

Los niños y la televisión



Valerio Fuenzalida ■

En este texto voy referirme de modo sintético a algunos cambios que están ocurriendo en la relación televisión/audiencias infantiles.

En primer lugar, quiero hacer notar el creciente desplazamiento de la audiencia infantil latinoamericana desde la televisión abierta hacia la sintonía de los canales de cable. Los datos de Ibope Media para varios países latinoamericanos señalan que los canales para niños, como Cartoon Network, Nickelodeon, Discovery Kids, Jetix, Disney Channel, ocupan los primeros lugares en el total de la sintonía del cable; incluso ya hay ciertas horas en algunos días de la semana (sábado y domingo por la mañana) en que la sintonía total de la televisión por cable supera la sintonía de la televisión abierta, por el peso de la audiencia infantil.

■ **Valerio Fuenzalida**, chileno, periodista, Director del Diplomado en Estudios de Audiencia del Instituto de Estudios Mediales de la Pontificia Universidad Católica de Chile
■ Correo-e: vfuenzal@vtr.net

Algunos de esos canales de cable se han segmentado hacia una audiencia de niños más pequeños (Discovery Kids), y otros hacia edades mayores (Nickelodeon, Jetix), con programas especialmente adecuados a las diferentes edades. Pero además, según estudios cualitativos de recepción, los niños se reconocen como los destinatarios de esos canales infantiles del cable, en cuanto canales especialmente diseñados para ellos, con una continuidad apelativa especial en voces e imágenes y que transmiten las 24 horas para ellos.

Así, cuando los niños tienen posibilidad de ver televisión por cable, escogen estos canales. Mientras en la televisión abierta existen algunos **programas para niños**, en la televisión de cable hay **canales para niños**. **Es posible constatar una lectura creciente por parte de los niños de que la televisión para niños está en los canales para niños en el cable**. Ellos, como audiencias, están construyendo en sus mentes y en sus afectos la percepción que el *niño de la televisión infantil* está en el cable.

El desplazamiento de las audiencias infantiles desde programas o franjas infantiles a canales de cable que los niños identifican como canales infantiles, está generando un desafío relacionado con las políticas de comunicación; un desafío que interpela a las autoridades políticas en distintos niveles, así como a

Debe obligarse a los canales a incluir en la programación espacios exclusivos para niños



Audiencia infantil que crece día a día

las agencias orientadoras de la televisión. Son estos organismos los que finalmente toman las decisiones sobre cómo se impulsa la emisión televisiva y sobre los modelos de canales de televisión.

Así pues, **la antigua idea de tener barras o franjas de programación a las diez u once de la mañana, y entre cuatro y seis de la tarde, es una manera de programar que hoy día no responde a los cambios en los visionados infantiles**. Por lo tanto, la aspiración social de una buena programación infantil no es sinónimo de exigir a los canales una barra infantil de tal a tal hora.

En respuesta a este nuevo tipo de realidad se han creado canales de televisión abierta para niños; en Alemania, la televisión pública ha creado el Kinder Kanal, que transmite desde las 06h00 hasta las 21h00; también se ha creado el canal privado para niños Super RTL. La BBC en su oferta digital



Los video juegos, otro elemento infaltable

tiene canales segmentados para niños pequeños y más grandes; también el canal británico privado ITV planea sacar un canal infantil. France Télévisions también está diseñando un canal dedicado a los niños.

Si no se crean estos canales segmentados hacia niños en televisión abierta, éstos se trasladarán crecientemente a los canales infantiles del cable.

Y tal creación de canales segmentados es una oportunidad que puede aparecer y ser aprovechada en el momento de instaurara la televisión digital.

Cambios en la producción

En segundo lugar, quiero señalar que la manera de producir programas de televisión para niños también está cambiando.

a) Hay un agotamiento de aquel esquema donde un adulto era encargado de conducir (presente en pantalla o con voz off) el programa televisivo infantil. Este modelo fue tomado de la escuela: el profesor adulto que enseña al niño, quien debe aprender pasivamente de la sabiduría del adulto. En los programas televisivos realizados con este esquema escolar, el conductor-adulto era representado como el *profesor* o el *tío/tía*. Los programas que más disfrutaban actualmente los niños y los adolescentes son aquellos en que ese esquema ha sido superado. **Los nuevos programas muestran a niños en un rol activo y protagónico, emprendiendo actividades y tareas en donde se exhiben como capaz de iniciativa creativa y de resolución inteligente de problemas;** la serie animada *Bob el Constructor* es emblemática de estos cambios. Pero también en programas no-ficcionales o de realidad factual aparecen niños conduciendo y protagonizando el programa.

La concepción más tradicional de la televisión educativa era definida por los adultos, considerando *buenos* y de calidad aquellos programas dirigidos a que los niños mejoraran su rendimiento escolar (apresto pre-escolar, leer, información científica, etc.), adquirieran ciertos hábitos y valores socialmente deseables (solidaridad, paz, valorar las diferencias, respetar la discapacidad, aprender a consumir, etc.). En las nuevas ideas, son los niños quienes aparecen exhibiendo sus propios intereses y protagonizando sus actividades para lograr sus deseos y metas (conjuntos musicales, etc.).

El concepto de lo educativo en televisión se ha ido disociando de los contenidos cognitivos de la educación formal escolar (y por tanto de la presentación televisiva del profesor), y está asumiendo más bien el desarrollo -a través de la identificación con los personajes infantiles televisivos- de aspectos afectivos como la autoestima y la autoconfianza en sus propias capacidades internas.

Existe una temática muy poca abordada en la televisión infantil, cual es representar en los programas televisivos los errores infantiles y las tendencias a la *maldad*, que pueden surgir especialmente en grupos de niños. Sin embargo, la vida social muestra efectivamente esta tendencia (violencia barrial y familiar; *bullying* y en escuelas -matonaje y amedrentamiento- burlas crueles, crímenes) y su explotación por adultos



La pantalla chica absorbe a los niños

La sintonía total de la televisión por cable supera la sintonía de la televisión abierta, por el peso de la audiencia infantil

para la delincuencia. La mayoría de los programas de televisión hace una representación televisiva *naive* del niño, lo cual no permite al niño-televidente autocomprenderse desde el interior del texto simbólico y reflexionar acerca de sus contradictorias tendencias internas, acerca de las encontradas influencias grupales, y aprender a partir de los errores simbólicos con la posibilidad de la decisión y el cambio conductual personal. La identificación reflexiva con la representación simbólica del error y del mal ha sido elaborada con notable éxito de sintonía en el género televisivo del docudrama, y con una interpretación *educativa* por parte de la audiencia.

b) Pero además, es necesario señalar que crecientemente existen más productoras externas a los canales, **productoras especializadas que se dedican segmentadamente a los niños**, y que están teniendo éxito con sus producciones.

c) Conviene también mencionar otro cambio importante: la introducción de **paquetes multimediales (libros, folletos, VHS, DVD, páginas**

de Internet, juguetes, música, etc.) que se ofrecen en conjunto con un programa y crean una importante relación con la audiencia infantil; muchos de los programas que tienen mayor sintonía infantil son aquellos que trabajan con paquetes multimediales con elementos adicionales a la pantalla; la multimedialidad manipuladora de objetos y juguetes se basa teóricamente, al menos en parte, en la etapa de **manipulación concreta** del desarrollo de la inteligencia infantil, formulada por Piaget. La productora infantil Scholastic Entertainment produce, entre otros programas televisivos, Clifford, y Clifford cachorrito (Clifford's Puppy Days); pero Scholastic es primeramente una enorme editora y distribuidora de libros infantiles, así pues, Clifford existe como libro y luego como programa televisivo, DVD, etc. Esta combinación multimedial permite retroalimentar un programa de televisión con la lectura, en lugar de la antigua aspiración de inducir a los niños a dejar de ver televisión para dedicarse a leer.

Decir que los niños ven nada más que programas infantiles es una creencia equivocada

Los niños ven toda clase de programas

En tercer lugar, la creencia que los niños ven nada más que programas infantiles es equivocada. Sabemos con mucha documentación de muy diversos países que ven **toda clase de programas**; en muchos países, la cantidad de programas para la familia o adultos vistos por los niños en la televisión abierta llega a un 70 por ciento o 75 por ciento de su consumo.

Por tanto, no basta con hacer mejores programas infantiles: el hogar y la escuela tienen que asumir esta realidad del visionado infantil de programas que no han sido realizados especialmente para los niños, y la prohibición de su visionado no parece el camino eficiente.

Es preciso ayudar a profesores y padres a manejar mejor los programas de televisión que ven los hijos-alumnos,



Literatura infantil para todas las edades



La agenda de Cartoon Network abarca la más variada programación

ayudando a elaborar el visionado infantil de material para adultos; para ello es preciso crear instrumentos para incentivar la conversación familiar sobre valores y la expresión de puntos de vista, superando la costumbre de separar entretención y formación.

¿Cómo mejorar la televisión?

¿Cuáles son, entonces, las consecuencias de estos cambios? Sin duda, ellos generan complejos desafíos de trabajo. Poco sirve el tradicional lamento sobre la mala calidad de la televisión infantil o la búsqueda de culpables, frente a las tareas de gran envergadura que hay que emprender.

Me atrevo a proponer a quienes se preocupan por mejorar la calidad de la televisión infantil **tres grandes ejes complementarios de trabajo, en los cuales hay que interactuar con diferentes interlocutores:**

- **En las políticas de emisión y creación de canales:** hay que enfrentar el cambio desde programas,

barras o franjas infantiles hacia la creación de canales para niños. **Los interlocutores son los decisores en políticas de comunicación.**

- **En el texto televisivo:** nuevos esquemas multimediales de producción y nuevos contenidos televisivos, esto es, modelos ficcionales lúdico-dramáticos con personajes protagonistas infantiles, que permiten la identificación emocional del niño y el reconocimiento de sus capacidades, que ayudan a aliviar sus frustraciones y a fortalecer su autoestima; programas que enseñan capacidades personales para vivir en el mundo real. **Los interlocutores son las escuelas formadoras de comunicadores audiovisuales y formadoras de educadores.**

- En la recepción: el desarrollo de herramientas para facilitar a padres y profesores el diálogo y la discusión acerca de los programas que ven los niños (los infantiles y los no-infantiles) y el aprovechamiento de éstos. **Los interlocutores son los padres y profesores.** ❁