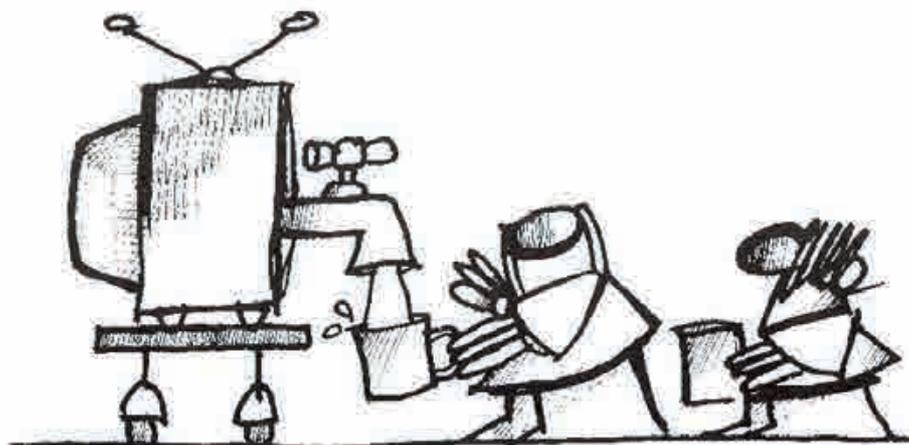


Una propuesta:  
Consumir menos  
televisión y  
hacerlo mejor.  
Informarse  
previamente de la  
oferta y elegir el  
contenido más  
enriquecedor,  
más novedoso y  
de mayor calidad.

## La programación infantil y juvenil en televisión

Alejandro Gómez Lavilla  
*Director de Programación de Tele 5*

La televisión es un hecho cotidiano, totalmente integrado en nuestras vidas. Debemos desdramatizar sus efectos sobre los niños y promover un uso racional de ella. Desde el otro lado de la pantalla, permítanme ofrecerles un punto de vista meditado, contrastado y experimentado. Es el punto de vista de un profesional, con más de veinte años de experiencia, preocupado por los efectos de su trabajo. Nunca se pensó tanto en el receptor del mensaje, en el público, como desde la televisión. Nunca se invirtieron tantos recursos en investigar qué pide la audiencia y qué efectos desencadena nuestra oferta en el espectador. A estas alturas de la historia de un medio que ha revolucionado la comunicación, que ha cambiado hábitos de estructuración del tiempo libre e incluso de socialización, insistir en anatematizarlo y querer sacarlo de nuestras vidas es, por lo menos, inútil. Utilicemos la televisión en la medida que nos sea útil y provechosa, saquemos partido de ella. No puede ser más fuerte que nuestra voluntad. Veamos sólo aquello que queramos ver y no la consumamos por hábito o por impulso. La oferta se amplía cada día más y más, se enriquece y diversifica. Se especializa y se adapta a gustos más y más minoritarios. De gran medio de comunicación de masas evoluciona a pequeño medio de contenidos para gustos específicos.



## La legislación

Una primera aproximación para referenciar la actividad de la televisión en relación a los niños y adolescentes puede ser el marco jurídico. La Directiva 89/552/CEE de la *Televisión sin fronteras* se incorpora al ordenamiento jurídico español en la Ley 25/1994 de 12 de julio y se modifica por el pleno del Congreso de los Diputados (13-5-1999), publicado en el B.O.E. 22/1999 de 7 de junio. Su artículo 17 protege a los menores frente a la programación de la siguiente manera:

- "Las emisiones (...) no incluirán programas ni escenas o mensajes de cualquier tipo que puedan perjudicar seriamente el desarrollo (...) de los menores, ni programas que fomenten el odio (...) por nacimiento, raza, sexo, religión, nacionalidad, opinión o cualquier circunstancia personal o social".

- "La emisión de programas susceptibles de perjudicar el desarrollo (...) sólo podrá realizarse entre las veintidós horas del día y las seis horas del siguiente, y deberán ser identificados mediante la presencia de un símbolo visual (...)".

La ley, en vigor, obliga a cuidar las emisiones y, siempre, a incluir señales en la pantalla que avisen sobre el contenido de cada programa. A esta normativa hay que añadir el Convenio de Autorregulación para la protección del Menor firmado por todos los operadores de televisión españoles, ante el Ministerio de Educación.

Los canales tenemos que estar cada vez más atentos para definir el producto que ofrecemos a los niños. Para no traspasar la frontera con la violencia u otro tipo de contenidos perjudiciales. Los límites de las imágenes que vulneran los valores de protección a la infancia son a veces imprecisos y sujetos a criterios diferentes y obliga a revisar y analizar constantemente guiones e imágenes.



## Cuestión de criterios

El criterio más usado no es ni el más permisivo, ni el más restrictivo es, simplemente, el sentido común. No se trata de imponer una determinada escala de valores desde una determinada postura ideológica o moral. Es tan sencillo como satisfacer una demanda de entretenimiento, a domicilio, desde la tolerancia y el respeto que facilite la convivencia.

Los programadores asumimos nuestras responsabilidades profesionales, pero no podemos ser *tele-irresponsables*. No somos los padres de todos los niños que ven televisión, ni sus educadores, ni sus psicólogos, ni sus amigos, ni tan siquiera les conocemos.

Esto no pretende, ni quiere, ser una disculpa, ni una defensa y mucho menos una forma de eludir responsabilidades. Es, tan sólo, una consideración previa.

Hay tareas en la educación de los niños que no pueden traspasarse a quienes suministramos un medio de entretenimiento que consideramos adecuado al público infantil en general.

La relación de cada niño con la televisión, la forma de consumo que de ella hace, los efectos que en cada niño produce deben ser tutelados por los padres. Ni todos los niños son iguales, ni la relación con la televisión es la misma.

Dejar al niño sólo frente al televisor y, lo que es peor, no vigilar qué contenidos ve, es, como mínimo,

una grave irresponsabilidad. Instalar un televisor en el cuarto del niño, con toma de antena, es aún peor.

Con independencia de los contenidos infantiles, el buen o mal uso que se haga del consumo de este medio, no es algo inocuo.

## El uso de la televisión

No podemos hablar de niños en abstracto, estamos obligados a pensar en edades, intereses o situaciones familiares muy diversas. El sistema educativo los clasifica en tres etapas, y dentro de ellas en ciclos, que corresponden a la clasificación psicológica de bebés, primera infancia, segunda infancia, pubertad y adolescencia. Los programadores de televisiones generalistas no podemos ser tan precisos y nos movemos entre preescolar, y público infantil. Para los adolescentes no existen unos contenidos específicos de éxito, ya que prefieren los programas de jóvenes y adultos, con el visto bueno de los padres.

El consumo infantil de televisión no se limita a los horarios específicos a ellos destinados y se alarga más allá de las 22.00 horas, en especial los viernes por la noche.

Las franjas horarias clásicas, destinadas a programación infantil, están sufriendo modificaciones. Se mantiene la de las mañanas entre las 7.30 y 9.30. En baja la del mediodía, entre las 12.30 y las 14.30, como consecuencia de que cada vez más niños comen en sus

colegios. Casi desaparecida la franja de la tarde, después del colegio, las actividades extraescolares no permiten definir una hora clara de salida de clase.

### Programación infantil

Durante la semana, ven televisión cuando desayunan y comen, un hábito poco recomendable. Pero, el gran momento son las mañanas de los fines de semana. Sin actividad escolar, en sus casas y con el monopolio de uso del televisor, los niños son los reyes. Para esta importante ocasión los canales han diseñado la fórmula del programa contenedor que incluye dibujos animados, concursos, juegos, música... con más movimiento de cámara, más color, mayor participación del público en el plató y de la audiencia vía teléfono, fax, Internet o mensajes SMS de móviles y conducido por presentadores de edades muy próximas a sus espectadores, lo que facilita la identificación. Por otra parte, la pertenencia a un club es un elemento, muy eficaz, de lograr la fidelidad de la audiencia.

El tiempo dedicado a programación infantil ha disminuido en las televisiones públicas desde la aparición de las privadas y en éstas desde el lanzamiento de canales temáticos, destinados al

público infantil, en las plataformas digitales.

La selección de los contenidos no es tarea fácil. Las producciones infantiles son escasas, caras y no siempre adecuadas. El canal no puede perder la confianza de los padres y en consecuencia debe ser escrupuloso con los programas elegidos. En el caso de Telecinco optamos por una solución que avalara nuestros contenidos y elegimos la marca *Disney*. Esta factoría de entretenimiento familiar e infantil es un sello de idoneidad de los contenidos y una garantía de experiencia y conocimiento insuperables.

### ¿Quién pone los límites?

La ley impide a los operadores de televisión difundir contenidos que puedan perturbar el desarrollo físico o mental del niño. Honestamente, me parece bastante ambiguo. El marco de autorregulación firmado por todos los canales es bastante más concreto y creo que establece claramente los límites en los contenidos infantiles y supone por sí mismo una salvaguarda suficiente. De cualquier manera, nuestra propuesta es una oferta entre la que el niño elige y el padre debe supervisar.

Cada padre, en función de sus propios criterios, deberá establecer límites a lo que sus hijos ven y cuanto tiempo dedican a la televisión. Lo mismo que establece qué y cuánto comen, beben, juegan, estudian o se asean. Nadie mejor que los padres conoce a sus hijos y sabe que les conviene y si no es así, siempre es posible encontrar el asesoramiento de un especialista.

No se ha po-

dido demostrar la relación entre el consumo de determinados contenidos televisivos y desviaciones de conducta en los niños. Lo más probable es que no exista una relación directa. Aún así, seamos prudentes, racionalicemos el uso del televisor, de la consola de videojuegos, del ordenador, de Internet... de cualquier hábito que atisbe algún síntoma, no ya patológico, sino fuera de lo normal.

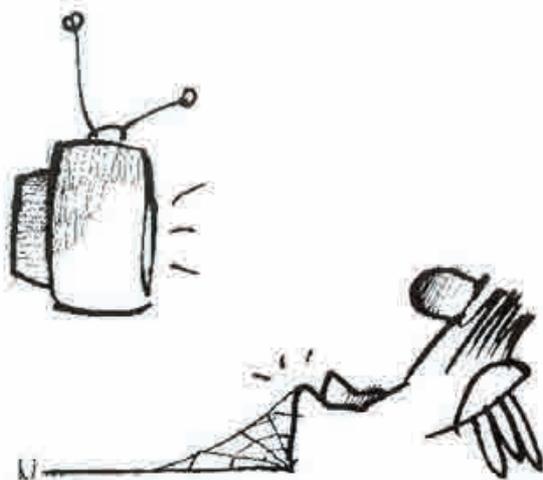
La sensibilidad de los padres es un mecanismo bastante fiable y la responsabilidad, no delegable.

Lo importante es que el niño sepa la diferencia con claridad entre realidad y ficción. Una campaña de Telecinco, avalada por UNICEF, en forma de mensajes muy cortos, en dibujos animados, y dirigida a los niños, les enseñaba a diferenciar entre la televisión y la vida. Mostraba como los héroes de la televisión y el cine son sólo producto de la imaginación, los estereotipos son todos falsos, las bromas en la vida si tienen trascendencia, y que para evitar pasar miedo es mucho mejor ver la televisión acompañado por los padres que solo.

### Los niños: un público muy exigente

El niño no es un público nada fácil, no consume cualquier cosa y no es sencillo encontrar contenidos que pueda convertir en sus favoritos. Es altamente selectivo. Está muy informado, quizá el espectador más informado, junto a los consumidores de fútbol televisado, y su elección casi siempre sorprende a quienes programamos y a los que producen para niños. El boca a boca es muy importante para que un producto infantil se ponga de moda.

Pero el niño juega un papel importantísimo a la hora de determinar el éxito de un programa. Es muy difícil que cualquier emisión triunfe de espaldas a los niños. El niño tiene un gran poder como



prescriptor del consumo de televisión, en el seno del hogar. Está, por lo general, mejor informado que sus padres y recuerda con más facilidad el día, la hora y el canal de sus programas favoritos. Por otra parte, su gran capacidad para generar conflicto en el seno del hogar, hace que su elección, muchas veces, tenga que ser seguida por sus padres. Ejemplo claro ha sido el éxito de *Médico de familia*, sin precedentes y sin consecuentes. Los niños en mayoría, cada martes, delante del televisor consiguieron hacer de esta serie la más seguida por el público español.

La idea generalizada de que poseemos una capacidad, desconocida para nosotros, para imponer determinados contenidos al público, es menos cierta que nunca con la audiencia infantil.

Por supuesto que tiene una gran capacidad de atracción la tecnología de la imagen en movimiento para el niño. Sin duda, la televisión es el medio de comunicación de más fácil acceso para él. También es cierta la total facilidad para familiarizarse con sus posibilidades. Esto facilita la búsqueda entre la ya amplísima gama de la oferta disponible y supone un consumo fragmentado de muy diversos canales y muy diferentes contenidos. En cualquier caso, presuponer que el consumo de los mismos productos de televisión conforma individuos semejantes es pensar que la televisión tiene más posibilidades de clonación que la ingeniería genética.

### Televisión sí o televisión no

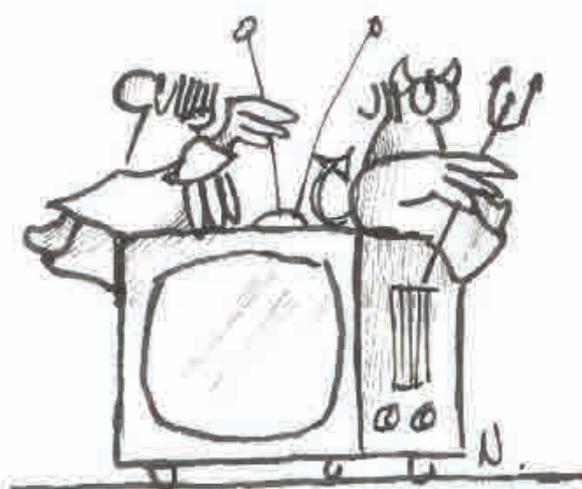
Demonizar a la televisión como lugar recurrente y llegar al límite de ciertas comunidades, bastante radicales, de padres que han eliminado totalmente la televisión de las vidas de sus hijos. Es como situarse en el centro de un río y querer detener sus aguas.

Ver televisión es hoy un hecho

cotidiano que forma parte de nuestras rutinas y hábitos. Después de casi cien años de existencia no puede escandalizarnos, cada día, como si acabáramos de descubrirla. Pensemos en pequeñas comunidades, en el ámbito rural, en las familias sin recursos, ¿qué posibilidades, fuera de la televisión, tienen de encontrar medios de ocio, de cultura, de información?

¿Puede hacerse mejor? Por supuesto. ¿Se puede usar mejor? Cierto. La televisión hoy, más que nunca, es un proveedor de contenidos ingente. Si la energía que derrochamos en descalificar el medio, en destacar lo que no nos gusta, e insistir en seguir viéndolo (un escasísimo porcentaje apaga la televisión cuando lo que ve no le gusta) lo invirtiéramos en informarnos previamente de la oferta y elegir el contenido más enriquecedor, más novedoso, de mayor calidad y nos limitáramos a ver sólo eso, el medio nos parecería maravilloso. Consumamos menos televisión y hagámoslo mejor.

Se dice que la televisión *vampiriza* el tiempo del niño, le aísla, le empobrece la imaginación y un sin número de efectos nocivos más. Si esto fuera cierto, quedaría ampliamente compensado con los efectos positivos que de su consumo se derivan. Las generaciones de niños con televisión no parecen peores que sus predecesoras. Aprenden más rápido, visualizan mejor, progresan antes con el lenguaje y su vocabulario es más extenso, como apoyo educativo es estimable y proporciona temas de conversación, de intercambio de opiniones, de matizaciones, de contraste de criterios



sin límite. Algunos padres reconocen que el hecho de compartir programas con sus hijos ha roto barreras generacionales al suministrarles una experiencia compartida que comentar.

Los malos usos del medio no deben utilizarse para su descalificación. No es, ni debe ser, una niñera electrónica. Una vieja campaña de la televisión pública, de gran notoriedad, con un perro llamado Pipín, recomendaba un uso razonable de la televisión. Si al llegar a casa nadie enciende todos los electrodomésticos, por qué hacerlo con la televisión.

Está demostrado que los hijos altamente consumidores de televisión tienen padres al igual grandes consumidores de este medio. Parece ser un hábito hereditario o, al menos, una conducta imitada. El abuso del consumo de televisión sería, en consecuencia, más el síntoma que el origen del mal.

Para finalizar, yo pediría a padres y educadores que nos hagan llegar sus comentarios, observaciones y sugerencias. Todas las televisiones disponen de una dirección de correo electrónico y de teléfonos de atención al espectador. La respuesta es la mejor ayuda a nuestro trabajo. Mejorémoslo entre todos. ■