

I. LA TELEVISION Y LOS NIÑOS. EL RETO DE VENCER AL CAPITAN AMERICA

Mercedes Charles
UNAM¹

La investigación en comunicación sobre las relaciones existentes entre la televisión y el público infantil se insertó, desde sus inicios hasta hace muy pocos años, dentro de los estudios de los efectos de los medios de comunicación en el público receptor.

Estas investigaciones se iniciaron en la década de los cuarenta en los Estados Unidos y se centraron principalmente alrededor del problema de la persuasión y del potencial político (en términos electorales) de los medios masivos. El problema de los efectos de los medios en el público infantil no tuvo que esperar mucho; la introducción de la televisión en la sociedad generó un número considerable de espectadores entre los cuales se encontraban los niños; se consideró importante conocer cuáles eran los efectos de esta exposición, sobre todo en relación con el problema de la violencia que se transmitía.

En México, los estudios sobre los efectos de la televisión en los niños tuvo una amplia difusión que se manifestó en el gran número de investigaciones y de tesis profesionales que tocaron esta problemática. La mayor parte de estos estudios adquirieron formas mecanicistas; se consideraba a los niños como esponjas o como recipientes vacíos que absorbían de los contenidos televisivos, conocimientos, valores y actitudes que les servían como parámetro de pensamiento y conductas. No se consideraba que el significado de los mensajes es fruto de un proceso de reelaboración y de recreación que se lleva a cabo al entrar en contacto el mensaje con determinado contexto cultural y con la historia personal y social de los receptores.

A partir de la década de los ochenta se empezó a cuestionar el papel pasivo y acrítico que se había adjudicado al niño como receptor de televisión, se empezó a superar la idea de que el niño respondía en forma mecánica a los estímulos provenientes del televisor. Nuevos estudios empezaron a considerar una serie de planteamientos que sostenían la posibilidad de que un mismo contenido televisivo estuviera sujeto a múltiples

lecturas; de esta forma, el niño receptor se convirtió en un sujeto determinado cultural y socialmente, con la capacidad de aceptar, rechazar o modificar los mensajes televisivos a los que está expuesto.

A pesar del gran número de investigaciones que se han realizado sobre la relación entre la televisión y los niños aún es insuficiente lo que sabemos acerca del tema. Resulta casi imposible determinar hasta dónde la televisión influye en su conducta o en la manera como el niño percibe la realidad y hasta dónde son fruto de la gama de relaciones en las cuales están insertos los niños.

Uno de los aspectos que sí podemos afirmar es que la televisión forma parte de la vida diaria de los niños, ya que éstos son receptores cotidianos de programas televisivos. Esta exposición asidua de los niños ha sido un núcleo de preocupación, no sólo para personas involucradas de alguna forma con los medios de comunicación social, sino también para todas aquellas interesadas en la educación y el desarrollo de los niños.

Partiendo de esta preocupación, en este escrito vamos a hablar de los hábitos de exposición televisiva de los niños, con datos tomados de una investigación más amplia realizada en 1985 ² que tenía por objeto mostrar la relación existente entre el concepto de nación que manejan los niños y aquel que emana de la escuela y de la televisión a través de sus discursos y mensajes.

También, vamos a revisar la programación infantil que ofrece la televisión privada y gubernamental; y, para terminar, daremos algunas sugerencias para la elaboración de una barra infantil de televisión.

Hábitos de recepción de los niños

Los datos que a continuación se exponen provienen de un estudio exploratorio en el que se aplicó un cuestionario, de carácter abierto, a una muestra de 341 niños de sexto año de primaria del Distrito Federal: 145 niños, con una edad promedio de 12.4 años, provenían de escuelas públicas y 196 niños de escuelas privadas, con un promedio de edad de 11.6 años.

Entre los resultados encontrados que se refieren a los hábitos de exposición televisiva de los niños entrevistados están los siguientes:

La televisión juega un papel fundamental en la conformación del tiempo libre de los niños. Los niños de la muestra pasan, en promedio, más de tres horas al día frente al televisor. Un número considerable (cerca del 18% del total de entrevistados) pasan más de cinco horas en esta actividad. Cabe resaltar que existe una tendencia más marcada a pasar mayor número de horas frente al televisor en los niños de escuelas públicas (3.42 horas) que en los de escuelas privadas (3.06 horas).

Los canales de televisión que ven con más asiduidad los niños, según las respuestas obtenidas sobre sus tres programas favoritos, muestran claramente la hegemonía de la televisión privada sobre la televisión pública:

- + El canal 5 es el que obtuvo mayor preferencia (poco más del 71% de los niños), siendo ésta más marcada en los niños de escuelas privadas (86.7%) que en los de escuelas públicas (48.2%).
- + El canal 2 es el siguiente en la preferencia de los niños (20.7%), siendo ésta más marcada en los niños de escuelas públicas (36.7%) que en los de escuelas privadas (9.9%).
- + El canal 4 obtuvo preferencia en el 6.5% de los niños, siendo ésta más marcada en los niños de escuelas públicas (12.3%) que en los de escuelas privadas (2.6%).
- + El canal 8³ obtuvo solamente el 1.2% de respuestas favorables.
- + El canal 13 no llegó al 1%.
- + Y el canal 11 no fue mencionado por ningún niño.

Si hacemos una segunda tabulación de resultados con base en la totalidad de las respuestas y tomando como referencia las variables televisión privada y televisión pública, tendríamos que la televisión privada fue considerada como preferida por el 99.56% de los niños, frente a la televisión oficial sólo mencionada en el .44% del total de las respuestas. Cabe resaltar que este último porcentaje corresponde en su totalidad al canal 13, ya que el canal 11 no obtuvo mención alguna y el canal 7 aún no se había organizado.

Además de que los niños tienen una exposición preferencial hacia la televisión privada, también existen tendencias en favor de ciertos géneros de la programación:

Los niños de escuelas públicas muestran mayor preferencia por:

— series de aventuras y policíacas (USA)	36.3%
— series cómico-musicales (México)	17.7%
— caricaturas (USA y Japón)	12.1%
— telenovelas (México)	8.7%
TOTAL	74.5%

Y los niños de escuelas privadas prefieren:

— series de aventuras y policíacas (USA)	65.3%
— caricaturas	10.2%
TOTAL	75.5%

Así, los niños de escuelas públicas mostraron mayor heterogeneidad

en la exposición a diferentes géneros; presentaron una mayor preferencia en relación a los niños de escuelas privadas en los siguientes géneros: caricaturas, programas cómico-musicales, telenovelas, programas educativos, videos musicales, películas mexicanas y noticieros.

En cambio los niños de escuelas privadas mostraron una mayor homogeneidad en los géneros de su preferencia; la cual está centrada principalmente en las series de aventuras y policíacas.

Cabe resaltar que estos géneros aglutinan la preferencia del 53% del total de los niños entrevistados. Esta marcada preferencia por las series norteamericanas patentiza la dependencia que tiene la televisión comercial de las series estadounidenses, así como la introyección de este tipo de programas en el gusto de los niños.

Las razones de la exposición de los niños a estos géneros, según los mismos niños, fueron:

— *en niños de escuelas públicas*

cómico y divertido	15.7%
interesante/emocionante	10.9%
aventuras y acción	7.0%
TOTAL	33.6%

— *en niños de escuelas privadas:*

aventuras y acción	13.5%
cómico y divertido	12.4%
computadoras y tecnología	10.8%
TOTAL	36.7%

Los tres personajes con quienes se identifican mencionados con mayor frecuencia fueron:

— *en niños de escuelas públicas:*

Lucía Méndez	13.6%
Magnum	9.7%
Menudo	5.8%

— *en niños de escuelas privadas:*

Magnum	10.9%
Automan	10.3%
Chicos Computarizados	8.5%

Las tres razones de dicha identificación mencionadas con mayor frecuencia por los niños fueron:

— *niños de escuelas públicas:*

simpático y guapo	40.9%
su música y baile	7.8%
chistoso y divertido	6.0%

— *niños de escuelas privadas:*

simpático y guapo	24.0%
su acción	10.0%
investigador e inteligente	8.7%

Entre las conclusiones que podemos inferir acerca de los hábitos televisivos de los niños están las siguientes:

- + La televisión es una actividad cotidiana de los niños.
- + La exposición de los niños a la televisión responde a intereses de diversión y entretenimiento, no educativos o informativos.
- + Los niños prefieren los canales de la televisión privada y, dentro de éstos, las series de aventuras y policíacas provenientes de los Estados Unidos.
- + Existe una mayor homogeneidad en la exposición de géneros en los niños de escuelas privadas que en los de escuelas públicas.
- + La exposición a programas nacionales es más marcada en los niños de escuelas públicas y su preferencia se centra en programas cómico-musicales y telenovelas.
- + Los programas de televisión con una intencionalidad educativa no atraen a los niños, aunque existe una exposición más marcada hacia este tipo de programas en los niños de escuelas públicas.
- + Las preferencias de los niños de la muestra se dirigen principalmente a programas que no son elaborados en forma exclusiva para el público infantil: aventuras, policíacos, cómico-musicales y telenovelas.
- + Hay mayor identificación con los héroes de series estadounidenses en los niños de escuelas privadas.
- + Las razones dadas por los niños a la identificación con los personajes se centran en su simpatía y buen físico.
- + Las características principales de los héroes televisivos mencionados como favoritos —a excepción de los pertenecientes a los géneros de caricaturas y musicales— corresponden al tipo físico anglosajón, blanco, alto, fornido, que buscan restaurar el orden

y la justicia donde ésta se haya infringido. La violencia es uno de los medios más solicitados para la solución de los conflictos.

- + Es evidente la preferencia de los niños, principalmente de escuelas privadas, hacia aquellos programas en que los héroes echan mano de artefactos de alta tecnología (computadoras, hombre y carro con circuitos integrados) para combatir el mal.
- + La televisión constituye un espacio lúdico. Si hablamos de la televisión comercial, su intención no es didáctica, ni el receptor se acerca a ella con fines de aprendizaje. Su finalidad es entretener, divertir y no educar, en el sentido formal de la palabra.
- + La programación televisiva toma como punto de partida imaginarios inscritos en una realidad lejana a la experiencia cotidiana del niño. Al hacer esta generalización, no consideramos a los noticieros ya que no forman parte de los programas vistos por el público infantil, con excepción de las cápsulas informativas que se intercalan en los programas, tales como Notivisa.

Programación infantil de la televisión

Revisamos la programación infantil presentada por la televisión mexicana del día lunes 18 de agosto de 1986. Aunque ésta presenta algunas variaciones según el día de la semana de que se trate y si se está en período de vacaciones o no, creemos que la revisión de un día cualquiera puede ser representativa de lo que sucede. En cuanto al número de horas dedicadas a la programación infantil encontramos lo siguiente :

CUADRO 1

Canal	Horas de programación	Programación infantil*
2	19.30	.30
4	15.00	1.00
5	19.30	9.05
7	18.00	1.00
9	10.30	1.00
11	16.00	3.30
13	17.00	.30
Total	115.30	16.35 horas

*En esta columna se excluyen los programas elaborados para públicos más amplios como son los seriales, las telenovelas o los programas musicales.

- + Televisa , con 64.30 horas de programación al día, dedicó 11.35 horas a la programación infantil, o sea el 17.83% del tiempo total de emisión.
- + La televisión pública, con 51 horas de programación, dedicó cinco horas a la programación infantil, o sea el 9.8% del tiempo total.
- + Del tiempo total de televisión (115.30 horas) sólo se dedicó el 14.29% (16.35 horas) a la transmisión de programas infantiles, de los cuales, sólo alrededor de cinco horas corresponden a programas de producción nacional.

En cuanto a esta producción nacional de televisión infantil podemos ver que se realiza con tres criterios diferentes:

- + Como auxiliar de la educación formal, que parte de la idea de la televisión como extensión de la escuela; retoma algunos aspectos del curriculum formal y los translada a la pantalla (Apoyo a la Primaria por TV, Aprendamos Jugando o Temas de Primaria).
- + Como vehículo de educación no formal, que presenta programas con intencionalidad educativa, pero que toman formatos de entretenimiento sin relación con el curriculum formal (El Tesoro del Saber, Pequeños Viajeros, El Congreso de los Niños o Cantinflas Show).
- + Como medio de diversión y entretenimiento (Supervacaciones, aunque la producción se intercala con gran número de caricaturas importadas, Mi Mundo de Cabeza).

Es patente la pobreza que existe en la creación de programas infantiles de producción nacional. Televisa conforma su barra infantil principalmente con programas importados (caricaturas y series infantiles como Batman y el Avispón Verde). Los únicos programas que produce son El Tesoro del Saber y la parte de Supervacaciones, que corresponde a concursos o a *clips* informativos.

La televisión pública maneja varios proyectos: el Canal 7⁴ centra su producción infantil en programas de educación no formal; el Canal 11 — que concentró la mayor parte de la producción infantil nacional de ese día— tiene una barra infantil que responde a la idea de la televisión como auxiliar del proceso de enseñanza formal. El Canal 13, en cambio, sólo tiene 30 minutos destinados a los niños, tiempo que cubre con una caricatura importada: Transformers.

La carencia de una producción nacional creativa y atractiva de programas infantiles frente a la hegemonía de los programas importados, tiene implicaciones para la conformación cultural de los niños. Los niños

mexicanos están expuestos a una programación que corresponde a un proyecto transnacional —basado en la industria del entretenimiento— donde las fronteras nacionales se convierten en líneas arbitrarias que se transpasan libremente; proyecto que se introyecta (modificado y resignificado) en las maneras en que los niños ven el mundo y entienden su realidad, en sus juegos y fantasías, en su valoración personal y social, en sus hábitos de consumo y formas de comportarse.

Así, a través de los contenidos televisivos se transmite una visión del hombre, de la sociedad y de la historia que borra simbólicamente las diferencias nacionales, regionales y culturales. Busca la inter-identificación de los hombres como miembros de una comunidad internacional; pero, esta unidad no está basada en un pluralismo cultural que requiere de las diferencias que proporcionan identidad a los miembros de las naciones y de los grupos sociales y culturales particulares. Más bien, tiene como núcleo la unidad de consumo y de estilos de vida.

El imaginario televisivo, al que están expuestos los niños, está constituido por realidades construidas desde el mundo del espectáculo y cuya trama, que gira en torno a determinados problemas y carencias, encuentra solución en 30 ó 60 minutos. La utopía se restaura como la continuación de un presente que había sido irrumpido por problemas, y esta restauración se logra gracias a la intervención del hombre individual —de sus habilidades, de sus superpoderes, de su astucia— muchas veces ayudado por instrumentos tecnológicos, tales como computadoras o carros cuasi omnipotentes. La violencia es el medio más generalizado para solucionar los conflictos.

Los programas infantiles con mayor aceptación en los niños —particularmente las series de aventuras y policíacas provenientes de los Estados Unidos— destacan la existencia de una comunidad que toma como modelo a la sociedad de donde provienen, así como sus valores. Las características que proporcionan la definición de una nación concreta no tienen cabida en el discurso televisivo que, las más de las veces, se presenta como ahistórico y transcultural.

Propuesta para la conformación de una barra infantil en las televisoras regionales

Ante la pobreza de las barras infantiles y de la producción de televisión para niños, el reto que se propone a las televisoras regionales es muy grande. El punto de partida de nuestra propuesta lo constituyen tres cuestiones fundamentales.

Antes que nada, la constitución de una barra infantil requiere de la creación de un proyecto general de televisión regional, que sea operati-

vo y sirva como elemento rector de toda la programación, más allá de planteamientos demagógicos que nunca logran implementarse.

La elaboración de objetivos y estrategias para la creación de una barra infantil que considere al niño como punto de partida y llegada del proceso televisivo. La importación de programas tendrá que ser selectiva y no regida por criterios de *rating*, sin por ello descuidar al público receptor.

También se requiere de claridad en la concepción y en el proyecto que se tiene de niño mexicano, así como del papel que juega la televisión real y potencialmente en la constitución de dicho proyecto.

Tomando como punto de partida lo anterior, la paradoja a la que tienen que enfrentarse las diferentes emisoras es la siguiente: si incluyen en su barra infantil programas tales como Transformers o Voltron, o cualquier tipo de caricaturas de ciencia ficción, tienen garantizada su audiencia. El reto está en la creación de programas que logren atraer la atención de los niños y le permitan conocer su entorno, sin caer en propuestas de dudosa calidad, pobreza expresiva o de una estructura didáctica tan aburrida y esquematizada que sólo logran alejar al niño. Se pretende que la barra infantil se constituya en foro de expresión y de recepción de los niños.

Esto implica tomar en cuenta, por lo menos, cuatro aspectos que consideramos fundamentales:

1. Contar con un conocimiento profundo de los intereses y necesidades de los niños de la región; esto se podría lograr con base en proyectos de investigación acción que permitan que los mismos niños participen y propongan alternativas televisivas. Esto, sin perder de vista la necesidad de que el niño tenga un conocimiento más vasto de su región y de los elementos económicos, políticos y culturales que la caracterizan y le dan una identidad propia.
2. En cuanto al proceso de producción de los programas resulta fundamental la participación de los niños. Son ellos los que saben lo que les gusta y les interesa; aunque estos gustos e intereses se encuentren, muchas veces, deformados. Esto sólo es posible mediante la creación de espacios que permitan a los niños una participación real dentro del tiempo televisivo. Al contar con una barra infantil más o menos consolidada se pueden crear redes de circulación regionales de programas que permitan a los niños conocer las inquietudes, los intereses y las necesidades de niños que viven en otros lugares de la república. Es importante tomar en cuenta que los niños se acercan a la televisión para encontrar entretenimiento y diversión; por tanto, la programación infantil enfrenta el reto de retomar y de crear programas de entreti-

miento de calidad, que sabemos de antemano, que educan los valores y conductas de los niños. Hay que superar la contradicción que existe entre lo educativo y lo lúdico.

3. Otro aspecto a considerar es la necesidad de implementar, por parte de las emisoras, programas de evaluación continua de la barra infantil. Dicha evaluación será en dos sentidos: a) en cuanto al contenido de los programas: que respondan a los objetivos propuestos, que tengan un nivel de calidad mínimo y se constituyan en espacios críticos, creativos y propositivos que permitan al niño valorar lo propio frente al emba-te proveniente del exterior y reconocer el valor de algunos programas extranjeros; b) en cuanto al proceso de recepción: es necesaria la realización de estudios que permitan conocer la respuesta de los niños a la programación infantil para tener claridad sobre qué les parece importante, qué les gusta, qué no les gusta, qué los divierte, y qué los aburre, etcétera. Estos estudios se complementarían con mecanismos de retroalimentación continua, creados por la emisora.
4. También sería de gran utilidad la creación de espacios —familiares, escolares o extraescolares— que enseñaran a los niños a realizar una lectura crítica de los mensajes a los que están expuestos. No se pretende que el niño no vea más la televisión, sino sacar provecho educativo y formativo de esta exposición, a la vez que se busquen estrategias para incrementar la capacidad de pensamiento autónomo, reflexión, análisis y sentido crítico en los niños.

Estos cuatro aspectos implican necesariamente un cambio en la concepción del niño: de receptor pasivo de programas televisivos a sujeto participante y crítico, capacitado para exigir una programación que responda a sus intereses y necesidades reales. Esto sólo es posible si se logran involucrar en este proceso a maestros y padres de familia que, dis-conformes con la actual programación televisiva infantil, se constituyan en grupos de apoyo y de presión para mejorar la calidad de los programas a los que están expuestos los niños mexicanos.

La posibilidad de vencer al Capitán América sólo será posible con el apoyo de los diversos sectores de la sociedad civil que, conscientes de la situación prevaleciente en la televisión infantil, busquen la creación de espacios televisivos alternativos para los niños y para los demás sectores de la sociedad.

El reto que han de enfrentar las televisoras regionales así como los dos grandes sistemas nacionales es grande, mas no imposible. Es de llamar la atención que las televisoras nacionales no tengan una propuesta integrada de producción de programas dirigidos al público infantil; esto

es más grave aún, si consideramos que hablar de niños significa hablar del 36.5% de la población nacional, según el Censo de 1980.

Quisiéramos terminar este trabajo con una sola pregunta: ¿Los mexicanos involucrados de alguna manera con los medios de comunicación no tenemos nada que decir a más de 25 millones de niños menores de 12 años?

NOTAS

1. Centro de Investigaciones y Servicios Educativos.
2. Mercedes Charles. *Nacionalismo, Educación y Medios de Comunicación*. Tesis para obtener el grado de Maestría en Comunicación y Desarrollo. Universidad Iberoamericana. México, 1987.
3. Cuando se realizó esta investigación no se había organizado aún el Sistema Imevisión. El Canal 8 era el canal cultural del consorcio TELEVISIA; actualmente corresponde al Canal 9.
4. Cuando se revisó el contenido de la programación televisiva, ya se había organizado el sistema IMEVISION.