

# los niños y los programas infantiles de televisión

MA. TERESA ESCUDERO Y,  
PATRICIA KELLY RAMÍREZ,  
RAÚL TREJO DELARBE.

... el niño que ve la televisión es un lisiado subprivilegiado.

Marshall McLuhan

La actitud que debe tomarse ante los programas infantiles que trasmite la televisión mexicana, suele ser francamente alarmante. Y no es para menos. Frente a los pequeños televidentes mexicanos, son transmitidas toda clase de emisiones que los educan para vivir según los valores de la sociedad capitalista que produce las series de televisión. Este criterio "apocalíptico" para juzgar los programas de TV, es el único que puede ser coherente con el contenido de las emisiones infantiles.

En los horarios dedicados a los niños, la televisión mexicana presenta, casi en su totalidad, emisiones producidas en Estados Unidos que van desde las aparentemente ingenuas series de dibujos animados como "Los Picapietra", hasta programas supuestamente educativos como "Plaza Sésamo" que es un sutil instrumento de colonialismo intelectual.

La influencia de la TV en los niños es sumamente grande por la complacencia que se toma frente a los efectos que tiene. Los padres permiten, en una forma casi siempre indiscriminada, que sus hijos vean televisión, porque ésta es ya una costumbre establecida y, además, por comodidad (es más fácil tener a los niños hipnotizados frente al televisor, que estar soportando la algarabía de sus juegos infantiles). Además a los niños les encanta ver la televisión. Es para ellos una diversión casi obligatoria (igual que para los adultos). Prefieren ésta a otras actividades. Ir a la escuela, por ejemplo, significa para los niños una imposición. En cambio ven la televisión —y a veces exigen hacerlo— con gusto. Por eso, la actitud que tienen frente a los programas de televisión es distinta —incluso los programas educativos— que la que tienen frente al maestro de escuela o aun frente a los padres.

La televisión es la mejor forma de ocupar el tiempo libre, que se destina en su mayor parte a "recibir" teleprogramas. En el ocio disfrutado con la televisión, se vive una vida a menudo más rica que la propia existencia:

Actualmente, las distracciones tienden a engendrar, en un sentido nuevo, el ocio como plenitud de existencia... el ocio, que es un tiempo, se diversifica inicialmente en actividades y vuelve a unificarse luego a un nivel superior, en una vida, por decirlo así, sustancializada.<sup>1</sup>

Además, la TV se convierte en una forma de evaluación, como ya se ha insistido en multitud de artículos contra este medio de información.

El ocio empleado en ver TV se convierte —y ésta es una actitud muy frecuente en los niños— en una actividad esencial para vivir. "La televisión es mi única distracción", dicen (muchas personas, y usan la TV como desahogo, como una manera de vivir la vida que no pueden tener. A los niños se les enseña, desde pequeños, a estar conformes con el papel que se les ha asignado en el sistema social y a utilizar a la televisión como catalizador de sus preocupaciones y frustraciones.

Con la televisión, se reemplaza la intimidad por el contacto continuo con el mundo exterior. McLuhan ha insistido mucho sobre este punto en su tesis de la "aldea global". Ahora, los niños ya no necesitan jugar al aire libre, porque les bastan los programas que muestran cómo es el campo. Los niños que ven televisión hablan de los elefantes como si tuvieran uno en su casa. Están familiarizados con todo —con casi to-

<sup>1</sup> Cóhen-Seay y Fougeyrollas. *La influencia del cine y la televisión*, pp. 127-128.

do—, pero no conocen nada a fondo. Son hipersensibles al bombardeo de información a que los somete la televisión, pero esa misma dispersión de datos no les permite hacer juicios de valor. La TV misma les dice qué es bueno y qué no lo es.

Los niños, por eso, son distintos a sus padres. En doce años, un niño vive casi cinco veces la vida que vivió cualquiera de sus padres o sus abuelos, debido a la cantidad de información y experiencias televisadas que asimila:

Quando el niño empieza a recibir la influencia de la información visual, su desarrollo psíquico se efectúa en condiciones que no corresponden a las etapas naturales por las que pasaron sus mayores.<sup>2</sup>

El niño nos parece hoy, en un sentido, precozmente adultizado por la información visual.<sup>3</sup>

Ese adulto chiquito exige, como uno de sus derechos más elementales, que le permitan ver televisión todas las tardes. Es patético observar a un grupo de niños mientras contemplan la televisión. La mayoría de las veces, quedan estáticos frente a ella. Inmóviles, parece que no pierden detalle de lo que sucede en la pantalla. En ocasiones ríen o gritan frente al televisor como si estuvieran conversando con una persona. Esta impresión es definitiva cuando le gritan al televisor o lo golpean (cuando no están de acuerdo con las escenas que trasmite). Todas sus reacciones están condicionadas por la programación que las estaciones televisoras preparan para ellos. El niño sufre de “hipnosis” frente a la TV. “El niño, ese ser movable, inquieto, travieso, sometido a la hipnosis televisual corre el peligro de un grave percance.”<sup>4</sup> La despersonalización no es el menos grave de los efectos de la TV sobre el niño. Los productores de televisión condicionan las actitudes y costumbres de sus pequeños televidentes. “Los niños son siempre ‘dirigidos’ por los mayores, paternalmente, para que se diviertan.”<sup>5</sup>

Los niños, acostumbrados a ver siempre el mismo tipo de programas, exigen las caricaturas, las emisiones educativas y los concursos de siempre. Algunos productores de televisión han llegado a decir que eso prueba que las emisiones son adecuadas, porque los niños las exigen. Lo que ocurre es que se les ha condicionado para consumir el mismo tipo de programas y por eso están acostumbrados a pedirlos.

<sup>2</sup> *Op. cit.*, p. 27.

<sup>3</sup> *Op. cit.*, p. 36.

<sup>4</sup> M. Rodríguez Méndez. *Los teledictos*, p. 78.

<sup>5</sup> M. Rodríguez Méndez. *Op. cit.*, p. 135.

Los programas infantiles —como todos los demás— son una mercancía que se vende según las reglas de la sociedad de consumo. Aun cuando los programas ya han sido transmitidos, son disfrutados por los niños. Es muy frecuente, especialmente en los programas infantiles, que los capítulos de una serie sean repetidos. Los niños casi nunca protestan por esto y, al contrario, muestran el mismo interés por ver un capítulo que ya conocen, que por uno nuevo. La frase de McLuhan sobre el “lisiado subprivilegiado”<sup>6</sup> que es el niño, parece confirmarse ante estas actitudes.

El adoctrinamiento cultural es claro en todas las series infantiles, casi siempre producidas en Estados Unidos o con patrones norteamericanos. Un ejemplo, escogido casi al azar, es la serie “Los Picapiedra”, donde los personajes viven en la edad de piedra con costumbres de la más moderna sociedad capitalista. Pedro Picapiedra se desvela pensando cómo le comprará una “rocolicuadora” a su esposa Vilma, con la que forma una pareja idéntica a la de cualquier matrimonio de Dakota del Sur. Todos los utensilios electrónicos que poseen —imitaciones de los que tiene o anhela tener una familia “normal” de clase media— son simulados por pequeños animales que trabajan para el hombre. Esta serie pretende asegurarnos que la sociedad de consumo existe desde tiempos remotos y, por lo tanto, es la única manera natural de vivir. Además, los problemas de Pedro Picapiedra y sus amigos nunca son muchos porque siempre se mantienen dentro de los límites del “orden”. Son gente amable, simpática, sin preocupaciones.

La influencia sobre los niños había sido hasta ahora tan simple como la que acabamos de describir. Los dibujos animados, sin más, retrataban mundos simples, amables, siempre al estilo capitalista de vida, y con eso bastaba para enseñar a los niños que ven televisión cuáles deben ser las actitudes normales que deberán adoptar cuando sean grandes.

Ahora, la colonización intelectual (en México) es más sofisticada y se disfraza, de campañas educativas. El mejor ejemplo es “Plaza Sésamo”, donde es evidente el adoctrinamiento cultural que sufren los niños que ven todos los días la serie, producida íntegramente con moldes norteamericanos. Después del éxito que tuvo en Estados Unidos, “Plaza Sésamo” fue exportada a Latinoamérica. No es casual que los primeros capítulos para todos los países de habla española hayan

<sup>6</sup> Marshall McLuhan. *La comprensión de los medios como las extensiones del hombre*, p. 406.

sido adaptados en México, que es el país más cercano a la nación productora del programa y el más afín a las concepciones imperialistas que difunde esta serie.

Además de ser educados con las costumbres del *american way of life*, los pequeños teleespectadores son condicionados al método de enseñanza repetitivo y redundante que se sigue en el programa: se les enseña un número o una letra después de repetirlo docenas de veces con la menor cantidad de variaciones posibles y, a fuerza de verlo y volverlo a ver, los niños lo memorizan, siempre gracias a la reiteración en la pantalla y no por otro método de aprendizaje.

Este sistema es, curiosamente —sospechosamente—, el mismo que se emplea en los comerciales de televisión: igual que al espectador de “Plaza Sésamo” le insisten en una palabra o una letra para que las aprenda, al televidente adulto le repiten que tomar coca-cola es una buena manera de disfrutar la vida y ambos acaban por aceptar lo que se les está imponiendo. De esta manera, la aparentemente inocente y bien intencionada serie “educativa” para niños resulta ser un sutil y eficaz método para introducir a los televidentes, desde pequeños, al atractivo mundo que les ofrece la sociedad de consumo. Ninguno dudará que igual que  $2+2$  son 4, los automóviles Ford son indispensables para quien quiera ser un hombre con prestigio.

En “Plaza Sésamo” el niño no aprende realmente, se le imponen conceptos mediante la repetición constante de “verdades” que no permiten discusión alguna. El niño no comprende lo que memoriza, sólo se le dejan ver fragmentos de realidad, en una educación fragmentaria. Así, se le adapta a responder mecánicamente, a permanecer inmóvil, se le condena a no desarrollar su sentido crítico.

La crítica no existe en un mundo amable como el de “Plaza Sésamo”. Los hechos allí son incuestionables, igual que el modo de vida capitalista para el cual los televidentes son educados desde pequeños.

Los ejercicios que aparecen en “Plaza Sésamo”, para ser desarrollados por los niños, son muy fáciles y repetitivos, además de muy obvios. Los personajes importantes en la serie no son los niños que aparecen, que son más bien parte del decorado, sino los muñecos y animales que les enseñan a memorizar números y palabras. Los que participan, los que realizan el trabajo activo, son los animales filmados, dibujados o en vivo. Los niños se dedican a contestar preguntas idiotas y a demostrar que es un programa “para niños”, con su presencia frente a las cámaras. Son casi

“pequeños robots” que no actúan por sí mismos. Los niños que aparecen en “Plaza Sésamo” siempre son receptores que adoptan los tipos de conducta que les imponen los demás personajes (obviamente, los niños que ven en su casa estas actitudes aprenden que les tiene que ser impuesta una personalidad, igual que a los personajes de “Plaza Sésamo”).

Aún los sentimientos resultan prefabricados. Los personajes con iniciativa en “Plaza Sésamo” (los que “hacen algo”, los que no aparecen como simples espectadores, igual que los niños) son valores morales personificados. Paco es un pájaro gruñón que nunca hace favores pero “en el fondo es bueno”; Abelardo es un dragón (o algo así) tonto pero, después de todo, con buenas intenciones. Enrique y Beto son dos marionetas que siempre se pelean. Hay un tendero que defiende todos los principios de la propiedad privada.

Usualmente, los programas “educativos” resultaban aburridos para los niños. “Plaza Sésamo” combina el atractivo de los dibujos animados, el teleteatro y la aparente participación infantil, para gustar a sus televidentes. En la mayoría de los programas de este tipo, se presentan habitualmente un ambiente de jardín de niños, una reproducción del ambiente escolar (por ejemplo, Telekinder, ya desaparecido), que a los niños les parece artificial y fingido porque pretende ser una copia de la escuela —en la que pasan la mitad de la mañana— pero no es la escuela. En cambio, en “Plaza Sésamo” no se reconstruye ese submundo para niños que es la escuela; se presenta una copia —aunque falsa— de la realidad. “Plaza Sésamo” es un mundo en chiquito (la ciudad, sus calles, la plaza y sus personajes). Un mundo maniqueo donde sólo hay buenos o antipáticos, tontos o listos, pero que es una imitación de la “realidad” (a los niños se les hace creer, en éste como en todos los teleprogramas, que vivimos en un mundo esquemático, con valores y cualidades siempre identificables y simples en cada actitud).

Igual que en “Plaza Sésamo”, en otros programas hay personajes dibujados o accionados artificialmente que hablan y razonan. Otro ejemplo es “Señorita Cometa”, una serie fabricada en Japón en la que la estrellita es la nodriza de un par de niños, que tiene “poderes mágicos”. Esta Mary Poppins japonesa se dedica a cuidar a los niños a su cargo y a protegerlos de las consecuencias de sus travesuras. A diferencia de los niños que aparecen en “Plaza Sésamo”, en “Señorita Cometa” los niños que participan en el programa cometen travesuras, se portan medio mal, pero siempre

acaban por docilizarse a la autoridad de su nodriza. Como en "Plaza Sésamo", la serie es ejemplificadora: propone normas de conducta. La "Señorita Cometa" (un extrañísimo ser que se desintegra en partículas luminosas y viaja por los cables telefónicos) (defiende lo establecido, el respeto a los mayores, la cohesión de la familia, la propiedad privada, las costumbres de la sociedad de consumo ("voy a descansar viendo la televisión", dice en una ocasión).) Como cosa curiosa, cabe consignar la presencia de un pequeño dragoncito que actúa junto con los protagonistas y aparece de pronto para recordarles lo que está bien hecho y lo que no:

El niño... suele ser un adulto en miniatura... los mayores proyectan una imagen ideal de la dorada infancia, que en efecto no es otra cosa que su pro-

pia necesidad de fundar un espacio mágico alejado de las asperezas y los conflictos diarios.<sup>7</sup>

Esto es cierto en parte; los programas infantiles son vistos por un gran número de adultos, pero van, fundamentalmente, dirigidos a los niños. Se hace pensar al niño —además de lo que el adulto piense— que está viviendo una etapa privilegiada: la infancia. Como se ha visto, los niños no son tan privilegiados si se considera el adoctrinamiento al que son sometidos cotidianamente. Los programas infantiles de televisión, que se caracterizan por su autoritarismo, su maniqueísmo y su ideología capitalista, preparan a los pequeños espectadores para ser ciudadanos disciplinados y adoctrinados.<sup>7</sup>

<sup>7</sup> Armand Mattelart. *Para leer al Pato Donald*, p. 17.

