

La televisión
emite lo que cree
que los niños
quieren ver, las
familias se quejan
de lo que ven,
la administración
no legisla,
la escuela no educa
para ver la tele, ...
¿Habrá alguna
solución?

Niños y jóvenes ante la televisión

Yolanda Marugán Calvo
Directora del Dpto. de Marketing de Tele 5

Hablar de la relación niños y televisión significa hablar de un gráfico con tres vértices: El entorno del niño; la televisión y, regulando la relación, la administración. La televisión emite lo que cree que el niño quiere ver, la familia se queja de lo que el niño ve, pero no lo impide. La administración, apenas se pronuncia, pero no incluye en las escuelas programas de educación específica ni ejecuta legalmente. Por tanto, ¿quién le pone el cascabel al gato en esta relación de amor y odio?

Niños y familia

Si por algo se caracterizan los actuales niños y jóvenes es por pertenecer a una generación donde la tecnología y medios electrónicos tienen gran importancia en su mundo particular. Aunque ordenadores y especialmente consolas han irrumpido en su tiempo de ocio, no cabe duda que el hecho de haber nacido en un entorno donde el televisor forma parte importante del día a día de las familias, les condiciona desde pequeños a considerar este aparato como un elemento más de su vida cotidiana.

Igual sucede a muchos padres que tienen hijos con edades tan pequeñas, puesto que estos también nacieron en un entorno televisivo con muchos cambios: la aparición del color, de las televisiones comerciales, la ampliación de la oferta televisiva, etc. **Es una situación donde el aparato electrónico "no es un intruso en el hogar", sino un miembro más** y cada vez con mayor presencia: de compartir la televisión en los bares muchos años atrás, se ha pasado a que el 47% de la población tenga, como mínimo, dos televisores en casa, y un 8% de los hogares esté abonado a alguna TV de pago. Este hecho, lógicamente, contribuye a "dificultar" que la familia vea unida la televisión.



Otro aspecto importante es la **relación de autoridad entre el niño y el adulto**, puesto que si bien éste último es el responsable en la casa de, por ejemplo, una correcta alimentación del niño para que crezca fuerte y sin problemas de salud "físicos", igualmente tiene que concienciarse de que es el responsable de orientar lo que el niño ve en televisión y de enseñarle a entender lo que ve. Uno de los grandes problemas que nos encontramos en este sentido, es la cantidad de tiempo que el niño está sólo frente al televisor, sin ninguna compañía adulta que le explique la diferencia entre un disparo de escopeta al Pató Lucas o un disparo de escopeta a una persona real.

TV y contenidos: Guía imprescindible para entender la programación

¿Imaginan que la panadería de la esquina de su casa pueda seguir abierta durante mucho tiempo si nadie le compra pan? Excepto en el caso de las televisiones públicas, que reciben ayuda económica del Gobierno, las televisiones privadas tienen un negocio parecido a la panadería: tienen que conseguir vender el género. Es decir, que le vean el mayor número de personas, ya que ésta es la forma que tienen de ingresar dinero. Cuánta gente ve cada programa se sabe porque 9.000 españoles (que representan al resto en cuanto a sexo, edad, clase social... según unos cálculos estadísticos) tienen en sus casas un aparato (audímetro) que minuto a minuto detecta si ven o no televisión y qué programa. Así, **el modo en que las televisiones interpretan si un programa gusta o no es el siguiente: si se ve, es que gusta. Si no se ve, es que no gusta.** Es como en las elecciones políticas: Gobierna el partido político que más votos tiene. Por tanto, puede decirse que la programación que se emite, se emite porque ha sido muy votada.

Media de Minutos diarios consumidos (Lunes/Domingo)

	año 98	año 99	año 2000
Total individuos	210	213	210
Niños 4 a 9 años	146	154	144
Jóvenes de 10 a 15 años	166	173	171

Niños, jóvenes, vida cotidiana y televisión

Lo primero, es tener en cuenta que el consumo infantil y juvenil reproduce en grandes dosis el comportamiento que hacen otros miembros adultos del hogar. Por suerte, en menor medida: ven una media de 144 minutos al día (2 horas, 24 minutos) mientras que los jóvenes lo hacen en torno a las 2 horas y 51 minutos.

Estas cantidades, aunque están lejos de las propias de un adulto medio, pueden considerarse elevadas si tenemos en cuenta que un niño debe dormir entre 10-12 horas diarias y pasar entre 5-7 horas formándose (cifra de horario normalizado que varía en función de si acuden a una escuela infantil o a un colegio y que puede elevarse hasta 10 horas si hablamos de los servicios de acogida u horario ampliado que cubre las necesidades laborales de los padres). En el peor de los casos, al niño le quedan unas 2 horas para jugar, estar con los padres y ver la televisión. Así visto, 2 horas y 14 minutos dedicados a la televisión es mucho tiempo y, por supuesto, las cifras no encajan.

La secuencia de visionado de los niños es muy clara durante la jornada escolar.

Ven televisión antes de ir al colegio por la mañana, vuelven a conectar a la hora de la comida, y una parte de ellos siguen durante la tarde hasta las 20.00 h, momento donde se vuelve a producir el enganche, cuyo punto máximo se localiza en las 22:15 h, (más de 500.000 niños).

En fin de semana, aprovechan a consumir más televisión, especialmente en los horarios que habitual-

mente no pueden. Por la mañana, casi todos los canales de televisión adaptan su programación a este público, aunque hay que tener en cuenta la particularidad de que es un momento de visionado individual o, al menos, con escasa presencia adulta que los acompañe. (la **televisión guardería**). En mayor medida que en los días laborables, los niños prolongan su jornada televisiva y se acuestan más tarde.

Respecto a la programación, hay que señalar que la mayor parte de los niños conocen la oferta y eligen sus programas, al margen de la cadena que lo emita. Están muy al día de los contenidos, y esto les hace ser más críticos con la innovación o con lo que ven; sobre todo si tenemos en cuenta que perciben la televisión como fuente de relatos modelo. **Buscan "héroes" y conciben las series como relatos de identificación.**

En la tabla siguiente se recogen los espacios más vistos por los niños entre el 1 de abril y 16 de mayo del presente año. Coincidiendo en horario con la curva de consumo mostrada anteriormente, encontramos entre los programas más seguidos especialmente dibujos animados y alguna serie como *Ala...Dina*, ciertamente "mágica" y con la fuerza de atracción que tiene su protagonista, Paz Padilla, confirmada en otras apariciones en televisión. También encontramos ejemplos de productos donde el niño reconoce sus deseos y aspiraciones (cómo les gustaría ser), como la serie *Sabrina, cosas de Brujas*, o el concurso de Antena 3, *Lluvia de Estrellas*, caracterizado por una **omnipresente presencia infantil al ser los niños**

Los programas más vistos por los niños (1 Abril-1 Mayo)

	Título - Descripción	Hora de inicio	Especialidad	Cadena	Miles de niños
1.	Digimon	13.39	Dibujos animados	TVE1-La 2	249
2.	¡Ala... Dina!	22.05	Sitcom	TVE1	230
3.	Los Simpson	14.26	Dibujos animados	A3	224
4.	Cinco por cinco	12.08	Magazine	T5	222
5.	Gargoyles: Héroe mito	13.33	Dibujos animados	La 2	221
6.	Festival Eurovisión	21.00	Concierto	TVE1	218
7.	Mouseworks	12.15	Dibujos animados	T5	211
8.	Pepper Ann	11.12	Dibujos animados	T5	203
9.	Pokémon	10.43	Dibujos animados	T5	201
10.	La banda del patio	10.26	Dibujos animados	T5	199
11.	Club Disney	09.51	Magazine	T5	192
12.	Piperant	11.21	Dibujos animados	T5	180
13.	Hércules	09.54	Dibujos animados	T5	178
14.	Manos a la obra	21.51	Series	A3	167
15.	Vaca y pollo	10.40	Dibujos animados	TVE1	162
16.	Las super nenas	10.54	Dibujos animados	TVE1	158
17.	Cine Disney	15.35	Largometrajes	T5	153
18.	Omaña en la primera	22.04	Humor	TVE1	151
19.	Sabrina	13.58	Sitcom	A3	147
20.	La hora Warner	10.10	Magazine	TVE1	143
21.	Compañeros	22.14	Series	A3	141
22.	Scooby Doo	10.07	Dibujos animados	TVE1	131
23.	El Pájaro Loco	09.41	Dibujos animados	TVE1	130
24.	Casos Silvestre y Piolín	10.20	Dibujos animados	TVE1	128
25.	Lluvia de estrellas	22.00	Concurso	A3	128

los protagonistas de este concurso musical.

En definitiva, encontramos un código de comunicación fácilmente reconocido por los niños bien por las características infantiles de los protagonistas (*Lluvia de Estrellas*, *Compañeros*); bien por el lenguaje empleado (los dibujos animados -independiente del tono como *Los Simpson-*) o el humor (*Ala... DINA*, *Manos a la Obra*)

Jóvenes y televisión

Para los jóvenes, los medios de comunicación (prensa, radio y televisión) son la segunda vía por la

que conocen ideas e interpretaciones del mundo, valores últimos y sociales, después del entorno social y familiar. No obstante, **para ellos la televisión sirve además como vía de escape y de disminución de la ansiedad ante situaciones de soledad o tensiones**, a la par que es un elemento de reafirmación personal a través del cual el individuo siente que sus actitudes y criterios son compartidos, y esto les sirve para el uso de argumentos en sus actividades socializadoras.

Visto el uso que hacen de la TV, no es de extrañar que dediquen más tiempo que los niños a

la televisión (2 horas, 24 minutos de media), con una fuerte presencia en productos de ficción: la serie *Compañeros de A3*, *Los Simpsons*, *Al Salir de Clase...*

Son realidades de ficción donde de forma lúdica y amena **se tratan temas de su entorno más cercano**: las relaciones con los amigos, las dificultades de convivencia con los padres, amenazas sociales de los jóvenes: amor, sexo, drogas. Además, hablamos de series donde el espectador tiene facilidad **para sentir empatía por los protagonistas**, por ver proyectadas algunas de sus características personales en ellos o simplemente por hallar satisfacción inconsciente de sus deseos y aspiraciones.

También los jóvenes son aficionados a productos donde la contracultura, la sátira y ridiculización de estereotipos sociales y culturales son elementos principales como es el caso de *Los Simpsons*.

Puesto que estos productos tratan de vincularse lo más posible a la realidad del momento, **reflejan modas que ya existen en el entorno y amplifican otras que comienzan a detectarse**, acelerando su proceso de instalación entre el público al que se dirigen: en el caso infantil, es suficiente con que los niños puedan jugar a ser tal o cual "héroe", pero no hay que obviar la presión que ejerce el uso de otros soportes promocionales como los cromos, coleccionables o videoconsolas.

En el caso juvenil, también encontramos las modas, aunque éstas más referidas a estilos propios de vestir u complementos, (acuérdense de los pañuelos que tanto han llevado este verano las jóvenes en la cabeza y que no son más que la imitación de la indumentaria de una protagonista de *Al Salir de Clase*). Es suficiente poder hablar de ello a los amigos, que ofrezcan una visión cercana u otros

aspectos de la realidad y, ante todo, que el espectador se proyecte en los protagonistas e identifique en los personajes a las personas que tienen a su alrededor.

Niños, jóvenes, entorno, televisión y regulación: Una reflexión

Como hemos explicado antes, la televisión decide sus programas según un sistema democrático de medición de audiencias. Ahora bien, en ningún momento hay que olvidar que estamos ante un medio con el que los niños se entretienen y donde los jóvenes, además, reafirman su personalidad al verse reflejados. La televisión proporciona ideas y acerca a otros mundos, participa en la evolución de los comportamientos culturales instaurando nuevas formas de percepción a través de sus propiedades materiales, modifica nuestra relación con el tiempo y el modo de consumir nuestro ocio.

No obstante, hay una fuerte presión social que la culpabiliza de casi todos los males que afectan al niño, olvidando que **la televisión no sirve como elemento de sustitución de la educación ni como guardería que reemplaza a los ausentes** (amigos,...). Todo niño o joven precisa de un entorno educativo (familia, colegio...) que le ayude a interpretar lo que ve, que le instruyan por la vía del acercamiento crítico a todo elemento que le permita inventar una nueva cultura o al menos transforme la sociedad según su conveniencia con criterio, con los útiles de cultura que tienen a su disposición. En definitiva, que aprenda a descodificar lo que ve disfrutando de un consumo televisivo acompañado, que le ayude a canalizar sus emociones.

Por todo, y para terminar, es importante listar los puntos que actualmente son críticos en esta relación:

1.- No es suficiente señalar los programas que los adultos consideran no aptos para niños.

Los programas más vistos por los jóvenes (1 Abril-1 Mayo)

	Título - Descripción	Hora de inicio	Especialidad	Cadena	Miles de niños
1.	Compañeros	22.14	Serie	A3	482
2.	Los Simpson	14.26	Dibujos animados	A3	416
3.	Festival Eurovisión	21.00	Concierto	TVE1	348
4.	Hospital Central	22.10	Serie	T5	292
5.	Sabrina	13.57	Sitcom	A3	288
6.	¡Alá... Dina!	22.05	Sitcom	TVE1	285
7.	Policías Corazón Call	22.00	Serie	A3	284
8.	Gran Hermano	19.33	Concurso	T5	277
9.	El comisario	22.10	Serie	T5	251
10.	Al salir de clase	15.30	Serie	T5	239
11.	Desesperado Club Social	12.27	Magazine	A3	236
12.	Fútbol amistoso	21.50	Deporte	TVE1	232
13.	Cine 5 estrellas	22.11	Largometrajes	T5	230
14.	Periodistas	22.07	Serie	T5	228
15.	El informal	21.45	Humor	T5	225
16.	Malcolm	13.15	Sitcom	A3	223
17.	Antena 3 noticias 1	14.59	Informativos	A3	220
18.	Cine Disney	15.35	Largometrajes	T5	212
19.	Lluvia de estrellas	22.00	Concurso	A3	207
20.	Gran cine 2	22.26	Ficción	A3	205
21.	Manos a la obra	21.50	Serie	A3	204
22.	Furor	22.50	Espectáculo	A3	185
23.	Cinco por cinco	12.08	Magazine	T5	184
24.	Omaita en la primera	22.04	Humor	TVE1	183
25.	Piperant	11.21	Dibujos animados	T5	179

Cuando preguntamos a la gente cual es su programa ideal siempre contestan que Documentales. La realidad indica que a la hora de estar sentado en casa frente al televisor, un público minoritario ve este producto. Es decir, muy pocos lo votan y por tanto no forma parte de la mayoría democrática.

2.- Es una orden o una súplica: ¡¡¡por favor, que el espectador ejerza su voto!!! Si lo que se emite no deben verlo los niños, que no lo vean. Así las televisiones tendrán la certeza de que no estamos ante el caso de los documentales antes mencionado.

3.- Enseñar al niño a tener una actitud crítica ante lo que ve: Que los adultos ejerzan frente al televisor su función educativa y no empleen la televisión como guardería para que el niño calle. Es importante que el niño conozca horarios: a qué hora se va a la cama, etc.

4.- Que la administración incluya en el diseño educativo de las escuelas actividades que complementen la formación del niño en su relación con los medios de comunicación. ■