

Mesa 5: Contenidos audiovisuales para público infantil y convergencia.

Una de las coincidencias que existe acerca de la calidad de la televisión infantil es la necesidad de comprenderla como una forma de hacer televisión que no solo significa que se traten de temas propios de niños y niñas, si no que contengan una fórmula de narración apropiada para ellos.. En este sentido el debate que se propone en esta mesa de trabajo es poner en tensión la forma de hacer televisión y las narrativas considerando el entorno convergente en el que hoy realizan el consumo audiovisual niños y niñas.

Diversos estudios internacionales y a nivel nacional –muchos de ellos del CNTV_ han relevado los beneficios de una programación infantil de calidad para los públicos que están en pleno desarrollo cognitivo y afectivo, y en una etapa crítica para nuevos aprendizajes.

Distintos países de América Latina han desarrollado iniciativas vinculadas con la producción y emisión de contenidos audiovisuales destinados a un público infantil. Entre ellas, cabe destacar el trabajo realizado por la señal 'Pakapaka' de Argentina, un canal educativo y público, cuya programación se orienta sólo a niñas y niños, tanto de ese país como de la Región. En su labor de generación de contenidos, *Pakapaka* ha contemplado como factor el consumo medial convergente por parte de la audiencia infantil. En ese sentido, sus propuestas digitales están disponibles en diversos dispositivos tecnológicos y constan de formatos atractivos para este público, como por ejemplo videojuegos, tutoriales, mini sitios temáticos y también e-books. Asimismo, han implementado opciones interactivas y de multiplataforma de calidad, contribuyendo a la participación creativa de niños y niñas.

En Perú, en tanto, el canal público lanzó, a fines de 2014, *Kusi Kusi*, la primera franja que ofrece dos horas de programación a la audiencia infantil. Se trata de un espacio en la televisión para que niñas y niños puedan, de manera simultánea, aprender y divertirse. Ambas experiencias suponen estrategias para atender al desafío de la televisión pública respecto a la producción y emisión de contenidos audiovisuales infantiles de calidad, en el actual escenario convergente. Este es uno de los tópicos que se analizarán en esta mesa donde también se considerará como tema las dificultades regulatorias que tiene este tipo de consumo.

La experiencia de Colombia también es importante pues se trata de un abordaje diferente, que busca establecer un "compromiso de televisión de calidad para la Infancia" y que además orienta la política pública e incorpora a otros organismos no gubernamentales nacionales e internacionales. No obstante esto, además tiene una innovadora apuesta para fomentar la participación ciudadana, instándolos a emitir opinión con respecto a la programación infantil. Estos diálogos y debates han tenido una repercusión a nivel nacional. De esta forma, esta experiencia da cuenta del rol de un Estado que integra a los distintos actores de



la sociedad para promover una televisión que fomente el rol formativo de la televisión y que atiende a demandas específicas para sus audiencias.

En el caso de Chile esta es una materia pendiente en la televisión abierta, ya que se trata de una oferta muy disminuida y con una evaluación negativa desde la opinión pública por su escaso volumen¹. Si bien el Consejo Nacional de Televisión ha fomentado la producción infantil a través de los fondos concursables, así como la preocupación por una oferta de contenidos culturales y educativos, sólo las grandes cadenas internacionales son las que proveen mayor cantidad de contenidos para los niños y niñas chilenos a través de los servicios de pago. Si se piensa desde el rol de un medio público se pueden garantizar estrategias y voluntades para educar, entretener e informar a las nuevas audiencias a través de las oportunidades que propone el entorno tecnologizado en el que se desenvuelven.

Para el experto chileno Valerio Fuenzalida² la televisión pública es una oportunidad para repensar la llegada de la TV digital y mirar a la audiencia infantil y en especial al área parvularia, pues entre las razones que destaca el autor, los niños son grandes consumidores de TV, pero además en un ambiente de consumo convergente, se están volviendo cada vez más en operadores y 'multitaskers' a través de las plataformas que les ofrece la tecnología. Por otro lado, el mismo autor señala que gran parte de las familias latinoamericanas viven en condiciones de pobreza y cuentan con muy bajo capital cultural; para los niños que nacen en esos contextos, la televisión infantil podría servir como una forma de estimulación remedial que no pueden proveerles sus familias. Abordar la tarea desde las edades tempranas con cobertura de calidad, mediante una señal pública accesible a todos, puede también asegurar bases para los aprendizajes posteriores y como base de una mejor ciudadanía.

Los contenidos infantiles constituyen una materia que, más allá de sus aciertos o temas pendientes, no puede estar ausente en el debate acerca del rol que deben cumplir los medios públicos cuando se trata de esta audiencia y el complejo contexto de convergencia en que se encuentra la industria, la que ha sabido cautivar a este público tempranamente.

¹ Según la 8 ENTV, 60% de la población le pone notas entre 1 y 4 a la programación infantil de la TV abierta chilena.

² Disponible en: www.revistas.usp.br/matrices/article/download/100676/99407