

2.-MARCO REFERENCIAL

En este capítulo se introducirán los factores generales de la televisión y su relación con la población infantil mexicana. Se pretende determinar la influencia televisiva en el proceso de socialización y hábitos infantiles e identificar las problemáticas existentes. Asimismo, se explica la trayectoria de la televisión infantil general en México y sus dos géneros principales: la televisión comercial y la televisión cultural.

2.1.- TELEVISION Y NIÑEZ MEXICANA

De acuerdo con un informe realizado por la investigadora Camila Medina en el año 2000, el proceso que se refiere al desarrollo de los seres humanos se da en nivel individual y social. En este último nivel, el desarrollo se da mediante un proceso de socialización, que en el caso de los niños es el aprendizaje de integración como miembros de la sociedad (Medina,2002). "Aquí influyen los llamados agentes de socialización, que son la familia, los amigos, la escuela y los medios de comunicación" (Medina, 2002).

En nuestro país, "existen 30 millones de niños. Cada uno de ellos 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 al año en promedio aproximadamente dos mil horas frente a la televisión, mientras que asiste a la escuela sólo 700 horas" (Bustos,2002).

En México, se calcula que "los niños en promedio, han sido expuestos a 8 mil asesinatos y a 100 mil acciones violentas en la televisión al momento de terminar su educación primaria"

("Organizaciones Coordinadas",1997). De igual manera, de las series extranjeras que transmite la televisión mexicana, "el 56 por ciento son de carácter violento." (Abad, 1997).

Se puede inferir mediante estos datos, la situación en nuestro país respecto a los niños y la cantidad de horas vistas en televisión, ya que se sugiere una preocupante exposición a la violencia televisiva. Según un estudio realizado por la Universidad Anáhuac del Sur en el año 2000, "las telenovelas, caricaturas y series que se transmiten en canales abiertos y de cable son más violentos que hace dos años" (García,2002). Para Medina, la televisión es el medio de comunicación más accesible para los niños, "ya que está presente en la mayor parte de los hogares y no requiere de habilidades muy complejas para recibir la información, como sería, por ejemplo, leer en el caso de los diarios" (Medina,2002). Con base en esto, es fácil destacar que la violencia televisiva o los mensajes de contenido sexual explícito o de estereotipos en los programas son de fácil asimilación para los niños, y como señala Carmen García Montejo, el problema en México radica en la "pobreza de la programación, aspecto vinculado con la carencia de políticas públicas destinadas a resolver necesidades básicas en la población infantil: salud, alimentación, vivienda, educación y esparcimiento" (García,2002). Al hablar de programas de corte infantil, Mercedes Charles Creel (Carnaya,2002), pedagoga especializada en medios de comunicación, opina que se transmiten caricaturas japonesas que son muy violentas y que sin embargo se consideran infantiles. Asimismo, los programas nacionales son insuficientes y los programas realmente educativos no son vistos por los niños. Para explicar el fenómeno de las caricaturas, la pedagoga "esgrime algunas hipótesis, como el bajo nivel educativo de los realizadores, la no exigencia de calidad por parte de los receptores, la educación de una estética fácil y de mal gusto por parte de la televisión, y la falta de visión crítica de una masa tan grande como es el teleauditorio" (íbid).

La programación de las emisiones de un canal de televisión debe tender teóricamente a ofrecer la máxima satisfacción o utilidad de la audiencia posible o potencial, que se resume como la cantidad de ciudadanos que sintonizan una cadena. En las producciones propias, los canales de televisión deben asumir un compromiso directo y esforzarse por emitir programas satisfactorios para las audiencias, con técnicas más eficaces que las de sus competidores (Alonso et al.,1995:23). Sin embargo, de acuerdo con lo citado anteriormente, en nuestro país no existe una programación de calidad enfocada en el auditorio infantil. ¿Acaso el rating y la calidad son lo mismo? Y si no, ¿qué diferencias existen? ¿Lo que ven los niños es de buena calidad?

2.2 LA TELEVISION EN MEXICO: CORTE EDUCATIVO Y COMERCIAL

De acuerdo con Martínez Zarandona, la televisión infantil en México nació en 1951 cuando Guillermo González Camarena consiguió la concesión de Canal 5 del Telesistema Mexicano, A.C. (Martínez,2002). Camarena dedicó la programación a los niños, mediante dibujos animados que generalmente eran de origen norteamericano (ibid).

Siguiendo la trayectoria de la televisión infantil mexicana, hace unos 20 años, Silvia Roche, escritora de cuentos infantiles, llevó a los personajes de sus historias a la pantalla chica, creándose el programa Odisea Burbujas, que se transmitió por Televisa de 1979 a 1984, combinando las aventuras con la enseñanza histórica (Carnaya,2002).

Después, Roche produjo El Tesoro del Saber, una serie de corte netamente educativo. Ella considera que el público infantil ha sido subestimado, "se cree que no entiende y lo que se les da es a nivel de nenes, y cuando son contenidos educativos, a veces se les satura la información y los

programas se vuelven aburridos" (Carnaya,2002). Roche opina que lo más importante de un programa para niños es que sus realizadores adopten un espíritu infantil para conocer los gustos, temores y aspiraciones de los mismos, hablándoles con la verdad y con un trato de adultos activos, a quienes se les pida su opinión y se logre hacerlos sentir importantes (Carnaya,2002). Bajo un formato educativo, Patricia Arriaga, directora de Canal Once, señala que la televisión puede ser favorable para los niños, ya que "puede abrirles el mundo, estimular su imaginación, desarrollar su pensamiento crítico, contribuir a su autoestima, inculcarles valores y brindarles entretenimiento sano" (García, 2002). Esto es, la televisión puede resultar favorable en la educación y formación de los niños. Dentro de este contexto, señala Irene Martínez Zarandona, uno de los lugares más importantes dentro del corte educativo de programas infantiles debe asignarse a Plaza Sésamo (Martínez,2002) . Este programa tuvo su inicio en México en 1970 cuando Norton Wright, presidente del Departamento Internacional de Sesame Street, adoptó la versión estadounidense para México y Latinoamérica (ibid). Sin embargo, la televisión mexicana todavía no explota los beneficios de los programas educativos de una manera efectiva, ya que siempre predomina lo comercial, como señala Carmen García Montejo. "La televisión en México nació con el carácter (...) de generar ingresos publicitarios para financiar operaciones y obtener ganancias. En ese modelo, la televisión educativa quedó descartada desde el principio (...) debido a esta situación se acentúa la pobreza de programas para niños" (García, 2002). Bajo la trayectoria comercial de la televisión, Norma Ocampo (Ocampo,2002) describe a los distintos accesos que los niños tienen en la televisión, siendo éstos de señal abierta como TvAzteca, Televisa, Canal 11 y Canal 40 en la ciudad de México, y televisión más restringida como Multivisión o Cablevisión . En una serie de ponencias que dirigió Ocampo bajo el título "Los niños y la televisión", observó que los pocos programas educativos que Televisa llega a

presentar, como Plaza Sésamo y La Ventana de Alexa entre otros, se transmiten en un horario matutino en que la mayoría de los niños están en la escuela. También menciona que los programas de Canal 11, pese a ser de buen significado y de corte educativo, no tienen suficiente público, ya que éste es absorbido por los programas de corte comercial. (ibid). "La programación de Canal Once y Canal 22 representan menos del diez por ciento de la audiencia infantil" (García, 2002).

Para Mara Carnaya (Carnaya,2002), en la televisión de manufactura nacional, los programas infantiles son musicales, de entretenimiento o de concursos. Existen pocas transmisiones que busquen instruir o enseñar. Esto ha llevado al cuestionamiento de la función didáctica de los programas infantiles realizados en México, los cuales se defienden argumentando que su perfil es de diversión y entretenimiento. Miguel Angel Fox (Carnaya,2002), productor del programa de alto rating, El Espacio de Tatiana, que se transmite los sábados por Canal 2, asegura que "ni el canal ni el horario ni el programa tienen una misión educativa". El elemento que los obliga a sobresalir es el rating. El Espacio de Tatiana es la serie infantil que goza de más alto rating en la barra programática nacional, seguido por El Cubo de Donalú (también de concursos y musical), Plaza Sésamo (de corte educativo), En Familia con Chabelo (musical y de concursos), y El Chavo del Ocho (serie cómica) (ibid). ¿Por qué los niños prefieren los programas llamados comerciales? Los especialistas en medios masivos de comunicación coinciden en que la televisión "ofrece una mayor cantidad de este tipo de programas. De esta manera, los de perfil educativo se convierten en una alternativa poco frecuente y en consecuencia, menos recurrida por el público infantil" (ibid).

Por parte de los programas de perfil educativo, el mayor representante de este género es Canal 11 del Instituto Politécnico Nacional. José Félix Carapia (Félix ,2002) menciona que dicho canal es la televisora más antigua que realiza un servicio público y que busca dar una satisfacción

a " las necesidades de diversión, inspiración e información de la sociedad". Este canal se basa en lo fundamentos de cultura, niñez y educación, inculcados en su programación que busca ser entretenida y sin violencia, ya que se apoyan en la interacción que se ofrece a través de sus conductores y personajes. "Uno de estos programas es Bizbirije, un magazine de transmisión diaria, diseñado para niños de 6 a 9 años que pretende aumentar su autoestima a través del reconocimiento de sus habilidades."(ibid).

Sin embargo, y a pesar de la excelente calidad, la audiencia no se compara con la de otros canales de corte comercial, de acuerdo con Patricia Arriaga, quien menciona que "la competencia más fuerte que actualmente tiene Once Niños es el Canal 5. Competir contra 40 años de tradición en programación infantil es muy difícil" (Félix ,2002).

2.3 CARICATURAS Y EMISIONES INFANTILES EN LA TELEVISION MEXICANA

Dentro de la televisión de corte comercial, TVAzteca ofrece algunos programas de gusto infantil basados en caricaturas de Disney, transmitidas los fines de semana y Los Simpsons. Por su parte, Canal 5 de Televisa, transmite caricaturas predominantemente extranjeras. El canal 2 también ofrece algunas transmisiones para niños, pero sólo en fin de semana y generalmente de producción propia (concursos y entretenimiento). Con base en la programación de una semana típica observada en la revista Mi Guía, se pudo concluir que las transmisiones consideradas de corte infantil (incluyendo caricaturas o programas de concurso) que presentan los canales 5 y 2 de Televisa, son aproximadamente 47 a la semana (que varían dependiendo de eventos extraordinarios tales como partidos de fútbol, informes de gobierno o películas especiales). Los programas infantiles se transmiten en horarios variados y en distintos días de la semana, que en

este caso, fue la semana del lunes 11 al domingo 17 de noviembre 2002. De las 47 transmisiones de corte infantil que presentan ambos canales, 31 son de origen estadounidense, 1 de origen inglés, 1 de origen español, 5 de origen mexicano y 9 de origen japonés. Por lo tanto, el 66% de la transmisión infantil, corresponde a programaciones estadounidenses, el 2.1% a españolas, 2.1% inglesas, 19.1% japonesas y sólo 10.6% es el porcentaje correspondiente para las mexicanas. Se puede indagar, por lo tanto, la internacionalización que implica la televisión infantil comercial, y los valores extranjeros asimilados por los niños que no cuentan con programas suficientes de contexto nacional que ayuden a representar su realidad (Mi Guía: 2002). En cuanto a las caricaturas o programas animados que se transmiten en el Canal 5 de Televisa, todas son extranjeras. Lo único realizado en el país, son programas de corte de entretenimiento tales como El espacio de Tatiana, El cubo de Donalú, el Chavo del Ocho y otros similares. Entre las caricaturas, una de las series más populares desde hace ya más de cinco años es Dragon Ball, de origen japonés y cuyas continuaciones, Dragon Ball Z y Dragon Ball GT también han sido exitosas. Sin embargo, la funcionalidad narrativa que caracteriza a las series japonesas adquiere grados de violencia y agresividad intensos. Los protagonistas son presentados con rasgos de niños o jóvenes y no utilizan la violencia únicamente para enfrentarse a sus enemigos, sino que se convierte en una expresión continua de deseos de pelear, de su gusto por la lucha y de enfrentamientos en combates violentos inclusive con sus amigos (Alonso et al., 1995:162). "En resumen, sensiblería y manipulación de los sentimientos, violencia y competitividad en cuanto a los contenidos y empobrecimiento estético en lo formal, son los rasgos más lamentablemente destacables de la producción japonesa (...) con gran éxito no sólo por mantener rasgos estructurales coincidentes con el modelo de lectura automática propia de las producciones estadounidenses -el rápido ritmo narrativo- sino porque proporciona a los niños y niñas algo que ellos reclaman y que en general las fórmulas extremadamente esquematizadas de

las series estadounidenses no les proporcionan- que les cuenten cuentos, es decir, auténticas historias con unos personajes y un desarrollo con los que puedan identificarse no momentáneamente, sino a lo largo de una sucesión de episodios en los cuales pueden vivir simbólicamente su propio crecimiento a través de las vivencias de sus héroes" (: 164)

Una crítica de parte de un investigador y padre de familia mexicano hacia las caricaturas, la realiza Mario Levario Turcott (Levario, 2002), que expresa; "Creo que el empleo de la fuerza no tiene justificación alguna (así sea enarbolando principios supuestamente libertarios). Pero no sólo las imágenes sanguinolentas llaman la atención, también el hecho de que sus protagonistas carezcan del más elemental sentido de la tolerancia, la solidaridad y el apego entre ellos. Ésas son algunas razones por las cuales no conviene aducir que aquellos programas reflejan la realidad (ni todo en la vida es violencia e indefinición sexual ni todos los jóvenes tienen ese sentido exacerbado de individualismo e indiferencia frente al entorno, por más y que esa sea una moda tan exitosa y pasajera, espero, como las caricaturas en cuestión). El quid de todo este asunto es reprobar constantemente, testarudamente, el empleo de la violencia y el individualismo extremo de la competencia. Sí, hay que mostrarles a los niños el mundo tal cual es, pero intentando sembrar el espíritu de cambiarlo. Así, tal vez, dentro de 150 años, nuestros tataranietos están diciéndole a sus hijos que hubo alguna vez una industria de la caricatura que ganó mucho dinero con la apología del enfrentamiento y la sangre; los japoneses estaban dolidos con lo que pasó en la Segunda Guerra Mundial y del desastre hicieron negocio. Los niños podrían sonreír y hasta acotar: eso fue parte de la prehistoria. Tal vez. "

2.4.- PROBLEMATICA DE LA PROGRAMACION INFANTIL EN MEXICO

En un estudio realizado por la investigadora Olga Bustos Romero entre los años de 1998 y 1999, se encontró que "caricaturas japonesas como Dragon Ball Z, de alto contenido violento y sexismo, fue una de las más vistas esencialmente por varones ; por cada tres niños la veía sólo una niña (Bustos, 2002). Asimismo, se encontró que un programa con una audiencia ligeramente más alta a la anterior (en una muestra de niños y niñas de primarias públicas y privadas en tres delegaciones

del Distrito Federal), fueron Los Simpsons, "con alto contenido de violencia verbal, psicológica o simbólica. Este programa es visto más por las niñas que por los niños" (Bustos,2002). La popularidad de programas infantiles extranjeros denota la falta de producciones nacionales que contrasten el ambiente televisivo. "El casi monopolio Estados Unidos-Japón sobre la programación infantil de televisión, amenaza con hacernos creer que no existe otro modo eficaz de comunicarnos con los niños. Por ello es importante recordar que ha habido casos de programas que se han apartado de los rasgos dominantes en el modelo que hasta ahora domina y que sin embargo han conseguido tener éxito entre niños y niñas" (Alonso et al.,1995:165). Con base en la programación infantil transmitida en México, dice la periodista Mara Carnaya: "El público infantil recibe diariamente una gran cantidad de programas, que en el mejor de los casos, no hacen aportaciones a su desarrollo humano. Las causas son muchas y van desde la falta de conocimiento de los gustos necesidades y preferencias de los niños, la existencia de un público complaciente que asume una actitud pasiva y el temor de los inversionistas y patrocinadores ante un riesgo financiero que correr. El estado no ha puesto en marcha medidas regulatorias para la producción o transmisión de programas para niños en México. La Dirección General de Radio, Televisión y Cine (RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación, no establece los lineamientos o características que deben reunir las emisiones infantiles, y da por entendido que tácticamente se apegan a lo que señala la Ley Federal de Radio y Televisión, que data de 1960" (Carnaya,2002)

Al respecto, dice Irene Martínez, "Se debe abogar porque los materiales que se produzcan para niños tomen en cuenta que la exposición televisiva debe ayudarlos a tener una experiencia total, que no sólo los entretenga un momento sino que los incite a experimentar por sí mismos sin menoscabo del placer por el hacer, el jugar, el fantasear y el crear. Deben lograr entretener con el medio audiovisual, enriquecido por una gama de imágenes bien seleccionadas, sin inhibir las inquietudes por la investigación, el placer de poner en práctica sus conocimientos y el inventar sus propias historias. Los programas de televisión tienen que ser detonadores y no bloqueadores del conocimiento, no deben dar todo porque deben invitar al niño a complementarlos." (Martínez,2002)

Lo expuesto anteriormente demuestra que no existe una caricatura nacional, ni una que llene las necesidades de la niñez mexicana de manera efectiva. Como se mencionó anteriormente, no es

necesario censurar las caricaturas extranjeras, ya que todo acto crítico requiere de bases comparativas para ser efectivo. Lo que se requiere es una caricatura identificable y popular entre los niños, que refleje su realidad y sus estatutos nacionales, y que con base en esto, le permita ser un observador de habilidades críticas y constructivas, aportándole asimismo, denotaciones artísticas y culturales que fomenten un desarrollo formal efectivo, como ciudadano de la nación y con todos los derechos de expresarse y opinar.

Se debe abogar por la interacción, la unión familiar y la socialización que todo niño requiere para una formación sana. El mundo audiovisual es inevitable, pero no debe representar una barrera en la comunicación interpersonal implícita en un ser social como es el ser humano. Es por lo tanto, nuestra preocupación y nuestra meta el crear una caricatura que busque llenar estas necesidades y estos lineamientos con el fin de demostrar que la televisión puede ser útil y educativa además de proporcionar cierto nivel de entretenimiento.

Se busca, por lo tanto, la construcción de una cultura infantil, en la que la televisión juegue un papel potencializador de las posibilidades del desarrollo autónomo de los niños. Un desarrollo dentro de un sistema de valores congruentes con el ideal de "una sociedad democrática, igualitaria, solidaria, emancipadora, superadora de las desigualdades entre los sexos y las razas y respetuosa con los derechos de las minorías" (Alonso et al.,1995:136)