

TUR VIÑES, V (2004) "Las enseñanzas principales de los contenidos audiovisuales dirigidos a niños", [en línea] <http://www.reefviews.com/>, *Reefviews*, diciembre.

## ¿Cómo son las enseñanzas principales de los contenidos televisivos dirigidos a niños?

La orientación de la mayoría de los estudios existentes sobre programación televisiva e infancia en España se ha concentrado en los aspectos cuantitativos de consumo y oferta televisiva o bien en los efectos. Ha existido un olvido permanente en el **estudio empírico de la calidad** de los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia, al igual que en el **estudio comparativo de programas y publicidad**, dos contenidos distintos aunque dirigidos al mismo target. Consideramos que la calidad de lo audiovisual dirigido a la infancia no debe concentrarse sólo en el estudio de los efectos de la programación sobre este público –ésto es necesario pero no suficiente para valorar la calidad de lo audiovisual-, aunque reconocemos que es uno de los factores más importantes e inquietantes a la vez, de los que habrá que tener en cuenta. Apriorísticamente concebimos la calidad del audiovisual dirigido a niños como un concepto multifactorial y ésta idea es la que ha inspirado el planteamiento investigador de un grupo de profesoras del Área de Comunicación Audiovisual y Publicidad del Departamento de Sociología II de la Universidad de Alicante que recientemente ha conseguido financiación del Ministerio de Ciencia y Tecnología para poder estudiar este tema dentro del programa I+D+I 2004-2007.

El objetivo fundamental es alejarnos de la crítica improductiva y estéril sobre los contenidos audiovisuales dirigidos a la infancia y **adoptar un enfoque constructivo que dé respuesta** a la pregunta **¿Cómo es y cómo debería ser un contenido audiovisual de calidad dirigido a la infancia?**.

El planteamiento de la investigación contempla el visionado de 241 contenidos programáticos y 1150 contenidos publicitarios anuales, aparecidos en la programación infantil de las cadenas que emiten en abierto a nivel nacional (TVE1, La 2, A3 y Tele 5). Se analizan 106 variables de consumo, audiovisuales, contenido y regulación vigente.

En este artículo queremos avanzar exclusivamente los resultados obtenidos en una de las variables: la forma de expresión

de la enseñanza principal, si es que se detecta. Lo que pretendíamos es responder a la pregunta: ¿Qué es lo que puede aprender el niño de este contenido?. De este modo tratamos de identificar la "lectura" de ese contenido, su moraleja si la tenía o la posible utilidad formativa que pudiera tener para el menor.

En apenas la mitad de contenidos programáticos existe una enseñanza principal detectable y sin embargo en los contenidos publicitarios brilla por su ausencia en el 80% de los casos –se trata de contenidos con objetivo comercial prioritario, aunque sería deseable que se pudieran conciliar ambos aspectos-. Cuando se ha detectado una enseñanza principal que se ha considerado perjudicial se ha detectado con más frecuencia en los contenidos programáticos (5,4%) que en los contenidos publicitarios (3,1%). Esto viene a confirmar una de nuestras hipótesis iniciales, en el sentido de que en la percepción global sobre la calidad de los contenidos dirigidos a niños, existe una tendencia masiva a criticar antes lo publicitario intuyendo que es en ese tipo de contenidos donde el niño recibe la mayoría de mensajes no deseables y la investigación pone de manifiesto que este tipo de mensajes se da casi el doble de veces en los contenidos programáticos.

Entre las enseñanzas negativas programáticas podemos identificar:

- Castigo y humillación por no ganar un combate.
- El pájaro loco siempre alcanza sus metas, aunque para ello emplee medios no lícitos. También Pingüe –en otra serie- consigue lo que quiere con medios ilícitos.
- Importancia de la belleza. Mamá pata rechaza a su bebé porque es feo.
- Imposición de la voluntad por medio de la violencia.
- Impotencia de los padres para educar a su hijo.
- Imponer la voluntad de uno y, en caso de que no fuera imposible, impedir al otro el ejercicio de la suya.
- Irresponsabilidad en la toma de decisiones. Después de clonarse a sí mismo el Pájaro loco se arrepiente y destruye a su clon.
- Los hermanos del "patito feo" lo insultan por ser diferente.
- Todos los miembros de una familia ocultan cosas.

Es curioso comprobar cómo un contenido clásico como El Pájaro loco contiene numerosos contenidos identificados como perjudiciales. Además es una de los contenidos que más se programa –repite- en la parrilla de La 2, llegando a emitirse hasta 3 capítulos seguidos en un mismo día.

Entre las enseñanzas positivas:

- Admiración y respeto de los niños por sus abuelos.

- A veces estamos predispuestos en contra de personas o cosas que no nos gustan, pero esas personas pueden sorprendernos y ser diferentes a cómo creemos.
- Afrontar las situaciones de miedo con coraje
- Fomento del conocimiento general –cultural. Entre los temas aparecidos: la clonación, el origen de la informática, el descubrimiento de América, el surgimiento de la escuela, seguridad vial, las señales, las estaciones,
- Ayuda a los demás en situaciones límites. Elogio de este tipo de profesiones
- Ayuda al prójimo. Triunfo del bien sobre el mal.
- Ayudar a un compañero a que se desenganche de un adictivo juego.
- Colaboración de los amigos en la consumación de un sueño
- Cailou descubre la oficina donde trabaja su madre. Apología implícita del trabajo femenino.
- Colaboración de los amigos en la consumación de un sueño.
- Confianza en el trabajo en equipo.
- Consecuencias de una mentira.
- Ejemplifica como no debemos discriminar a los que parecen débiles ya que todo el mundo puede ser útil en un momento determinado, además de transmitir compañerismo y lucha contra la injusticia.
- Importancia de las normas para la convivencia.
- Los celos pueden ser malos consejeros, hay que controlarlos y respetar a los demás.
- No debemos juzgar a los demás por la edad que tienen, sino por la clase de personas que son, en definitiva nos dice que no debemos tener prejuicios.
- El miedo nos impide creer en nosotros mismos.

Para finalizar este avance sobre uno de los aspectos que venimos investigando, nos gustaría agradecer a Reefviews la posibilidad que nos ha brindado para difundir los resultados de nuestra investigación. Contar con vuestro interés y apoyo nos estimula a seguir adelante.

Victoria Tur Viñes

Investigadora principal del proyecto de investigación “Indicadores de calidad en los contenidos audiovisuales programáticos y publicitarios dirigidos al target infantil” MCYT (I+D+I 2004-2007).

Profesora de Creatividad Publicitaria de la UA.

Miembros del grupo de investigación: Irene Ramos, Claudia Rausell, Dolores Fernández, M<sup>a</sup> Carmen Carretón y Concepción Campillo.

Ninguna parte ni la totalidad de este documento puede ser reproducida, grabada o transmitida en forma alguna ni por cualquier procedimiento, ya sea electrónico, mecánico, reprográfico, magnético o cualquier otro, sin autorización previa y por escrito de Victoria Tur Viñes © [Victoria.Tur@ua.es](mailto:Victoria.Tur@ua.es)