

Cuando los niños se quedan sin pantalla

El Mercurio|Wikén

El año pasado, los programas para niños y adolescentes representaron menos del 1% del total de la oferta de televisión abierta. Se repartieron millones en fondos para la realización de programas infantiles, pero algunos terminaron en el extranjero, por no tener pantalla aquí. Y hoy, lo que más ven los niños son teleseries. Creadores de programas, ejecutivos de canales y expertos, explican cómo se llegó a la crisis de la televisión infantil.

El fantasma Ble flotando en 'Pipiripao', el Profesor Rossa con un VHS en la cara, Tulio Triviño con delirios de grandeza en '31 Minutos'. La televisión infantil chilena tiene personajes emblemáticos que marcaron a los que crecieron viendo esos programas. Eran segmentos rentables, con buen rating y, sobre todo, con audiencia. Pero el panorama actual es totalmente distinto.

El año pasado, solo el 0,9% de la televisión transmitida en Chile fue dirigida a niños, según un informe del Consejo Nacional de Televisión (CNTV). Y lo que más ven los niños, según el mismo estudio, son teleseries, informativos y misceláneos, que no están dirigidos al público infantil. Los programas para adultos que más vieron los niños entre 4 y 12 años en 2018 fueron 'Isla Paraíso', 'Perdona nuestros pecados', 'Efecto Mariposa/ Zamudio', 'Casa de muñecos', y 'Madre: no hay una sola'.

—Un niño en su psiquis no tiene criterio, no tiene la capacidad de definir lo que está viendo, entender lo que digiere. Un adulto, cuando ve una película de terror, se tapa los ojos porque predice que viene una escena de impacto. Un niño mira fijamente sin saber lo que viene —explica Juan Pablo Westphal, psicólogo de la Clínica Santa María—. En las teleseries ven agresiones, insultos, manipulaciones, asesinatos. Y un niño no sabe discriminar qué es bueno o malo, si le hace bien o mal. Todo lo recibe en bruto y por eso hay que proteger su psiquis.

Según el estudio del CNTV, en 2018 el horario de mayor visionado infantil en televisión abierta fue entre las 20:00 y las 00:30, a pesar de que históricamente la franja para niños se enfoca en las mañanas de sábados y domingos.

—Lo que están haciendo es poner a niños en las teleseries, para que al final ellos también se vean reflejados desde algún punto de vista, y con eso, crean un contenido que no es infantil, pero tratan de hacerlo un poco más familiar; aunque con temáticas son cero familiares —explica Patricio Escala, uno de los creadores del estudio de animación Punkrobot, ganador del Oscar por Mejor Cortometraje Animado en 2016 por 'Historia de un oso'.

El panorama no mejora para la edad preescolar: el people meter no codifica a los niños entre 0 y 4 años y el rating no mide ese segmento etario.

—Entonces, la TV abierta trata de no tener contenidos preescolares, que son súper necesarios porque al final los niños más chicos igual ven contenidos para niños de 12 años —explica Escala.

Una de las razones que se repiten de porqué no hay más programas infantiles es porque la manera de ver televisión cambió: los niños tienen cada vez más acceso a celulares y tablets, y por eso, consumen programas a través de Internet y por streaming: el CNTV tiene su versión infantil, disponible en el sitio del Consejo y en YouTube, con series preescolares y para niños de hasta 12 años. Los canales de televisión abierta también tienen opciones online. Y existen casos de éxito nacional, como el canal de YouTube del 'Perro Chocolor', con más de dos millones de suscriptores, al igual que 'Cantando aprendo a hablar'. Pero la televisión tradicional sigue siendo una vitrina importante: en un ranking de los 20 canales de TV de pago más vistos en 2018, cinco de los más populares son canales exclusivamente para niños, como Cartoon Network, Baby TV y Boomerang. Y hay mercado: existe el Festival Fan Chile y Chilemonos, que apoyan la industria audiovisual infantil, y en Alemania está el prestigioso Festival de televisión infantil Prix Jeunesse, donde creadores nacionales han ganado. Entonces, ¿Por qué no hay más programas infantiles en Chile?

Según información solicitada a través del Consejo para la Transparencia, en 2010 se transmitieron en Chile 8.579 horas de programación para niños. En 2018, disminuyó abruptamente a 413 horas: solo siete horas a la semana del total de la oferta nacional. Y el canal con más programación infantil y adolescente fue TVN, con 112 horas de emisión: ellos transmiten el 95,7% de la producción nacional infantil.

Mariana Hidalgo, productora del área infantil de Televisión Nacional, lleva más de 10 años viendo la programación para niños del canal.

—Hay una disminución de los espacios donde se pueden observar contenidos para niños y niñas directamente, pero no es la realidad de TVN, porque estamos haciendo el camino contrario —dice Mariana Hidalgo—. Es un ejercicio igualitario para las familias del país, aunque sea solo los sábados en la mañana, entre las 8 y las 11. Estamos proyectando hacer más cosas.

En 2018, Canal 13 transmitió 85 horas en total de contenido infantil: 5 horas para preescolares y 80 horas para niños entre 6 y 12 años. Marcelo Hilsrand, director de producción y programación de Canal 13 dice que 'nosotros entendemos la programación infantil como una programación familiar, desde una lógica conceptual de cómo es el consumo de televisión y cómo son las audiencias. Antiguamente la segmentación era distinta, nosotros entendemos hoy la programación familiar de una manera diferente, y eso engloba la televisión infantil.

—¿Cuáles programas actualmente están enfocados a este tipo de audiencias?

—Un programa familiar, con público transversal que tiene una alta presencia de niños viendo el programa es 'Master Chef'.

Son contenidos que realizamos para que vean las familias completas. Y con esa lógica de consumo, lo que anteriormente entendíamos como televisión infantil ya no es necesariamente como se pensó antes.

'Master Chef' se transmite después de 'Teletrece', donde adultos compiten por ser el mejor cocinero amateur, bajo presión, mientras un jurado los critica. Existe una versión infantil, 'Master Chef Junior', donde niños cocinan pero con jurados más benevolentes.

Canal 13 tienen programas para una audiencia más infantil el fin de semana, con 'Cubox' y este año estrenarán '¿Qué haría tu hijo?', conducido por Sergio Lagos.

Según un informe del CNTV, en 2018, Mega transmitió tres horas de contenido para niños entre 6 y 12 años, y para público adolescente, siete. Desde el área de contenidos del canal, explican: 'En los últimos años la opción de la señal principal de Mega ha sido apostar por la programación familiar, que incluye y es un aporte para los niños, pero no excluye a adultos. Por eso nos hemos asegurado de que nuestra programación, especialmente en las mañanas de fines de semana, sea muy familiar, desde programas de entretenimiento de Discovery como 'Cake boss' hasta apuestas culturales como 'A orillas del río', 'Bicitantes', 'Vuelta a la manzana', entre otros'.

El año pasado, La Red fue el segundo canal con más horas de programación para niños: 109 en total y el 5% de toda su programación. Según la gerente de producción del canal, Verónica Mendoza, 'siempre estamos evaluando y diseñando estrategias que permitan entregar variedad de contenidos. A fines de mayo, después que termine la teleserie 'Mi marido tiene más familia', a las 14:30 horas vamos a estrenar la teleserie juvenil 'Like, la leyenda'.

En Chilevisión se transmitieron 96 horas de programación infantil según el parámetro del CNTV, con programas como 'Las chicas superpoderosas' y 'Masha y el oso'. Javier Goldschmied, director de Programación de Chilevisión, dice que 'la estrategia de contenidos que ha seguido el canal hace más de un año es ofertar una programación que busca lograr un covisionado dedicado a la familia y a la entretenimiento. Al pertenecer a un conglomerado de medios como Warner Media nos permite incorporar los mejores contenidos infantiles a nuestro segmento Boing de los fines de semana, a través de programas de Cartoon Network, señal líder en este género en nuestro país hace 4 años'.

Álvaro Ceppi es el director creativo de Zumbastico Studios, una de las principales productoras de contenidos para niños en Latinoamérica. Este año, Canal 13 transmitirá la segunda temporada de 'Puerto papel', serie de animación infantil creada por Zumbastico, una coproducción de TVN, Señal Colombia, Globo Brasil y Pakapaka de Argentina, canales internacionales especializados en niños. 'Puerto papel' ha recibido varios premios internacionales y la segunda temporada ganó el Premio Quirino 2019 al Mejor Diseño de Obra de Animación Iberoamericana.

—En Chile, las razones por las que no hay más programación infantil es porque no venden avisaje, y no tienen interés en los niños porque no es un público que consume. Además, no conocen en demasía el negocio —dice—. Hay un menosprecio a las posibilidades y al impacto que tiene una televisión para niños.

Además, hacer un programa de animación infantil puede tener un costo muy alto. Dependiendo de la técnica, un minuto puede valer entre 3.000 y 5.000 dólares, según Patricio Escala de Punkrobot. Y un canal puede comprar un contenido internacional entre 350 a 700 dólares por media hora.

—Es un riesgo demasiado grande que ellos se metan a producir. No hay gente que tenga la capacidad, e incluso si la tuvieran, tendría que haber alguien que estuviera dispuesto a hacer una inversión de alto riesgo para poder levantar algo como lo que hacen en el extranjero —explica Escala.

¿Qué pasa con los creadores chilenos?

En 2008, Patricio Escala junto a Antonia Herrera, Gabriel Osorio y María Elisa Soto-Aguilar crearon la productora Punkrobot y dos años después, Canal 13 transmitió su serie 'Flipos', donde enseñaban bases curriculares parvularias.

—'Flipos' sacó 2,5 puntos, lo que para el canal era bueno en el horario que lo transmitían, a las 8 de la mañana. Lo que más nos llamó la atención fue que en las clases socioeconómicas D y E marcaba 8 y 10 puntos de rating, porque esa es la parte de la población que no tiene acceso al cable, y gracias al programa, aprendían —dice Escala.

Seis años después, en 2014, se transmitió por última vez en TVN el programa '31 Minutos', uno de los más exitosos en la televisión infantil chilena. Duró 11 años al aire.

—En 2005 empezamos a sentir que el asunto no iba por la tele, al menos no por la abierta. Quedaban los horarios de la mañana y el cable te comía —recuerda Álvaro Díaz, uno de los creadores del programa—. La decadencia en la televisión viene hace muchos años y no se quiso ver el drama. Los franjeados, las teleseries nocturnas; empezó a haber poco espacio y poca diversidad. La tele abierta fue perdiendo impacto por razones naturales, y también hay que hacer un mea culpa y ver si eran tan entretenidos los programas. '31 Minutos' era entretenido, pero en general los programas de televisión infantil son aburridos. Al final, la última oferta que nos hicieron para ir a la televisión abierta era ridícula, porque a quién le interesaba estar en la televisión abierta.

—¿Cuál era la oferta?

—Era cero. Teníamos que regalar el programa para tener una pantalla un sábado en la mañana, en un canal de televisión abierta.

Una de las creadoras infantiles más importantes en Chile es Vivienne Barry, creadora de 'Tata Colores' y de seis programas infantiles.

—Es una contradicción que te den la plata para un fondo, lo haces bien, y cuando está listo el producto, se lo regalas al canal, porque no te pagan por transmitirlo. Tienes que postular al fondo aliado a un canal, y están obligados a pasar el programa. La última serie que estrené, 'Nuku Nuku', demoró tres años en estar lista y creo que es la última para niños que hago. Estoy aburrída. Uno trabaja mucho, a veces te demoras 2, 3 años y después no la ven, los horarios que se supone que son para niños empiezan a la 8 de la mañana. No lo ve nadie y es una aberración.

'Nuku Nuku' fue realizada gracias a un fondo del CNTV, y en 2018 se premiaron seis programas dirigidos a público infantil en distintas líneas concursables.

En una oficina del CNTV, la presidenta del Consejo, Catalina Parot, explica cómo funciona el financiamiento.

—El fondo del Consejo son 3.500 millones aproximadamente y nosotros recibimos proyectos por más de 48.000 millones de pesos. La brecha entre las producciones audiovisuales y lo que nosotros podemos financiar, es gigantesca —explica—. Podríamos ayudar más a generar contenidos en la línea infantil, que podrían colaborar con la televisión abierta, pero faltan fondos para poder apoyar a este tipo de industrias. Es urgente generar la necesidad, hacer presente de que estamos dejando abandonado a un mundo infantil.

A pesar de la falta de recursos, productoras como Punkrobot logran crear sus programas gracias a esta línea de fomento. Y los ganadores aspiran a ser transmitidos afuera, donde las producciones infantiles tienen un mercado más activo que en Chile.

—Si queremos mejores contenidos en televisión abierta, los canales tienen que ver su responsabilidad social como medio de comunicación. No puede ser que solo piensen en cuánto van a generar —dice Patricio Escala—. Es un poco ridículo decir esto cuando los canales están constantemente mostrando números rojos, pero hay que ver estrategias para que los programas infantiles logren otro tipo de negocios derivados, que permitan que tanto el canal obtenga un beneficio, como los creadores de contenido. Si no, siempre vamos a ser dependientes de un fondo del Estado. No es el mejor camino.

—Hay una ceguera en participar y participar en fondos, años tras años y volver a pegarse en la cabeza. Algo está pasando ahí, y esto se convierte en una economía falsa en la medida que solo tiene subvenciones —agrega Álvaro Díaz—. Lo importante que era la televisión en Chile hace 15 años no tiene comparación a lo que pasa hoy. Creo que esto es una lápida y no hay una situación a revocar. 'Puerto papel', la serie de Zumbastico que ganó un fondo del CNTV en 2012 y otro en 2016, se transmitirá a través de Discovery Kids.

—Cuánto proyecto bueno se perdió en el camino por no ser considerado por la televisión nacional y porque los productores, tal vez, llegaron a pensar que no tenía la calidad suficiente para impactar al público —dice Álvaro Ceppi—. Los productores nacionales para programas de niños ya no trabajan pensando para Chile y eso es muy triste.

Pie de Página

Por Carla Mandiola G.-

31/05/2019

Pais: Chile **Fecha:** 31/05/2019 **Sección:** Suplemento

Tipo: escrita **Página(s):** 4-5-6 **Centimetrage:** 27x51

Pie de Imagen

Lo que más ven los niños en Chile son teleseries, informativos y misceláneos.

En YouTube, 'Cantando aprendo a hablar' registra más de dos millones de suscriptores.

El programa 'Nuku Nuku' tardó tres años en realizarse.

'31 Minutos' estuvo 11 años al aire, y logró emitirse en el horario matutino y en las noches.

LA CRISIS DE LA TELEVISIÓN INFANTIL EN CHILE

CUANDO LOS NIÑOS SE QUEDAN SIN PANTALLA

El año pasado, los programas para niños y adolescentes representaron menos del 1% del total de la oferta de televisión abierta. Se repartieron millones en fondos para la realización de programas infantiles, pero algunos terminaron en el extranjero, por no tener pantalla aquí. Y hoy, lo que más ven los niños son teleseries. Creadores de programas, ejecutivos de canales y expertos, explican cómo se llegó a la crisis de la televisión infantil.

POR Carla Mandiola G.

El people meter no codifica a los niños entre 0 y 4 años, y el rating no mide ese segmento. “Entonces, la TV abierta trata de no tener contenidos preescolares”, dice Patricio Escala.

EL FANTASMA BLE FLOTANDO EN “PIPIRIPAO”, EL PROFESOR ROSSA CON UN VHS EN LA CARA, Tulio Triviño con delirios de grandeza en “31 Minutos”. La televisión infantil chilena tiene personajes emblemáticos que marcaron a los que crecieron viendo esos programas. Eran segmentos rentables, con buen rating y, sobre todo, con audiencia. Pero el panorama actual es totalmente distinto.

El año pasado, solo el 0,9% de la televisión transmitida en Chile fue dirigida a niños, según un informe del Consejo Nacional de Televisión (CNTV). Y lo que más ven los niños, según el mismo estudio, son teleseries, informativos y misceláneos, que no están dirigidos al público infantil. Los programas para adultos que más vieron los niños entre 4 y 12 años en 2018 fueron “Isla Paraíso”, “Perdona nuestros pecados”, “Efecto Mariposa/ Zamudio”, “Casa de muñecos”, y “Madre: no hay una sola”.

—Un niño en su psiquis no tiene criterio, no tiene la capacidad de definir lo que está viendo, entender lo que digiere. Un adulto, cuando ve una película de terror, se tapa los ojos porque predice que viene una escena de impacto. Un niño mira fijamente sin saber lo que viene —explica Juan Pablo Westphal, psicólogo de la Clínica Santa María—. En las teleseries ven agresiones, insultos, manipulaciones, asesinatos. Y un niño no sabe discriminar qué es bueno o malo, si le hace bien o mal. Todo lo recibe en bruto y por



Lo que más ven los niños en Chile son teleseries, informativos y misceláneos.

FRANCISCO JAVIER OLEA

eso hay que proteger su psiquis. Según el estudio del CNTV, en 2018 el horario de mayor visionado infantil en televisión abierta fue entre las 20:00 y las 00:30, a pesar de que históricamente la franja para niños se enfoca en las mañanas de sábados y domingos.

—Lo que están haciendo es poner a niños en las teleseries, para que al final ellos también se vean reflejados desde algún punto de vista, y con eso, crean un contenido que no es infantil, pero tratan de hacerlo un poco más familiar; aunque con temáticas son cero familiares —explica Patricio Escala, uno de los creadores del estudio de animación Punkrobot,

ganador del Oscar por Mejor Cortometraje Animado en 2016 por “Historia de un oso”.

El panorama no mejora para la edad preescolar: el *people meter* no codifica a los niños entre 0 y 4 años y el *rating* no mide ese segmento etario.

—Entonces, la TV abierta trata de no tener contenidos preescolares, que son súper necesarios porque al final los niños más chicos igual ven contenidos para niños de 12 años —explica Escala.

Una de las razones que se repiten de porqué no hay más programas infantiles es porque la manera de ver televisión cam-

bió: los niños tienen cada vez más acceso a celulares y tablets, y por eso, consumen programas a través de Internet y por streaming: el CNTV tiene su versión infantil, disponible en el sitio del Consejo y en YouTube, con series preescolares y para niños de hasta 12 años. Los canales de televisión abierta también tienen opciones online. Y existen casos de éxito nacional, como el canal de YouTube del “Perro Choclo”, con más de dos millones de suscriptores, al igual que “Cantando aprendo a hablar”. Pero la televisión tradicional sigue siendo una vitrina importante: en un *ranking* de los 20 canales de TV de pago más vistos en 2018,