

La televisión para niños: de enemigo a aliado

Antecedentes

En el año 2000, convocada por la Fundación Imaginario, Citurna Producciones en Cine y Video, UNICEF Colombia, Goethe Institut y la Comisión Nacional de Televisión, surgió la alianza Televisión de Calidad, cuyo objeto ha sido promover el análisis y el debate sobre la televisión en Colombia, con énfasis en la televisión de interés público y en las audiencias de niños y jóvenes. Desde entonces, estas organizaciones han trabajado conjuntamente en procesos de abogacía, conformación de redes, organización de muestras internacionales de televisión pública, infantil y juvenil, y una serie de debates públicos sobre el sector.

Como resultado de este proceso, hace apenas pocos días se firmó en Colombia, el Compromiso Nacional por una Televisión de Calidad para la Infancia, acuerdo de voluntades entre instituciones públicas, privadas, academia, ente regulador, ministerios, padres, canales, maestros y todos los demás sectores involucrados con el tema de televisión e infancia, de manera que se inicien acciones conducentes a fortalecer la regulación existente en temas de televisión infantil, estimular la producción y programación de televisión nacional destinada a niños y niñas, fomentar una mayor investigación sobre medios donde los niños sean protagonistas y promover la creación de veedurías, ligas de televidentes activas y asociaciones de padres informadas que permitan una mayor participación ciudadana en su propio servicio público de televisión.

Algunos de los resultados obtenidos durante este proceso de concertación indican que:

* En Colombia, los niños pasan de cuatro a seis horas diarias frente al televisor. Sólo este hecho nos obliga a repensar la función social de los medios y en particular, de la televisión. En el país de hoy, profundamente afectado por el desplazamiento forzado, la vinculación infantil al conflicto, la falta de educación y oportunidades, la televisión puede ser gestora de convivencia y desarrollo; puede fortalecer la identidad cultural colombiana y ser un recurso invaluable de apoyo a los procesos educativos.

* Los niños están expuestos a toda la programación televisiva, incluyendo noticieros y telenovelas. No existe la llamada franja infantil. Los niños son televidentes en un alto porcentaje a lo largo del día. De 18 horas de programación que ven los niños, 7 horas son telenovelas y 5 son noticieros que contienen entre el 40% y 50% de contenidos violentos.

* La televisión es el medio de información que más utilizan los niños, sobre hechos de actualidad. El 87% de los niños en Colombia mencionan la TV como su principal fuente de información. En segundo lugar están los padres, pero con mucha distancia, sólo citados por el 7.6% de los niños. En tercer lugar se encuentran los periódicos, mencionados por el 6.5% de los niños. La escuela y los profesores casi no fueron mencionados.

* Se evidencia la separación entre información compleja e información "light". Mientras la escuela y las familias de estratos medios y altos se empeñan en capacitar al niño para aprender información compleja (clases adicionales para desarrollo de destrezas como los idiomas, la música o la informática; conocimientos que lo preparen para su ingreso a la universidad), los medios de entretenimiento enseñan al niño información que se puede llamar "light": conocimientos sobre sus personajes favoritos, la farándula, los videojuegos o los deportes. El hecho de que los niños de diferentes estratos sociales tengan consumos diferenciados de productos y servicios ofrecidos por los medios de comunicación tiene como consecuencia que desarrollan habilidades y conocimientos también diferenciados. Puede afirmarse que se están constituyendo dos poblaciones de niños y adolescentes: una minoría con conocimientos complejos, y una mayoría con conocimientos triviales. Lo anterior tiene consecuencias para el desempeño escolar de los menores, y más adelante se reflejará en su posibilidad o no de acceder a la universidad, al mercado laboral y mejorar los ingresos de su familia.

* La televisión ofrece modelos tradicionales de familia. Sin embargo, puede proponer otros nuevos. Los niños de estratos medios y bajos parecen no haber aceptado mentalmente los cambios en los roles femeninos y masculinos que de hecho han ocurrido en Colombia, en gran parte por la incorporación de la mujer al empleo o a la actividad laboral.

Una gran mayoría de los programas de TV que los niños ven, incluidos los dibujos animados reproducen y refuerzan los roles tradicionales sobre lo que es "ser hombre" y "ser mujer". Se debe tener en cuenta que las familias de las ficciones también "enseñan" a los niños modelos de comportamiento, como las familias reales. Cuando se les propone como tema de conversación, los niños analizan las familias de la TV, y las comparan con las propias.

Los programas contemporáneos, incluidos los dramatizados dirigidos a niños y adolescentes, y también los dibujos animados, pueden describir nuevos roles para las vidas cotidianas de los hombres y las mujeres, de los niños y las niñas. Así mismo, tanto los programas como los comerciales pueden presentar los diferentes "estilos" de familia existentes, que no se reducen a la llamada "familia nuclear" convencional compuesta por padre, madre e hijos. Por ejemplo, familias "monoparentales", "extensas" que incluyen otros parientes, etc.

* La televisión refuerza los estereotipos. Los niños gustan de los programas en los que los padres a veces tienen conductas acertadas y otras se equivocan. Encontraron ventajosa la complejidad de los personajes, en oposición a caricaturizarlos enfatizando un solo rasgo o tendencia de su personalidad. Caracterizar de manera más compleja los personajes de las series puede ofrecer la oportunidad de que niños y adolescentes desarrollen sus capacidades de analizar la realidad y los comportamientos humanos de manera menos simplificadora, distanciándose de los juicios basados en la fórmula de "buenos" y "malos".

* La TV ignora la diversidad étnica. Es deseable que las caras y voces de los niños de los pueblos indígenas y los afrocolombianos aparezcan en las emisiones de TV del país. Los niños urbanos no mencionan la existencia de los niños indígenas y negros. Parecería que no son parte de la población

colombiana.

* Globalización de la fantasía y exclusión real. Aunque los niños rurales y los de estratos bajos se regocijen con símbolos o aspiraciones parecidas a las de los niños urbanos de sectores medios y altos (por ejemplo, se asemejan en el gusto por la tecnología y en su identificación con los mismos "ídolos", sea Shakira o un deportista), los niños de sectores populares y los del campo se sitúan en un segmento de sociedad que no puede materializar los estilos de vida transnacionalizados propuestos por las empresas comerciales. Los programas de televisión también deben contemplar estos niños, que en Colombia suman más de 7 millones.

¿Y qué se puede hacer al respecto?

La televisión ha sido desde sus inicios una fuente permanente de discusión y debate entre los órganos activos de la sociedad, quienes aún hoy, no se ponen de acuerdo sobre los verdaderos efectos que el medio pueda tener sobre sus miembros y en especial los más jóvenes. A esta confusión ha contribuido en gran medida el carácter simplista con que ha sido tratada y regulada la materia, ya que aún en países como Colombia, donde la necesidad de una televisión autónoma e independiente la elevó a rango Constitucional al lado de su educación y su moneda, reconociendo al menos de manera aparente su importancia como entorno constante, se sigue criticando, investigando y regulando la televisión con una visión mecanizada de las causas y sus efectos en individuos, con una visión reducida de contenidos y consecuencias.

Sin embargo, la televisión constituye, junto con los otros medios e infinidad de factores sociales, ese ambiente mediático al que están expuestos los niños las 24 horas y que hoy en día se han convertido en sustento clave de su existencia. Escuela, familia, Internet y barrio deben ser consideradas junto con el medio audiovisual como parte de esas dimensiones de realidad y por lo tanto de sus coherencias, compensaciones y coincidencias estudiadas como un conjunto y no como causa-efecto aislado en ninguno de sus niveles, deben partir las soluciones y propuestas al medio.

Por eso la idea de construir un documento donde todos los que tiene que ver con la televisión manifestarán, mediante su firma, la adhesión voluntaria a un esfuerzo conjunto por lograr una mejor televisión para niños y niños y niñas en Colombia. Este documento al que llamamos Compromiso Nacional por una Televisión de Calidad para la Infancia, se concibió a partir del reconocimiento pleno de ese carácter complejo de la televisión y de ver el flujo de contenidos audiovisuales como una oportunidad para el desarrollo de procesos positivos, que permitan sinergias activas entre entidades públicas y privadas y el tipo de televisión que esperamos para nuestros hijos.

Este enfoque participativo permitió que se conformara un grupo heterogéneo como delegación de Colombia a la Cumbre mundial de Medios para infancia y adolescencia, que incluía canales privados, Estado, investigadores, productores y niños y sin duda alentó la conformación de la Red Colombiana de Medios para infancia y adolescencia de cuya primer reunión nació el Compromiso.

En el proceso de construcción del Compromiso Nacional por una Televisión de Calidad para la Infancia, tuvimos la oportunidad de visitar varias regiones de Colombia y escuchar las opiniones de padres, maestros, gobernantes, comunicadores, reguladores, anunciantes, programadores, productores y de manera particular a los niños, sobre el tipo de televisión que debería producirse y emitirse en los canales públicos y privados. Los resultados de esta "pesquisa" se sumaron a la opinión calificada de consultores especializados en las áreas de producción, regulación, participación ciudadana e investigación, con el objetivo de construir un documento del Compromiso acorde con las necesidades y particularidades de cada uno de los firmantes.

Entre otras razones, porque esta manera de mirar el problema es especialmente útil en el marco de una serie de particularidades que hacen parte de ese ambiente mediático en el que se mueven los niños/as de Colombia: vivimos en un país con un altísimo porcentaje de población menor de 18 años, altos índices de pobreza, desplazamiento y vinculación a grupos armados irregulares de niños y niñas menores de 15 años. Nuestros niños, son espectadores de 4 a 6 horas diarias del medio y con un altísimo índice de penetración su consumo aumenta mientras baja el estrato y el nivel de escolarización. Para millones de niños en Colombia la televisión se convierte muchas veces en la única opción de contacto con el mundo, de entretenimiento y de educación.

Más que preocuparnos por los efectos negativos del medio y sus consecuencias particulares, hemos querido enfatizar las posibilidades del mismo y sus implicaciones en el bienestar general. En medio de una crisis como la que vive Colombia, la televisión puede y debe ser un recurso integrador, gestora de convivencia, promotora de diálogo y tolerancia. Si sabemos ya que los niños son espectadores a lo largo del día y parte de la noche y que las franjas infantiles no existen: ¿Por qué no asumir la paradoja que nos plantea su enorme implantación, su omnipresencia, su carácter envolvente y mágico para dotar el flujo de contenidos de calidad? ¿Por qué no convertir el medio en canal efectivo de divulgación de tradiciones históricas y culturales? ¿Por qué no regular, producir e investigar teniendo en mente sus posibilidades en medio de una identidad diversa y segmentada como la nuestra?

Recomendaciones y posibilidades de aproximación a fines comunes

a. Producción

- * Creación de incentivos como la exención de impuestos a canales por programar TV infantil.
- * Creación de un fondo común de apoyo empresarial que fomente la producción nacional de TV Infantil y formulación de acuerdos entre anunciantes y canales televisivos.
- * Creación de incentivos para la televisión pública que impulse a productores a presentar propuestas de televisión infantil de calidad en convocatorias.
- * Realización de proyectos de intercambio que promuevan el reconocimiento de experiencias de TV Infantil.
- * Fomento al intercambio entre la televisión nacional y la televisión regional, con el objeto de integrar audiencias.

b. Participación

- * Promover la conformación de comités de calidad y creatividad al interior de los canales, para la observación de la programación, los contenidos, formulación de propuestas y análisis de audiencias infantiles.
- * Promover la creación de las defensorías del televidente y sus respectivas estrategias de trabajo para convocar a las audiencias a realizar veeduría participativa sobre la programación.
- * Convocar a redes existentes para formular planes de acción en articulación con los canales y las defensorías.
- * Fomentar la divulgación y puesta en común de los análisis sobre infancia y televisión.
- * Creación de un Centro de Medios para la infancia y la adolescencia desde el cual se acompañen las decisiones y acciones que hagan realidad el Compromiso.
- * Fomentar el desarrollo de herramientas que promuevan el uso adecuado de medios en asocio con redes y ligas de televidentes.

c. Regulación

- * Fomentar en los canales la creación de instancias que promuevan la autorregulación y co-regulación frente a los contenidos y las propuestas televisivas.
- * Revisar la regulación existente, en particular aquella relacionada con los horarios destinados para la programación infantil.

d. Investigación

- * Desarrollar sistemas de suministro de información correspondiente a la infancia en Colombia, que se convierta en el insumo para productores y para los canales.
- * Fomentar desde la academia las cátedras relacionadas con la producción de televisión para niños, a través de intercambios y capacitación.

Estamos convencidos de que la firma del Compromiso no es sino el comienzo de un proceso de cambio a corto, mediano y largo plazo, pero es sin duda un primer paso firme y optimista, motivado por la urgente necesidad de contar con una televisión constructora de valores, consiente de su rol en el ambiente mediático de los niños/as que conforman su público, atractiva, entretenida, diversa, acorde con las verdaderas necesidades de desarrollo de niños y niñas en Colombia: La "Televisión de Calidad" que nuestros hijos merecen y necesitan. Y por qué no, una experiencia útil para otros países de la región.

Patricia Castaño
E-mail: pcastano@citurna.com.co

Fernando Parada
E-mail: fparada@citurna.com.co

Fuente: Son de Tambora
<http://www.comminit.com/la/>