

Una tele para los chicos

Vargas, Carmen Rosa

La caja mágica

Cuando era una niña pequeña, mi hermano Carlos, el mayor de los tres, siempre que me veía me decía “¡Oye, cara de televisión!” Yo, sólo porque lo quiero tanto, desconectaba la mirada del televisor para ver sus grandes ojos verdes porque sabía que a continuación vendría un ataque de cosquillas. Y así pasó mi infancia, con una linda familia y una linda televisión. Al principio mi hermano me pillaba viendo El tío Johnny, que era muy conveniente para lograr que me tomara la leche, así que a nadie le preocupaba que me pasara horas frente a la caja mágica. Varias lunas más tarde, cuando mi hermano regresaba del fulbito me encontraba viendo Hola Yola: “Somos/ un grupo muy alegre/ tengo mi pandereta y hacemos un programa/ juntos/ formamos una banda/ la banda de Hola Yola y somos juguetones...” Yola también resultaba conveniente porque con ella cantaba, aprendía y bailaba ¡cómo bailaba! En aquellos tiempos los programas para niños no pasaban dibujos animados, estos se emitían en otros horarios, por ejemplo, de lunes a viernes en las mañanas y las tardes.

Mi primera infancia se divirtió con los diseños de Warner Brothers y Hanna-Barbera. Vuelven a mí, como fotogramas en movimiento, personajes como el conejo Bugs, el pato Lucas, el cerdo Porky, el gallo Claudio, el perro y el gavián pollero, Marvin el marciano. El coyote y... beep, beep... el Correcaminos. El oso Yogui y Boo-boo, Tiroloco McGraw, Huckleberry Hound, La carrera loca y el perro Patán, de risa ronca y contagiosa, el Inspector Ardilla. Era infaltable Popeye, no se si se acuerdan de Herculoides, con el rey Zandor, la reina Tara y su hijo Dorno, trama futurista de gran imaginación. Claro, era otro ritmo comparado al de hoy, otra velocidad. Y cómo no recordar a los Pitufos, Meteoro, Capitán Futuro, los Picapiedra, el Capitán Cavernícola, Scooby Doo, la Pequeña Lulú, los Imposibles y el Hijo de Frankenstein. Veíamos por la televisión a todos los superhéroes de los comics, por separado: el Hombre Araña, que en mi época tenía un sentido del humor sumamente mordaz, Batman (en serie también), Superman, Acuaman, la Mujer Maravilla y todos juntos en el Salón de la Justicia, con el poder de los gemelos fantásticos: ¡actívense! También vienen a mi mente otro tipo de dibujos, quizá más alternativos, el Vengador, los Beatles animados, el detective Cool Mc Cool y su papá.

Hasta que un día salió de la tele una música conmovedora y conocimos a un niño que tenía un mono con el que buscaba a su mamá, que lo había abandonado para irse en un barco a trabajar a la Argentina. Desde ese día, muchos otros como yo le acompañaríamos en la ruta, con el corazón en la mano. Cuando mi hermano llegó de la universidad, me encontró llorando. Tuvo que venir mamá para consolarme y explicar que se trataba sólo de un dibujo. Pero yo seguía palpitando el “No te vayas mamá...” Mi llanto fue motivo de comentario esa noche en la mesa, así se enteró papá del incidente y así fue que me regaló un libro rojo que se titulaba Las tragedias griegas. Luego vinieron Candy, Heidi y Lady Oscar, pero después de Marco parecíamos preparados para todo.

Recuerdo a Los Tres chiflados, que le gustaba a mucho a mi otro hermano, Pepe. Con él veía Abott y Costello, serie que me hacía tremer de pavor cada vez que escuchaba el famoso “Hey Aboooooott!!!...” Hasta ahora no se por qué. Yo amo a Lucy. Los Monsters. El Topo Gigio. Recuerdo haber seguido a La gata loca y a su ratón Ignacio, que la trataba a punta de ladrillazos pero ella ahí, tan enamorada. Félix el gato y sus trazos surrealistas. El show de los Muppets creo

que fue mi programa favorito. Qué humor tan fino, no sólo por la relación entre la chanchita Piggy y la rana René, la inocencia de Gonzo, el grado de verdad de los viejos renegones del palco, el drama humano de los cerditos en el espacio, la crueldad del científico con su ayudante y el ingenio de la banda de música compuesta por monstruos, no solo por eso, sino por mucho más.

Eran tiempos de las imágenes en movimiento en dos dimensiones, de la Pantera Rosa junto con al inspector Clouseau, con un humor que hacían reír hasta doler la barriga. Me acuerdo de Chiquilladas, un magnífico programa para niños producido en México, donde chicos y chicas, con humor y talento natural imitaban en pequeñas secuencias a personajes mediáticos en situaciones divertidas. De Televisa también eran entrañables El show de Cantinflas, las historias como la de Gotita de Gente, Mundo de Juguete, las novedades técnicas televisivas con los efectos especiales de Burbujas, la creatividad en la simpleza de Plaza Sésamo para América Latina. Ni hablar de Gómez Bolaños y su magia, El Chavo del ocho es un personaje referente, sin embargo, lo que más caló en mi espíritu fueron sus representaciones de piezas literarias, como Cyrano, Romeo y Julieta; óperas como Madame Butterfly, hechos históricos como Cleopatra y Julio César, mitos como el de Sansón y Dalila, obras cinematográficas del tipo western, cine mudo e incluso comedias musicales. Un genio sin duda que provocó en mi formación de niña mediática un apetito insaciable por la buena televisión que hoy reclamo para el público televidente que tiene sólo algunos años de vida.

Las imágenes infantiles televisivas de mi generación se reconocen con Telematch, un programa de concursos alemán que fascinaba por la idea de sana competencia. También recuerdo, por el canal del Estado, Titeretambo, al Súper Agente 86, a Mirtha Patiño y su loro Lorenzo. En la televisión producida a finales de los ochentas la forma y el contenido se transforman, las series se modernizan y la tecnología, la ciencia ficción y la fantasía empiezan a llenar nuestros ojos. El Hombre Biónico, La Mujer Maravilla en versión seriada, el Hombre de la Atlántida, el Auto Fantástico, Los Magníficos, He-Man, los Thundercats, Halcones del Espacio y los domingos por la tarde, ya en familia, V Invasión Extraterrestre. Ecléctico, reconozco, pero es el orden en que se van presentando mientras escribo. Es memoria en un límite de tiempo, desde los cero años hasta la pubertad. Y suspiro mientras recuerdo con dulce nostalgia aquellas imágenes.

No se trata de una disminución de mi amor por la tele, pero sí de una preocupación sincera sobre qué es lo que ven ahora nuestros niños. El cable es una opción privilegiada, Discovery Kids, Nickelodeon, Nat Geo baby, incluso Fox Kids, crean una atmósfera de formación global–local para niños del nuevo milenio y de alguna manera proponen y presentan la opción de la responsabilidad por su futuro, a nivel individual y grupal. Parece ser televisión hecha con cariño y compasión por los niños; compasión en el sentido de ocupar su lugar. Se percibe que quienes producen para estas networks, sin desmerecer ni enaltecer los fines comerciales, se preocupan por la calidad y el contenido de aquello que consumirán los pequeños y de cómo lo consumirán, contribuyendo a la forja de un imaginario a través del juego que pueda servirles para ser felices a futuro en una comunidad hiperconectada y multicultural. Lazy Town, Backyardigans, Mister Maker, Bob el constructor, Poko, Pocoyó, Hi-5, Fabulópolis, El mundo divertido de Peep, Will y Dewitt, Dora la Exploradora, Las Mascotas Maravillas, Go Diego Go!, y otros tantos dibujos que son imágenes que están fundiéndose en el carácter de las nuevas generaciones y que de alguna manera ya son parte de su historia.

¿Qué ven los que no tienen qué ver?

Sin embargo, no todos los niños peruanos tienen cable. ¿Qué ven estos chicos? Les cuento: Frecuencia Latina ofrece de lunes a viernes dibujos animados (Warner y Hanna-Barbera) para los más pequeñitos. Por las tardes, un espacio que se llama la Hora Warner, se trata de un tiempo

televisivo conducido por niños bien preparados en donde se presentan dibujos animados de esta network. Entre dibujo y dibujo hay cortos concursos por teléfono y algunas notas informativas de interés infantil. Para los niños más grandes Frecuencia Latina presenta los sábados un programa de tipo reality show, con canciones y concursos, conducido por María Pía: Talento Urbano. Se apuesta por una imagen luminosa y un formato que puede ir variando según los intereses del público púber-infantil. Cuenta con canciones largas con mensajes de diversión y de bien-estar. En este programa se incorporan dibujos animados entre secuencia y secuencia. En un momento del pasado reciente este canal presentó una bella idea de reality show que trataba sobre un equipo de fútbol de niños de 8 a 12 años aproximadamente, formados por el profesor J.J Oré, los chicos que participaban fueron escogidos barrio por barrio y las historias eran felices y honrosas. Se trató de una propuesta interesante, bien hecha, refrescante, que se re-inventa en una nueva versión para Talento Urbano.

Cambiamos de canal y vemos que América Televisión ha mantenido permanentemente en su programación producciones peruanas dirigidas a los niños. De lunes a viernes su propuesta es ortodoxa, en la mañana dibujos, en la tarde El Chavo y/o Chespirito. Para los niños pequeños Timoteo es la figura clave y la imagen del canal, un referente televisivo infantil a nivel nacional. La Casa de Timoteo tiene personajes que acompañan las aventuras del dragoncito bebé. Los sábados hay otra producción dirigida a niños más grandes, púberes y pre-adolescentes: America Kids, programa aparentemente realizado por chicos y chicas que va creciendo en contenido a la par con sus protagonistas. En este programa se realizan notas culturales, se concursan por equipos, paralelamente se cuenta una historia de ficción sobre la producción de un programa para niños, y se ven dibujos animados. Últimamente el formato está variando también hacia un reality show de baile, canto, actuación, en fin, talento televisivo.

En la otra esquina, la ventana de la televisión, Panamericana, tiene a los chicos sumamente descuidados. Lo único que presenta son algunos dibujos animados de tercera categoría, o del año de la pera, que si para mí resultan antiguos y desfasados, ¿qué será para un niño del nuevo milenio? Programación obsoleta, irrespetuosa del público infantil al que muchas veces le cortan los episodios sin que haya terminado la historia, o los emite fuera de sincronía o en idioma original (inglés de los años sesenta), sin preocuparse por lo menos de una traducción digna. No, con Panamericana, “la mejor ventana”, es mejor correr la persiana.

En el canal del Estado la bandera de los niños la lleva A Jugar, programa conducido por Fátima Saldonid, una muy buena actriz que de lunes a viernes durante una hora por las tardes está dedicada a la labor de hacer televisión para niños en señal abierta. Se dan concursos también para un público que va desde el pre-kinder hasta el tercer grado de primaria. A jugar se ocupa con explícito empeño de recalcar el amor al país, a la tierra, a las costumbres, a los animales, a los buenos valores, entre otros. No se emiten dibujos durante su emisión. En algún momento el canal del Estado re-emitió los programas de Nopo y Gonta, una producción japonesa, excepcional residuo virtuoso de la nefasta época mediática del decenio de Fujimori, Nopo era un ingenioso y dulce personaje vagabundo que andaba con su mascota come bolas de arroz creando juguetes con todo lo que podía haber en la casa. Ingeniosa y sutil producción que por alguna razón se dejó de re-programar.

Por su parte Andina de Televisión, ATV, de lunes a viernes no presta ninguna atención al público infantil. Para el fin de semana programa Plaza Sésamo y dibujos animados de mediana y buena calidad. Entre los pocos, Las Chicas Súper Poderosas y alguna que otra novedad de Nickelodeon con diseños simpáticos como los Padrinos Mágicos. Para RBC, el público infantil sencillamente no existe. Y para Red Global la oferta para niños debe hacerse un lugar entre los productos naturales para la buena salud que interrumpen la transmisión cada tanto... ¿ellos son el público objetivo de la sábila y la kiwicha en barra?

La experiencia brasilera

Está un poco gris el panorama. Pero se puede cambiar. ¿Qué hace falta para darle color? Es tan simple que asusta: amor. Por los niños y por la televisión. Amor verdadero, lo que llamo y mencioné líneas arriba, compasión. Un auténtico padecer, sentir por el otro, en lugar del otro, ocupar su lugar. Se trata de una preocupación sincera por la formación mediática de nuestros niños. La televisión de un país es su propio reflejo, es la representación de su atmósfera, de su forma de ser. Quisiera ilustrar mi idea con un ejemplo de honesta preocupación por los productos televisivos que consumen los más pequeños de una sociedad; me refiero a la TV Globo y en particular al fenómeno Xuxa^[1].

Hay tres reyes en el Brasil: el rey Roberto (Roberto Carlos, rei da música), el rey Pelé (rei do futebol) y la reina Xuxa (rainha dos baixinhos, de los bajitos, los más pequeñitos). Así de importante es para los brasileros que sus hijos sigan siendo buenos brasileros. Más allá de algún juicio moral, a la empresa o a la conductora, seamos observadores de sus contenidos televisivos para niños. Deben recordar que para nosotros a principios de los noventa ya era importante la bella y rubia animadora; durante mi adolescencia, cuando llegó al Perú en búsqueda de la paqueta peruana fue todo un acontecimiento, era una súper estrella y su música se bailaba en todas las fiestas. Muchos años después, durante mi permanencia en Río de Janeiro para graduarme de comunicóloga, Xuxa reapareció ante mis ojos de profesional, con una visión más aguda de su éxito, y dediqué horas a observar sus producciones, que son muchísimas y de lo más variadas, cine, teatro, música, videos, cada experiencia mejor realizada que la anterior. Hay, claro está, un trabajo serio de creativos expertos que logran que la animadora mude de público y se transforme permaneciendo siempre en el imaginario brasilero infantil - juvenil. Pero, y sobre todo, hay una relación verdadera de Xuxa con los niños, le gustan de corazón, habla su lenguaje, los entiende y sabe cómo pueden divertirse. Ese amor sincero se transmite y quienes trabajan con ella lo aprehenden, lo vuelven suyo. Más allá de lo excéntrica que suene esta idea, a veces las palabras no se bastan para expresar los sentimientos éticos. Solo pensando como niños, sintiendo como ellos, o por lo menos tratando, es que se llega a sus almas.

Comienza el día en la TV Globo con una Xuxa para los más pequeñitos que apela lúdica y musicalmente directo a la imaginación, con creaciones cortas y exactas para su feliz recuerdo en los estados de consciencia de un bebe de cero hasta cinco años. En el programa se presentan más de 20 secuencias, todas creativas, impecables, no solo por su forma y contenido, como también por el natural reconocimiento que logra en el niño brasilero de cualquier tipo, en esa pantalla. Los fines de semana Xuxa crece, e interactúa con los púberes y pre-adolescentes, invita a actores y cantantes a su estudio, juega con ellos, se divierten juntos y el público disfruta jugando y cantando las canciones de moda. A inicios del nuevo milenio Xuxa se volvió una marca independiente, más allá de la Rede Globo. Y las producciones que realizaba para los más chiquitos del Brasil eran los programas diarios de media hora más dulces y transparentes, y a la vez más simples, que había visto en mi vida televisiva. Lograban transmitir la intensidad de la diversión y la sensación del amor sincero, un gusto verdadero por lo que se estaba haciendo. No me sorprendió el éxito de ventas en el que se convirtió cuando llegó a las tiendas de video, éxito que dura hasta hoy. Xuxa no video, tiene más de 9 temporadas y el último dvd se sigue comprando con el mismo interés que obtuvo el primero. Compré varios para mi futura hija, que todavía no nacía y que ahora disfruta. Mientras re-veo con ella esas imágenes deseo fervientemente poder hacer algo así por nuestra televisión. Supongo que este artículo es estar haciéndolo. El fenómeno de Xuxa en la TV Globo es una muestra de cómo el producto para público infantil bien hecho, es decir, hecho con amor, puede también ser un éxito a nivel del mercado, un éxito que se mide más allá del simplón rating, se mide como marca, como forma de ser.

Como responsables de lo que los chicos más chicos consumen por la televisión, es momento de despertar de este sueño aletargado y en el mismo instante animar también nuestro imaginario infantil. Todos hemos sido niños alguna vez y la crónica de programas que veíamos en esos años que presenté líneas arriba tiene justamente la función de apelar a los sentimientos que se generaban en nosotros al ver esas imágenes y a la calidad de los recuerdos que nos traen hoy.

Queremos como productores y realizadores de televisión y medios que el público nos consuma, pero no lo hace cuanto queremos, no sólo por la competencia indirecta de los nuevos medios, de las producciones de fuera, sino por la falta de amor de los productos que les presentamos. Nuestros niños están reflejándose en una televisión que no los merece. No es una crítica a los programas actuales, se hace lo que se puede, no me cabe la menor duda. Sin embargo, y con el mayor respeto, también es posible entender que lo que se está haciendo se puede hacer mejor.

Y para eso es necesario mayor ternura, mayor cariño, es decir, más amor, por parte sobre todo de los broadcaster para con quienes ahora son pequeñitos. Parece que ellos nunca fueron niños. Qué absurdo. ¿Por qué no hacer una televisión infantil que permita el reconocimiento del niño como ser peruano que puede estar feliz, que pertenece a una comunidad que lo quiere y que se preocupa sinceramente porque él sea, cuando grande, un hombre de bien? Esto no quiere decir: enséñenles matemáticas en una pizarra a los niños por televisión, nunca fue eso, tampoco se trata como propone la destañada veeduría de la televisión de normar, de autorregular, de exigir que el sistema exija, menos aún se soluciona algo desligando el pensamiento de la televisión, como siguen haciendo algunos de nuestros célebres estudiosos mediáticos al analizar mejor el comportamiento cuantitativo de los niños y adolescentes con los nuevos medios porque eso quiere el mercado de los libros de teoría, o peor, dejar el pensamiento sobre la televisión simplemente en el nivel tecnológico y creer que sólo en la diferencia del soporte digital radica la evolución de la televisión. Eso es para quienes no aman la televisión, para quienes la toman sólo como un medio y no como un principio mediático. Eso es para quien no está estudiando la duración de la velocidad contemporánea.

Amar la televisión y a cada público que la consume, en este caso a nuestro público infantil, es lograr conmover sus espíritus proponiéndoles ideas, nuevas, diferentes, ingeniosas, que lo hagan conocer momentos de felicidad, que permitirán el vuelo a su imaginación y provocarán la voluntad de compartir sus aventuras con otros como él y diferentes a él. Se trata de fundir en su crecimiento imágenes de estar bien, de no tener miedo a ser feliz, que se quiera siempre lo bueno. Nuestros niños, la gran mayoría, miran en particulares tiempos y diferentes espacios la misma televisión, y son niños exclusivos porque nacieron en el Perú, lo que los hace únicos en el mundo, son peruanos y eso ya es ser especial, original, diferente, talentoso, impredecible, ocurrente, enigmático. La televisión que les damos es el reflejo de lo que son, y ellos son mucho más, son mucho mejor.

10 tips para producir con amor una tele para chicos

No hagas caso lo que diga el rating

1. Usa tu sentido común y buen criterio
2. Sé original
3. Respeta la inteligencia de los niños
4. Haz que siempre descubran algo buscándolo
5. Cultiva el talento
6. Incentiva la fantasía
7. Defiende la libertad creativa
8. Trabaja con los mejores

9. Usa la compasión

[1]Es importante señalar que a través de la TV Globo los niños brasileiros tienen una variada oferta de producción nacional y de dibujos animados importados de última generación para su consumo, tanto de lunes a viernes como los fines de semana, en este artículo solo vamos a tratar del fenómeno Xuxa por ser el ícono mediático infantil del Brasil.