

Programación infantil: entre la educación y el entretenimiento **Children´s programming: between education and entertainment**

Cristina González Díaz
Alicante (España)

RESUMEN

La mayoría de los debates acontecidos hasta el momento radican sobre el papel formativo de la televisión, de los cuales ésta no sale muy bien parada: criticada por la cantidad de programas dirigidos al target infantil, sobre todo dibujos animados, cargados con un alto contenido de violencia. Pero hasta el momento poco o nada se ha cuestionado la verdadera vocación con la que nació la televisión: su vocación lúdica o de entretenimiento; por alguna razón, el target infantil mira la televisión en su tiempo de ocio, como un medio de diversión y entretenimiento, aunque todos sabemos que para bien o para mal, la televisión es mucho más.

El planteamiento sobre el que versa esta comunicación radica en una premisa realizada por François Mariet, donde comenta la idea de que al igual que no se va a la escuela para divertirse, tampoco se mira la tele para instruirse, pero una cosa no excluye a la otra, puesto que todo niño puede divertirse en la escuela e instruirse mirando la tele; de hecho esta debe ser la finalidad con la que se construya el medio televisión como un medio formador y de entretenimiento.

Se considera interesante no sólo abordar el valor formativo de la televisión, asignatura que todavía no ha conseguido aprobar, puesto que valores como el egoísmo, beneficio inmediato, poca necesidad de esfuerzo, primacía del bien individual frente al colectivo, abuso de violencia... se suceden a lo largo de la parrilla televisiva; sino también cuestionar el nivel de entretenimiento que esos programas suscitan en el público más joven. Tarea ardua donde las haya, ya que, en contra de los que temen la omnipotencia de la televisión, los productores saben muy bien que es imposible mantener en antena un programa para niños que éstos no deseen ver, y no es nada fácil agradar a un niño: público caracterizado por su alto nivel de exigencia e infidelidad ante la pantalla.

Es necesario conciliar educación y entretenimiento en la parrilla de programación infantil; porque no podemos permanecer ciegos a los efectos, indudablemente educadores que la televisión tiene; lo primero se cuestiona e investiga pero: ¿qué hay del segundo concepto: el entretenimiento? No se debe olvidar que un programa infantil puede ser dramático o no, diseñado para educar o no, pero el objetivo principal es que tiene que ser percibido como divertido por el público infantil.

Actualmente se asiste a una parrilla infantil donde con series como YU GI OH!, MEDABOTS o PINGU, ni siquiera se dan los parámetros mínimos de entretenimiento necesarios para que el público al que va dirigido pueda «disfrutar» de su tiempo de ocio. Los estándares australianos para televisión infantil (CTS) ratifican que un programa infantil entretenido de calidad debe contar una buena historia, ser impredecible, tener un ritmo apropiado al estilo de la historia contada y poseer un estilo visual moderno. Pues bien, ya sea por la débil linealidad causa-efecto argumentativa, bien por la simplicidad de los contenidos expuestos, o bien por la escasa calidad audiovisual que los constituye, el entretenimiento suscitado por estos programas y otros muchos no mencionados es mínimo. Desde la Universidad de Alicante, se está inmerso en un Proyecto de Investigación, donde se analizan la calidad de los contenidos programáticos y publicitarios dirigidos al target infantil, y dentro de los parámetros de calidad se encuentra el entretenimiento suscitado, el cual, sin adelantar resultados no se encuentra en muy buen momento.

La televisión de calidad debe enseñar, complementando que nunca sustituyendo la labor realizada por la escuela, pero esa enseñanza debe estar impregnada en un contexto lúdico y de entretenimiento tal y como sucedió en su día con BARRIO SESAMO y está ocurriendo, aunque en menor medida con «Los Lunnies, Twenies, El nuevo mundo de los gnomos» sucede, por lo tanto es posible, sólo es necesario el esfuerzo de todos.

ABSTRACT

Nowadays most of researches made about children´s television discuss the effects of tv on children and study the values that tv broadcasts. A grand number of studies realized, study the contents of the children´s television proving that values such as individualism, egoism, violence predominate in this type of television programs. However, in words of Mariet tv shouldn´t be educative, but tv has to be enjoyable. At the moment our children´s television hasn´t got the minimum necessary stands of quality for Australian Broadcasting Authority so that the children´s television can be enjoyable. This research proposes children´s should be educative but it can´t forget the true aim tv: the entertainment.

DESCRIPTORES/KEYWORDS

Programación infantil, educación, entretenimiento, televisión de calidad.
Children´s programming, education, entertainment, televisión of quality.

En 1965, tuvo lugar un documento de la UNESCO donde ya se hacía hincapié sobre el conjunto realmente impresionante de trabajos consagrados a la influencia de la televisión en los niños y adolescentes. Desde esa fecha, hasta la actualidad las investigaciones sobre los estudios de influencia, transmisión de valores y por último el papel educativo de la televisión se han ido sucediendo, y han dado lugar a un gran número de resultados, muchos de ellos contradictorios, dado lo sesgado del muestreo a la hora de llevar a cabo la investigación.

En lo que a esta comunicación respecta: la programación infantil, valores como el individualismo, la moraleja de conseguir los objetivos con el mínimo esfuerzo, el egoísmo, la violencia, o la ausencia de diálogo para intentar resolver problemas son transmitidos día tras día en la parrilla televisiva dirigida al target menudo; un target que absorbe dichos valores y los adhiere a su capacidad cognitiva como una lección a aprender más, sin la capacidad formativa necesaria para discriminar por ellos mismos, si la enseñanza transmitida posee consecuencias constructivas o disruptivas para su formación.

Sin lugar a dudas, esa capacidad de discriminación acerca de si los valores transmitidos son constructivos o disruptivos, debe ser tarea o papel de los educadores y con gran preferencia de los padres. Pero al igual que lamentamos que la televisión no sale muy bien parada de las críticas que la acusan de una fuente inagotable de transmisión de conductas y valores disruptivos; los padres tampoco salen muy bien parados en lo que a su papel se refiere de «filtradores» y educadores en materia de enseñar a los niños a la hora de elegir los programas de televisión que más convienen a los más menudos. Y es que no debemos olvidar que erróneamente se presupone que todos los padres disponen de habilidades para realizar la labor de «enseñar a ver la televisión» a sus hijos, pero esto no es del todo cierto. Ya que como se hacía evidente en un artículo publicado en el diario El País el 4 de Noviembre de 1999 algunos padres se reconocen abiertamente incompetentes en cuanto a habilidades educadoras y piden ayuda e intervención a las

autoridades públicas. 1

El planteamiento sobre el que versa esta comunicación no tratará de discutir si la televisión educa en valores, cualesquiera que sea la índole de los mismos; tampoco tratará de clasificar o criticar acerca del papel educador de los padres sobre los futuros telespectadores menudos que son sus hijos en esta materia. He creído conveniente centrar el presente estudio en un aspecto muy olvidado o, quizás poco tenido en cuenta a lo largo de los estudios realizados sobre las investigaciones de televisión y niños: el entretenimiento.

No podemos ni debemos olvidar que el objetivo final para el que se creó el medio televisión fue para entretener, como tampoco podemos pasar por alto el papel educador y transmisor de valores que representa este medio. De ahí, que para conseguir una televisión de calidad está debe conjugar su papel de entretenimiento y sustentadora del tiempo de ocio del niño junto con su labor indiscutiblemente educadora.

Pero, tal y como se ponía de manifiesto en el resumen del presente trabajo, actualmente se estudia, critica e investiga la labor educadora y formadora de la caja mágica en el niño, pero muy poco se cuestiona la calidad de los programas dirigidos al target infantil en lo que a entretenimiento se refiere, concretamente al género dibujos animados, mayoritario en presencia durante los espacios reservados a la programación infantil.

El tema de la calidad en lo que a la parrilla televisiva dirigida al niño se refiere, es un tema complicado y difícil de estudiar y tratar, porque, por ejemplo, desde un grupo de investigación se puede mantener y ratificar a través de estudios que ciertos dibujos animados poseen poca calidad, pero sin embargo, son el éxito de audiencia dentro del horario infantil. Donde pretendo ir a parar, es que nada tienen que ver las preferencias de los niños con que determinada serie de dibujos sea líder de audiencia pero de una calidad espantosamente mala.

Antes de entrar de lleno en lo que a la comunicación se refiere en el tema de calidad, conviene primero hacer un escueto recorrido sobre los estudios que se han realizado al respecto sobre la calidad de la programación infantil, para ver qué parámetros mantienen ellos para decidir si ésta es de calidad o no. Una vez realizado este recorrido, concluiremos, con las investigaciones que se están llevando a cabo por un grupo de investigadoras desde la Universidad de Alicante, donde se toman como parámetros de calidad varios estudios realizados en el ámbito Internacional.

Al margen de captar audiencia, objetivo central del que no se libra ni la franja horaria destinada a los más pequeños, la televisión como inagotable herramienta socializadora, informativa y de entretenimiento para los niños debe transmitir, en palabras de los investigadores de la revista Consumer, programas infantiles interesantes, divertidos y no contradictorios. Por este motivo, los parámetros de calidad que deben seguir los mismos, siguiendo a estos investigadores, serían los siguientes: poner más cuidado y calidad general de los contenidos, como Club Megatrix o Club Disney; más atención en los guiones de enlace entre los programas, utilizar un lenguaje menos precipitado, más elaborado y correcto. Por supuesto, también se debería cuidar la calidad técnica y estética de las series, sean de animación o de imagen real, debiéndose de mejorar y cuidarse más, al igual que el interés de los contenidos y su riqueza en valores. Todos estos cánones deberían darse en una programación infantil para catalogar la misma de poseer una calidad considerable y aceptable. 2

Desde el punto de vista de los investigadores de la revista Consumer, las características anteriores serían las necesarias para que se ofreciera a los niños una televisión de calidad. Pero los parámetros de calidad, dependiendo del estudio que se trate varían de unas investigaciones a otras.

Otros estudios realizados por el Consejo Nacional de Televisión de Chile en el año 2002 refleja en uno de sus apartados la calidad de la programación infantil a raíz de las conclusiones llegadas a través del análisis de determinados programas durante un periodo de tiempo concreto.

La metodología empleada para llevar a cabo este estudio consistía en el análisis de la programación infantil de la totalidad de los canales de TV Abierta de la Región Metropolitana que contaban con oferta infantil durante el período muestral: Red TV, UCV TV, TVN, Megavisión, Chilevisión, UC TV y ABT. Junto a estos canales, en Televisión por Cable se analizó la programación de las cinco señales temáticas infantiles de plan básico disponibles en la Región Metropolitana : ETC TV, Discovery Kids, Cartoon Network, Fox Kids y Nickelodeon.

El período muestral comprendió una semana completa más dos fines de semana consecutivos de los meses de Marzo y Abril de 2001 (la semana completa fue la comprendida entre el Lunes 26 de Marzo y el Domingo 1 de Abril, mientras que los fines de semana fueron el del 24 y 25 de Marzo y el del 7 y 8 de Abril).

Esta vez se tomaron como parámetros de calidad en televisión infantil, los siguientes criterios: 3

1. Ausencia de contenidos de violencia
2. Ausencia de contenidos sexuales inapropiados para menores de edad: voyerismo, fetichismo, exhibicionismo, acoso o contactos físicos forzosos
3. Ausencia de lenguaje grosero y/o descalificador.
4. Presencia de contenidos educativos (cognitivos, socio-emocionales, informativos y/o corporales o de habilidades manuales)

Lamentablemente de todos estos parámetros se concluyó que tan sólo el que hacía alusión a la ausencia de contenidos sexuales inapropiados para menores de edad se cumplía, todos los demás, en mayor o menor medida eran quebrantados.

Es interesante observar, como a raíz de este estudio y de la muestra tenida en cuenta, se pretendió jerarquizar la calidad existente en la programación infantil de la siguiente forma:

ALTA CALIDAD: Programas que cuentan con la presencia de contenidos educativos, y a su vez no presentan contenidos nocivos (violencia, sexualidad inadecuada para menores ni lenguaje inapropiado).

CALIDAD MEDIA: Programas que presentan contenidos educativos, pero acompañados con elementos negativos de violencia y/o lenguaje inapropiado. También fueron catalogados como de calidad media los programas que no presentan ningún tipo de contenido, ni negativo ni positivo.

CALIDAD BAJA: Cualquier programa que presente contenidos sexuales inapropiados para menores, independiente de que además contenga elementos educativos. 4

Los resultados, pueden resultar esperanzadores, ya que si bien la programación infantil no se encuentra mayoritariamente catalogada en los niveles de ALTA CALIDAD, tampoco abunda la programación de CALIDAD BAJA. La mayoría de los contenidos televisivos dirigidos al target infantil se encuentran en unos niveles de CALIDAD MEDIA, lo cual quiere decir que se puede mejorar pero que este tipo de programación no está situada en unos niveles paupérrimos, sin embargo, todavía quedaría mucho trabajo por realizar en este campo.

Resulta atrayente realizar este recorrido por dos investigaciones punteras sobre aspectos de calidad en programación infantil porque permiten contextualizar el estado de la cuestión en nuestro país. Sin embargo, como ya se hacía patente en el resumen del texto, este trabajo basa su razón de ser en definir televisión de calidad dirigida al target infantil como aquella que conjuga educación y entretenimiento.

En las investigaciones puestas a modo de ejemplo donde se definían los parámetros básicos de calidad, se ha hablado de valores, conductas disruptivas, mensajes sexuales no adecuados, lenguaje erróneo, abuso de imágenes violentas... todos estos perfiles que deben condicionar la televisión de calidad, pertenecen, a mi modo de ver, al área de la educación, porque de algún modo forman e informan al niño en su conducta, valores y lenguaje diario.

Si nos damos cuenta los estudios conducentes a calificar los cánones de televisión de calidad, pasan inexorablemente por características del índole educativo como si la única labor de la televisión, o al menos la más importante fuera la de educar al niño. Pero no se cuestionan, en gran medida, la labor principal que debe cumplir la caja mágica para con el niño: la labor de entretenerle. No debemos olvidar que, al igual que ocurre con los adultos, el target infantil mira la televisión en su tiempo de ocio, como un medio de diversión y entretenimiento, aunque todos sabemos y no olvidamos, que para bien o para mal, la televisión es mucho más.

Por este motivo, en la presente comunicación se pone de manifiesto que una televisión de calidad debe conciliar educación y entretenimiento; pero lamentablemente hasta el momento la mayoría de los estudios se centran en los valores, nada halagüeños por cierto, que transmite la televisión a los niños como una herramienta de educación y socialización.

Pero ¿qué ocurre con el entretenimiento? Desde la Universidad de Alicante estamos inmersas en un Proyecto de Investigación titulado Calidad de los Contenidos audiovisuales –programáticos y publicitarios- de televisión destinado al target infantil. En ese joven proyecto, se estudia, como un nivel más dentro de los cánones de calidad, el entretenimiento suscitado, el cual, sin poder adelantar acontecimientos, no se encuentra en un buen momento.

A la hora de ratificar un programa infantil de calidad se ha seguido los estándares australianos de calidad (CTS) donde se ratifica que los programas dirigidos al target infantil no tienen porque ser didácticos o educativos, pero si que es totalmente necesario que hayan sido realizados desde la perspectiva de la audiencia infantil, por este motivo tienen que ser entretenidos, entre otros muchos parámetros. Y es que es importantísimo poner de manifiesto, que todo programa infantil puede ser dramático o no, diseñado para educar o no, pero el objetivo principal es que tiene que ser percibido como divertido por el niño.

Siguiendo los parámetros australianos, los ingredientes que han de tener un programa de calidad dirigido a la infancia incluyen: un dramatizado de alta calidad, una buena historia, humor, impredecibilidad, un ritmo apropiado al estilo de la historia contada y presentación de un estilo visual moderno. Un programa que esté lleno de clichés, caracteres unidimensionales y/o un guión plano y mal escrito, o que sea didáctico, instruccional y abiertamente educacional difícilmente llenará este criterio.

Como se puede observar, la clara diferencia que hace desmarcarse los estándares australianos de calidad, frente a los realizados por el Consejo Nacional de Televisión de Chile o la revista Consumer; radican en mantener como requisito sine qua non de calidad en programación infantil el entretenimiento, al margen de que el programa pueda ser educativo o no.

Actualmente en nuestro país, y específicamente en lo que a programación infantil se refiere, estamos asistiendo a una incesante e imparable programación procedente de las productoras japonesas donde el requisito específico de calidad, como veremos, queda muy en entredicho.

En efecto, las productoras japonesas conquistaron al público infantil y a los programadores de su parrilla a través del enorme impacto que supuso «Heidi» y «Marco»; tras ellos vino el fenómeno ampliamente discutido del arrollador «Mazingher Z», posiblemente una de las creaciones de mayor poder de persuasión sobre el público infantil conocidas en la época.

El secreto del éxito japonés es bien sencillo: precios competitivos a costa de una pobre linealidad causa-efecto argumentativa, simplicidad en los contenidos expuestos, o bien escasa calidad audiovisual, siendo el entretenimiento suscitado por estos programas mínimo.

Las cadenas televisivas españolas, pronto han sucumbido a este modelo de negocio que ha conseguido atrapar a la programación de toda Europa y que no deja de sucumbir a la industria americana. Un dato que prueba de lleno esta tendencia es el siguiente: ya en el año 1995, la programación infantil se nutre de un 70% de dibujos animados, y es la industria japonesa la que suministra a nuestro país el mayor número de producciones. Hasta tal punto se ha desarrollado en Japón la industria del dibujo animado asistida por ordenador, que la empresa nipona Toei es capaz de elaborar en un día un capítulo de veintiséis minutos de duración. A cualquier estudio cinematográfico tradicional en el que impere el sistema de truca le sería difícil llegar a los dos minutos de producción diaria. Como se puede comprobar, una vez más la ley de la oferta y la demanda ha venido a condicionar los planteamientos económicos de este mercado.

Lo curioso y sorprendente de este tipo de producción es que triunfa entre los más pequeños, todos conocemos o hemos oído hablar de la serie «Campeones», «Chicho Terremoto», o «Bola de Dragón», dibujos animados de reconocido éxito en nuestro país procedentes de este modelo de negocio japonés. Pero, sin lugar a dudas, fueron los dibujos animados «Power Rangers», cuya creación como idea radica en USA, pero que fue producida debido a los bajos costes que ello conlleva por la japonesa Toei, para más tarde la empresa norteamericana responsable procediera a su exportación a distintos países, incluidos España, la serie que más éxitos ha conseguido llevándose incluso a la gran pantalla.

Estas series ya no se encuentran en la parrilla televisiva en nuestro país, han dejado paso a otras que no mejoran para nada la situación creada por sus antecesoras. Pongamos la cadena que pongamos hoy en día en horario de programación infantil nos encontraremos con títulos como «Medabots», «Doraemon», «Yu-Gi-Oh!» o «One Piece», la lista puede ser interminable si nos lo proponemos.

Desde el punto de vista educativo y/o formativo, uno de los requisitos que proponemos en la presente comunicación para catalogar la programación infantil de calidad. Las series procedentes de Asia no cumplen ni siquiera los parámetros mínimos. En ellas podemos encontrar: violencia injustificada, lucha entre malos y buenos sin dar resquicio al diálogo, fomento del individualismo y egoísmo, capacidad de conseguir las cosas sin apenas esfuerzo y lo más fácil y rápidamente posible, son algunos de los valores que dejan entrever estos dibujos. La inmensa mayoría de las producciones procedentes del continente asiático, vienen repletas de estos altos componentes de violencia y contenidos sexuales inadecuados para los menores, es especial, las producciones japonesas.

El estilo del dibujo japonés, exclusivamente producido por ordenador, al margen de valores transmitidos, en general, los mensajes emitidos por los telefilmes de animación son altamente inmovilizadores. La violencia se utiliza para restablecer el orden, las situaciones anormales se reconducen para que todo continúe como estaba, sin que se establezca ninguna revisión crítica sobre cuáles fueron las causas que desencadenaron el conflicto y si los medios empleados para reinstalar el orden fueron correctos y/o desproporcionados.

Desde el punto de vista de los parámetros educativos que caracterizan a este tipo de producciones, masivas por otro lado en la parrilla televisiva de nuestro país, el panorama resulta alarmante o preocupante dado los contenidos poco adecuados o desproporcionados para el target al que va dirigido, en los que se sustentan este tipo de series.

Desde la óptica de calidad consistente en el entretenimiento, teniendo en cuenta siempre los estándares australianos expuestos en líneas anteriores, al margen de que las series posean una audiencia considerable, lo que les hace mantenerse en la parrilla televisiva semana tras semana; los parámetros de entretenimiento quedan muy en entredicho ya que se observa una calidad audiovisual muy pobre debido a la utilización de la técnica de dibujos realizados a través del ordenador, la cual origina planos, encuadres y hasta escenas miméticas unas de otras; expresividad apenas palpable de los personajes, movimiento poco realista y en la mayoría de los casos no correctamente continuado de los mismos... En definitiva, dibujos animados parecidos entre sí donde la única diferencia que les puede dar la exclusividad es el cambio de los personajes, pues el hilo argumentativo, basada en una débil linealidad causa-efecto, también es el mismo: buenos buenísimos y malos malísimos que libran la batalla (en cualquier tipo de escenario), para convertirse en héroes.

En resumen, personajes envueltos en estereotipos que inexplicablemente no pasan de moda, guiones unidimensionales y planos, donde en la mayoría de los casos no están correctamente estructurados para dar una sensación de continuidad y linealidad natural y necesaria para la correcta comprensión argumentativa por parte del menor.

En el proyecto de investigación referido anteriormente llevado a cabo en la Universidad de Alicante, para estudiar la variable entretenimiento, la cual es componente indispensable para la calidad de lo audiovisual, se pretende tomar como muestra a los niños y realizarles una serie de encuestas para que sean ellos mismos los que nos digan lo que ellos perciben y lo que no como entretenido. Sin embargo, dado el poco tiempo que lleva en marcha el proyecto, para la realización del estudio en su primer año (2004), los investigadores participantes analizaron esta variable desde el punto de vista del entretenimiento percibido por el evaluador y no el entretenimiento suscitado en el target, para en años sucesivos estudiar esta variable desde la óptica del niño.

A pesar se este sesgo en el estudio, conviene señalar los resultados obtenidos a través del estudio realizado y donde coinciden los tres evaluadores, resultando tremendamente entretenidos los siguientes programas:

1. Kim Posible (TVE). Kim es una joven estudiante de instituto que en su tiempo libre se enfrenta a los villanos más malvados para hacerse con el control del planeta.
2. Art Attack (Tele 5). Serie donde se proyectan manualidades.
3. Los Quintillizos (Antena 3). Se trata de cinco hermanos que van juntos al colegio, su inocencia, talento y sentido del humor, transforman en interesantes todas las historias que suceden a los niños de esa

edad.

4. Pepper Ann (TVE 1). Pepper Ann es una adolescente curiosa, inteligente y segura de sí misma que siempre está construyendo un plan para lograr que sus compañeros la admiren aunque no siempre lo consigue.

5. Tweenies (La 2). Son cuatro divertidísimos personajes creados por la BBC y que se han hecho famosos en todo el mundo gracias a la serie de TV. Junto con Bela, Milo, Fizz Y Jake encontramos también a la mascota de los Tweenies, el perro Doodles y el abuelo Max.

Si bien es necesario subrayar de nuevo que este estudio parte del entretenimiento percibido por los evaluadores y no por el suscitado por el niño, es importante observar una característica que une a estas series catalogadas como tremendamente entretenidas: ninguna de ellas tiene su origen o está producida por las industrias asiáticas; esto nos llevaría a deducir que las series más atractivas desde el punto de vista del entretenimiento no proceden del continente asiático.

Tomando como punto de partida las conclusiones llevadas a cabo en el Informe 2004 del Proyecto se puede observar como en lo que a entretenimiento percibido se refiere las series japonesas no salen muy bien paradas, si bien es verdad que para que estos datos sean tomados de una manera más fiable y de este modo poder ser extrapolados es necesario contar con el punto de vista del target infantil para estudiar el entretenimiento suscitado por las series en los más pequeños. De momento, reitero que es un punto interesante y tranquilizador por otro lado, observar como ninguna serie procedente del país nipón queda incluida en las series tremendamente entretenidas.

Con el balance elaborado hasta el momento lo que quedaría preguntarse sería lo siguiente: ¿es posible una televisión de calidad, teniendo en cuenta que la misma debe conjugar entretenimiento y educación?, desde una perspectiva tremendamente positiva, sí es posible ofrecer a nuestros niños una televisión de calidad bajo estos parámetros, si bien lo difícil será conjugar en una misma serie educación y entretenimiento; pero ambas variables no tienen por qué darse en su grado máximo, basta con contar con ellas para que cualquier programa infantil pueda ser tildado de poseer calidad.

Reitero que no es imposible conjugar ambas variables, tomemos por ejemplo la serie catalogada por los evaluadores de tremendamente entretenida TWEENIES. Este programa de origen inglés, cuyo target se congrea en niños de preescolar y primaria, además de ser entretenido es tremendamente didáctico.

Pero también en España contamos con un ejemplo muy parecido a este tipo de acontecimiento con el programa denominado LOS LUNNIS, cuyas características se asemejan mucho a su homólogo inglés, y que resultan tremendamente didácticos (mandan a la cama a los más menudos a las 21:00h y ofrecen clases de inglés), y además cuentan con el aprecio y la admiración de los más pequeños.

Aparte de programas creados a base de marionetas o muñecos de trapo que siguen la tendencia marcada por la exitosa serie norteamericana BARRIO SESAMO; desde el punto de vista del género dibujos animados, género mayoritario en presencia en la parrilla televisiva dedicada a la programación infantil, también se pueden observar series de éxito reconocido debido a que han agradado a su público, por lo que podemos afirmar abiertamente que resultan entretenidas y que además poseen una base declaradamente didácticas.

Estas series tuvieron como programa pujante para abrir la saga la serie de dibujos animados creada por TVE ÉRASE UNA VEZ LA VIDA, que todavía hoy continúa emitiéndose. Pero actualmente esta serie ha dado paso a otras tan conocidas como:

EL NUEVO MUNDO DE LOS GNOMOS: donde los pequeños y milenarios Gnomos, cuya cabeza protagonista es David, se encargan de proteger la naturaleza de las agresiones indiscriminadas creadas por el hombre.

EL AUTOBÚS CON MAGIA: dibujos en los cuales una profesora a través de un mágico autobús que hace las veces de nave espacial, enseña a sus alumnos sobre los sorprendentes y desconocidos secretos que se ocultan en el Universo. Toda una lección de astronomía para iniciar a los más pequeños en este apasionante mundo.

ARTHUR: donde unos topos personificados realizan travesuras en el colegio como unos niños cualquiera, pero donde lo que impera es la moraleja última con la que se termina cada capítulo: el valor de la amistad, de la felicidad y el respeto hacia padres y profesores.

También, aunque en menor medida el programa EL MUNDO MÁGICO DE BRUNELESKY, donde un mago trata de instruir a sus dos aprendices, pero donde en cada capítulo se trata de lanzar un conocimiento más, como por ejemplo, las ventajas de realizar un buen desayuno o lo conveniente de comer fruta todos los días.

Con estos ejemplos lo que se trata de poner de manifiesto es que si bien es verdad que la parrilla televisiva dirigida al menor está cargada de altos contenidos de violencia o mensajes y/o vocabulario incorrecto o desproporcionado procedentes de las series de producción asiática mayoritariamente, también es posible porque actualmente existe, una parrilla televisiva donde imperen las series, y sobretudo los dibujos animados con una audiencia destacable por resultar entretenidos a los niños, y que a su vez de ellos se desprendan lecciones de formación y/o educación en todo tipo de valores.

Los ejemplos anteriormente citados se encuentran en la parrilla televisiva dedicada a la programación infantil, por lo tanto no estamos hablando de una utopía sino de hechos reales que lamentablemente debido a su reducido número se convierten en excepcionales.

La solución comenzaría en primer lugar por realizar series que resulten entretenidas para los niños, pero ese entretenimiento debe cumplir los cánones exigidos por los estándares de calidad australianos; porque a mi modo de ver el principal objetivo de todo programa televisivo dirigido al niño es el de divertir y ser ocioso. Una vez conseguido este objetivo con lo que por extensión se tendrá cubierta una audiencia necesaria para mantener el programa en pantalla, el programa sería conveniente que transmitiera algún tipo de valor formativo aunque no tiene por qué, ni debe ser su finalidad última crear una serie exclusivamente didáctica, lo que debe imperar, valga la redundancia tiene que ser la diversión y el entretenimiento.

La tarea no es fácil, ya que estamos ante un público tremendamente exigente e infiel, eso lo saben mejor que nadie los productores. Pero también es tarea de los mismos esforzarse por emitir en antena programas de calidad siguiendo las variables establecidas en el presente trabajo. Es conveniente que se arriesguen un poco y den paso a las creaciones de productoras nacionales, europeas y norteamericanas que si bien no son tan rentables como las japonesas la calidad en la mayoría de ellas está asegurada.

También conviene por parte de los padres, como educadores en el primer nivel de socialización con respecto a sus hijos que son, enseñar a los niños a ver la televisión, a discriminar en pro de la calidad de la televisión. Porque por parte de éstos resulta muy cómodo, dejar al niño ante la caja tonta mientras ellos descansan después de una jornada de trabajo sin hacer nada porque el niño comprenda y entienda que hay determinados programas y/o series que no merece la pena ver. Y les resulta descaradamente fácil echar las culpas a productoras y cadenas de la basura emitida en pantalla en detrimento de una correcta calidad televisiva.

Lo que se pretende con este trabajo es hacer ver que una televisión de calidad, entendida ésta como aquella que concilia en mayor o menor medida educación o entretenimiento es posible, hay claros ejemplos actuales que lo constatan simplemente es cuestión de que todos: padres, productoras, cadenas, educadores... trabajen para conseguirlo y dejen atrás la maraña de acusaciones que revierten unos sobre otros en infinidad de Congresos, investigaciones y trabajos realizados al respecto.

Referencias

- TUR VIÑES, V. (2004): *Comunicación Publicitaria de Juguetes en Televisión*. Alicante. Universidad de Alicante.
 ALONSO, M.; MATILLA, L. y MÁRQUEZ, M. (1995): *Teleniños Públicos, Teleniños Privados*. Madrid. De La Torre.
 MARIET, F. (1994): *Déjenlos ver la televisión*. Barcelona. Urano.
 VILCHES, L. (1993): *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Barcelona. Paidós.
 CHALVON, C. (1982): *El niño ante la televisión. Adaptada a las características peculiares de la televisión española*. Barcelona. Juventud.
 DÍAZ, L. y HARO, E. (1994): *La televisión en España*. Alianza.
 INFORME 2004: *Calidad de los contenidos audiovisuales -programáticos y publicitarios- de televisión destinados al target infantil (4-12 años)*. Código: (GRE03-14) (SEJ2004-01830/CPOL). INVESTIGADORA PRINCIPAL: Victoria Tur Viñes.

1 TUR VIÑES, V. (2004). Comunicación Publicitaria de Juguetes en Televisión. Alicante. Universidad de Alicante; 160-161.

2 Revista Consumer. Programación Infantil. 1/05/2000.

3 Informe Consejo Nacional de Televisión (CNTV) de Chile (2002). Estudio sobre la calidad de la Programación infantil de televisión abierta y por cable.

4 Informe Consejo Nacional de Televisión (CNTV) de Chile (2002). Estudio sobre la calidad de la Programación infantil de televisión abierta y por cable.

Cristina González Díaz es doctoranda de la Universidad de Alicante (España) y colabora en el proyecto de investigación «Calidad de los contenidos audiovisuales programáticos y publicitarios» dirigidos al target infantil (cgd2@alu.ua.es).