

Imágenes del cuerpo, alimentación y actividad física en la televisión infantil mexicana: un análisis de contenido

María del Roble Mendiola Delgado*
y Gabriela de Lourdes Pedroza Villarreal**

INSTITUTO TECNOLÓGICO Y DE ESTUDIOS SUPERIORES DE MONTERREY,
CAMPUS MONTERREY

Resumen: Las imágenes presentadas en la televisión dirigida a niños en México parecerían ser estereotipos, muchos de ellos negativos, entre ellos los relativos a la salud y hábitos alimenticios. Se realizó un análisis de contenido de la programación infantil mexicana en 2010 para revisar qué tipo de imágenes del cuerpo, de la alimentación y el ejercicio se presenta con el objetivo de encontrar evidencias de estas temáticas en los programas y comerciales dirigidos a los niños.

Palabras clave: estereotipos, televisión infantil, análisis de contenido.

Abstract: The images presented on Mexican television, specially those directed to children seem to be stereotypes, many of them negative, including those relating to health and eating habits. A content analysis Mexican children's programming in 2010 was conducted to review what kind of body image, diet and exercise is presented, with the purpose of finding evidence of these topic in programs and commercials aimed at children.

Keywords: stereotypes, children's television, content analysis.

* Estudiante del doctorado en estudios humanísticos, especialidad en comunicación y estudios culturales. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Monterrey. Correo electrónico: mmendiola@itesm.mx

** Profesora e investigadora del Departamento de Comunicación y Periodismo. Instituto Tecnológico y de Estudios Superiores de Monterrey, campus Monterrey. Correo electrónico: gpedroza@itesm.mx

La obesidad infantil es en México un problema de salud pública que ha cobrado importante visibilidad recientemente por las consecuencias que acarrea y que ha provocado la adopción de medidas y políticas públicas como la de la prohibición de la venta de productos genéricamente llamados “chatarra” en las escuelas en nuestro país.

La situación de la población infantil en México con este problema es alarmante: la más reciente encuesta sobre el tema realizada en 2006 muestra que “el sobrepeso y la obesidad en niños de escuelas primarias aumentó 1.02 puntos porcentuales por año” (Meléndez, 2011), lo que significa que para niños de 5 a 11 años la prevalencia de sobrepeso y obesidad aumentó entre 1999 a 2006 de 18.8% a 26%.

De hecho, este padecimiento provocado entre otras causas por la ingesta excesiva de alimentos inadecuados se considera una epidemia global y la OMS reporta que aproximadamente hay 1500 millones de adultos (mayores de 20 años) con este padecimiento. Además, se calcula que en 2015 habrá aproximadamente 2,300 millones de adultos con sobrepeso y más de 700 millones con obesidad. Agrega que en 2010 había en todo el mundo unos 43 millones de menores de 5 años con sobrepeso (OMS, 2011).

Las consecuencias de este padecimiento son las enfermedades cardiovasculares, la diabetes, enfermedades del aparato locomotor, y en particular la artrosis, y algunos cánceres, como los de endometrio, mama y colon. La obesidad infantil se asocia a una mayor probabilidad de muerte prematura.

Aunque antes se consideraba un problema exclusivo de los países de altos ingresos, el sobrepeso y la obesidad están aumentando espectacularmente en los países de ingresos bajos y medios, sobre todo en el medio urbano. Siguiendo los mismos datos de la OMS no es raro que la subnutrición y la obesidad coexistan en un mismo país, una misma comunidad e incluso un mismo hogar, causada por una nutrición inadecuada durante el periodo prenatal, la lactancia y la primera infancia, seguida del consumo de alimentos hipercalóricos, ricos en grasas y con escasos micronutrientes, combinada con la falta de actividad física.

Entre los factores o aspectos sociales que inciden en la aparición de este problema está el ambiente en el que se desarrollan los infantes, siendo el hogar el centro de este factor. La aparición de videojuegos y el consumo de televisión, aunados a la falta de actividad física y patrones de alimentación inapropiados provocan el ambiente obesogénico.

En una revisión de estudios acerca del tema de obesidad infantil y exposición a medios se llegó a la conclusión de que existe una relación evidente entre la exposición del niño a diversos medios de comunicación y el desarrollo de la obesidad y que, cuanto más tiempo le dedique a los medios, más notorias son las posibilidades de desarrollar la obesidad y que la misma permanezca en la adultez si no se atiende a tiempo. Se deduce que los mecanismos participantes en este proceso pueden ser tanto la inactividad física que promueve el uso de los medios, como también el papel de los anuncios de publicación (sic) que apuntan a niños cada vez más pequeños y promueven el consumo de alimentos hipocalóricos a través de diversos caminos (Rodríguez, 2011) .

Por lo anterior la urgencia de estudiar el tipo de programación infantil a la que se expone la población mexicana es evidente, por ello este trabajo tiene como objetivo central revisar la oferta tanto de contenidos de entretenimiento como los publicitarios que pueden contribuir a este ambiente obesogénico.

ESTUDIOS ANTERIORES

En términos generales y de acuerdo con O'Donnell (2005), uno de los factores que influye dramáticamente es el medio ambiente en el cual viven, que se ha tornado cada vez más obesogénico, con mayor oferta de comida y sedentarismo estimulado por el temor a la violencia y a las drogas con la complicidad de la televisión y de la computadora que han hecho al ocio sedentario ameno y divertido.

Según Chueca (2002) un factor ambiental que ha provocado un aumento de la obesidad en nuestra sociedad, es ver la televisión durante muchas horas. Datos del National Health Examination Survey han demostrado que en Estados Unidos el número de horas que se ve la televisión tiene una relación directa con el riesgo de obesidad.

Diversos estudios han puesto en evidencia el alto consumo de televisión entre los niños. Según Reyes-Gómez (2006), los niños de dos y siete años de edad de Estados Unidos, pasan cerca de 2.5 horas en promedio cada día viendo la televisión, videocintas y videojuegos, los niños de ocho a 18 años de edad lo hacen un promedio de 4.5 horas al día, dedicando un 25% de sus horas de vigilia a estar frente al televisor.

Los niños son un segmento de la población que pasa muchas horas atendiendo los contenidos de la televisión. En nuestro país, existen 30 millones de niños, de los cuales cada uno ve la televisión unas mil 800 horas anuales; es decir, cinco horas diarias (García, 2002). Asimismo, la

investigadora Olga Bustos Romero señala que las cifras del INEGI determinan que la niñez en México invierte aproximadamente dos mil horas en promedio frente a la televisión anualmente, mientras que asiste a la escuela sólo 700 horas (Bustos, 2002).

Es importante reconocer la penetración que la televisión puede llegar a tener en los niños, muchas veces las transmisiones televisivas se convierten en la compañía más permanente de este grupo poblacional y los contenidos llegan a tener una influencia muy importante en su forma de pensar y actuar.

Según una investigación realizada en la ciudad de San Luis Potosí (Aradillas-García, 2008), en donde se evaluó el impacto de la televisión sobre la salud, se encontró que más del 55% de los niños que participaron en ese estudio ven entre dos y tres horas de televisión al día, lo cual reafirma la penetración que tiene este medio en la población infantil.

O'Donnell (2005) y Chueca (2002) coinciden en que la televisión tiene presencia universal en los hogares independientemente del nivel socioeconómico lo que puede producir efectos sobre la actividad física y el peso (masa del cuerpo en kilogramos) de los niños, y se explica en tres vertientes:

La primera tiene que ver con la asociación entre horas de mirar televisión con la disminución de actividad física, en la que se encontró correlación significativa entre horas frente a la pantalla e índice de masa corporal. La segunda es el remplazo de actividades físicas por horas ante el televisor, ya que en general los niños con sobrepeso prefieren actividades sedentarias sobre actividades que implican gasto energético. La tercera vertiente se refiere a que hay estudios que señalan que mientras se ve televisión hay una tendencia a consumir alimentos de alta densidad energética (galletas, dulces, golosinas, chocolates y bebidas azucaradas) sobre todo en los intervalos publicitarios.

O'Donnell (2005) menciona que el efecto de la televisión sobre el sobrepeso y la inactividad de los niños es difícil de aislar de influencias ambientales y sociales y coincide con los estudios citados al afirmar que los niños de ocho a 12 años de edad ven televisión más de dos horas diarias, siendo la población que pertenece al nivel socioeconómico medio bajo en donde la obesidad es más prevalente. Este autor precisa que esta población es la que tiene mayor acceso a comidas de elevada densidad energética por ser las de menor costo y de mayor facilidad de preparación. Sus padres suelen tener un bajo nivel de escolarización y tienen menos disposición hacia otras formas de recreación y tiempo libre.

Por su parte Ulises Reyes-Gómez (2006) indica que en México la exposición a anuncios de comida puede producir creencias nutricionales

incorrectas. Niños de tres a ocho años de edad, muestran que el tiempo dedicado a ver televisión se acompaña por peticiones de compra a los padres de los alimentos más anunciados y de mayor ingesta calórica. Este autor afirma que reducir el tiempo dedicado a ver televisión es una estrategia promisorio para prevenir la obesidad en la infancia.

Como se puede apreciar, existe una multiplicidad de factores que sugieren la relación entre la exposición a la televisión y la obesidad en los niños; la complejidad de este fenómeno deriva en varias posibilidades metodológicas, teóricas y conceptuales, todas ellas con diferentes formas de aproximación.

OBJETIVO Y METODOLOGÍA EMPLEADA EN EL ESTUDIO

En este estudio se ha decidido emplear como pregunta central de investigación la siguiente:

¿Qué tipo de imágenes sobre el cuerpo, la alimentación y la actividad física son presentadas en los programas y comerciales dirigidos a audiencias infantiles de la televisión mexicana?

Para lograr obtener datos que permitan responderla se han fijado los siguientes objetivos para este trabajo:

- Identificar y describir las características de la programación que predomina en la oferta regular de televisión enfocada a audiencias infantiles.
- Identificar y describir las características de los contenidos televisivos enfocados a audiencias infantiles respecto a cuerpo, alimentación y actividad física.

Con este estudio se pretende contribuir con evidencias a la investigación de este complejo problema que reclama atención de los estudiosos de la comunicación masiva. Esto se hace a través del empleo de la técnica de análisis de contenido para revisar la programación dirigida a las audiencias infantiles en la ciudad de Monterrey, y se llevó a cabo en el 2010.

Para analizar mensajes dirigidos a audiencias infantiles que se presentan en la televisión se decidió emplear la técnica de análisis de contenido para luego elaborar inferencias y conclusiones respecto a la manera cómo son presentadas las imágenes sobre el cuerpo, la alimentación y la actividad física en los programas y comerciales dirigidos a audiencias infantiles de la televisión mexicana.

La unidad de análisis que se eligió para este estudio es el personaje, buscando la incidencia de temáticas relacionadas con salud, apariencia

física y alimentación. La muestra para realizar el análisis de contenido está basado en estudios de IBOPE (2008) que reportan que los canales aéreos son los que cuentan con mayor penetración en la población mexicana, mostrando la siguiente distribución: Televisa 51.2%, TV Azteca 21% y canales locales en cada estado 7.5%, atribuyéndose así un porcentaje de audiencia 79.9% a la televisión abierta.

Según este mismo instituto de investigación los horarios más vistos por la gente son aquellos que se encuentran en los horarios AA (de 16 a 19 horas) con 13.7 puntos de rating y AAA (de 19 a 23 horas) con 18.8 puntos, contra el horario A (de seis a 16 horas) con 8.1 puntos de rating. Al ser esta una investigación relacionada con audiencias infantiles se tomará como base el horario AA ya que es el lapso de tiempo en que los niños están más disponibles para atender mensajes televisivos.

El tipo de muestreo y tamaño de la muestra empleado en este estudio se hizo siguiendo los siguientes criterios: en la selección de fechas para el muestreo se siguió el método de muestreo aleatorio, el cual consistió en agrupar todos los días lunes, martes, miércoles, etcétera. en diferentes grupos y, en cada uno de ellos, se seleccionó al azar una fecha haciendo esto para las cuatro semanas de febrero del 2010. Este mismo procedimiento se hace para cada uno de los canales de televisión nacionales a analizar disponibles en la ciudad de Monterrey, de esa forma que se obtuvo aleatoriamente un día, dando como resultado siete días representativos de todo un mes. Esto se hizo con la finalidad de que las fechas en las que se seleccionó la programación a analizar fueran totalmente aleatorias y que los programas que se encontraron fueran representativos de la oferta de televisión en ese mes específico.

Una vez obtenidas las fechas, se procedió a grabar la programación de cada canal en el horario indicado del mes de febrero de 2010. Se analizan aquí 78 horas de programación, equivalentes a tres horas diarias durante los 28 días de febrero del 2010.

Estos programas y comerciales fueron analizados por estudiantes de comunicación participantes en el proyecto, auspiciados por el Programa Delfín de Verano de Investigación 2010. Se hicieron las correspondientes pruebas de confiabilidad para verificar el acuerdo y homogeneidad en la aplicación de los criterios de codificación.

El instrumento de codificación se construyó con base en las siguientes categorías: origen del programa, género del programa, referencias al peso/aspecto, referencias a la alimentación/comida, referencias al ejercicio/deporte, elementos de identificación del personaje, rol del personaje, actividades, complexión y hábitos alimenticios. Los datos

fueron capturados empleando el programa SPSS y procesados para obtener la información que se presenta en el siguiente apartado.

HALLAZGOS

Los resultados se presentan partiendo de dos esquemas, en el primero se analizarán variables referentes a los programas en general, como son: país de origen, género, referencias (positivas, negativas y neutrales) respecto al peso/aspecto, alimentación/comida y ejercicio/deporte. En un segundo momento se analizarán variables relacionadas con los personajes que aparecen en los programas, estas son: rol, complexión, imagen respecto a la salud, hábitos alimenticios y referencias (positivas, negativas y neutrales) entre personajes respecto al peso/aspecto, alimentación/comida y ejercicio/deporte.

Las alusiones positivas al peso/aspecto se dan cuando hay referencias de que una persona es agraciada físicamente o que tiene el peso ideal, las negativas se dan cuando se refieren despectivamente a una persona respecto a cómo se ve o a cuánto pesa. Por último, las referencias neutrales son aquellas alusiones que se hacen sobre cómo se ve una persona sin emitir un juicio de valor.

Las alusiones positivas a la alimentación/comida se dan cuando en la trama del programa se come saludable o se conmina a tener hábitos de alimentación saludables, las negativas se dan cuando no se come saludablemente o se promueve tener hábitos de alimentación no saludables. Por último, las referencias neutrales son aquellas alusiones que se hacen cuando se presenta comida pero no se hace referencia a ella.

Las alusiones positivas al ejercicio/deporte se dan cuando se hace referencia a éste como bueno, necesario, recomendable o saludable, las negativas se dan cuando se refieren al ejercicio como malo, innecesario, no recomendable o no saludable. Por último, las referencias neutrales son aquellas alusiones que se hacen sobre el ejercicio sin adjetivos calificativos, juicios de valor o sin indicar realizarlo.

El rol lo determina qué importancia tiene el personaje en la trama del programa o comercial, puede ser positivo (si sus acciones van encaminadas a resolver lo que se plantea como conflicto principal), negativo (si sus acciones van encaminadas a dificultar la resolución de lo que se plantea como conflicto principal) o neutral (si no apoya ni dificulta las acciones). La complexión del personaje se determina tratando de calcular su peso y masa muscular y puede ser regular (cuando no presenta grasa corporal evidente pero no se ve que le quede grande la ropa), delgado (cuando

pueden verse los huesos del cuello o las piernas se ven muy delgadas respecto al resto de los personajes), obeso (cuando hay grasa evidente en su cuerpo y se ve más grande o ancho que el resto de los personajes), atlético (cuando no hay evidencia de grasa y no tiene marcados los huesos del cuerpo) o musculoso (cuando es evidente la presencia de músculos desarrollados en su cuerpo). La imagen respecto a la salud se determina buscando evidencias en sus actitudes y actividades que determinen que si está sano o enfermo. Por último, los hábitos alimenticios, que se catalogan en buenos y malos, se determinan revisando que es lo que los personajes comen. Los hábitos buenos se relacionan con la ingesta de frutas, verduras y carnes, combinadas con agua y jugos, mientras que los malos se demuestran si el personaje consume alcohol, comida chatarra, grasa o azúcar en exceso.

En términos generales se obtuvo que del tiempo total de la muestra estudiada, es decir, 78 horas de programación, el 62% de ellas o 48 horas son contenidos de entretenimiento o lo que se conoce como programas, mientras que el 38% son comerciales lo que equivale a 14 horas. Dentro de estos contenidos publicitarios se analizaron los referentes a comida, productos de belleza, productos para la salud y para bajar de peso y productos relacionados con el ejercicio o deportes.

Dentro de las variables referentes a programas, se observa que de los 737 analizados se reportó que el 44.6 % no se sabe qué país de origen tiene al tratarse de comerciales o programas que no hay suficiente información para detectar el país de origen. El 48.7% de los programas analizados provienen de México y 6.6 % fueron producidos en Estados Unidos, lo que quiere decir que la mayor parte de la programación que vemos en la barra infantil de la muestra analizada es mexicana.

Sobre el género del programa el valor más importante es de los 737 programas analizados, el 85.2% son comerciales, seguidos por el 6.2% que son programas series (programas en donde los personajes prevalecen y hay una sub trama que se resuelve en cada capítulo) seguido por los programas unitarios (contenidos televisivos dramatizados en donde no hay personajes ni trama que perdure) con 4.9 %. El 2.2% de estos contenidos corresponden a Noticieros. Las telenovelas y películas son las que menor porcentaje de incidencia reportaron con un 0.8 % y 0.7 % respectivamente. Es destacable acotar que la mayor exposición que tienen los niños que ven la televisión en este horario es a comerciales, en consecuencia puede inferirse que sería lo más recordado por la audiencia. En la parte cualitativa del proyecto de investigación se analizará la relación que existe entre tipo de contenidos y su recordación entre los niños.

Sobre las referencias positivas al peso/aspecto que es la primera variable que arroja el análisis, se destaca el 60.4 % de los programas analizados no hace mención en general a ningún aspecto positivo sobre peso/aspecto, el valor que sigue es el 36.1 % en donde al menos hay una mención, dos menciones alcanza el valor de 2.6 %, tres menciones solamente el 0.7%. En uno de los casos hubo cuatro menciones positivas reportando un 0.1%. La duración de estas 292 referencias es regularmente de uno a 10 segundos que alcanza un valor de 46% con 134 casos reportados, seguida por las menciones de 11 a 20 segundos que alcanzan un valor de 27.2 % con 79 casos. Hay 67 menciones de 21 a 30 segundos dando un porcentaje de 23%.

Con relación a las referencias negativas al peso/aspecto, destaca que el 97.4 % de los programas analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 2.4 % de los programas analizados y más de cuatro menciones alcanza el valor de 0.2% lo que significa que solamente un programa de 737 hizo muchas referencias negativas al peso/aspecto. La duración de estas 19 referencias es menor comparada con las positivas ya que el 58.8 % son de uno a 10 segundos, el 11.8 % corresponden a menciones de 11 a 20 segundos, las menciones de 21 a 30 segundos alcanzaron un 23.5 % y las de más de un minuto solo tienen un 5.9%.

La tercera posibilidad de análisis de esta variable es con respecto a las referencias neutrales sobre el peso/aspecto y se encontró que en el 97.6 % de los programas analizados no hay ninguna mención de esta naturaleza, solamente en 17 de ellos, es decir, el 2.3% se hace una mención y solo en un programa hay cuatro menciones al respecto, alcanzando un valor de 0.2%. La duración de estas 18 menciones es mucho menor en comparación con las positivas y las negativas, ya que con una duración de uno a 10 segundos hay 12 menciones, seguidos de menciones de 11 a 20 segundos que son cinco y solamente hay una mención neutral que dura de 51 a 60 segundos.

Esto quiere decir que los contenidos más frecuentes en la muestra analizada hacen referencias positivas al peso/aspecto y estas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas con referencia al peso/aspecto. En la tabla 1, a continuación, se muestran los resultados de las menciones.

Sobre las referencias positivas a la alimentación/comida que es otra de las variables que estamos analizando, se destaca que el 61.8 % de los programas analizados no hace mención en general a ningún aspecto positivo sobre la forma de comer o alimentarse, el valor que

TABLA1
Referencias peso/aspecto.

	POSITIVAS		NEGATIVAS		NEUTRALES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	445	60.4	718	97.4	719	97.6
1 mención	266	36.1	18	2.4	17	2.3
2 menciones	19	2.6	0	0	1	0.2
3 menciones	6	0.7	0	0	0	0
4 menciones	1	0.1	1	0.2	0	0
Total	737	100	737	100	737	100

Fuente: Elaboración propia.

sigue es el 35.1 % en donde al menos hay una mención, dos menciones alcanza el valor de 2.5 %, tres menciones solamente el 0.6%. En ningún caso hubo cuatro o más menciones positivas. La duración de estas 282 referencias es regularmente de uno a 10 segundos que alcanza un valor de 61.8 % con 173 casos reportados, seguida por las menciones de 11 a 20 segundos que alcanzan un valor de 21.7 % con 61 casos. Hay 35 menciones de 21 a 30 segundos dando un porcentaje de 12.2 %.

En relación con las referencias negativas a la alimentación/comida, destaca que el 96.3 % de los programas analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 3.5% de los programas analizados y dos menciones alcanza el valor de 0.2% lo que significa que solamente un programa de 737 hizo más de una referencia negativa a la alimentación/comida. La duración de estas 27 referencias es menor comparada con las positivas ya que el 60.9 % son de uno a 10 segundos, el 17.4 % corresponden a menciones de 11 a 20 segundos, las menciones de 21 a 30 y las de 31 a 40 segundos alcanzaron un 4.3 % respectivamente, las de 41 a 50 segundos alcanzaron un 8.7% y solo hay una mención de más de un minuto dando un 4.3%.

Las referencias a la alimentación/comida en los programas analizados pueden manifestarse también en forma neutral y se encontró que en el 97.9 % de los programas analizados no hay ninguna mención de esta naturaleza, solamente en 12 de ellos, es decir, el 1.7% se hace una mención y en cuatro programas hay 2 menciones al respecto, alcanzando un valor de 0.5%. También en este caso, igual que con las referencias neutrales al peso/aspecto, la duración de estas 16 menciones es mucho menor en comparación con las positivas y las negativas ya que de uno a

TABLA 2
Referencias alimentación/comida.

	POSITIVAS		NEGATIVAS		NEUTRALES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	455	61.8	710	96.3	721	97.9
1 mención	259	35.1	26	3.5	12	1.7
2 menciones	19	2.5	1	0.2	4	0.5
3 menciones	4	0.6	0	0	0	0
4 menciones	0	0	0	0	0	0
Total	737	100	737	100	737	100

Fuente: Elaboración propia.

10 segundos hay 10 menciones, seguidos de las menciones de 11 a 20 segundos que son tres y solamente hay una mención neutral que dura de 31 a 40 segundos, una de 41 a 50 segundos y una más de 51 a 60 segundos.

Esto quiere decir que los contenidos más frecuentes en la muestra analizada hacen referencias positivas a la alimentación/comida y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas con referencia a la alimentación/comida. En la tabla 2, a continuación se resumen estos resultados.

Además del peso y la alimentación, también se analizaron las referencias al ejercicio/deporte en la programación destinada a audiencias infantiles y se encontró que sobre las referencias positivas al ejercicio/deporte se destaca que en el 89.5 % de los programas analizados no hace mención en general a ningún aspecto positivo sobre la forma de hacer algún deporte o ejercitarse, el valor que sigue es el 10.2 % en donde al menos hay una mención y dos menciones alcanza el valor de 0.3%. La duración de estas 78 referencias es regularmente de uno a 10 segundos que alcanza un valor de 83.6 % con 65 casos reportados, seguida por las menciones de 11 a 20 segundos que alcanzan un valor de 11.9 % con nueve casos. Hay una mención de 21 a 30 segundos dando un porcentaje de 1.5 % y 3 menciones de más de un minuto lo que nos da un 3%.

En relación con las referencias negativas al ejercicio/deporte, destaca que el 99.7 % de los programas analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 0.3% de los programas analizados lo que significa que solamente en tres programas de 737 se hizo una referencia negativa al ejercicio/deporte. La duración de estas tres

referencias es menor comparada con las positivas ya que el 100% son de uno a 10 segundos.

Las referencias al ejercicio/deporte en los programas analizados pueden manifestarse también en forma neutral y se encontró que en el 98.9 % de los programas analizados no hay ninguna mención de esta naturaleza, solamente en nueve de ellos, es decir, el 1.1% se hace una mención. También en este caso, igual que con las referencias neutrales al peso/ aspecto y a la alimentación/comida, la duración de estas nueve menciones es mucho menor en comparación con las positivas y las negativas ya que de uno a 10 segundos hay siete menciones, seguidos de las menciones de 21 a 30 segundos y más de un minuto con una sola aparición respectivamente.

Esto quiere decir que los contenidos más frecuentes en la muestra analizada hacen referencias positivas al ejercicio/deporte y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas también con referencia al ejercicio/deporte. La tabla 3, a continuación resume los resultados anteriores.

TABLA3
Referencias ejercicio/deporte.

	POSITIVAS		NEGATIVAS		NEUTRALES	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	659	89.5	734	99.7	728	98.9
1 mención	75	10.2	3	0.3	9	1.1
2 menciones	3	0.3	0	0	0	0
3 menciones	0	0	0	0	0	0
4 menciones	0	0	0	0	0	0
Total	737	100	737	100	737	100

Fuente: Elaboración propia.

Los resultados presentados a continuación son los relativos a los personajes que aparecen en los comerciales y en los programas de televisión revisados. Cabe destacar que no en todos los contenidos analizados aparecen personajes ya que en algunos comerciales se presenta la información en texto o es solo audio con música y tomas de apoyo. Este análisis se hizo con base en el rol que desempeñan, la complexión, su imagen respecto a la salud y sus hábitos alimenticios. Cuando se trate de los resultados sobre las referencias positivas negativas o neutrales que se hacen del peso/aspecto, la alimentación/comida y el ejercicio/

deporte, en este caso serán las que se enunciaron entre personajes, es decir, cuando uno se refería a otro respecto a estos aspectos.

Sobre el rol de los personajes el valor más importante es que de los 1580 personajes el 23.9% son positivos lo que corresponde 377 caracteres y el 6.4% son negativos. Un 69.7% de los personajes encontrados tiene un rol neutral en la temática de los programas, es decir que 1102 personajes no se muestran con características positivas o negativas respecto a la trama del comercial o programa; en la tabla 4 se concentran estos resultados. Esto sugiere que aunque en la mayoría de los casos no se hace explícito el rol del personaje, cuando se hace éste se muestra como positivo.

TABLA 4
Rol de los personajes.

ROL	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Positivo/Héroe	377	23.9
Negativo/Villano	101	6.4
Neutral	1 102	69.7
Total	1 580	100

Fuente: Elaboración propia.

En relación con la complexión de los personajes encontrados se destaca que de los 1580 revisados, 1069 o sea el 67.7% tienen complexión regular, seguido por el 21.6% de personajes que son delgados o sea 341. En tercer lugar se presentan los personajes obesos, con una frecuencia de 128 lo que sería un 8.1%, el 1.7% de los personajes son atléticos es decir 27 de ellos, y por último quedaron los personajes musculosos con un 0.9% con 15 incidencias. La tabla 5 presenta estos hallazgos. Se puede destacar que la mayoría de los personajes presentados son de complexión regular y los que menos aparecen en la programación son personajes atléticos y musculosos.

TABLA 5
Complexión de los personajes.

	FRECUENCIA	PROCENTAJE
Regular	1 069	67.7
Delgado	341	21.6
Obeso	128	8.1
Atlético	27	1.7
Musculoso	15	0.9
Total	1 580	100

Fuente: Elaboración propia.

Sobre la imagen que presentan los personajes respecto a la salud se encontró que el 86.1% de ellos muestra una imagen saludable, es decir 1361 de los 1580 personajes revisados, por otra parte el 4.3% de los personajes muestran una imagen no saludable, o sea 68 de ellos. Hubo 151 caracteres que no se pudieron tipificar ya que no había evidencia suficiente para catalogarlos como saludables o no saludables, este porcentaje corresponde al 9.6%. Con base en estos datos se puede decir que la mayoría de los personajes presentados en los programas de televisión dirigidos a audiencias infantiles muestra una imagen saludable.

En esta investigación se buscó también información sobre los hábitos alimenticios de los personajes y resultó que en el 24% de los casos se muestran buenos hábitos mientras que en el 6.6% de ellos se muestran malos hábitos alimenticios. En 1086 personajes, o sea el 68.7% no es posible afirmar si muestran buenos o malos hábitos ya que, o no aparecen teniendo interacción con comida o la comida que se presenta no se puede ver y por consiguiente no se puede saber si están comiendo algo saludable o no. Sin embargo, con base en estos hallazgos podemos decir que hay muchos más personajes que tienen buenos hábitos alimenticios que los que tienen malos hábitos.

Sobre las referencias positivas entre personajes al peso/aspecto que es la primera variable que estamos analizando se encontraron 36 en total, se destaca que el 97.7% de los personajes analizados no hace mención a ningún aspecto positivo sobre peso/aspecto, el valor que sigue es el 2 % en donde al menos hace una mención y dos, tres y cuatro menciones alcanzan un valor de 0.1%, respectivamente. La duración de estas 36 referencias es regularmente de uno a 10 segundos que alcanza un valor de 63.9% con 23 casos reportados, seguida por las menciones de 11 a 20 segundos que alcanzan un valor de 13.9% con 6 casos. Hay una mención de 21 a 30 segundos y otra de 41 a 50 segundos dando un porcentaje de 2.8% cada una.

En relación con las referencias negativas entre personajes respecto al peso/aspecto se encontraron 28 y se destaca que el 98.2% de los programas analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 1.5 % de los personajes analizados, el 0.2% de los personajes hace dos menciones y hay un caso de cinco menciones y uno de 10 menciones negativas por parte de un personaje. y lo que significa que solamente dos personajes de 1580 hicieron muchas referencias negativas al peso/aspecto. La duración de estas referencias es menor comparada con las positivas ya que el 71.4 % son de uno a 10 segundos, el 10.7 % corresponden a menciones de 11 a 20 segundos, las menciones de 21 a 30 segundos alcanzaron un 7.1 %,

las de 31 a 40 segundos tuvieron un 3.6% y las de más de un minuto solo tienen un 7.1%.

La tercera posibilidad de análisis de esta variable es con respecto a las referencias neutrales entre personajes sobre el peso/aspecto encontrándose seis en total y se reporta que el 99.6% de los personajes analizados no hace ninguna mención de esta naturaleza y solamente en seis de ellos, es decir, el 0.4% hace una mención. La duración de estas seis menciones es mucho menor en comparación con las positivas y las negativas ya que de uno a 10 segundos hay cinco menciones, seguido de una mención de 51 a 60 segundos que representa el 16.7%.

Esto quiere decir que los personajes analizados hacen referencias positivas más frecuentemente al peso/aspecto y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que los personajes de la programación infantil analizada en esta muestra hacen mayor énfasis en menciones positivas con referencia al peso/aspecto aunque no con tanta diferencia entre ellos como se encontró en las referencias generales por programa.

Sobre las referencias positivas entre personajes a la alimentación/comida que es otra de las variables que estamos analizando y se tuvieron 42 menciones en total, se destaca que el 97.6% de los personajes analizados no hace mención a ningún aspecto positivo sobre la forma de comer o alimentarse de otro personaje, el valor que sigue es el 2.6 % en donde al menos hay una mención y tres menciones alcanza solamente el 0.1%. En ningún caso hubo cuatro o más menciones positivas. La duración de estas 42 referencias es regularmente de uno a 10 segundos que alcanza un valor de 73.8 % con 31 casos reportados, seguida por las menciones de 11 a 20 segundos que alcanzan un valor de 11.9% con 5 casos. Las menciones de 21 a 30, 31 a 40 segundos y más de un minuto tienen una incidencia del 4.8% cada una al presentar dos casos respectivamente.

En relación con las referencias negativas a la alimentación/comida entre personajes se encontraron 12 casos y se destaca que el 99.2% de los personajes analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 0.6% de los programas analizados y dos menciones alcanza el valor de 0.1% lo que significa que solamente dos personajes de 1580 hicieron más de una referencia negativa a la alimentación/comida. La duración de estas 12 referencias es menor comparada con las positivas ya que el 75% son de uno a 10 segundos, el 16.7% corresponden a menciones de 11 a 20 segundos y solo hay una mención de 21 a 30 segundos dando un 8.3%.

Las referencias a la alimentación/comida en los personajes analizados pueden manifestarse también en forma neutral y en total se encontraron

seis de ellas, destacando que el 99.6% de los personajes analizados no hacen ninguna mención de esta naturaleza, solamente seis de ellos, es decir, el 0.4% hacen una mención. También en este caso, igual que con las referencias neutrales al peso/aspecto, la duración de estas seis menciones es mucho menor en comparación con las positivas y las negativas ya que el total de las menciones duran de uno a 10 segundos.

Esto quiere decir que los contenidos más frecuentes recurridos en el discurso de los personajes de la muestra analizada hacen referencias positivas a la alimentación/comida y estas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas con referencia a la alimentación/comida.

Además del peso y la alimentación, también se analizaron las referencias al ejercicio/deporte dichas entre personajes que aparecen en la programación destinada a audiencias infantiles y se encontró que sobre las referencias positivas al ejercicio/deporte se destaca que el 99.1% de los personajes no hacen mención a ningún aspecto positivo sobre la forma de hacer algún deporte o ejercitarse, el valor que sigue es el 0.9% en donde al menos hay una mención. La duración de estas 15 referencias es regularmente de uno a 10 segundos que alcanza un valor de 66.7% con 10 casos reportados, seguida por las menciones de 11 a 20 segundos y más de un minuto que alcanzan un valor de 13.3% con dos casos respectivamente. Hay una mención de 21 a 30 segundos dando un porcentaje de 6.7%.

En relación con las referencias negativas al ejercicio/deporte, destaca que el 99.7% de los personajes analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 0.3% de los programas analizados lo que significa que solamente tres personajes de 1580 hacen una referencia negativa al ejercicio/deporte y un solo personaje hace dos menciones. La duración de estas cuatro referencias es menor comparada con las positivas ya que el 50% son de uno a 10 segundos y el restante 50% es de 21 a 30 segundos.

Las referencias al ejercicio/deporte en los personajes estudiados pueden manifestarse también en forma neutral y se encontró que el 100% de los personajes no hacen menciones neutrales en este sentido.

Esto quiere decir que los contenidos más frecuentes en los personajes de muestra analizada hacen referencias positivas al ejercicio/deporte y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede hacer mayor énfasis a través de los diálogos de sus personajes en menciones positivas también con referencia al ejercicio/deporte.

RESULTADO FINAL: POCA EVIDENCIA

En general los resultados de este análisis muestran que la televisión dirigida a los niños al estar en horarios en los que ellos pueden exponerse más fácilmente tiene algunas referencias a la imagen del cuerpo, la alimentación y la actividad física. Sin embargo estas menciones son pocas y son mayormente positivas, muy pocas negativas y casi ninguna neutral. También, que los personajes son presentados como positivos y con complexiones normales y hábitos regulares de alimentación y deporte. Esto demuestra que el tema no es relevante para la televisión al no ser central o siquiera presentado repetidamente.

Los contenidos de la televisión infantil analizada más frecuentes hacen referencias positivas al peso/aspecto y son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que los contenidos de la televisión analizada hacen mayor énfasis en menciones positivas con referencia al peso/aspecto. Esto pone en evidencia que en los contenidos infantiles se destacan las características de un cuerpo y peso ideales lo que puede ser ventajoso para reforzar hábitos que lleven a desear ser así, pero por otro lado puede tener la desventaja de mostrar como ideales figuras corporales que no son las que presentan los niños mexicanos promedio.

En relación con las temáticas de alimentación/comida, en la muestra analizada se hacen más referencias positivas y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Así la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas con referencia a la alimentación/comida. Esto significa que los niños reciben más información que les dice que deben comer de forma saludable, sin embargo, mucha de esta información se les da en publicidad de productos que no necesariamente son saludables como alimentos chatarra y bebidas con azúcar, lo que en un momento dado puede causar discrepancia entre lo que se dice se debe comer y el resultado que se obtiene al comerlo.

Respecto a las referencias al ejercicio/deporte se encontró que los contenidos más frecuentes en la muestra analizada son menciones positivas y son más largas que las referencias negativas o neutrales. Esto puede hacer presuponer que incitaría a los niños a que llevaran una vida más activa, sin embargo, es importante recordar que el simple hecho de ver televisión es una forma de distraer a los niños de dedicar su tiempo a labores al aire libre y por ende a practicar algún deporte.

En relación con los personajes, el estudio sugiere que aunque en la mayoría de los casos no se hace explícito el rol del personaje, cuando

se hace se muestra como positivo. Esto reafirma la idea de que los contenidos presentan modelos positivos con la intención de lograr una identificación de los niños con los personajes presentados y por ende se puede presumir que los tomarán como figuras modelo posibles de imitar comportamientos, compararse con ellos y en un momento dado sentirse en desventaja respecto a lo que se le presenta.

Se puede destacar que la mayoría de los personajes presentados son de complexión regular y los que menos aparecen en la programación son personajes atléticos y musculosos, casi no hay personajes obesos o extremadamente delgados, esto significa que en las tramas de los programas se dejan fuera estas figuras para no destacar complexiones no deseables y tratar de llevar a los niños a un estado aspiracional de estar conforme con su cuerpo y su peso. Esto puede ser una ventaja ya que no provee de patrones de conducta indeseables como pueden ser burla o desprecio pero tiene la desventaja de pasar por alto situaciones problemáticas que de ser conscientes podrían ser erradicadas. Lo mismo puede suceder con la evidencia de que la mayoría de los personajes presentados en los programas de televisión dirigidos a audiencias infantiles muestran una imagen saludable, ya que esto podría significar que los emisores de contenidos buscan no presentar deliberadamente la problemática real de la obesidad infantil.

Otra evidencia relacionada con las dos anteriores es la que indica que hay muchos más personajes que tienen buenos hábitos alimenticios que los que tienen malos hábitos. Esto en un momento dado puede ser positivo al dar una pauta relacionada con el ideal que se debe presentar en los niños pero un aspecto negativo es que no refleja los hábitos reales que se presentan que muchas veces tienen hábitos alimenticios que no son los adecuados. Estas tres últimas variables dan a entender que se muestran a los personajes ideales con la intención de ignorar un problema que existe y por ende no se identifica en los emisores de contenidos infantiles una intención de reflejar la realidad para empezar a solucionarla.

Al analizar las referencias respecto al peso/aspecto que se hacen los personajes de los programas analizados se obtuvo que se ve un comportamiento similar al presentado al analizar los contenidos de los programas en general, y se tiene que los personajes analizados hacen referencias positivas más frecuentemente al peso/aspecto y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Lo que puede dar a entender, entonces, que los personajes de la programación infantil analizada en esta muestra hacen mayor énfasis en menciones positivas con referencia al peso/aspecto y se puede concluir de forma similar que

esta forma de estructurar los diálogos en los personajes puede tener un carácter ideal pero no real, es decir, que lo que se dicen los personajes en los programas y los comerciales no representan los discursos de la realidad. Mucho tiene que ver que gran parte de los contenidos analizados son comerciales y en este tipo de comunicaciones audiovisuales el discurso siempre va a ser positivo y enfocado al ideal y no a la realidad.

Lo mismo pasa con los mensajes sobre alimentación/comida, ya que contenidos más frecuentes recurridos en el discurso de los personajes de la muestra analizada hacen referencias positivas a la alimentación/comida y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Podemos concluir que estos personajes muchas veces representan protagonistas de comerciales cuyo objetivo es vender y por ende buscarán siempre destacar las bondades de los alimentos por sobre las consecuencias reales de consumirlo. Hay contenidos que no tienen que ver con la publicidad, en cuyo caso el presentarlos como positivos responde a un deseo de atraer a las audiencias con los mensajes de tipo final feliz .aunque en las tramas se tengan .que forzar .situaciones o simplemente mentir.

Las últimas referencias analizadas son las que se tratan sobre ejercicio/deporte y se ve que los contenidos más frecuentes en los personajes analizados hacen referencias positivas al ejercicio/deporte y estas son más largas que las referencias negativas o neutrales. En esta muestra se hace mayor énfasis a través de los diálogos de sus personajes en menciones positivas también con referencia al ejercicio/deporte. Esto tiene ciertas implicaciones que responden también a directrices generales de la sociedad mexicana que ha empezado a legislar para que en los medios se haga referencia al ejercicio físico como deseable, es por eso que se ha incorporado tanto en las tramas de los programas como en los textos de los comerciales por medio de cintillas con caracteres. Esto puede ser positivo al reforzar un mensaje que no solo se le está dando a los niños en los medios de comunicación masiva sino que se está presentando en las escuelas y en todas las formas en las que puede comunicar, sin embargo puede ser negativo al tratar de legitimar una idea que se trunca al hacer que los niños pasen gran parte de su día viendo televisión y consumiendo alimentos chatarra.

Toda esta información deberá ser investigada con más detalle en estudios futuros, empleando técnicas cualitativas para triangular la información presentada en los medios con las percepciones de los niños al atender estos contenidos, y su posible impacto en su autoimagen del cuerpo y de sus hábitos saludables de alimentación y deporte.

FUENTES REFERENCIALES

- Aradillas-García, C. (2008). El impacto de la televisión sobre la prevalencia del síndrome metabólico en población infantil de San Luis Potosí. *Medigraphic Artemisa*, 11.
- Bustos, O. (2002). Águila y Sol. Recuperado el 13 de marzo de 2009, de <http://etcetera.com.mx/pag68ne4.asp>
- Chueca, M. & Azcona, C. (2002). *Obesidad infantil*. España: ANALES Sis San Navarra.
- García, C. (10 de diciembre de 2002). Televisión infantil. *El Financiero*.
- IBOPE AGB México, (2008) <https://www.ibopeagb.com.mx/>
- Krippendorff, Klaus. (1980). *Content analysis*. Beverly Hills, California. Sage Publications
- Meléndez, G. (4 de marzo de 2011). Obesidad infantil en México. Recuperado el 4 de marzo de 2011, de <http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/18206-ils-comparte-informacion-cientifica>
- Rodríguez, R. (4 de marzo de 2011). Investigación en salud. Recuperado el 4 de marzo de 2011, de <http://redalyc.uaemex.mx>
- O'Donell, A. (2005). Obesidad en la niñez y en la adolescencia. Argentina: *Científica Interamericana*.
- Reyes-Gómez, U. (2006). La televisión y los niños: II Obesidad. México: *Medigraphic*.
- OMS. (4 de marzo de 2011). Organización mundial de la salud. Recuperado el 4 de marzo de 2011, de <http://www.oms.org>