



BUAP

Facultad de Ciencias de la Comunicación

**Creación de material audiovisual
como herramientas didácticas
innovadoras para la divulgación de
la psicología**

**Tesina para obtener
el grado de
Especialidad en
Comunicación de la
Ciencia**

Presenta

Edgar Daniel Anaya Torres

Director/a de tesis

Roberto Carlos Gallardo Loya

H. Puebla de Z. junio de 2024

Agradecimientos

Extiendo mi gratitud a la Secretaría de Ciencias, Humanidades, Tecnología e Innovación (SECIHTI) por la oportunidad de formación y desarrollo profesional que me brindó a través de su programa de becas.

Contenido

Introducción	1
Capítulo I Elementos entre la divulgación y la educación: Comunicación	3
1.1 Antecedentes de la divulgación científica en la educación	3
1.2 La divulgación de la psicología	5
1.3 La cultura pop como herramienta	6
Capítulo II Perspectiva teórica de la divulgación y comunicación de la ciencia	8
2.1 Diferencias entre divulgación de la ciencia y comunicación de la ciencia	8
2.1 Fundamentos del aprendizaje y procesos cognitivos	11
2.2 El Rol de la Fantasía en los Procesos Cognitivos Superiores	14
2.3 La Comunicación como Puente entre lo Real y lo Imaginario	15
2.4 Construcción de materiales audiovisuales para la divulgación	17
Capítulo III Creación de material audiovisual como herramientas didácticas innovadoras para la divulgación de la psicología	19
3.1 Diseño de investigación	19
3.2 Tipo de investigación	22
3.3 Justificación de la elección de animes y cómics	23
3.4 Producto comunicativos	26
Guiones:	26
Presentación: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente	26
Episodio 1: Neuro ciencia del miedo	31
Episodio 2: Crecer o Desaparecer - El Desarrollo Infantil en Spirited Away	35
Presentación: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente	¡Error! Marcador no definido.
Episodio 3: Psicología de la Personalidad en Fullmetal Alchemist Brotherhood– Ser un Complejo de Edipo con Patas	39
Episodio 4: Ansiedad Existencial en Evangelion	45
Episodio 5: Aprendizaje y Superación en My Hero Academia	50
Episodio 7: La Teoría del Apego en Naruto: Cuando la Soledad te Convierte en un Ninja 54	
7. Conclusiones	59
8. Referencias	61

Índice de tablas

Tabla 1 Teorías de comunicación en la divulgación científica	9
Tabla 2 Coherencia metodológica	20
Tabla 3 Estructuración de categorías para creación de guiones	24

Introducción

Actualmente el sistema educativo ha tenido un proceso de cambio ante la integración de recursos tecnológicos en las aulas, lo cual está dirigido a la producción de extractos audiovisuales como materiales necesarios para el desarrollo de la enseñanza-aprendizaje. A pesar de su incremento y uso, aun hay una brecha entre la posibilidad de tener estos recursos y su aplicación en los escenarios pedagógicos. El principal problema que analiza esta tesina es la falta de ejes claros, con orientación en investigaciones para la producción de materiales audiovisuales que al tiempo que sean atractivos, también didácticamente impactantes. Dicha ausencia afecta en el aprendizaje, ya que no se desarrolla el potencial que los recursos audiovisuales poseen para mejorar la comprensión y retención del conocimiento en los estudiantes.

En el escenario educativo, donde se pide métodos nuevos que capturen la atención de los estudiantes, con ello facilitar el aprendizaje al tiempo de realizar procesos cognitivos superiores. Los materiales como videos y grabaciones, por su capacidad para combinar imágenes, sonido y texto, son una opción para ampliar las posibilidades de aprendizaje. La producción de estos materiales implica un trabajo meticuloso que observe varios aspectos tanto técnicos como pedagógicos. El sentido de este trabajo se encuentra en la necesidad de establecer los ejes centrales para la investigación que guíen a los educadores y productores en la creación de productos audiovisuales que sean no solo técnicamente novedosos, sino también ordenados con los objetivos educativos y adaptados a las necesidades de los estudiantes.

La tesina busca generar productos audiovisuales impactantes como materiales de divulgación de la psicología, a través de la cultura pop, entre esos elementos se encuentran animes y cómics. El fin es mostrar teorías y postulados psicológicos de manera agradable, cercana e impactante para jóvenes universitarios de las carreras de psicología. Estos productos están pensados no solo para informar, sino también entretener y con ello generar interés y provocar la comprensión de la psicología en

audiencias que se encuentran en proceso de formación, con la ventaja del potencial del entretenimiento para invitar a que el conocimiento científico llegue a más personas.

El nombre de Psico-pop surge de una unión de conceptos por un lado el de psicología y por otro el de la cultura pop, para hacerlo atractivo e ingenioso se puso énfasis en iniciar con la reducción del nombre psico y agregar pop, para que sea un nombre pegajoso y sugiera el sentido, así como temas a realizar.

En particular, lo primero a realizar, es describir los beneficios y complicaciones que implica el uso de productos de la cultura pop en la divulgación científica. Los animés y cómics tienen un lenguaje visual y narrativo que facilita la explicación de conceptos complejos al unirlos con experiencias emocionales y cotidianas. Por otro lado, es imperante evitar caer en simplificaciones o en ideas que distorsionen el mensaje científico. Por ello, se analiza con objetividad los estudios y teorías en los que estos medios se hayan utilizado con éxito en la comunicación de tópicos psicológicos, observando su impacto en el público.

Otro punto es proponer una metodología para la producción de materiales audiovisuales que unan a la cultura pop con conceptos propios de la psicología. Esta metodología considera estrategias de divulgación, comunicación, así como el uso de metáforas, sumado a ejemplos concretos y narrativas atractivas, que capturen la atención de la gente para que el mensaje llegue de manera clara y concisa. Se desarrolla un formato de guion desde la divulgación, que es replicado por comunicadores y profesionales interesados en utilizar estos productos para divulgar a la psicología en la sociedad.

La pregunta de investigación se concentra en la forma en que estos productos mejoran la comprensión de conceptos complicados de la psicología comparado con otros estilos de divulgación. Cabe aclarar que el trabajo no busca alfabetizar o tratar de ser un método de enseñanza aprendizaje, más bien, busca atrapar e interesar a el público en general y en particular a estudiantes de psicología para que ellos busquen información y quieran aprender. Se estructura qué elementos de la cultura

pop son más interesantes para explicar teorías y paradigmas propios de la psicología, y cómo utilizarlos para comunicar ideas complejas. También se busca explicitar los principios que guían la planeación y diseño de los materiales audiovisuales que generen un equilibrio entre el entretenimiento y la complejidad científica, con el fin que el contenido siga siendo riguroso sin perder su atractivo.

El supuesto planteado es que la conexión entre los elementos de la cultura pop en materiales audiovisuales y conceptos profundos de la psicología ayudan para su divulgación y así mejorar significativamente la comprensión y el interés del público general por esta disciplina. Al término se tiene proyectado que estos recursos, al ser más atractivos y accesibles, inviten a las personas a desear saber y que activamente busquen el contenido, con lo cual se busca detonar una actitud positiva para desear aprender sobre temas propios de la psicología. En este orden de ideas, se piensa que esta mirada genere un mayor deseo e interés en la gente, logrando una divulgación más humana y un impacto social de mayor espectro.

Capítulo I Elementos entre la divulgación y la educación: Comunicación

El capítulo propone las bases históricas, pedagógicas y comunicativas que sientan la base teórica y la relevancia del uso de medios audiovisuales en los procesos de enseñanza-aprendizaje y en la divulgación del conocimiento. Se exponen antecedentes teóricos y prácticos que vinculan la cultura audiovisual con el aprendizaje significativo, reconociendo la evolución de los medios de comunicación y su impacto en la manera en que las personas, especialmente los jóvenes, acceden y procesan la información. Se presenta una perspectiva general de las experiencias previas que han intentado hacer este ejercicio que es el uso de elementos visuales, narrativos y simbólicos en la divulgación científica, lo cual sirve como base para comprender el sentido atractivo de la propuesta presentada.

1.1 Antecedentes de la divulgación científica en la educación

Ha habido grandes transformaciones en la educación en los últimos cincuenta años, el motivo es debido, en gran medida, al desarrollo tecnológico por un lado y por otro, a la necesidad de adaptarse a un entorno globalizado y digitalizado. En este

escenario pensar en materiales audiovisuales para desarrollar los procesos de enseñanza y aprendizaje, es una necesidad que va creciendo constantemente con la finalidad de mejorar la comprensión, retención y aplicación de conocimientos (Warnier, 2001).

En 1960 surge un fuerte auge de los medios de comunicación, entre ellos la televisión, las personas dedicadas a la educación ha buscado formas de ampliar sus técnicas y habilidades de enseñanza aprendizaje, con ello se busca explorar estos recursos para ampliar el desarrollo intelectual. Fue durante la revolución digital y la masificación de internet que motivo un gran cambio de manera de pensar. En la actualidad hay estrategias de diferentes indoles que van desde videos educativos hasta plataformas interactivas; estos son ejes importantes en la formación de experiencias de aprendizaje emprendedoras y significativas (Alvarado, 2017).

La literatura sugiere que los productos audiovisuales no solo captan la atención de los alumnos, también mejora la comprensión de ideas complejas al unir varios elementos como la visualización y experimentación en contextos simulados. Sumado a ello, el trabajo de estos recursos invita a el aprendizaje autónomo y entre pares, puesto que los alumnos tienen acceso a los contenidos en cualquier momento y lugar, con ello pueden compartir sus reflexiones y conocimientos con sus pares a través de distintas plataformas (Alvarado, 2017).

Si se concentra esta idea al ámbito de la educación primaria y secundaria, la unión de material audiovisual ha presentado un impacto alentador en el progreso de habilidades cognitivas, puesto que ofrece representaciones visuales y sonoras de la información, estos recursos ayudan a los estudiantes a procesar y relacionar la nueva información con sus conocimientos previos, lo cual es esencial para un aprendizaje profundo y duradero (Alvarado, 2017)

A pesar de la información encontrada con relación a la mejora cognitiva mediante la producción de materiales audiovisuales con su sentido didáctico-pedagógico existe una desconfianza para su uso. La creación de contenidos es un esfuerzo en varios sentidos, ya que se necesitan habilidades creativas a la de un conocimiento

profundo de carácter pedagógico con la finalidad de que los materiales sean atractivos, pero con una fuerte rigurosidad y alineados con los objetivos educativos. Además, la rápida evolución de la tecnología implica que los educadores deben estar en constante actualización para aprovechar las nuevas herramientas y formatos que surgen (Alvarado, 2017).

En este sentido, la tesina explora estrategias diversas para la creación de los productos audiovisuales, que tengan una implicación de carácter didáctico por un lado y por otro, que existe un impacto en la tensión entre enseñanza-aprendizaje.

1.2 La divulgación de la psicología

El conocimiento de la psicología a lo largo de la historia ha tenido desafíos importantes por su naturaleza abstracta y compleja, donde se trazan muchos conceptos a la vez la complejidad de los mismo. Constantemente, la enseñanza de la psicología ha sido mediante la lectura de textos académicos, así como una aproximación a las diferentes teorías que se desprenden de la psicología misma, lo cual puede resultar difícil de comprender para muchos alumnos. Hay una relación entre esta problemática y la retención de datos así como comprensión de las teorías en los cursos de psicología, se tiene datos de que el 30% de los estudiantes experimentan dificultades significativas para entender conceptos como la teoría psicoanalítica, los procesos cognitivos y los trastornos mentales (INEGI & IFT, 2023).

Al mismo tiempo, hay un fenómeno que gracias a los medios de comunicación, así como digitales, existe un alto consumo de medios de la cultura pop, como animes y cómics, sobre todo, ha aumentado considerablemente entre los jóvenes. Según un informe de 2023, el 60% de los jóvenes entre 18 y 24 años son consumidores regulares de animes, y el 35% de ellos también leen cómics y manga. El interés en la cultura pop radica en que la información es interesante, atractiva y atrapa a los espectadores así se ofrece una oportunidad única para aprovechar estos medios como herramientas pedagógicas, conectando la enseñanza de la psicología con los intereses personales de los estudiantes (INEGI, 2016).

Estudios previos demostraron que el uso de materiales audiovisuales mejora ampliamente los procesos de memorización de la información. A través de un informe de la Universidad de California, muchos estudiantes aprenden mediante medios audiovisuales, con ello, retienen hasta un 50% más de información en comparación con aquellos que solo leen textos. Esto hace notar una problemática, a pesar de estos beneficios potenciales existe una carencia de materiales audiovisuales y con ello de lineamientos claros sobre cómo integrar de manera efectiva estos elementos en la educación, especialmente en el campo de la psicología.

Esto permite pensar que existe una necesidad para desarrollar productos audiovisuales que equilibren el entretenimiento y la rigurosidad académica, con la finalidad de que los estudiantes no solo se enganchen con el material, sino que también adquieran una comprensión profunda y duradera de los conceptos psicológicos, pero, sobre todo, que desarrollen el deseo por aprender.

1.3 La cultura pop como herramienta

La cultura pop es muy amplia entre ella existe varios productos como animés y cómics, lo cual ofrece una oportunidad para ampliar la enseñanza de la psicología con el aprovechamiento de narrativas visuales, así como personajes interesantes con los que los estudiantes pueden identificarse. Esto no solo facilita la comprensión de conceptos psicológicos complejos, sino que también incrementa el interés y la motivación en el proceso de aprendizaje. Las redes sociales son ampliamente consumidas por las nuevas generaciones, lo cual permite conectar la teoría psicológica con experiencias tanto cotidianas como ficticias donde los jóvenes disfrutan y atienden, así se produce un entorno de aprendizaje y significativo.

Cuando se piensa en nuestra época se debe observar que la cultura pop tiene una fuerte correspondencia con la forma en que se percibe la realidad social, así como sus dinámicas, valores y problemas contemporáneos e históricos. Los animés y cómics no solo son entretenidos, también abordan problemas profundos que por momentos, se encuentran enraizados con aspectos psicológicos, entre los cuales se puede encontrar problemáticas sobre la identidad, las relaciones interpersonales, y

el manejo de emociones y conflictos internos, así como problemas filosóficos y científicos. Ejemplo de ello son las siguientes series: *Naruto* o *One Piece* que exploran cuestiones relacionadas con la resiliencia, el trabajo en equipo, y la perseverancia, mientras que cómics como *Spider-Man* abordan dilemas éticos y el sentido de responsabilidad, que pueden vincularse directamente con teorías psicológicas como las de Erikson sobre el desarrollo psicosocial.

El potencial pedagógico de estos recursos es importante en la implementación educativa a través de la cultura pop sin embargo enfrenta varios desafíos. El principal impedimento radica en la ausencia de horizontes y métodos específicos que den a los docentes en la utilización efectiva de estos medios en el aula. La falta de un orden estructurado da como resultado un uso superficial o descontextualizado, lo cual impide que los estudiantes desarrollen al máximo los aprendizajes posibles.

Esta investigación encuentra su justificación en la imperiosa necesidad de generar una metodología que oriente la creación de materiales audiovisuales educativos basados en elementos de la cultura pop, asegurando que estos recursos sean didácticamente efectivos y académicamente rigurosos. La finalidad es cambiar estos medios audiovisuales en herramientas pedagógicas que atrapen la atención de los estudiantes, al tiempo que fomenten un aprendizaje profundo y amplio.

Se construye una estructura metodológica que considera el diseño y la narrativa visual, al tiempo de generar la integración de conceptos psicológicos en formatos que los jóvenes ya consumen en su tiempo libre. Esto incluye la elaboración de guiones que utilicen personajes y situaciones de animes y cómics para ilustrar conceptos como los mecanismos de defensa de Freud, la zona de desarrollo próximo de Vygotsky, o las etapas del desarrollo moral de Kohlberg (Giacoman, 2005).

Se tiene que generar una mirada dirigida al componente interactivo, esto se traza por la gran atención al uso de plataformas como TikTok, donde los alumnos no solo consuman contenido, sino que participen activamente en su creación, promoviendo

así un aprendizaje, un mayor compromiso con el material académico. De esta forma, se busca no solo transmitir conocimientos, sino también desarrollar habilidades críticas y creativas, preparando a los estudiantes para aplicar la psicología en contextos reales y variados.

Capítulo II Perspectiva teórica de la divulgación y comunicación de la ciencia

Este capítulo desarrolla la estructura teórica que da sustento a la propuesta de esta investigación. En el trabajo a esta altura, se establecen las diferencias conceptuales entre divulgación de la ciencia y comunicación de la ciencia, marcando los enfoques, públicos y propósitos que las distinguen. Posteriormente, se profundiza en los aportes de autores como Lev Vygotsky (Vygotsky, 2015), Daniel Cassany (Cassany, 2015), Michel Petit (Petit, 2000) y Paul Watzlawick (Dupuy & Varela, 1991), quienes desde diferentes marcos han reflexionado sobre el papel del lenguaje, la imagen, la fantasía y la interacción en los procesos de construcción de conocimiento. Este marco teórico permite entender por qué y cómo los elementos narrativos de la cultura pop —especialmente el anime y el cómic— pueden ser herramientas eficaces para activar procesos cognitivos superiores y fomentar una alfabetización crítica en temas psicológicos. La articulación de estas teorías justifica, además, el tono, formato y estética de los materiales audiovisuales desarrollados.

2.1 Diferencias entre divulgación de la ciencia y comunicación de la ciencia

La comunicación de la ciencia puede ser entendido como un espacio donde los conocimientos y las técnicas de comunicación se conjuntan para hacer asequibles teorías, presupuestos, propios de la ciencia y que sean dirigidos a la gente en general. Esto es que la comunicación es un concepto amplio que abarca todas las formas de compartir la información y en que el conocimiento científico se transmite a diferentes públicos, incluidos otros científicos, tomadores de decisiones, medios de comunicación y el público en general. Incluye tanto actividades especializadas, como la publicación en revistas académicas, como formatos accesibles para la sociedad. Su objetivo principal es informar, generar diálogo y fomentar la toma de decisiones basadas en evidencia.

Por otro lado, la divulgación científica como parte de la comunicación de la ciencia, se enfocada en hacer accesible el conocimiento a audiencias no especializadas. Según Jean-Marc Lévy-Leblond (2003), la divulgación no solo simplifica, sino que debe reinterpretar el conocimiento científico en un lenguaje comprensible, atractivo y relevante para el público en general. Este enfoque trata generar interés, así como comprensión y valoración del conocimiento científico desde el entretenimiento y mediante el uso de metáforas, narrativas y ejemplos cotidianos.

El siguiente cuadro sirve para mostrar algunas teorías de la comunicación que se encuentran en derredor de las diferentes teorías que giran en torno a la divulgación de la ciencia y la comunicación de la ciencia:

Tabla 1 Teorías de comunicación en la divulgación científica

Teoría	Autor(es) Principales	Descripción	Implicaciones en la Divulgación y Comunicación de la Ciencia
Teoría del Déficit	Bauer y Jensen (2002).	El público carece de conocimiento científico y debe ser informado.	Comunicación unidireccional; campañas educativas masivas.
Teoría del Diálogo	Jürgen Habermas (2000, 2004).	Comunicación bidireccional basada en el diálogo y el consenso.	Fomenta debates, foros y el diálogo entre científicos y público.

Teoría	Autor(es) Principales	Descripción	Implicaciones en la Divulgación y Comunicación de la Ciencia
Teoría del Entretenimiento Educativo (Edutainment)	Singhal y Rogers (1998).	Combina entretenimiento y educación para captar el interés.	Uso de películas, series y videojuegos para hacer atractiva la ciencia.
Teoría del Framing (Encuadre)	Erving Goffman (2010).	La forma en que se presenta un mensaje influye en su interpretación.	Presentar la ciencia como oportunidad o crisis para influir en la percepción pública.
Teoría del Conocimiento Situado	Donna Haraway (1990)	El conocimiento depende del contexto cultural y social.	Adaptar mensajes según el público y su contexto.
Modelo del Déficit Contextualizado	Trench y Bucchi (2005)	Considera el contexto social en la aceptación de la ciencia.	Mensajes diseñados considerando factores culturales y emocionales.
Teoría de la Disonancia Cognitiva	Leon Festinger (1980).	La contradicción entre creencias e información genera incomodidad.	Diseñar mensajes que minimicen el conflicto con creencias previas.

Teoría	Autor(es) Principales	Descripción	Implicaciones en la Divulgación y Comunicación de la Ciencia
Teoría de la Persuasión	Petty y Cacioppo (1999, 2010)	La persuasión depende de la claridad y la credibilidad del emisor.	Usar fuentes creíbles y mensajes claros para influir en la audiencia.
Teoría de la Comunicación Humana	Paul Watzlawick (2008).	Cinco axiomas sobre cómo se comunican las personas.	Considerar no solo el contenido, sino la relación y el contexto del mensaje.

Fuente: Elaboración propia con información de los autores citados.

2.2 Principios entre la comunicación y la educación

El uso de elementos audiovisuales como animes y cómics, que contienen una narración para la enseñanza de la psicología, es necesario para reflexionar profundamente sobre los procesos de enseñanza aprendizaje y a través de la cultura visual en la divulgación del conocimiento de los estudiantes, así como de público en general. Esto es como si se imaginara un universo donde la pedagogía tradicional cambia y se agrega el uso de herramientas visuales que no solo informan, también provocan un despertar cognitivo, alimentando la imaginación y el pensamiento crítico de los estudiantes. Para construir este trabajo se trazaron diferentes elementos teóricos desprendidos de Lev Vygotsky, Paul Watzlawick, Michel Petit, y Daniel Cassany esto sirve para entender la manera en que los

materiales audiovisuales permiten ampliar la enseñanza tradicional al mismo tiempo que el conocimiento en torno a la educación y el aprendizaje.

Vygotsky considera a los procesos enseñanza aprendizaje como el medio de la construcción del conocimiento, esto significa que es un proceso de interacción social, donde los signos y símbolos culturales median la construcción del conocimiento. Los animes y cómics al ser productos culturales que impactan a las juventudes se convierten en mediadores potentes para que el aprendizaje tenga un impacto importante, ya que incitan las funciones como la memoria, la atención y la imaginación, que son esenciales en el desarrollo cognitivo.

Entre las cuestiones más importantes de la psicología infantil y la pedagogía figura la de la capacidad creadora en los niños, la del fomento de esta capacidad y su importancia para el desarrollo general y de la madurez del niño. Desde la temprana infancia encontramos procesos creadores que se aprecian, sobre todo, en sus juegos (Vygotsky, 2003, p. 6).

Dentro de la cultura pop se hayan animes y cómics, así como canciones, libros, películas, teatro, esto significa que cada elemento narrativo y gráfico comunica significados complejos que van más allá de las palabras (Watzlawick, 1967). Los materiales audiovisuales son más que información puesto que amplían y moldean la percepción y las emociones, generan una conexión emocional con los conceptos psicológicos. Las bondades de estos medios son a través de su posibilidad para mezclar narrativa visual-textual, lo que da paso a explorar temas profundos de una manera interactiva y cercana a las personas.

Petit (2006) explica que la lectura da cabida a un acercamiento crítico a la lectura, lo cual genera significados e impacta a la construcción de la subjetividad, así se promueve una "alfabetización expandida" que va más allá de de la decodificación de la palabra escrita. Cuando se presentan historias que combinan elementos fantásticos o de ciencia de ficción, que implican razonamiento profundos, genera en los alumnos y la gente se desarrollen pensamientos y reflexiones que giren torno a

la empatía, la ética y el pensamiento crítico, elementos parte de la formación en psicología.

La discusión se intensifica al centrarse en la importancia de los textos que problematizan la realidad y generan una lectura crítica. Para Cassany (2006) en una sociedad saturada de imágenes y exposición a pantallas, es imperante que los alumnos sean capaces de cuestionar, interpretar y analizar estos recursos de manera crítica. Al incluir animés y cómics en la producción de materiales audiovisuales, va más allá de atraer la atención de los estudiantes, forma parte de una estrategia para desarrollar los procesos cognitivos superiores. Los materiales audiovisuales actúan como invitaciones que se encuentran inmersas en la vida cotidiana de los estudiantes de elementos para cuestionar, reflexionar y construir interpretaciones del mundo que los rodea.

En la cultura pop existe una posibilidad de enriquecimiento para el proceso educativo, lo cual permite a los alumnos a desarrollar una comprensión profunda y crítica del material presentado.

Para entretejerlo se establece que, en suma, la profesión docente, en su intención y tal vez no en su realización, busca una fuga donde la no identidad sea posible, o establecer los caminos para ello; donde el sujeto rompa en huida hacia un lugar incierto e indecible, donde no se encuentre subordinado a la síntesis o a la identidad, donde ya no sea parte de una constelación de poder que prolonga la forma abstracta material y simbólica de la dominación (Anaya-Torres, 2020, p. 5).

Existe una constante interacción de los procesos cognitivos inferiores y superiores a lo largo de la vida de la gente, esto ha sido discutido profundamente por diferentes teóricos como Vygotsky (2003), el cual propone que el desarrollo cognitivo es un fenómeno interactivo, que se propicia a través de los intercambios con otros y que no se recluye en el individuo, lo cual está vinculado al contexto cultural y social en el que se desenvuelve.

Los procesos cognitivos como la percepción y la memoria son aquellos que se desarrollan de manera espontánea a partir de la interacción directa con el entorno. Por otro lado, los procesos cognitivos superiores, como la reflexión, la imaginación y el pensamiento abstracto, necesitan de la mediación de herramientas culturales y simbólicas, siendo la fantasía y la ciencia ficción un elemento crucial para su desarrollo (Vygotsky, 2009).

2.2 El Rol de la Fantasía en los Procesos Cognitivos Superiores

Cuando se piensa en la fantasía, se entiende como la capacidad de crear posibilidades de realidades a partir de elementos aprendidos en la experiencia previa, esto es un eje fundamental en el desarrollo cognitivo. Vygotsky(2003) afirma que: “No se limitan en sus juegos a recordar experiencias vividas, sino que las reelaboran creadoramente, combinándolas entre sí y edificando con ellas nuevas realidades acordes con las aficiones y necesidades del propio niño” (2003, p. 6). Este proceso que está en constante elaboración creativa permite a la gente, en específico a niños y adolescentes, no solo reproducir el conocimiento que ya existe, también a innovar, constantemente sus percepciones del mundo.

La imaginación siempre queda, por supuesto, cualquiera que sea el modo como se presente: en personalidades aisladas o en la colectividad. Para que el arado, que no era al principio más que un simple trozo de madera con la punta endurecida al fuego, se convirtiese de tan simple instrumento manual en lo que es ahora después de una larga serie de cambios descritos en obras especiales ¿quién sabe cuánta imaginación se habrá volcado en ello? De modo análogo, la débil llama de la astilla de madera resinosa, burda antorcha primitiva, nos lleva a través de larga serie de inventos hasta la iluminación por gas y por electricidad. Todos los objetos de la vida diaria, sin excluir los más simples y habituales, viene a ser algo así como la imaginación cristalizada (Vygotsky, 2003, p. 6).

La narrativa visual no solo comunica una historia, sino que, al estar cargada de simbolismos y metáforas, reta al espectador a interpretar, reflexionar y conectar las experiencias mostradas con su propia realidad.

2.3 La Comunicación como Puente entre lo Real y lo Imaginario

Watzlawick (1967) propone un corpus teórico que sirve para entrelazar la idea que la comunicación mediante el uso de los medios audiovisuales puede ser utilizada como herramientas didácticas en el proceso educativo. la comunicación no solo es la transmisión de información, más bien es un acto interactivo en el que los interlocutores generan significados a partir de constantes interpretaciones de los mensajes vertidos en la realidad.

La ideas fundamentales para Watzlawick (1967) busca concentrarse en la comunicación humana y por ello propone cinco axiomas que sirven como coordenadas para entender el proceso de comunicación:

“es imposible no comunicarse, dado que todo comportamiento comunica algo, toda comunicación tiene un nivel de contenido y un nivel de relación, la naturaleza de una relación depende de la puntuación de las secuencias de comunicación, la comunicación puede ser digital (verbal) o analógica (no verbal), y las interacciones pueden ser simétricas o complementarias” (Watzlawick, 1967, p, 45)

Aplicando estos axiomas al presente trabajo, se piensa que los materiales audiovisuales, como los animes y los cómics, sirven en múltiples niveles, no solo transmitiendo información (contenido), también estableciendo relaciones emocionales y afectivas que impactan en la experiencia de aprendizaje.

El primer axioma propicia una comprensión sobre la realidad que abre una mirada desde la interacción con materiales audiovisuales, la gente está en un continuo proceso de comunicación, y su interpretación así como reacción ante el contenido son respuestas comunicativas. Esto hace que la gente pase de un estado pasivo como espectadores; aun estado de acción y sus respuestas emocionales así como

cognitivas ante los estímulos visuales son parte del acto comunicativo. Esta mirada va de la mano con Cassany (2006), el cual argumenta que la lectura, de la misma forma que la visualización, es un acto de creación en el que el receptor transforma y reinterpreta la información con base en su contexto y experiencia personal. Esto es que los recursos audiovisuales en el aula pueden ser diseñados para incentivar esta reinterpretación, promoviendo el pensamiento crítico y la creatividad.

El segundo axioma denota la importancia de la relación de contenidos en la comunicación. En el momento en que los estudiantes interactúan con materiales como videos, se establece una relación que va más allá del mero contenido; se conectan emocionalmente con los personajes y las narrativas, lo que facilita un deseo por conocer con amplitud sobre algún tema, al mismo tiempo que da la posibilidad que la persona quiera conocer no solo en el ámbito educativo. Esto tiene relación con las ideas de Petit, quien pone especial atención a la construcción de sentido en los jóvenes se ve influenciada por las historias y significados con las que interactúan, con ello se propicia la formación de identidades y la internalización de valores.

Por otro lado, entender el funcionamiento de la comunicación a través de las secuencias de puntuación (tercer axioma) es crucial en el análisis de cómo los estudiantes interpretan los medios audiovisuales. Esta secuencia se refiere a la forma en que los participantes en una interacción organizan sus experiencias en secuencias que consideran significativas.

Los entramados de la comunicación digital y analógica (cuarto axioma) que aparece en los medios de comunicación amplifica la efectividad de estos recursos como herramientas pedagógicas. Las pautas verbales (diálogos) se unen con pautas no verbales (gestos, música, imágenes), dato que da una experiencia de aprendizaje holístico que capta y mantiene la atención de los estudiantes, lo cual promueve la retención y comprensión de conceptos complejos. En el escenario educativo, los recursos audiovisuales no solo transmiten información, más bien generan procesos interactivos de intercambios de información donde los sujetos son entes activos en la construcción de la realidad.

Las interacciones simétricas y complementarias (quinto axioma) al ser aplicada para el diseño de materiales educativos propone comprender que hay interacciones entre pares, desde este punto, los materiales audiovisuales pueden ser utilizados para ampliar o incentivar un aprendizaje colaborativo y activo.

De esta forma, la fantasía se construye siempre con materiales tomados del mundo real. Ciertamente, como puede apreciarse en el fragmento citado, la imaginación puede crear nuevos grados de combinación, mezclando primeramente elementos reales (el gato, la cadena, el roble), combinando después imágenes de fantasía (la sirena, los elfos, etc.) y así sucesivamente. Pero los últimos elementos que integran las imágenes más alejadas de la realidad (aún estos últimos elementos), constituyen siempre impresiones de la realidad. Aquí encontramos la primera y principal ley a la cual se subordina la función imaginativa, que podría formularse así: la actividad creadora de la imaginación se encuentra en relación directa con la riqueza y la diversidad de la experiencia acumulada por el hombre, porque esta experiencia ofrece el material con el que erige sus edificios la fantasía. Cuanto más rica sea la experiencia humana, tanto mayor será el material del que dispone esa imaginación. Por eso, la imaginación del niño es más pobre que la del adulto, por ser menor su experiencia (Vygotsky, 2003, p. 9).

Si la teoría de la comunicación humana complementa esta manera de entender el acto comunicativo no se limita a la transmisión de información, sino que es un proceso interactivo en el que los interlocutores como constructores de significados.

2.4 Construcción de materiales audiovisuales para la divulgación

Las herramientas didáctica pedagógicas son amplias puesto que no se limita a ser un recurso simple para compartir información, es un mediador en el proceso de enseñanza-aprendizaje, así se enriquecer y diversifica estrategias y medios para la enseñanza que permiten la comprensión y el aprendizaje significativo.

Es necesario tener en cuenta que para la construcción de materiales audiovisuales se necesita varios elementos, no solamente conocer el funcionamiento de la comunicación humana o la forma en que se genera el aprendizaje y los procesos cognitivos, sumado a la manera en que la imaginación y el arte se encuentran mezcladas. Por otro lado, es necesario contar con conocimiento de la cultura pop para generar las relaciones y la interacción que existe entre todos estos elementos.

Todos estos elementos se encuentran mezclados, sin embargo, es necesario crear una mezcla que resulte interesante, donde la producción de los materiales tenga profunda producción de significados pero con el uso de elementos creativos y artísticos para su producción.

Es importante aclarar que al tratar conceptos complejos desprendidos de la ciencia, específicamente de la psicología es necesario encontrar relaciones directas e indirectas que promuevan varios matices, por ejemplo, el gusto y el entretenimiento, sin perder de vista la rigurosidad científica del contenido del mensaje. Para ello, es necesario entrelazar ideas, escribirlas y crearlas constantemente, en un proceso de ensayo error. Lo cual es experimentar constantemente en la creación de los materiales para la producción audiovisual.

La imaginación encuentra inspiración y que no posibilidades, entre ellas, el uso de animés y cómics como pretexto para generar ganchos que capten la atención de los estudiantes para propiciar su imaginación y creatividad. Según este enfoque, la imaginación no solo es un recurso lúdico, sino un medio fundamental para el desarrollo cognitivo, permitiendo a los estudiantes construir nuevos significados y relacionar conceptos de manera innovadora.

Saber extraer rasgos aislados de un complejo conjunto tiene importancia para todo el trabajo creador del hombre sobre las impresiones. Al proceso de disociación sigue el proceso de los cambios que sufren estos elementos disociados. Este proceso de cambios o modificaciones se basa en la dinámica de nuestras excitaciones nerviosas internas y de las imágenes concordantes con ellas. Pero las huellas de las impresiones externas no se

aglomeran inmóviles en nuestro cerebro como los objetos en el fondo de una cesta, sino que constituyen procesos que se mueven, se transforman, cobran vida, mueren y en este movimiento radica la garantía de sus cambios bajo la influencia de factores internos, deformándolos y reelaborándolos. Sirva de ejemplo de tales cambios interiores, el proceso de subestimación y sobrestimación de elementos aislados de las impresiones que revisten una importancia tan enorme para la imaginación en general y para la imaginación infantil en particular (Vygotsky, 2003, p. 16).

Por tanto, la producción de recursos audiovisuales como animes y cómics no solo enriquece la enseñanza de contenidos específicos, sino que también se convierte en una poderosa herramienta didáctico-pedagógica que fomenta un aprendizaje activo, basado en la exploración, la creatividad y la interacción crítica con el material. Al diseñar estos recursos con un enfoque pedagógico, se potencia el desarrollo de competencias transversales en los estudiantes, preparándolos mejor para enfrentar los desafíos del aprendizaje en el siglo XXI.

Capítulo III Entre la creación de materiales audiovisuales y el conocimiento

En este apartado se presenta la metodología empleada para diseñar, producir y justificar los materiales audiovisuales creados como herramientas para la divulgación de la psicología. Se parte del análisis documental y la selección de fuentes académicas y narrativas que permiten vincular conceptos psicológicos con tramas de animes y cómics populares. Se explican los criterios de selección de contenidos, el perfil del público objetivo, así como los enfoques comunicativos elegidos para cada guion del podcast PsicoPop. Además, se detalla el modelo de guion pedagógico empleado y se ofrece una tabla que vincula temáticas psicológicas concretas con series o personajes del anime, proponiendo un esquema replicable para futuros productos de divulgación científica y cultural.

3.1 Diseño de investigación

Para la generación de los materiales audiovisuales se tuvo que establecer un conjunto de estrategias esto motivo a construcción de la siguiente tabla:

Tabla 2 *Coherencia metodológica*

Fase	Descripción	Tipo de Metodología
Planeación y Análisis Documental	<ul style="list-style-type: none"> - Identificación de objetivos de aprendizaje en psicología. - Análisis documental para seleccionar fuentes académicas confiables sobre psicología. - Selección de animes, cómics y medios populares que traten temas psicológicos relevantes. 	<p>Metodología documental: Revisión y análisis de literatura académica, artículos y recursos de cultura pop relevantes.</p>
Diseño y Preproducción	<ul style="list-style-type: none"> - Creación de guiones pedagógicos que integren conceptos psicológicos y elementos narrativos de la cultura pop. - Elección del formato adecuado (video corto, animación, cómic). 	<p>Metodología creativa y narrativa: Desarrollo de historias educativas basadas en principios psicológicos aplicados a medios visuales.</p>

Fase	Descripción	Tipo de Metodología
Producción	<ul style="list-style-type: none"> - Producción de materiales audiovisuales que representen visualmente los conceptos psicológicos. - Inclusión de elementos interactivos y desafiantes (como preguntas o retos) para fomentar el aprendizaje activo. 	Metodología audiovisual: Uso de herramientas de edición y diseño audiovisual para crear productos interactivos y visuales.
Implementación	<ul style="list-style-type: none"> - Publicación de los videos en TikTok, con descripciones y hashtags relevantes. - Fomento de la interacción con la audiencia a través de comentarios y reflexiones. - Evaluación del impacto mediante las métricas de TikTok (visualizaciones, interacciones, comentarios). 	Metodología participativa y de evaluación continua: Implementación práctica y evaluación del impacto mediante la retroalimentación directa de la audiencia.
Criterios de Análisis y Clasificación de la Información	<ul style="list-style-type: none"> - Pertinencia temática: Relación directa con los objetivos de aprendizaje. - Rigor académico: Uso de fuentes confiables en 	Metodología analítica: Clasificación y análisis de fuentes basadas en criterios de

Fase	Descripción	Tipo de Metodología
	psicología. - Potencial narrativo: Selección de referentes de cultura pop con alto potencial de conexión emocional y narrativa visual.	relevancia educativa y de entretenimiento.

Fuente: Creación personal

3.2 Tipo de investigación

El análisis de contenido es una estrategia que permite interpretar el contenido de documentos para establecer categorías. Este enfoque se basa en una metodología cualitativa que busca entender los significados, las representaciones y las dinámicas presentes en los contenidos mediáticos, identificando los elementos clave que contribuyen al proceso educativo. El análisis de contenido se refiere a la técnica de estudiar y clasificar los mensajes de una forma sistemática, permitiendo una interpretación del material visual y narrativo (Bardin, 2002).

Tras un análisis del contenido de las entrevistas, el estudio concluye mostrando que: a) en términos generales, el modelo de perfil de competencias se confirma, pero al profundizar en el sentido y significado que esas competencias tienen para los participantes, se identifican hasta cinco espacios temáticos que plantean discrepancias y conflictos con el modelo teórico (Monereo & Domínguez, 2014, p. 83).

El análisis de contenido es una metodología que permite estudiar los contenidos de los medios con el objetivo de extraer patrones, significados y temas recurrentes. Según Bardin (2002), esta metodología se basa en una investigación sistemática y

objetiva de los textos o representaciones visuales, con el fin de identificar las intenciones del creador y las interpretaciones de los receptores. En el contexto educativo, se utiliza para evaluar el impacto de los materiales audiovisuales en la comprensión de conceptos académicos.

Krippendorff (2013) enfatiza que este análisis debe ser detallado y organizado, considerando no solo el contenido explícito, así como los elementos relevantes que contribuyen a la construcción de significado, como los símbolos, los personajes y las narrativas presentes en los animes y cómics. De esta manera, el análisis de contenido de paso a adaptar estos materiales de manera directa para el ámbito pedagógico, favoreciendo la comprensión de conceptos complejos a través de las representaciones visuales.

3.3 Justificación de la elección de animes y cómics

El análisis de contenido permite identificar de manera crítica los mensajes subyacentes en estos medios, lo que facilita el proceso de selección de aquellos que mejor ejemplifican las teorías psicológicas que se desean enseñar.

Este enfoque metodológico, se escoge para utilizar animes y cómics como herramientas para enseñar conceptos psicológicos que resultan complejos, porque estos medios tienen la capacidad de representar situaciones cotidianas y conflictos internos de los personajes de manera clara, visualmente atractiva y fácil de identificar para los estudiantes. Esto se debe a que tanto los animes como los cómics están contruidos a partir de relatos visuales que combinan elementos narrativos, simbólicos y emocionales, lo que los convierte en medios poderosos para comunicar y reflexionar sobre temas psicológicos.

Se propone una lista de temas de psicología que son abordados a través de animes específicos, con la intención de encontrar puentes que permiten ampliar el entretenimiento y el proceso de aprendizaje. La selección de estos temas tiene su justificación por su relevancia en el ámbito, así como por la capacidad de los animes para reflejar y abordar estos temas de manera visualmente atractiva y accesible para los estudiantes:

Tabla 3 *Estructuración de categorías para creación de guiones*

Tema de Psicología	Anime	Justificación
Trastornos de ansiedad	<i>Neon Genesis Evangelion</i>	La ansiedad existencial de los personajes, especialmente Shinji Ikari, permite analizar teorías psicológicas sobre el estrés y la ansiedad.
Desarrollo infantil	<i>Spirited Away</i>	La transformación de Chihiro, quien debe madurar y enfrentarse a diversos desafíos, refleja el proceso de desarrollo emocional infantil.
Teorías del aprendizaje	<i>My Hero Academia</i>	Los personajes principales muestran cómo el aprendizaje por experiencia y la imitación, relacionados con teorías como las de Vygotsky y Bandura, impactan su desarrollo.
Teoría del apego	<i>Naruto</i>	Las relaciones de Naruto con sus mentores y amigos ilustran la teoría del apego, mostrando tanto apego seguro como inseguro.
Psicología de la personalidad	<i>Fullmetal Alchemist</i>	Los personajes en este anime tienen personalidades complejas que permiten

Tema de Psicología	Anime	Justificación
		explorar trastornos de la personalidad, como el narcisismo y la obsesión.
Estrés y coping	<i>Attack on Titan</i>	Los personajes enfrentan situaciones extremas, lo que permite analizar cómo manejan el estrés y la resiliencia frente a adversidades.
Motivación y autoestima	<i>One Piece</i>	La búsqueda de los sueños y las metas personales de los personajes es un reflejo de las teorías de motivación intrínseca y extrínseca.
Teoría del rol social	<i>Death Note</i>	Las decisiones de Light Yagami en su rol de "justiciero" exploran cómo los roles sociales influyen en la moralidad y las decisiones personales.
Psicopatología y trastornos de la personalidad	<i>Tokyo Ghoul</i>	El personaje principal, Kaneki, enfrenta un trastorno de identidad y la creación de una nueva personalidad, lo que ilustra trastornos disociativos.
Ética y moralidad	<i>Code Geass</i>	Los dilemas éticos y morales que enfrenta Lelouch permiten reflexionar sobre las teorías psicológicas de la moralidad y la toma de decisiones.

Tema de Psicología	Anime	Justificación
Percepción y realidad	<i>Paprika</i>	La película explora cómo los sueños y la psique afectan la percepción de la realidad, lo que puede ser analizado desde una perspectiva cognitiva.

Nota: Creación personal

3.4 Producto comunicativos

Guiones:

Presentación: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

1. Tipo de Producto Comunicativo y Título: Audio

Especificar el formato: podcast

Título: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

2. Objetivo del producto comunicativo. Propósito: Describir en una oración clara lo que se busca lograr con el producto (informar, sensibilizar, educar,

El podcast busca explorar la intersección entre la psicología, la filosofía y la cultura pop.

etc.).

3. Audiencia (públicos): Perfil del público: Edad, Género, Intereses, Nivel Educativo, Ubicación Geográfica, Otros detalles relevantes.

Estudiantes de psicología de la licenciatura, entre 18 a 23 años. Puebla. Ambos géneros. Gustos por la cultura pop: series, animes, películas, mangas, comics.

- 4. Teorías que sustentan el producto comunicativo: Escribir el nombre de la teoría (autor, año) con una breve explicación de la vinculación de la teoría con el producto comunicativo.**

Teoría de la comunicación humana, Watzlawick (2014)

Teoría histórico sociocultural, Vigotsky (2003)

- 5. Enfoque: Comunicación Pública de la Ciencia o Divulgación de la Ciencia, explicación breve de cómo se aplica.**

Divulgación de la ciencia, ya que se presenta información especializada para un publico universitario específico.

- 6. Contenido: Presentar el contenido desarrollado para el producto: guion, texto, diseño, según el tipo de producto comunicativo.**

Host:

"Bienvenidos a PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente, donde mezclamos ciencia, cultura pop y esa incómoda sensación de que algo te observa desde el pasillo oscuro. Hoy, vamos a desmenuzar lo que pasa en tu cerebro cuando sientes miedo. Ese escalofrío que te paraliza, como si el universo estuviera conspirando para convertirte en un meme de terror.

Pero tranquilos, el miedo no es solo sufrimiento. Es como una carta de amor escrita por un amante tóxico: quiere protegerte, pero en el proceso arruina tu paz mental. Hoy hablaremos de cómo tu cerebro, en su intento de mantenerte vivo, activa una ópera de químicos que van desde la adrenalina hasta el cortisol. Todo esto, porque aparentemente tu cuerpo piensa que Freddy Krueger es más real que tu ex prometiéndote cambiar."

[Sección 1: La Neurociencia del Miedo - 2 minutos]

Host:

"El miedo es más que gritos y saltos de susto. Es una coreografía química que comienza con la amígdala, la diva del cerebro. Esa pequeña estructura, escondida en tu sistema límbico, grita '¡PELIGRO!' tan pronto como tus ojos captan algo sospechoso, ya sea un asesino enmascarado o el reflejo de tu cara en el espejo a las 3 a.m.

La amígdala manda un SOS al hipotálamo, que despierta a tu sistema nervioso autónomo, específicamente el simpático, para activar el modo 'lucha o huida'. Aquí es donde entra la adrenalina, esa droga casera que tu cuerpo produce para que sientas que puedes correr una maratón o, en su defecto, esconderte detrás del sillón.

Pero no es solo adrenalina: el miedo también libera dopamina, la misma sustancia que se activa cuando comes chocolate o pasas un nivel difícil en un videojuego o teniendo sexo. Curioso, ¿no? Sentir miedo puede ser desagradable, pero también puede ser emocionante. Es como si tu cerebro estuviera diciendo: 'Esto es horrible, pero ¿me encanta?'

Luego llega el cortisol, la hormona del estrés, que sube la presión arterial y pone tu cuerpo en estado de alerta total. Es básicamente tu cerebro asegurándose de que, si algo te ataca, al menos mueras con estilo: sudando, con el corazón acelerado y listo para un salto digno de las Olimpiadas."

[Sección 2: El Instinto de Supervivencia en Acción - 2 minutos]

Host:

"Ahora hablemos de tu instinto de supervivencia, ese héroe que siempre llega tarde, pero se lleva el crédito. Cuando sientes miedo, todo tu cuerpo se prepara para enfrentar el peor escenario posible. Tus pulmones trabajan horas extra, tu corazón bombea sangre frenéticamente y tus músculos reciben un extra de glucosa, por si necesitas trepar un árbol para huir del monstruo... aunque estés en una sala sin plantas.

La corteza prefrontal, la parte lógica de tu cerebro, debería estar diciendo: 'Tranquilo, es solo una película.' Pero cuando el miedo se apodera de ti, esta entra en modo avión. Sin ella, todo lo que queda es tu cerebro primitivo diciendo: '¡Nos van a matar!'

Tus pupilas se dilatan para captar más luz, como si eso fuera a ayudarte a luchar contra un ente sobrenatural. Mientras tanto, tu sistema digestivo se apaga porque, francamente, nadie necesita procesar carbohidratos cuando un asesino con motosierra podría estar detrás de ti.

[Sección 3: Después de la Tormenta - La Catarsis - 1 minuto]

Host:

"Y aquí está el giro final: después de que tu cuerpo ha hecho un espectáculo digno de un thriller psicológico, llega la calma. La amígdala dice: 'Falsa alarma', y el hipotálamo desactiva la tensión química. El cortisol baja, la dopamina sube y, de repente, te sientes aliviado... incluso un poquito orgulloso de haber sobrevivido al susto.

Esto es lo que los psicólogos llaman catarsis, o lo que yo llamo 'el momento en que te das cuenta de que no eras tan valiente como creías, pero al menos sigues vivo.' Es esa liberación de tensión acumulada que, irónicamente, nos hace volver por más. Sí, el miedo es como esa relación tóxica que no puedes dejar: te duele, pero es emocionante. Por eso seguimos viendo películas de terror, subiéndonos a montañas rusas y, para los más valientes, terrores cósmicos son el pan de cada día."

[Conclusión - 50 segundos]

Host:

"Entonces, la próxima vez que estés viendo una película de terror y sientas que tu corazón quiere salirse de tu pecho, recuerda: ese caos es tu cerebro trabajando tiempo extra para mantenerte vivo... o al menos para convencerte de que necesitas más dopamina en tu vida.

Eso es todo por hoy en PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente. Si te gustó este episodio, no olvides suscribirte y compartirlo con tus amigos, especialmente con esos que gritan más fuerte que tú en el cine. Nos escuchamos la próxima, donde probablemente hablemos del verdadero terror: vivir. ¡Hasta luego!"

PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

7. Principales fuentes de Información (citar en APA)

Erikson, E. H. (1950). *Childhood and society*. W. W. Norton & Company.

Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children*. International Universities Press.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.

Miyazaki, H. (Director). (2001). *Spirited Away* [Film]. Studio Ghibli.

8. Indicar el Código QR o link donde se puede tener acceso al producto comunicativo

<https://open.spotify.com/episode/1SlcZolwm7zSLlme6aacm7?si=CXRX9vV1RgeujR5N-feqAg>

Episodio 1: Neuro ciencia del miedo

1. Tipo de Producto Comunicativo y Título: Audio

Especificar el formato: podcast

Título: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

2. Objetivo del producto comunicativo. Propósito: Describir en una oración clara lo que se busca lograr con el producto (informar, sensibilizar, educar,

El podcast busca explorar la intersección entre la psicología, la filosofía y la cultura pop.

etc.).

3. Audiencia (públicos): Perfil del público: Edad, Género, Intereses, Nivel Educativo, Ubicación Geográfica, Otros detalles relevantes.

Estudiantes de psicología de la licenciatura, entre 18 a 23 años. Puebla. Ambos géneros. Gustos por la cultura pop: series, animes, películas, mangas, comics.

4. Teorías que sustentan el producto comunicativo: Escribir el nombre de la teoría (autor, año) con una breve explicación de la vinculación de la teoría con el producto comunicativo.

Teoría de la comunicación humana, Watzlawick (2014)

Teoría histórico sociocultural, Vigotsky (2003)

5. Enfoque: Comunicación Pública de la Ciencia o Divulgación de la Ciencia, explicación breve de cómo se aplica.

Divulgación de la ciencia, ya que se presenta información especializada para un público universitario específico.

6. Contenido: Presentar el contenido desarrollado para el producto: guion, texto, diseño, según el tipo de producto comunicativo.

Host:

"Bienvenidos a PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente, donde mezclamos ciencia, cultura pop y esa incómoda sensación de que algo te observa desde el pasillo oscuro. Hoy, vamos a desmenuzar lo que pasa en tu cerebro cuando sientes miedo. Ese escalofrío que te paraliza, como si el universo estuviera conspirando para convertirte en un meme de terror.

Pero tranquilos, el miedo no es solo sufrimiento. Es como una carta de amor escrita por un amante tóxico: quiere protegerte, pero en el proceso arruina tu paz mental. Hoy hablaremos de cómo tu cerebro, en su intento de mantenerte vivo, activa una ópera de químicos que van desde la adrenalina hasta el cortisol. Todo esto, porque aparentemente tu cuerpo piensa que Freddy Krueger es más real que tu ex prometiendo cambiar."

[Sección 1: La Neurociencia del Miedo - 2 minutos]

Host:

"El miedo es más que gritos y saltos de susto. Es una coreografía química que comienza con la amígdala, la diva del cerebro. Esa pequeña estructura, escondida en tu sistema límbico, grita '¡PELIGRO!' tan pronto como tus ojos captan algo sospechoso, ya sea un asesino enmascarado o el reflejo de tu cara en el espejo a las 3 a.m.

La amígdala manda un SOS al hipotálamo, que despierta a tu sistema nervioso autónomo, específicamente el simpático, para activar el modo 'lucha o huida'. Aquí es donde entra la adrenalina, esa droga casera que tu cuerpo produce para que sientas que puedes correr una maratón o, en su defecto, esconderte detrás del sillón.

Pero no es solo adrenalina: el miedo también libera dopamina, la misma sustancia que se activa cuando comes chocolate o pasas un nivel difícil en un videojuego o teniendo sexo. Curioso, ¿no? Sentir miedo puede ser desagradable, pero también puede ser emocionante. Es como si tu cerebro estuviera diciendo: 'Esto es horrible, pero ¿me encanta?'

Luego llega el cortisol, la hormona del estrés, que sube la presión arterial y pone tu cuerpo en estado de alerta total. Es básicamente tu cerebro asegurándose de que, si algo te ataca, al menos mueras con estilo: sudando, con el corazón acelerado y listo para un salto digno de las Olimpiadas."

[Sección 2: El Instinto de Supervivencia en Acción - 2 minutos]

Host:

"Ahora hablemos de tu instinto de supervivencia, ese héroe que siempre llega tarde, pero se lleva el crédito. Cuando sientes miedo, todo tu cuerpo se prepara para enfrentar el peor escenario posible. Tus pulmones trabajan horas extra, tu corazón bombea sangre frenéticamente y tus músculos reciben un extra de glucosa, por si necesitas trepar un árbol para huir del monstruo... aunque estés en una sala sin plantas.

La corteza prefrontal, la parte lógica de tu cerebro, debería estar diciendo: 'Tranquilo, es solo una película.' Pero cuando el miedo se apodera de ti, esta entra en modo avión. Sin ella, todo lo que queda es tu cerebro primitivo diciendo: '¡Nos van a matar!'

Tus pupilas se dilatan para captar más luz, como si eso fuera a ayudarte a luchar contra un ente sobrenatural. Mientras tanto, tu sistema digestivo se apaga porque,

francamente, nadie necesita procesar carbohidratos cuando un asesino con motosierra podría estar detrás de ti.

[Sección 3: Después de la Tormenta - La Catarsis - 1 minuto]

Host:

"Y aquí está el giro final: después de que tu cuerpo ha hecho un espectáculo digno de un thriller psicológico, llega la calma. La amígdala dice: 'Falsa alarma', y el hipotálamo desactiva la tensión química. El cortisol baja, la dopamina sube y, de repente, te sientes aliviado... incluso un poquito orgulloso de haber sobrevivido al susto.

Esto es lo que los psicólogos llaman catarsis, o lo que yo llamo 'el momento en que te das cuenta de que no eras tan valiente como creías, pero al menos sigues vivo.' Es esa liberación de tensión acumulada que, irónicamente, nos hace volver por más. Sí, el miedo es como esa relación tóxica que no puedes dejar: te duele, pero es emocionante. Por eso seguimos viendo películas de terror, subiéndonos a montañas rusas y, para los más valientes, terrores cósmicos son el pan de cada día."

[Conclusión - 50 segundos]

Host:

"Entonces, la próxima vez que estés viendo una película de terror y sientas que tu corazón quiere salirse de tu pecho, recuerda: ese caos es tu cerebro trabajando tiempo extra para mantenerte vivo... o al menos para convencerte de que necesitas más dopamina en tu vida.

Eso es todo por hoy en PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente. Si te gustó este episodio, no olvides suscribirte y compartirlo con tus amigos, especialmente con esos que gritan más fuerte que tú en el cine. Nos escuchamos la próxima, donde probablemente hablemos del verdadero terror: vivir. ¡Hasta luego!"

PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

7. Principales fuentes de Información (citar en APA)

Erikson, E. H. (1950). *Childhood and society*. W. W. Norton & Company.

Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children*. International Universities Press.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.

8. Indicar el Código QR o link donde se puede tener acceso al producto comunicativo

<https://open.spotify.com/episode/1SlcZolwm7zSLlme6aacm7?si=CXRX9vV1RgeujR5N-feqAg>

Episodio 2: Crecer o Desaparecer - El Desarrollo Infantil en Spirited Away

1. Tipo de Producto Comunicativo y Título: Audio

Especificar el formato: podcast

Título: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

2. Objetivo del producto comunicativo. Propósito: Describir en una oración clara lo que se busca lograr con el producto (informar, sensibilizar, educar.

El podcast busca explorar la intersección entre la psicología, la filosofía y la cultura pop.

3. Audiencia (públicos): Perfil del público: Edad, Género, Intereses, Nivel Educativo, Ubicación Geográfica, Otros detalles relevantes.

Estudiantes de psicología de la licenciatura, entre 18 a 23 años. Puebla. Ambos géneros. Gustos por la cultura pop: series, animes, películas, mangas, comics.

- 4. Teorías que sustentan el producto comunicativo: Escribir el nombre de la teoría (autor, año) con una breve explicación de la vinculación de la teoría con el producto comunicativo.**

Teoría de la comunicación humana, Watzlawick (2014)

Teoría histórico sociocultural, Vigotsky (2003)

- 5. Enfoque: Comunicación Pública de la Ciencia o Divulgación de la Ciencia, explicación breve de cómo se aplica.**

Divulgación de la ciencia, ya que se presenta información especializada para un público universitario específico.

- 6. Contenido: Presentar el contenido desarrollado para el producto: guion, texto, diseño, según el tipo de producto comunicativo.**

[INTRODUCCIÓN - 40 SEGUNDOS]

Host:

"Bienvenidos a PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente, el podcast donde analizamos la psicología oculta en el anime y la cultura pop. Hoy hablaremos de Spirited Away, la obra maestra de Studio Ghibli que, entre criaturas mágicas y espíritus del más allá, nos da una cátedra sobre el desarrollo infantil.

Porque seamos honestos, la infancia es básicamente un viaje a través de un túnel oscuro lleno de monstruos, desafíos y adultos que te dicen qué hacer sin explicarte nada. Y si Chihiro nos enseña algo, es que crecer no es opcional. Así que agárrense de la mano de Haku y no firmen contratos sin leer la letra pequeña, porque nos adentramos en el mundo de la madurez emocional."

[SECCIÓN 1: LA INFANCIA Y LA INCERTIDUMBRE - 2 MINUTOS]

Host:

"Chihiro empieza su historia como cualquier niño enfrentando lo inevitable: el cambio. Su familia se muda y ella no tiene control sobre ello. Aquí entra en juego la teoría del apego de Bowlby: los niños necesitan figuras seguras para enfrentar el mundo. Pero sus padres, en lugar de ser esa base segura, se convierten en cerdos. Literalmente.

El abandono simbólico de los padres obliga a Chihiro a desarrollar autonomía. Esto encaja perfectamente con Erikson y su teoría del desarrollo psicosocial: la infancia es una lucha entre la dependencia y la independencia. En ese momento, Chihiro no tiene más opción que adaptarse o desaparecer, tanto en sentido figurado como literal, porque Yubaba no es exactamente fan de los niños llorones."

[SECCIÓN 2: AFRONTANDO MIEDOS Y APRENDIENDO A SER FUERTE - 2 MINUTOS]

Host:

"El viaje de Chihiro es básicamente un curso intensivo de maduración. Primero, pierde su identidad cuando Yubaba le roba su nombre, un golpe directo al concepto de la identidad infantil. Los niños se definen por lo que otros les dicen que son. Pero aquí, Chihiro debe reconstruirse sin ayuda.

Las tareas que realiza en la casa de baños son una metáfora del refuerzo positivo y la adquisición de habilidades. Skinner estaría orgulloso. Aprende que el esfuerzo tiene recompensa, que la paciencia paga y que a veces hay que lavarle la mugre a un dios del río si quieres seguir adelante en la vida.

También está el factor de resiliencia: cada desafío fortalece su autoestima y la hace más capaz. Al final, la niña que lloriqueaba en el túnel es la misma que cruza el puente con la frente en alto. Y eso, mis amigos, es desarrollo emocional en su máxima expresión."

[SECCIÓN 3: IDENTIDAD Y MADUREZ EMOCIONAL - 1.5 MINUTOS]

Host:

"Uno de los temas más potentes de Spirited Away es la construcción de la identidad. Chihiro empieza como una niña sin voz propia, pero al final, es alguien que sabe lo que quiere y lucha por ello.

Aquí entra Piaget con su teoría del desarrollo cognitivo: Chihiro pasa de una visión egocéntrica del mundo (todo es injusto, no quiero estar aquí) a una visión más compleja y empática (debo actuar para ayudar a los demás y encontrar mi camino). Aprende a diferenciar lo superficial de lo esencial, como cuando ve más allá de la avaricia de No-Face y entiende que la solución no es rechazarlo, sino darle un propósito."

[CONCLUSIÓN - 50 SEGUNDOS]

Host:

"En resumen, Spirited Away no es solo una película hermosa, es un relato sobre el desarrollo infantil, el miedo a lo desconocido y la fuerza de la resiliencia. Crecer no es fácil, y a veces se siente como un mundo lleno de espíritus extraños, reglas arbitrarias y adultos monstruosos. Pero si algo nos enseña Chihiro es que la madurez no llega de golpe, sino paso a paso, con cada decisión y cada pequeño acto de valentía.

Así que la próxima vez que sientas que el mundo es un lugar hostil, recuerda: siempre hay un camino de regreso, siempre hay una forma de recuperar tu nombre y, con suerte, no termines convertido en cerdo.

Esto fue PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente. Síguenos y cuéntanos: ¿cuál ha sido tu prueba más difícil en la vida y qué aprendiste de ella? Nos escuchamos en el próximo episodio."

Duración total: 6 minutos.

PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

7. Principales fuentes de Información (citar en APA)

Erikson, E. H. (1950). *Childhood and society*. W. W. Norton & Company.

Piaget, J. (1952). *The origins of intelligence in children*. International Universities Press.

Vygotsky, L. S. (1978). *Mind in society: The development of higher psychological processes*. Harvard University Press.

Miyazaki, H. (Director). (2001). *Spirited Away* [Film]. Studio Ghibli.

8. Indicar el Código QR o link donde se puede tener acceso al producto comunicativo

<https://open.spotify.com/episode/1SlcZolwm7zSLlme6aacm7?si=CXRX9vV1RgeujR5N-feqAg>

Episodio 3: Psicología de la Personalidad en Fullmetal Alchemist Brotherhood– Ser un Complejo de Edipo con Patas

1. **Tipo de Producto Comunicativo y Título: Audio**
Especificar el formato: podcast
Título: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

2. Objetivo del producto comunicativo. Propósito: Describir en una oración clara lo que se busca lograr con el producto (informar, sensibilizar, educar,

El podcast busca explorar la intersección entre la psicología, la filosofía y la cultura pop.

etc.).

3. Audiencia (públicos): Perfil del público: Edad, Género, Intereses, Nivel Educativo, Ubicación Geográfica, Otros detalles relevantes.

Estudiantes de psicología de la licenciatura, entre 18 a 23 años. Puebla. Ambos géneros. Gustos por la cultura pop: series, animes, películas, mangas, comics.

4. Teorías que sustentan el producto comunicativo: Escribir el nombre de la teoría (autor, año) con una breve explicación de la vinculación de la teoría con el producto comunicativo.

Teoría de la comunicación humana, Watzlawick (2014)

Teoría histórico sociocultural, Vigotsky (2003)

5. Enfoque: Comunicación Pública de la Ciencia o Divulgación de la Ciencia, explicación breve de cómo se aplica.

Divulgación de la ciencia, ya que se presenta información especializada para un público universitario específico.

6. Contenido: Presentar el contenido desarrollado para el producto: guion, texto, diseño, según el tipo de producto comunicativo.

[INTRODUCCIÓN - 40 SEGUNDOS]

Host:

"Bienvenidos a PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente, el podcast donde analizamos la psicología detrás de tus animes favoritos y demostramos que todos los personajes icónicos tienen más traumas que un manual de psiquiatría.

Hoy toca hablar de Fullmetal Alchemist Brotherhood, una obra maestra que no solo nos enseñó que jugar con la alquimia es una mala idea, sino que también nos dejó una colección de personajes con personalidades tan complejas que podrían llenar un congreso entero de psicólogos.

Porque seamos honestos, si la historia de los hermanos Elric fuera real, Ed y Al pasarían más tiempo en terapia que en la búsqueda de la Piedra Filosofal. Vamos a desmenuzar sus personalidades y a ver qué dice la psicología sobre ellos. Prepárense, porque este episodio será equivalente a un círculo de transmutación, pero sin la garantía de que no perderemos una extremidad en el proceso."

[SECCIÓN 1: LA PERSONALIDAD SEGÚN LOS GRANDES TEÓRICOS - 1.5 MINUTOS]

Host:

"Primero, un poco de contexto: la psicología de la personalidad estudia cómo pensamos, sentimos y actuamos, y se ha dividido en varias teorías. Hoy nos enfocaremos en tres enfoques:

El psicoanálisis de Freud, porque claramente aquí hay daddy issues por doquier.

Los rasgos de personalidad de los Cinco Grandes, para ver en qué lugar del espectro encajan estos alquimistas rotos.

El humanismo de Maslow y Carl Rogers – porque alguien aquí necesita urgentemente autoaceptación."

[SECCIÓN 2: EDWARD ELRIC – EL PEQUEÑO GIGANTE DEL COMPLEJO DE INFERIORIDAD - 2 MINUTOS]

Host:

"Vamos con Edward Elric, nuestro protagonista explosivo de 1.49 metros de puro orgullo y problemas sin resolver.

Desde el punto de vista freudiano, Ed es un caso perfecto de complejo de Edipo mal gestionado. La muerte de su madre y el abandono de su padre lo marcaron tanto que literalmente intentó resucitarla con alquimia. Si Freud viera esto, diría: 'Ajá, lo sabía'.

Ahora, si usamos la teoría de los Cinco Grandes Rasgos de la Personalidad, Ed sería así:

Alta apertura a la experiencia – Inteligente, curioso, obsesionado con el conocimiento prohibido.

Alta extraversión – Muy expresivo, gritón, y con cero filtro para insultar a los militares.

Alto neurotismo – Cambios de humor extremos y arrebatos de ira cada vez que alguien menciona su estatura.

Baja amabilidad – Al menos en la primera parte de la serie, donde su confianza en los demás es casi nula.

Alta responsabilidad – Lo cual es irónico, considerando que su primera gran decisión en la vida fue jugar a ser Dios y terminar sin una pierna y sin su hermano entero.

Desde el humanismo, Ed es el típico personaje en busca de la autorrealización. Su viaje no solo es físico, sino también emocional, donde aprende que el poder no lo es todo y que la verdadera fortaleza está en aceptar sus errores. Pero eso no quita que su terquedad nos haya regalado varios momentos de puro desastre."

[SECCIÓN 3: ALPHONSE – EL HERMANO PERFECTO Y SU CRISIS EXISTENCIAL - 1.5 MINUTOS]

Host:

"Ahora hablemos de Alphonse, la pobre alma atrapada en una armadura de metal. Mientras que Ed lidia con su síndrome de hermano mayor con sobrecarga de culpa, Al sufre una crisis de identidad digna de una novela existencialista.

Desde la perspectiva psicoanalítica, Al sufre angustia del yo, porque no está seguro de si sigue siendo humano CUERPO.

Si analizamos a Al con los Cinco Grandes Rasgos de la Personalidad:

Alta apertura a la experiencia – Filósofa sobre la vida, la identidad y la existencia como si fuera un discípulo de Sartre.

Baja extraversión – Más reservado y reflexivo que su hermano, aunque con momentos de gran expresión emocional.

Alta amabilidad – El chico más dulce de la serie, a pesar de que su aspecto grita 'caballero maldito de una historia de terror'.

Alta responsabilidad – Siempre es el que mantiene a Ed con los pies en la tierra... figurativamente, porque físicamente él no tiene pies reales.

Bajo neuroticismo – A pesar de todo, mantiene una calma admirable... aunque quién sabe si es porque no tiene sistema nervioso.

Desde la perspectiva humanista, Al busca recuperar su humanidad, pero a diferencia de Ed, su viaje es más introspectivo. Mientras su hermano golpea primero y pregunta después, Al duda, reflexiona y se pregunta si su existencia sigue teniendo sentido sin un cuerpo real. Básicamente, es como si fuera el protagonista de Ghost in the Shell, pero en el siglo XIX y con alquimia en vez de tecnología."

[SECCIÓN 4: LOS VILLANOS – UNA CLÍNICA DE TRASTORNOS DE PERSONALIDAD - 2 MINUTOS]

Host:

"No podemos hablar de personalidad en Fullmetal Alchemist sin mencionar a los homúnculos, que son básicamente trastornos de la personalidad con patas.

Envidia (Envy) – Un narcisista envidioso de los humanos, con un ego del tamaño de Amestris y cero tolerancia a la frustración.

Orgullo (Pride) – Un psicópata manipulador con cero empatía, que demuestra que ser el hijo favorito del villano nunca es una buena idea.

Gula (Gluttony) – Un caso literal de trastorno alimenticio extremo, con impulsividad incontrolable.

Ira (Wrath) – También conocido como King Bradley, el tipo que redefine el concepto de 'ira reprimida'.

Cada uno representa un rasgo de personalidad llevado al extremo, lo que en la vida real podría ser la base de múltiples diagnósticos psiquiátricos. Y lo mejor de todo es que, al final, la serie nos deja en claro que la humanidad no es ni buena ni mala... sino simplemente complicada."

[CONCLUSIÓN - 50 SEGUNDOS]

Host:

"Fullmetal Alchemist no es solo una historia de alquimia, es un tratado sobre la psicología de la personalidad disfrazado de anime shonen. Desde los traumas de los Elric hasta los villanos que son literalmente los pecados capitales, cada personaje nos muestra un aspecto distinto de lo que significa ser humano.

Así que la próxima vez que dudes de ti mismo, recuerda: podrías ser un niño genio con tendencias obsesivas, atrapado en una cruzada imposible para resucitar a tu madre, mientras te persigue un grupo de monstruos filosóficos. O peor aún... podrías ser Shou Tucker.

Esto fue PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente. Si te gustó este episodio, síguenos y dime: ¿cuál de los homúnculos crees que mejor representa tu lado oscuro? Nos escuchamos en el próximo episodio."

Duración total: Aproximadamente 6 minutos.

PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

7. Principales fuentes de Información (citar en APA)

Freud, S. (1923). The ego and the id. W. W. Norton.

McCrae, R. R., & Costa, P. T. (1999). A five-factor theory of personality. In L. A. Pervin & O. P. John (Eds.), Handbook of personality: Theory and research (2nd ed., pp. 139–153). Guilford Press.

Maslow, A. H. (1943). A theory of human motivation. Psychological Review, 50(4), 370–396.

Arakawa, H. (2001). Fullmetal Alchemist [Manga]. Square Enix.

8. Indicar el Código QR o link donde se puede tener acceso al producto comunicativo

<https://open.spotify.com/episode/1SlcZolwm7zSLlme6aacm7?si=CXRX9vV1RgeujR5N-feqAg>

Episodio 4: Ansiedad Existencial en Evangelion

- 1. Tipo de Producto Comunicativo y Título: Audio**
Especificar el formato: podcast
Título: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente
-

2. Objetivo del producto comunicativo. Propósito: Describir en una oración clara lo que se busca lograr con el producto (informar, sensibilizar, educar,

El podcast busca explorar la intersección entre la psicología, la filosofía y la cultura pop.

etc.).

3. Audiencia (públicos): Perfil del público: Edad, Género, Intereses, Nivel Educativo, Ubicación Geográfica, Otros detalles relevantes.

Estudiantes de psicología de la licenciatura, entre 18 a 23 años. Puebla. Ambos géneros. Gustos por la cultura pop: series, animes, películas, mangas, comics.

4. Teorías que sustentan el producto comunicativo: Escribir el nombre de la teoría (autor, año) con una breve explicación de la vinculación de la teoría con el producto comunicativo.

Teoría de la comunicación humana, Watzlawick (2014)

Teoría histórico sociocultural, Vigotsky (2003)

5. Enfoque: Comunicación Pública de la Ciencia o Divulgación de la Ciencia, explicación breve de cómo se aplica.

Divulgación de la ciencia, ya que se presenta información especializada para un publico universitario específico.

6. Contenido: Presentar el contenido desarrollado para el producto: guion, texto, diseño, según el tipo de producto comunicativo.

[INTRODUCCIÓN - 40 SEGUNDOS]

Host:

"Bienvenidos a PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente, el podcast donde analizamos el caos de la psicología a través del prisma de la cultura pop. Hoy nos metemos en un tema que muchos conocemos demasiado bien: la ansiedad. Y para ilustrarla, no hay mejor candidato que Shinji Ikari, el rey del 'no quiero subirme al robot' en Neon Genesis Evangelion. Así que si alguna vez has sentido que el mundo es demasiado, que tu existencia carece de sentido o que prefieres encerrarte con tus audífonos en vez de enfrentar la realidad... felicidades, este episodio es para ti."

[SECCIÓN 1: ¿QUÉ ES LA ANSIEDAD Y POR QUÉ NOS ARRUINA LA VIDA? - 1.5 MINUTOS]

Host:

"La ansiedad es básicamente el equivalente biológico de una alarma de incendio que suena incluso cuando solo estás cocinando un huevo. Y en el caso de Shinji, esta alarma está constantemente a punto de romperse. Su cerebro, al igual que el de cualquier persona con ansiedad crónica, está atrapado en un ciclo interminable de miedo y anticipación catastrófica. La amígdala, esa parte de tu cerebro que decide si corres o te enfrentas al peligro, está en modo ultra paranoico.

El pobre Shinji no tiene escapatoria: cada vez que Gendo aparece con su cara de 'hazlo por tu padre', su sistema nervioso simpático se dispara. Se libera cortisol, la hormona del estrés, su corazón se acelera y su cerebro entra en el clásico 'freeze, fight or flight' (parálisis, lucha o huida). Spoiler: Shinji elige parálisis el 90% del tiempo."

[SECCIÓN 2: EVANGELION Y LA ANSIEDAD EXISTENCIAL - 1.5 MINUTOS]

Host:

"Pero aquí no hablamos solo de la ansiedad común y corriente. No, no. Evangelion nos regala la ansiedad existencial en su máxima expresión. Sartre decía que 'el hombre está condenado a ser libre', lo que significa que tenemos que tomar decisiones constantemente y, peor aún, vivir con sus consecuencias. Shinji, sin embargo, no quiere esa responsabilidad. Prefiere encerrarse en su cápsula emocional mientras el mundo se derrumba.

Esta parálisis tiene un nombre: indefensión aprendida. Cuando una persona está expuesta a situaciones incontrolables por demasiado tiempo, termina creyendo que no hay nada que pueda hacer, por lo que deja de intentarlo. Shinji no se sube al EVA porque teme fracasar, teme sufrir, teme perder a quienes ama... y también porque, seamos honestos, nadie le explicó terapia en su infancia."

[SECCIÓN 3: ¿CÓMO AFRONTAR LA ANSIEDAD COMO SHINJI (O MEJOR QUE ÉL)? - 1 MINUTO]

Host:

"Aquí es donde entramos en el terreno del 'qué hacer con esto'. La terapia cognitivo-conductual nos dice que la mejor forma de afrontar la ansiedad es exponerse de forma gradual a los miedos y cambiar la forma en que interpretamos la realidad. En términos de Evangelion: en lugar de repetir 'no quiero subirme al robot', podríamos empezar con 'ok, vamos a intentar subirnos solo un poco'. Pequeños pasos.

Además, neurotransmisores como la serotonina y la dopamina tienen un rol clave en la regulación del miedo. Practicar mindfulness, ejercicio y técnicas de respiración ayudan a que el cerebro no nos traicione. Shinji nunca tuvo estas herramientas, pero nosotros sí. Así que, amigos, si la vida los hace sentir como si estuvieran dentro de un EVA sin manual de instrucciones... busquen ayuda, y sobre todo, sigan avanzando."

[CONCLUSIÓN - 50 SEGUNDOS]

Host:

"En resumen, Evangelion no solo es un anime filosófico con robots gigantes, sino un espejo de nuestras propias inseguridades. Shinji es la representación de una mente ansiosa atrapada en su propia espiral de desesperación. Pero la diferencia entre él y nosotros es que podemos aprender, cambiar y evolucionar... sin necesidad de destruir la humanidad en el proceso.

Y con eso cerramos este episodio de PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente. Si te gustó, síguenos y dime: ¿qué personaje del anime te representa en tus peores días? Nos escuchamos en la próxima dosis de psicología y cultura pop. ¡Hasta luego!"

Duración total: 5 minutos.

PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

7. Principales fuentes de Información (citar en APA)

American Psychiatric Association. (2013). Diagnostic and statistical manual of mental disorders (5th ed.). <https://doi.org/10.1176/appi.books.9780890425596>

Beck, A. T. (1976). Cognitive therapy and the emotional disorders. International Universities Press.

Ledoux, J. (1996). The emotional brain: The mysterious underpinnings of emotional life. Simon & Schuster.

Anno, H. (Director). (1995). Neon Genesis Evangelion [TV series]. Gainax.

8. Indicar el Código QR o link donde se puede tener acceso al producto comunicativo

<https://open.spotify.com/episode/1SlcZolwm7zSLlme6aacm7?si=CXRX9vV1RgeujR5N-feqAg>

Episodio 5: Aprendizaje y Superación en My Hero Academia

1. Tipo de Producto Comunicativo y Título: Audio

Especificar el formato: podcast

Título: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

2. Objetivo del producto comunicativo. Propósito: Describir en una oración clara lo que se busca lograr con el producto (informar, sensibilizar, educar,

El podcast busca explorar la intersección entre la psicología, la filosofía y la cultura pop.

etc.).

3. Audiencia (públicos): Perfil del público: Edad, Género, Intereses, Nivel Educativo, Ubicación Geográfica, Otros detalles relevantes.

Estudiantes de psicología de la licenciatura, entre 18 a 23 años. Puebla. Ambos géneros. Gustos por la cultura pop: series, animes, películas, mangas, comics.

4. Teorías que sustentan el producto comunicativo: Escribir el nombre de la teoría (autor, año) con una breve explicación de la vinculación de la teoría con el producto comunicativo.

Teoría de la comunicación humana, Watzlawick (2014)

Teoría histórico sociocultural, Vigotsky (2003)

5. Enfoque: Comunicación Pública de la Ciencia o Divulgación de la Ciencia, explicación breve de cómo se aplica.

Divulgación de la ciencia, ya que se presenta información especializada para un publico universitario específico.

6. Contenido: Presentar el contenido desarrollado para el producto: guion, texto, diseño, según el tipo de producto comunicativo.

[INTRODUCCIÓN - 40 SEGUNDOS]

Host:

"Bienvenidos a *PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente*, el podcast donde desmenuzamos la psicología a través del anime y la cultura pop. Hoy hablaremos de *My Hero Academia*, una serie que no solo nos trae peleas épicas y héroes carismáticos, sino que también es un estudio perfecto sobre cómo aprendemos y nos superamos.

Porque seamos sinceros, la vida es básicamente un entrenamiento constante donde no hay Quirks que te saquen de apuros, solo esfuerzo, aprendizaje y unas cuantas caídas en el intento. Así que, ponte la capa, porque hoy analizamos cómo Deku y compañía nos enseñan sobre la teoría del aprendizaje."

[SECCIÓN 1: APRENDIZAJE POR OBSERVACIÓN Y EXPERIENCIA - 2 MINUTOS]

Host:

"Deku empieza como el típico underdog: sin poderes, sin oportunidades, pero con un sueño enorme. Su proceso de aprendizaje sigue las teorías de Bandura y Vygotsky. Primero, el aprendizaje por observación: Deku estudia cada batalla, cada movimiento de sus héroes favoritos, y poco a poco va entendiendo cómo se

comportan los verdaderos héroes. Aquí entra en juego la 'Zona de Desarrollo Próximo' de Vygotsky: no aprendemos solos, sino con la ayuda de mentores, como All Might, que guía a Deku en el uso de su poder.

Bandura hablaba del modelado, es decir, aprendemos no solo viendo, sino imitando. Deku no solo observa, sino que prueba y adapta cada estrategia que ve. Esto es crucial, porque en la vida real aprendemos imitando a nuestros modelos: padres, maestros, ídolos... o en este caso, superhéroes.

El aprendizaje es más que recibir información, es practicar, fallar y volver a intentar. Como cuando Midoriya intenta controlar el One For All y termina con todos los huesos rotos. Aprender duele, literalmente en su caso."

[SECCIÓN 2: ESFUERZO, REFUERZO Y RESILIENCIA - 2 MINUTOS]

Host:

"Otro aspecto clave en *My Hero Academia* es la motivación y el refuerzo. Según la teoría conductista de Skinner, los comportamientos que se refuerzan, se repiten. Midoriya recibe refuerzo positivo cada vez que progresa, ya sea con la aprobación de All Might o con pequeñas victorias personales. Pero también hay refuerzo negativo: cada vez que ignora sus límites, termina en el hospital.

La perseverancia es el alma del aprendizaje. No se trata solo de talento innato, sino de cuánto estás dispuesto a trabajar para mejorar. Deku no nació con habilidades, pero su dedicación lo convierte en el mejor estudiante de la U.A. En la vida real, esto es clave: el talento es solo una base, pero la repetición y el esfuerzo constante son lo que determinan el éxito.

Aquí entra en juego la resiliencia: la capacidad de adaptarse ante la adversidad. Cada obstáculo que enfrenta Deku es una oportunidad para mejorar. Y aunque fracasa muchas veces, su mentalidad de 'Plus Ultra' lo mantiene en movimiento. Este es un principio fundamental en psicología del aprendizaje: el fracaso no es el fin, sino parte del proceso."

[SECCIÓN 3: EL IMPACTO DE LOS MENTORES Y EL APRENDIZAJE SOCIAL - 1.5 MINUTOS]

Host:

"Nadie aprende solo. All Might, Gran Torino, Aizawa... todos juegan un papel crucial en el desarrollo de los estudiantes de la U.A. Aquí entra la teoría del aprendizaje social: absorbemos conocimientos y valores de quienes nos rodean. En otras palabras, la influencia de un buen maestro puede cambiar la vida de un estudiante.

Deku aprende de All Might, pero también de sus compañeros. Cada enfrentamiento, cada reto, le obliga a adaptarse, mejorar y redefinir su propia idea de lo que significa ser un héroe. Es un ciclo constante de enseñanza y aprendizaje, que nos recuerda que siempre podemos aprender algo de los demás, incluso de nuestros rivales."

[CONCLUSIÓN - 50 SEGUNDOS]

Host:

"En resumen, *My Hero Academia* no es solo una historia de superpoderes, es una lección sobre el aprendizaje en su máxima expresión. Aprender es caerse y levantarse, rodearse de los mentores adecuados y no rendirse cuando el camino se pone difícil. Así que la próxima vez que te enfrentes a un reto, pregúntate: ¿qué haría Deku? Probablemente analizaría la situación, aplicaría lo aprendido y se rompería un dedo en el proceso... pero al final, saldría más fuerte.

Esto fue PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente. Si te gustó, síguenos y dime: ¿cuál ha sido tu momento más 'Plus Ultra' en la vida? Nos escuchamos en el próximo episodio."

Duración total: 6 minutos.

PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

7. Principales fuentes de Información (citar en APA)

Bandura, A. (1977). Social learning theory. Prentice Hall.

Skinner, B. F. (1953). Science and human behavior. Macmillan.

Vygotsky, L. S. (1978). Mind in society: The development of higher psychological processes. Harvard University Press.

Horikoshi, K. (2014). My Hero Academia [Manga]. Shueisha.

8. Indicar el Código QR o link donde se puede tener acceso al producto comunicativo

<https://open.spotify.com/episode/1SlcZolwm7zSLlme6aacm7?si=CXRX9vV1RgeujR5N-feqAg>

Episodio 7: La Teoría del Apego en Naruto: Cuando la Soledad te Convierte en un Ninja

1. Tipo de Producto Comunicativo y Título: Audio

Especificar el formato: podcast

Título: PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente

2. Objetivo del producto comunicativo. Propósito: Describir en una oración clara lo que se busca lograr con el producto (informar, sensibilizar, educar,

El podcast busca explorar la intersección entre la psicología, la filosofía y la cultura pop.

etc.).

3. Audiencia (públicos): Perfil del público: Edad, Género, Intereses, Nivel Educativo, Ubicación Geográfica, Otros detalles relevantes.

Estudiantes de psicología de la licenciatura, entre 18 a 23 años. Puebla. Ambos géneros. Gustos por la cultura pop: series, animes, películas, mangas, comics.

- 4. Teorías que sustentan el producto comunicativo: Escribir el nombre de la teoría (autor, año) con una breve explicación de la vinculación de la teoría con el producto comunicativo.**

Teoría de la comunicación humana, Watzlawick (2014)

Teoría histórico sociocultural, Vigotsky (2003)

- 5. Enfoque: Comunicación Pública de la Ciencia o Divulgación de la Ciencia, explicación breve de cómo se aplica.**

Divulgación de la ciencia, ya que se presenta información especializada para un publico universitario específico.

- 6. Contenido: Presentar el contenido desarrollado para el producto: guion, texto, diseño, según el tipo de producto comunicativo.**

[INTRODUCCIÓN - 40 SEGUNDOS]

Host:

"Bienvenidos a PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente, el podcast donde exploramos la psicología a través del anime y la cultura pop. Hoy toca hablar de Naruto, esa serie que nos enseñó que, si eres lo suficientemente terco y tienes un

par de amigos emocionalmente disfuncionales, puedes salvar el mundo... o al menos evitar que un emo con complejo de superioridad destruya la aldea.

Pero más allá de los jutsus y los gritos de 'Dattebayo', Naruto es un caso de estudio perfecto sobre la Teoría del Apego, esa rama de la psicología que explica por qué algunas personas son emocionalmente estables y otras terminan como Sasuke. Vamos a analizar cómo la falta de una figura de apego en la infancia puede moldear tu personalidad, convertirte en un ninja rencoroso o, en el mejor de los casos, en el próximo Hokage."

[SECCIÓN 1: ¿QUÉ ES EL APEGO Y POR QUÉ IMPORTA? - 1.5 MINUTOS]

Host:

"La Teoría del Apego, propuesta por John Bowlby, dice que la relación que tenemos en la infancia con nuestros cuidadores define cómo nos relacionamos con los demás el resto de nuestras vidas. Básicamente, si de niño recibiste amor, apoyo y validación emocional, probablemente serás un adulto funcional. Si no... bueno, tal vez termines buscando venganza contra tu hermano mayor por masacrar a tu familia.

En términos psicológicos, hay cuatro tipos de apego:

Seguro: Los niños que reciben amor y protección crecen confiando en los demás y en sí mismos. En Naruto, esto sería alguien como Shikamaru, quien tuvo una infancia estable y, por eso, no necesita andar amenazando al mundo cada tres episodios.

Evitativo: Son los que crecieron sin mucho afecto y, como resultado, les cuesta conectar con los demás. ¿Ejemplo? Kakashi, quien lidia con su trauma fingiendo que no le importa nada.

Ansioso-ambivalente: Aquí están los que tuvieron cuidadores inconsistentes, lo que los vuelve inseguros y necesitados de validación. Sasuke en su máxima expresión.

Desorganizado: La categoría premium del trauma. Aquí están los niños que crecieron con experiencias extremadamente caóticas, como abuso o abandono

total. Gaara es el mejor ejemplo, criado por un padre que intentó matarlo y con una bestia sellada en su interior. ¿Y todavía se preguntan por qué le hablaba a una calabaza de arena?"

[SECCIÓN 2: NARUTO, SASUKE Y EL IMPACTO DEL APEGO EN SUS VIDAS - 2 MINUTOS]

Host:

"Aquí es donde entra el dúo más disfuncional de la historia del anime: Naruto y Sasuke.

Naruto es el epítome del niño con apego desorganizado que milagrosamente evolucionó a seguro. Abandonado desde bebé, tratado como un paria y sin una sola figura de apoyo en su infancia, según la psicología, debería haber terminado como un sociópata. ¿Pero qué hizo? Se aferró a la idea de ser Hokage y se convirtió en el hombre más terco del planeta.

Lo interesante de Naruto es que, a pesar de su trauma, encuentra figuras de apego sustitutas, como Iruka, Kakashi y Jiraiya, quienes le ofrecen el soporte emocional que nunca tuvo de niño. Es una lección sobre cómo el apoyo adecuado puede corregir incluso la infancia más jodida.

Sasuke, por otro lado, es el ejemplo perfecto de apego evitativo y ansioso-ambivalente. Creció idolatrando a su hermano, quien lo traicionó de la manera más brutal posible. Esto lo deja atrapado entre el deseo de venganza y la necesidad de conexión emocional. Es por eso que pasa toda la serie huyendo de Naruto pero al mismo tiempo obsesionado con él. Su vida entera es una demostración de lo que pasa cuando no sabes cómo manejar el apego y decides que la mejor opción es destruirlo todo.

En resumen, Naruto nos muestra cómo la falta de apego seguro puede llevar a dos caminos:

La resiliencia, donde te conviertes en un líder amado y respetado.

O la destrucción, donde terminas con un ejército de seguidores y el peor caso de arrogancia en la historia del anime."

[SECCIÓN 3: LA REDENCIÓN Y EL PODER DEL APEGO - 1.5 MINUTOS]

Host:

"Pero aquí viene el giro argumental: el apego se puede reparar. La serie lo deja claro con personajes como Gaara y Sasuke, quienes después de años de trauma logran reconstruir relaciones más saludables.

Gaara, el tipo que hablaba solo y asesinaba gente porque sí, cambia radicalmente cuando Naruto le ofrece algo que nunca tuvo: comprensión. Y aunque Sasuke tarda unos 700 capítulos en entenderlo, al final se da cuenta de que la conexión con los demás no es una debilidad, sino su única salvación.

Desde la psicología, esto demuestra que el apego no es una condena. Sí, lo que te pasa de niño importa, pero las relaciones que construyes después pueden redefinir quién eres. Y si Naruto nos enseñó algo, es que incluso el niño más solo del mundo puede encontrar un hogar... aunque sea con un grupo de ninjas emocionalmente rotos."

[CONCLUSIÓN - 50 SEGUNDOS]

Host:

"Así que ahí lo tienen: Naruto es básicamente una clase de psicología disfrazada de anime de peleas. Nos muestra cómo el apego define quiénes somos, pero también que siempre hay una oportunidad para sanar.

La próxima vez que veas a alguien obsesionado con su ex o con un plan de venganza de 10 años, pregúntate: ¿será un caso de apego ansioso? ¿O simplemente ve demasiado anime?

Esto fue PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente. Síguenos y dime: ¿eres más Naruto, Sasuke o Gaara en términos de apego? Nos escuchamos en el próximo episodio."

Duración total: 5 minutos.

7. Principales fuentes de Información (citar en APA)

Bowlby, J. (1969). Attachment and loss: Vol. 1. Attachment. Basic Books.

Ainsworth, M. D. S. (1978). Patterns of attachment: A psychological study of the strange situation. Lawrence Erlbaum Associates.

Kishimoto, M. (1999). Naruto [Manga]. Shueisha.

8. Indicar el Código QR o link donde se puede tener acceso al producto comunicativo

<https://open.spotify.com/episode/1SlcZolwm7zSLlme6aacm7?si=CXRX9vV1RgeujR5N-feqAg>

7. Conclusiones

Esta investigación ha propuesto una idea innovadora para la divulgación científica de la psicología, la cual está basada en la relación estratégica entre el rigor académico y los códigos expresivos de la cultura pop, en otras palabras, el entretenimiento. A través de un análisis teórico-práctico, se ha demostrado que los materiales audiovisuales – cuando son entendidos como una intencionalidad tridimensional (didáctica, narrativa y estética) articulada – traspasan su función informativa para convertirse en experiencias que mezclan gusto, conocimiento y entretenimiento. Estos no solo transmiten conocimiento, sino que generan espacios de significación que activan dimensiones cognitivas (como la identificación con modelos teóricos), emocionales (a través de la empatía con personajes y tramas) y sociales (fomentando diálogos comunitarios en torno a temas psicológicos).

El proyecto PsicoPop: El Lado Oscuro de la Mente fue como un laboratorio de innovación, validando en la práctica esta propuesta. Su metodología de producción desarrolló guiones de alta complejidad simbólica, donde:

Teorías psicológicas (desde el psicoanálisis hasta la neurociencia cognitiva) se entrelazan con arquetipos y conflictos universales presentes en el anime. Se propuso una forma para interpelar a la gente que escuche el podcast, esto desarrollo un lenguaje sarcástico y desenfadado que actúa como unión generacional, desmitificando la solemnidad académica manteniendo el rigor conceptual.

Se logra plasmar una estética oscura y visualmente potente (en su diseño sonoro y promocional) resonó en sensibilidades juveniles, el cual dio la posibilidad de ser como un anzuelo emocional para entrar a temas complejos como la depresión, la ansiedad o los trastornos de personalidad, el motivo de este sentido es que frente a un ecosistema mediático dominado por la fragmentación discursiva y la superficialidad, esta tesina trata a la divulgación psicológica como una ciencia que requiere un cambio en su forma de comunicar, esto es, pasar de la transmisión unidireccional a la creación de experiencias interactivas. Lo cual hace recordar que existen evidencias de que el entretenimiento y el rigor científico no son polos opuestos, sino dimensiones complementarias que amplifican el alcance al utilizar canales, así como formatos ya legitimados por las audiencias jóvenes, por otro lado, favorecen la retención y comprensión al anclar conceptos abstractos en narrativas emocionalmente envolventes y por último, promueven un interés profundo en la apropiación del conocimiento, su reflexión y promueve discusiones entorno a diferentes temas.

Por lo anterior, se generaron herramientas metodológicas y creativas para este trabajo (el modelo de guion integrado, los criterios de selección de referentes pop, las estrategias de tono y estética) que dan pie a generar un marco de referencia transferible para futuras investigaciones y producciones en la intersección entre:

- Ciencias del Comportamiento y Educación Emocional

- Comunicación Científica y Estudios Culturales
- Diseño Narrativo Transmedia y Pedagogías Digitales

8. Referencias

Alvarado, M. (2017). Divulgación científica en México Alcanzando la sociedad del conocimiento. *Ciencia Cierta*, 49, 1–10.

Anaya-Torres, E. (2020). Sobre el poder y la identidad docente. *Inventio*, 16(38), 1–9. <https://doi.org/10.30973/inventio/2020.16.38/2>

American Psychological Association. (2019). Stress effects on the body. <https://www.apa.org/topics/stress/body>

Anno, H. (Director). (1995). Neon Genesis Evangelion [TV series]. Gainax.

Arakawa, H. (2001). Fullmetal Alchemist [Manga]. Square Enix.

Bandura, A. (1977). Social learning theory. Prentice Hall.

Beck, A. T. (1976). Cognitive therapy and the emotional disorders. International Universities Press.

Cassany, D. (2015). *El arte de dar clase*.

Dupuy, J.-P., & Varela, F. (1991). Circularidades creativas: para la comprensión de los orígenes. In P. Watzlawick & P. Krieg (Eds.), *El ojo del observador. Contribuciones al constructivismo*. (Segunda, pp. 232–259). Gedisa.

Giacoman, H. (2005). *Aprendizaje y enseñanza*.

Erikson, E. H. (1950). Childhood and society. W. W. Norton & Company.

Freud, S. (1923). The ego and the id. W. W. Norton.

- Giacoman, H. (2005). *Aprendizaje y enseñanza*.
- Horikoshi, K. (2014). *My Hero Academia* [Manga]. Shueisha.
- INEGI. (2016). *Módulo de Movilidad Social Intergeneracional 2016 Principales resultados y bases metodológicas*. 31.
http://internet.contenidos.inegi.org.mx/contenidos/productos/prod_serv/contenidos/espanol/bvinegi/productos/nueva_estruc/promo/principales_resultados_mmsi_2016.pdf
- INEGI, & IFT. (2023). Encuesta Nacional sobre disponibilidad y uso de tecnologías de la información en los hogares (ENDUTIH 2022). *Comunicado de Prensa N° 367/23, 2021*, 1–22.
https://www.inegi.org.mx/contenidos/saladeprensa/boletines/2023/ENDUTIH/ENDUTIH_22.pdf
- Kishimoto, M. (1999). *Naruto* [Manga]. Shueisha.
- Miyazaki, H. (Director). (2001). *Spirited Away* [Film]. Studio Ghibli.
- Monereo, C., & Domínguez, C. (2014). La identidad docente de los profesores universitarios competentes. *Educacion XX1*, 17(2), 83–104.
<https://doi.org/10.5944/educxx1.17.2.11480>
- Petit, M. (2000). ¿Construir lectores? In C. I. de Editores (Ed.), *Estrategias para la construcción de lectores* (pp. 1–4).
- Vygotsky, L. (2003). *La imaginación y el arte en la infancia* (6th ed.). Ediciones Akal.
- Vygotsky, L. (2009). *El desarrollo de los procesos psicológicos superiores* (Tercera). Crítica.
- Vygotsky, L. (2015). Pensamiento y lenguaje. In *Booket*. Booket.
<http://padresporlaeducacion.blogspot.com/>

Warnier, J. P. (2001). *La mundialización de la cultura* (Primera). Ediciones ABYA-YALA.