construcción y descripción del texto portador , que para el diseño del contenido semántico nos hemos basado en tres ideas básicas que hemos ido repitiendo con algunas variaciones: la constante del color que deben elegir, del sabor y de la novedad del producto. Otro elemento del mensaje sonoro que hemos mantenido constante ha sido la música, que la hemos ido repitiendo para todas las versiones.

7.2.2. Diseño del test y del retest.

Después del diseño del corpus y de avanzar las variables, vamos a construir un instrumento que nos ayude a comprobar y contrastar las hipótesis de las que partimos en esta investigación. Es decir, la herramienta que nos permita comprobar si realmente la voz de los anuncios es un elemento directamente relacionado con el proceso de persuasión o por el contrario, la voz no importa, y lo que contribuye a la persuasión son otras variables del mensaje como el color, la variabilidad, etc. Es decir, trataremos de contrastar y comprobar las hipótesis sometiéndolas a pruebas empíricas y para ello crearemos la situación que nos ayudará a comprobar si nuestras hipótesis se cumplen o no, todo lo cual nos hará avanzar en el conocimiento.

Por tanto, nuestra investigación nos llevará a crear una situación de escucha y visionado del corpus en la que los sujetos experimentales (una

muestra de niños de cuatro a ocho años) podrán emitir un juicio, sobre cinco voces, cinco estilos de locución, es decir, podrán decir mediante una escala "smiling faces" si las voces de los anuncios, les gustan mucho, poco, nada o no saben. También podrán comprar, elegir en lo que llamamos el "racó de la botiga" aquellos yogurts coloreados que han visto en el anuncio. Y que están locutados con 5 estilos de locución diferentes.

Es decir, los sujetos experimentales podrán emitir un juicio sobre las voces a través de un test en el que figuran 5 variables, las voces con sus diferentes estilos de locución y los colores, permaneciendo constante la imagen, la música y el contenido semántico. Intentamos crear un entorno o situación de escucha y visionado parecido a la que los sujetos experimentales se someten cada día, cuando se ponen delante del televisor, pero no en el contexto familiar, sino en la escuela. Pero haciéndoles que se fijen en la voz, es decir, que seleccionen de entre todos los estímulos audiovisuales la voz. Les orientamos para que se olviden de todo lo demás y perciban y se fijen sólo en la voz, que está asociada cada vez a un color diferente. Y les pedimos que hagan este esfuerzo porque sabemos que toda percepción sensorial es básicamente selectiva que "la percepción no es una actividad meramente fisiológica, sino que conlleva la selección y categorización de lo percibido".(GIL, 1995: 69). El test lo pasábamos en grupos de 25 personas, que es el grupo clase de la escuela. Por tanto, podremos hablar en sentido estricto de metodología experimental que se caracteriza por la intervención del investigador realizando una cierta manipulación de los elementos a investigar y que añade además de la observación el control de algunos factores, y cuando es necesario también mide. (Cfr.LEÓN, 1988, BUNGE, 1989). La prueba será de carácter perceptivo, es decir, escuchar una voz, un estilo de locución que va inserto

en un anuncio , es decir, escuchan cada voz por separado y mediante un test en el que figuran las voces asociadas cada vez a una pegatina de un color diferente podrán emitir un juicio sobre esas cinco variables y luego en lo que llamamos "jugar a las tiendas" podrán elegir el yogur que más les ha gustado. Y que a su vez está asociado con un color de voz determinado. Es decir, el test tiene un diseño muy sencillo dirigido a niños pequeños, que quizás sea la primera vez que se ven sometidos a este tipo de pruebas. Primero se les piden los datos personales, nombre, apellidos, escuela, etc. y después se les facilitan unas hojas en las que figuran en cada una de ellas la voz que tienen que juzgar. Y cuatro casillas, en la primera aparece el signo de la interrogación, que quiere decir que después de haber oído la voz no saben qué contestar, a continuación la casilla con la cara de desagrado que quiere decir, que no les ha gustado nada la voz, luego la casilla con la cara impasible, que quiere decir, que no les ha gustado ni mucho ni poco, regular, y por último figura la casilla con la cara sonriente, que quiere decir, que les ha gustado mucho la voz que han oído. Estas caras figuran en cada hoja del test, por separado para cada voz y con la pegatina del color correspondiente, para los más pequeños, y en una hoja solamente para los más grandes, es decir, para los niños/niñas de primero y segundo de primaria. Cada voz lleva su pegatina que corresponde al color que tiene asociado en el anuncio. Así la voz de diseño está asociada primero con el color rojo, en el test y luego en el retest con el color amarillo, la voz estable está asociada con el color azul y luego con el rojo, la voz de duro está asociada primero con el color verde y luego con el color naranja, la voz triste está asociada primero con el color amarillo y luego con el color azul y la voz alegre primero está asociada con el naranja y luego con el verde. Estos voces asociadas a los yogures de colores, los han visto y han oído cada vez en los anuncios, que se los habremos pasado primero todos juntos

para que vieran y oyeran todo el material audiovisual. Después de ver y escuchar los cinco anuncios, repartíamos los test y les decíamos que tuvieran los oídos bien abiertos porque luego tendrían que rellenar el test y les pasábamos cada anuncio por separado, es decir, uno a uno para que a continuación, una vez parado el vídeo, pudieran juzgar las voces. Y pudieran poner una cruz debajo de la opción elegida: el signo de la interrogación, o una de las caras que expresan desagrado, indiferencia o agrado.

Después de esto el test tiene una segunda parte, en la que la investigadora pregunta uno a uno, es decir, niño a niño, y por orden de lista, cuál es su color preferido y qué yogur eligen, se les plantea, siguiendo "el juego de las tiendas", la siguiente situación. La investigadora coloca en "el racó de la botiga" los yogurts coloreados con rojo, azul, verde, amarillo y naranja y se les dice a los niños que ahora están en la tienda y pueden comprar uno de estos yogurts coloreados que han visto por la tele, a continuación se le pregunta al niño: ¿cuál es el color de la voz que más le ha gustado? ¿Cuál es su color preferido? y por último, ¿qué yogur compraría, o qué yogur elegiría? y anota en lo que llamamos plantilla de compra, cuál ha sido la elección de cada niño/ña. De manera que el test nos proporciona información sobre la voz que les gusta, sobre su color preferido y sobre el yogur que comprarían.

En el retest realizado unos días después a los mismos niños y en las mismas condiciones de escucha y visionado, se les cambia el orden de las voces y la asociación con el color que habían visto y oído en el test. Y se les vuelve a preguntar por la voz que más les gusta, por su color preferido y en el "juego de las tiendas" se les invita a que elijan o compren un yogur de

los que han vuelto a ver por la tele. La utilidad del retest es comprobar unos días después si los juicios de los niños sobre la voz persistía en el tiempo o cambiaban pasados unos días y también se pensó esta prueba del retest para comprobar si los niños que habían elegido un estilo de locución en el test lo habían hecho atraídos por el color o por la voz. Por eso en el retest se cambió el orden de las voces y los colores. El material audiovisual seguía siendo el mismo, pero esta segunda prueba nos ayudaría a saber si el niño que había elegido el yogur por la voz seguía en el retest eligiendo la misma voz, aunque estuviera asociada a otro color. El objetivo del experimento es comprobar mediante el test y el retest en grupos de niños/ñas el rendimiento persuasivo de cada una de las voces, y comprobar cual de las voces ligadas o no a un estereotipo es más persuasiva. Es decir, con el test queremos saber si influye o no la voz "de un anuncio. Y con el retest nos aseguramos unos días después que los juicios son coherentes en el tiempo. Asimismo, en las instrucciones previas que se les dan, tanto a los maestros como a los niños se les dice que sus respuestas deben guardarse en secreto, y que este secreto es entre la investigadora y los niños y que no lo deben decir a su compañero de manera que su juicio sobre la voz sea una opción individual, no de grupo. Es decir, se apela a su egocentrismo que en esta etapa está muy desarrollado. Al final de este trabajo de investigación, (en el anexo), figura un ejemplar del test y del retest al que sometimos a los sujetos experimentales. Cada test lleva incorporadas las instrucciones para que el maestro sepa lo que estamos haciendo y pueda colaborar también en la prueba haciendo que los niños presten atención y ayudando si es necesario en las dudas que puedan surgir durante el test o el retest. Hay que decir también que los niños han de esperar pacientemente en grupo a que les toque participar de manera individual en el juego de las tiendas, para eso contamos con la colaboración

de dos maestros/tras que están con ellos contándoles un cuento o realizando alguna actividad.

El diseño del test y del retest previamente fue consultado con varios maestros de educación infantil y primaria, que nos indicaron que los niños podían sentirse atraídos por determinados colores como el rojo, y que podían también dejarse llevar por su color preferido. Por ese motivo introdujimos además de la pregunta ¿cual es tu color de voz preferido? a continuación la pregunta de ¿cuál era su color preferido? ¿Y luego ¿qué yogur elegían?. Otra de las objeciones que nos hicieron algunos maestros fue que el test sólo tenía escritos los colores de cada voz, pero visualmente no tenía los colores a los que se asociaba cada voz, por lo que después de realizar la prueba del pretest decidimos incorporar las pegatinas de los colores a los que habíamos asociado cada estilo de locución. Las pegatinas de diferentes colores fueron colocadas junto a cada voz que tenía que ser juzgada, tanto en el test como en el re-test. También se nos objetó que algunos niños de educación infantil podrían no conocer determinados colores, por lo cual decidimos poner colores básicos y en la explicación previa al grupo clase deberíamos explicar y preguntar sobre los colores, si los conocían y sabían nombrarlos. Y a continuación realizar el test.

7.2.3. Diseño de los yogurts coloreados.

El objeto de deseo, representado en la imagen por yogurts de diferentes colores: el rojo, el azul, el verde, el amarillo y el naranja y asociados cada uno a 5 voces diferentes, cinco estilos de locución, también

fue diseñado para este experimento. Partimos del yogur de la marca "danone", que es la forma que aparece en la imagen, le suprimimos las huellas de la marca, dejando el objeto en su forma original, un envase de plástico blando. Buscamos en las tiendas de pintura el color más parecido posible y al final optamos por la siguiente marca : "decormat" que es la que se usa para trabajos escolares. Son colores acrílicos, a base de agua, mates y de alta pigmentación, secado rápido, permanentes a la luz e impermeables. Los colores elegidos para colorear los yogurts fueron el azul ultramar, el verde, el rojo fuego, el naranja y el amarillo limón. Recuerde el lector que estos yogurts coloreados con estos tonos fueron los que estaban expuestos en el juego que llamamos "el racó de la botiga" para que los niños pudieran comprarlos si querían.

Y pusimos los colores que los científicos del color consideran colores básicos, que están organizados en lo que ellos llaman el círculo de color a partir del cual se forman otros colores. Y "aunque nos encontremos muchos colores diferentes según vayamos avanzando alrededor del círculo, podemos considerar, a partir de esta forma de organizar los colores, que todos ellos consisten en varias proporciones de los cuatro colores básicos: rojo, amarillo, verde y azul" (BRUCE, 1992: 123). Así que el círculo de color está basado en cuatro colores puros: el rojo, el amarillo, el verde y el azul, nosotros en el corpus que sometimos a los sujetos experimentales incluimos por eso estos cuatro colores y el naranja que es una derivación de esos colores básicos. También sabíamos que la percepción del color es una experiencia subjetiva, privada, y que lo que para unos es azul marino, para otros es azul oscuro, o verde, porque percibimos los colores de igual modo, pero también diferimos al nombrarlos, aunque partíamos de la idea de que "los observadores con visión de color normal perciben los colores

aproximadamente de la misma forma" (BRUCE, 1992: 122). Para asegurarnos que todos sabían nombrar los colores y que todos los nombraban igual, antes de empezar el test hacíamos una serie de preguntas a los niños sobre los colores propuestos, es decir, repasábamos la lista de colores propuesta en el test.

7.3. Elección de las escuelas.

Después de preparar todos los materiales necesarios para el experimento, procedimos a la elección de las escuelas donde pasaríamos los test y los re-test. Los criterios que seguimos para elegir las escuelas donde pasar los test fueron en primer lugar que estuvieran una alejada de otra, que estuvieran los sujetos experimentales de los grupos que quería testar, que tuviera sala de audiovisuales disponible para realizar la prueba experimental y que los maestros estuvieran dispuestos a colaborar en la realización del test y del re-test. Las escuelas elegidas fueron las siguientes:

. La "Escola Llebetx" está un poco alejada del casco urbano y muy cercana al mar, situada en el municipio de Vilanova i la Geltrú (Barcelona). Una población de 50 mil habitantes, a orillas del Mediterráneo y dedicada a la pesca, la industria, el comercio y los servicios. La escuela Llebetx es una escuela pública catalana, que desde su fundación ha asumido los puntos de reivindicación por la escuela pública: es por tanto, una escuela laica,

gratuita, catalana, democrática, y abierta. Desde su fundación la Escola Llebetx forma parte de la Asociación Catalana de Mestres Rosa Sensat. Como proyecto educativo del centro destacar que la línea metodológica de la escola se orienta a que los niños /niñas sean miembros activos y críticos de nuestra sociedad. Disponen de dos salas equipadas de manera permanente para poder visionar y escuchar películas, vídeos didácticos, etc.

. La segunda escuela en que realizamos el experimento fue en la Escola "Els Xiprers" situada en el Parc de Collserola, en el Baixador de Vallvidrera. Situada en pleno corazón del parque, en plena naturaleza, y alejada del casco urbano. Es también una escuela pública, con pedagogía activa e integradora. Es asimismo una escuela laica, gratuita, catalana, democrática y abierta. Es una escuela que fomenta el espíritu crítico del alumnado para hacerlos miembros activos de la sociedad. Fomenta también el trabajo en grupo y está muy presente en el aula el uso de materiales audiovisuales y de las nuevas tecnologías. Aunque no disponen específicamente de un aula para audiovisuales, por falta de espacio, si que cualquier aula en pocos segundos puede tener instalado un magnetoscopio y un monitor para proceder a visionar o a escuchar material audiovisual, procedente de la tele o grabado en vídeo.

7.3.1. Sujetos experimentales.

Los niños que han tomado parte en el experimento son por tanto alumnos de las escuelas antes mencionadas. Y se les ha hecho la prueba en cuatro grupos de 25 niños cada grupo en :

--Educación infantil: 4-5 años. 2 Grupos de 25 niños/niñas. Se les ha hecho el test-retest. Escuela "Llebetx" y Escuela "Els Xiprers".

--Educación infantil: 5-6 años. 2 grupos de 25 niños/niñas. Se les ha pasado el test.retest. Escuela "Llebetx" y Escuela "Els Xiprers".

--Primero de primaria: 6-7 años. 2 grupos de 25 niños/niñas. Se les ha hecho el test-retest. Escuela "Llebetx" y Escuela "Els Xiprers". Previamente a los alumnos de la escuela "Els Xiprers", también, se les sometió al pre-test para poder comprobar la bondad del test y para ver si el experimento estaba bien planteado.

--Segundo de primaria: 7-8 años. 2 grupos de 25 niños/niñas. Se les ha hecho el test-retest. Escuela "Llebetx" y escuela "Els Xiprers".

Es decir, 8 grupos formados por 25 niños cada grupo se han sometido al test en dos escuelas de Catalunya, y tres días después se les ha sometido a los mismos niños al re-test. En edades comprendidas entre los 4 y los 8 años. Todos estos niños están escolarizados desde los tres años y ninguno de ellos presentaba ningún problema de audición o de percepción visual. Aunque hay que señalar que ambas escuelas tenían integradas en algunos grupos algún alumno/alumna con "síndrome de Down", lo que en algunos momentos representó en la escuela "ELs Xiprers" algunos problemas de atención y en la Escola Llebetx, sin embargo, la presencia de una niña con el mismo "síndrome" no alteró el desarrollo normal de la prueba. También hay que señalar que para la elección de los sujetos experimentales que tomarían parte en esta investigación se siguió un criterio de orden psicológico, es decir, que individualmente tuvieran la capacidad necesaria para ver y oír anuncios y para contestar las preguntas. No se siguió por tanto un criterio sociológico de muestreo.

Se eligió este grupo con edades comprendidas entre los 4 y los años, porque su nivel de seducción por los mensajes audiovisuales es muy alto, conseguimos un nivel de atención en el test del cien por cien, y porque su personalidad está en fase de construcción por lo que su capacidad de crítica o de rechazo hacia este tipo de mensajes es casi nula. Tienen una actitud muy positiva hacia todo lo que se les ofrece por la tele y si va dirigido a ellos, mejor. Por otro lado, ya han adquirido las capacidades de lenguaje y comprensión suficientes para hacerse oír y entender y pueden expresar lo que sienten o quieren verbalmente o con ayuda de signos, como la cruz. Conocen y saben nombrar los colores y su capacidad auditiva ya está desarrollada desde el útero materno, donde escuchan los latidos del corazón de la madre, su voz, los sonidos que produce su cuerpo, etc. (Cfr. TOMATIS, 1972). Son también expertos receptores de mensajes audiovisuales, nada de lo que emiten por la tele les es extraño, pues desde que nacen están expuestos al medio en su casa. Por todo ello, consideramos que nuestros sujetos experimentales están preparados para participar en esta experimento. Aunque la prueba, al participar niños tan pequeños (4-5 y 6) no tenga sus dificultades, que señalaremos al hablar del procedimiento utilizado para su realización.

7.4. Procedimiento. Realización del experimento.

En cada grupo clase y con ayuda del maestro se les explicaba a los niños que íbamos a ver y a escuchar anuncios que habían pasado por la tele.

Se les explicaba cual era el papel de la investigadora y se les pedía su colaboración, que considerábamos era muy valiosa para el trabajo que estaba realizando. Con lo cual ya se conseguía implicar de manera activa y cooperadora a los niños. Luego todo el grupo se trasladaba al aula de audiovisuales y ya se les explicaba en qué consistiría el experimento. Se les explicaba que primero verían y escucharían 5 anuncios, todo seguido. Se les pedía que tuvieran los ojos y las orejas bien abiertos, porque luego se les harían unas preguntas sobre aquello que habían visto y oído. A continuación se les explicaba en qué consistía el experimento, se les enseñaba el test con las caras y los colores y se les explicaba el procedimiento, haciéndoles diferentes preguntas para comprobar que lo habían entendido. A continuación se les facilitaba el test a cada niño o niña. Hay que señalar que la primera vez que lo pasamos para ver los problemas que tenía el procedimiento y poder solucionarlos (el pre-test) fue a un grupo de la escuela "ELS Xiprers" de 6-7 años . En ese pre-test pudimos comprobar que aunque los niños se expliquen bien verbalmente, al escribir lo hacen muy lentamente y algunos todavía tienen dificultades, por lo que optamos por pedir las listas de clase y llevarles ya el test contestado, sólo con sus datos personales. También comprobamos en el pretest que algunos niños se perdían a la hora de expresar con una cruz y debajo de la cara correspondiente su juicio sobre la voz que habían oído, por lo que decidimos orientarlos un poco más poniendo las pegatinas de los mismos colores que estaban asociados a las voces, que habían oído por la tele. De esta manera conseguimos que asociaran visualmente cada voz a un color. Después una de las preguntas específicas era ¿cuál es el color de la voz que más te ha gustado? Así que a partir del pretest se diseñó ya el test definitivo, con los datos personales de cada alumno y con los colores asociados a cada voz.

Las hojas del test mejorado y definitivo se les entregaba diciendo en voz alta el nombre del niño. Se les preguntaba si estaban preparados para ver y oír anuncios, se ponía el vídeo en marcha y se les preguntaba si lo veían y oían bien, y procedíamos a ver y a escuchar, anuncio por anuncio. La situación de escucha era parecida a la que adoptan los niños cuando ven la tele. Es decir, era a una distancia parecida. Se situaban en una dirección frontal, es decir, la tele la tenían enfrente y se les preguntaba si la veían y oían bien, antes de proceder a la prueba. Y aunque en la sala de audiovisuales solían estar callados, había el ruido ambiente de la escuela. Cada anuncio duraba unos 45 segundos. Cuando lo habían visto y escuchado parábamos el vídeo y se les pedía que buscaran el color que había salido por la tele en el test y que pensaran si les había gustado mucho la voz debían poner una cruz debajo de la cara sonriente, si no les había gustado la voz debían poner una cruz debajo de la cara triste, si les había gustado " chip-chap", es decir, regular, debían poner la cruz debajo de la cara que no expresaba nada y si no sabían qué responder debían poner la cruz debajo del signo de interrogación.

Después de haber visto y oído los cinco anuncios abandonaban la sala de audiovisuales y se les anunciaba que ahora íbamos a jugar a las tiendas donde podrían comprar uno de los yogures que habían visto por la tele. Los niños permanecían en su clase realizando alguna actividad y la investigadora llamaba al primero de la lista y sentado en otra clase cercana a la que estaban los demás niños se les hacía las siguientes preguntas.

-¿Cuál es el color de la voz que más te ha gustado?

-¿Cuál es tu color preferido, el que te gusta siempre?

Y luego se le mostraban todos los yogures que había visto por la tele, coloreados de la misma manera, y se le decía que estábamos en la tienda y que podían elegir uno de esos yogures. La pregunta concreta era: - ¿qué yogur eliges, o qué yogur comprarías? Y el niño/o niña señalaba o cogía el yogur que había elegido con la mano y la investigadora anotaba su elección en la plantilla de compra. El siguiente niño/niña de la lista era directamente llamado por su compañero, con lo cual se establecía como una cadena en la que cada niño llamaba al siguiente hasta completar la lista de clase.

Para el re-test realizado a los mismos niños tres días después se utilizó el mismo procedimiento, en el que el material audiovisual era el mismo, pero había cambiado la asociación voz-color para comprobar en función de qué estímulo habían elegido: en función del color, o de la voz, o comprobar si habían elegido más por el color que por la voz. La prueba duraba aproximadamente una hora en cada grupo clase. (El lector puede consultar en el apartado Anexo, un ejemplar del test y del retest).

7.5. Trabajar con niños: una satisfacción para la investigadora.

Al tratar de obtener información de los niños a través de un test te planteas todos los problemas que puedan surgir. Así siguiendo a Joël Brée (1995) que es un investigador con una larga experiencia en estos temas

tuvimos en cuenta sus indicaciones, es decir, " no trabajar sólo con la ayuda de palabras" , por eso recurrimos a algo tan visual como los colores, es decir, tratar de vincular desde el primer momento las voces a los colores, tanto en el corpus audiovisual, como en las hojas del test. Es decir, les "orientamos visualmente" la audición de las voces, para luego, una vez asociada la voz a un color pudieran responder ¿cuál era el color de la voz que más les había gustado? Pregunta surgida después del pre-test en que vimos que los niños vinculaban en sus comentarios la voz a los colores.

En el pretest también comprobamos que muchos niños, los de 4 y 5 años todavía no sabían leer, aunque algunos ya sabían poner su nombre, y también podían poner una señal debajo de una cara, como una cruz, una raya u otro signo. Por ese motivo, sus datos personales decidimos rellenárselos nosotros. Y las preguntas que les hacíamos cada vez que veían y escuchaban un anuncio eran preguntas cerradas, en las que sólo tenían que responder con una cruz.

También decidimos hacer un corpus pequeño, 5 voces y cinco anuncios, aunque en un principio teníamos más material preparado, llegamos a la conclusión que la prueba sería más eficaz si les hacíamos elegir entre pocas voces y un sólo objeto, aunque con diferentes colores.

También siguiendo las indicaciones de Joël Brée (1995) que hablaba de la escasa capacidad de atención de los niños, decidimos asimismo plantear la prueba mediante un test y unas preguntas simples y cortas. Y planteamos la prueba en varias fases, cambiando de actividad casi cada 5 minutos. Ya que el procedimiento consistía como ya he explicado en ver y escuchar un anuncio y parábamos el vídeo para que respondieran el test, lo

que hacían rápidamente y con mucho secreto para que el vecino no se copiara su respuesta. También pensamos plantearlo como una actividad lúdica: "jugar a las tiendas" planteamiento que les encantó a todos desde un primer momento, es decir, el experimento estaba pensado como una serie de actividades cotidianas y próximas al niño, y no muy largas en el tiempo, en la que en todo momento se requería la participación activa del niño/niña. Así que la tarea propuesta le era familiar al niño: primero ver y escuchar anuncios, contestar a un test que les era familiar por las caras, ya que los niños de la escuela "Llebetx" ya lo habían utilizado en "El taller de consumo" . El producto anunciado también les era familiar, pues se trataba de un yogur coloreado y el juego último es un juego simbólico tradicional "el juego de las tiendas" que es un tipo de juego de ficción que aparece con" la adquisición de la función semiótica, de la capacidad de representar una cosa por otra, la que suscitará la aparición de mundos y personajes nuevos, creados por medio del lenguaje" (LINAZA, 1992: 20). En esta fase de la investigación la investigadora creaba una situación de juego de ficción en la que el niño representaba que estaba en el supermercado, labor que normalmente los niños realizan realmente con los padres, y que han llegado a las estanterías de los yogurts que han visto y que estos están asociados a una voz-color determinados.

En este juego de ficción los niños de manera individual, sin la presencia de los padres que normalmente les impiden coger todo lo que les gustaría coger en un supermercado, eligen libremente el objeto yogur coloreado representado en la imagen y con una voz determinada. En esta elección los psicoanalistas interpretarían que los niños "dan expresión a los sentimientos inconscientes" (LINAZA, 1992: 21). Nosotros creemos que simplemente el niño se siente protagonista al elegir libremente uno de los

yogures que ha visto representados en el mensaje audiovisual ofrecido anteriormente. Por otro lado, la tarea propuesta y la esfera de conocimiento le es familiar al niño ya que ver la tele, escuchar, comprar, consumir es algo cotidiano en su corta vida. También hay que señalar que el niño era plenamente consciente de que era un juego, pues algunos preguntaban qué había dentro de ese yogur ficticio, cómo lo habíamos coloreado y otras preguntas que servían para desvelar el juego.

Así que la tarea que tenían que hacer se planteó de la manera más lúdica y simple posible y todos los niños que participaron en la prueba preguntaron al acabar si volveríamos a hacerla en otro momento. Otro de los aspectos que nos hizo ganarnos su atención y obtener su aprobación fue plantearlo como un trabajo de la investigadora que requería de ellos para poder acabarlo con éxito, lo comprendieron estupendamente y, tanto a juicio de la investigadora como de todos aquellos que colaboraron en el desarrollo del experimento, los niños participaron con una absoluta "honradez intelectual" (BRÉE, 1995: 84) con lo que la investigadora notó en todo momento que se había ganado la confianza de los niños/niñas y además se sentían orgullosos de que se les pidiera su colaboración. A esto contribuyó sobremanera las explicaciones y los planteamientos del maestro/maestra que era la persona que les explicaba en primera instancia quién era esa persona extraña que estaba en su clase y qué quería de ellos. Así que en la prueba logramos que los niños se implicaran completamente y conseguimos que los niños supieran hacerlo lo mejor que podían.

En cuanto a la utilización de las escalas "smiling faces" en la investigación fueron elegidas porque según Joël Brée eran las que mejor se adaptaban a los sujetos con los que nosotros íbamos a trabajar. Es decir,

tenían dificultades para expresarse verbalmente, para escribir, etc y eso les facilitaba la tarea de enjuiciar las voces. "Por supuesto, para los niños de menos de 7 años la elección del tipo de escala ni se plantea: hay que utilizar una forma icónica." (BRÉE, 1995: 91). Y utilizamos también una escala en cuatro puntos: no sabe, gusta mucho, regular, o nada con las caras porque también se apuntaba como la más útil en este tipo de trabajos. "Una escala de cuatro puntos aparece así como si se tratara de una buena alternativa cuando nos dirigimos a los niños". (BRÉE, 1995: 91). Y también hay que señalar que en la segunda parte de la prueba, aunque les solicitábamos respuestas verbales, la actividad de recuerdo tenía el soporte del objeto coloreado que había visto por la tele, momentos antes. Por lo que la elección de un yogur coloreado era más fácil. Y por último señalar, también, que nos planteamos realizar un retest a los mismos niños para asegurarnos de la coherencia de sus respuestas en el test. Ya que éramos conscientes que las caras podían distraer a los niños y olvidarse de lo que estaban enjuiciando, y también podían dejarse llevar por la seducción de los colores y no de las voces propuestas. En este experimento han colaborado los maestros al hacernos sugerencias de qué estrategias había que seguir para conseguir que los niños se implicaran y también en la realización de la prueba en la que siempre he contado con la ayuda del tutor del grupo clase y con otro maestro o maestra de apoyo y también hay que decir que los padres fueron informados a través de una carta del experimento al que iban a ser sometidos sus hijos. Ningún padre rechazó el experimento ni impidió que su hijo o hija pudiera participar en el mismo.