

● Patricia Digón Regueiro
A Coruña

Programación infantil y TV sensacionalista: entretener, desinformar, deseducar

Children programmes and sensationalist TV: entertaining, misinforming, miseducating

El panorama de la televisión para niños en España está estrechamente vinculado al modelo comercial de TV imperante. El análisis de programas infantiles emitidos en un canal autonómico de la televisión pública española permite observar, no sólo la poca inversión realizada en los programas destinados al público infantil, sino la inclusión de toda una serie de contenidos y valores que se podrían considerar como poco adecuados desde un punto de vista educativo.

Children television in Spain is closely bound to the widespread commercial TV model. The analysis of children programmes broadcast in a regional channel of Spanish public television allows us to see not only the scarce investment for children programmes, but also the inclusion of some contents and values which could be considered as inappropriate from an educational viewpoint.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Programación infantil, televisión comercial, programa contenedor, series infantiles, violencia física, sexismo.

Children programmes, commercial television, «container programmes», children serial, physical violence, sexism.

1. Programación infantil y modelo comercial: la televisión para niños en España

La programación infantil ha sido objeto de estudio durante años y muchas de estas investigaciones se han centrado en analizar tanto los aspectos más cuantitativos del consumo televisivo de estos programas por parte de la población infantil, cuántas horas ven los niños la TV al día, qué programas ven, etc.; como en intentar definir los posibles efectos de este consumo. Estas investigaciones sobre los efectos de los programas infantiles han hecho especial hincapié en aquellos aspectos más negativos de la supuesta influencia de la

❖ Dra. Patricia Digón Regueiro es profesora del Departamento de Pedagogía y Didáctica de la Universidad de A Coruña (pdigon@udc.es).

televisión en la población infantil. Destacan así los estudios sobre los efectos de la violencia televisiva en el desarrollo de posibles comportamientos agresivos, la influencia de un excesivo consumo televisivo en la aparición de problemas en el desarrollo intelectual del niño o su relación con unos resultados académicos bajos, etc.

Sin embargo, las conclusiones de estas investigaciones han sido a menudo controvertidas y contradictorias y estos estudios han recibido además críticas por definir a la audiencia infantil como individuos pasivos que absorben sin más los mensajes de los medios, tal y como explican autores como Gunter y McAleer (1990: 157), los efectos de la TV en los niños no son simples y directos ya que la audiencia infantil atribuye de forma activa significados a aquello que ve en la pantalla del televisor. Aunque pocos niegan en la actualidad que la influencia de la TV en los niños tenga que ser entendida como una mediación e interacción compleja y afectada por distintos factores y que la audiencia infantil deba ser definida como activa receptora y creadora de significados, no podemos tampoco negar que la televisión es un importante medio socializador mediante el cual el niño va construyendo una imagen de sí mismo y del mundo que le rodea.

A pesar de que, tal y como explican Alonso, Matilla y Vázquez (1995) la TV no enseña nada por sí sola, ya que el niño necesita conectar esos mensajes con sus experiencias e ideas previas y en este proceso evidentemente influyen otra serie de agentes socializadores o comunidades de significación, en palabras de Orozco (1996), en las que participa el niño, se puede afirmar que en la llamada sociedad de la información impera la cultura de la imagen y el medio televisivo impone sus reglas y formas de comunicación ejerciendo una influencia importante en la transmisión de la ideología dominante (Giordano, 2000). Esta ideología dominante, basada en la imposición de un modelo de sociedad neoliberal cuyos principales beneficiarios son las grandes corporaciones transnacionales, es transmitida de forma eficaz a través del medio televisivo.

Los procesos de desregulación del sector de las comunicaciones han traído consigo la aparición de macroempresas de los medios que controlan distintos sectores de actividad relacionada con la comunicación. Estas macroempresas de los medios de comunicación tienen como principal objetivo el competir entre sí para alcanzar mayores cuotas de audiencia con un intento claro por controlar el rentable mercado de la información y la comunicación. La desregulación de este sector ha conllevado la imposición de un modelo comercial tanto en la televisión privada como en las

cadenas públicas. La imposición del modelo de televisión comercial en las cadenas españolas ha tenido importantes repercusiones en la programación infantil. La primera y más clara consecuencia ha sido la reducción del tiempo dedicado a los programas para niños tanto en los canales de TV públicos como en los privados. En la mayoría de las cadenas televisivas la programación infantil ha desaparecido del horario de la tarde para pasar a situar sus espacios a primera hora de la mañana y los fines de semana. Concretamente en la actualidad, de las cadenas estatales públicas, sólo la TVE2 emite programas infantiles por las mañanas y de las cadenas privadas de emisión abierta, sólo Antena 3 emite programas infantiles también por la mañana. Las cadenas autonómicas y concretamente la televisión gallega, que es en la que vamos a centrar la investigación, emite diariamente programas infantiles en horario de mañana y tarde durante la semana así como los sábados por la mañana. En cuanto a las cadenas de televisión digital por satélite y televisión digital terrestre, existen canales temáticos enteramente dedicados a programación infantil como Playhouse Disney en la cadena de pago Digital+, o Clan TVE en la cadena digital terrestre de TVE. La reducción de la programación infantil en los canales de emisión abierta favorece que, como muestran los estudios de índices de las audiencias, muchos niños ven programas para adultos. Otra consecuencia interesante de la imposición del modelo comercial es la constante variabilidad de estos programas en las parrillas televisivas. Los programas para niños se cambian o se eliminan con facilidad y sin previo aviso a pesar de haber sido anunciados, y además, se muestran frecuentemente prácticas de contra-programación. La audiencia infantil parece no interesar a los programadores al no interesar a los anunciantes.

Además de los aspectos que se acaban de mencionar uno de los más importantes resultados de la adopción de un modelo de televisión comercial se observa en el propio contenido de la televisión infantil: programas contenedor, series importadas, excesiva e inapropiada emisión de publicidad entre y durante los programas son algunos de los aspectos que han recibido más críticas. Los llamados programas contenedor se caracterizan por tener una estructura flexible y abierta de programa-cajón, un presentador/es, que puede ser una persona o un personaje ficticio, va introduciendo los distintos programas, principalmente dibujos animados, junto con toda una serie de concursos y juegos y, por supuesto, momentos de publicidad (Galera, 1998: 3). Estos programas contenedores son programas baratos que, aunque suelen nutrirse principal-

mente de series importadas, dan a la cadena la imagen de promover la programación infantil de producción propia (Alonso, Matilla y Vázquez, 1995: 168). La mayoría de los programas contenedores se basan además en el concepto de «club» del que pueden ser miembros los telespectadores, creando así una idea de pertenencia y camaradería. Esta idea de club al que los niños pueden pertenecer se basa, sin embargo, según Alonso, Matilla y Vázquez (1995: 171) en un modelo de asociacionismo basado más en la captación irrazonada a través de insistentes mensajes del presentador que en la explicación de las posibilidades y servicios que ofrece el club a los miembros, los cuales, en la mayoría de estos programas, se limitan a regalos promocionales del mismo programa o de productos de compañías patrocinadoras. Distintos estudios han criticado muchos de estos programas por presentar una serie de contenidos distintos pegados entre sí sin un guión claro que dé continuidad y coherencia, con una calidad estética pobre y un uso del lenguaje por parte del presentador también pobre y poco elaborado. Se critica que en estos programas de «cajón de sastre» se incluyen demasiadas series importadas, muchas de ellas de muy poca calidad y cuestionadas por los valores que transmiten. Además todo está excesivamente aderezado con un alto porcentaje de publicidad, la cual en ocasiones se entremezcla con los contenidos del programa creando confusión entre ambos y, también en ocasiones, es una publicidad más encubierta que explícita basada en el llamado «product placement» (Varios, 2000).

Como se decía antes, muchos de estos programas contenedores se nutren de series de dibujos animados importadas, principalmente series norteamericanas y japonesas. En relación con las series importadas de los EEUU distintos autores han destacado que estos programas se caracterizan por un tipo de narración basado en la rápida sucesión de imágenes y el rápido ritmo de cambio de planos. Esta característica favorece la captación de la atención de los niños pero a su vez dificulta su comprensión de los mensajes televisivos, es un modelo de producción que se asemeja, o más bien reproduce, la forma en que se crean los anuncios publicitarios. Por otra parte, y en relación a los valores que se transmiten en estas series de dibujos animados,

hay que decir que en su mayor parte coinciden con los de una ideología conservadora y mercantilista. Tal y como se observa en las películas de dibujos animados de Disney y tal y como explica Giroux (2002), estos productos mediáticos reflejan valores relacionados con el respeto a la autoridad, la jerarquización social, el papel central de la familia nuclear tradicional, el mantenimiento de la ideología patriarcal, el refuerzo de las diferencias raciales y la desigualdad de clase, la defensa del consumismo, la competitividad, el patriotismo, la democracia entendida como libertad individual para elegir entre distintos productos de consumo, etc. En cuanto a las series de dibujos animados japonesas las críticas se centran en su contenido marcado por el uso excesivo de la violencia y su pobre calidad estética. En estas historias no sólo se exaltan los comportamientos violentos sino que estos se convierten en un fin en sí

Aunque pocos niegan en la actualidad que la influencia de la TV en los niños tenga que ser entendida como una mediación e interacción compleja y afectada por distintos factores y que la audiencia infantil deba ser definida como activa receptora y creadora de significados, no podemos tampoco negar que la televisión es un importante medio socializador mediante el cual el niño va construyendo una imagen de sí mismo y del mundo que le rodea.

mismos, la violencia gratuita, la competitividad, el liderazgo y el sometimiento al líder, el individualismo, el egoísmo, etc., son algunos de los valores que se transmiten en estos programas. Además, muchas de estas series japonesas, producidas a muy bajo costo mediante la animación por ordenador, presentan una calidad estética muy pobre con repetición constante de escenas, poca expresividad en los personajes, mala coordinación en los movimientos, etc. Al igual que en muchas de las series norteamericanas la historia se basa en los conflictos entre los «malos y los buenos» con el triunfo final de estos últimos.

En relación con la publicidad que se incluye durante la emisión de programas infantiles, distintos estudios (Varios, 2000) señalan que, por un lado, el tiempo de emisión de publicidad durante la emisión de programas infantiles ha ido aumentando a partir de la aparición de nuevos canales de TV privados en Espa-

ña, aunque el porcentaje varía siendo más alto en estos canales privados y algo menor en los canales públicos estatales y autonómicos. Además también ha aumentado la publicidad indirecta y encubierta en los programas para niños. Junto con la presencia excesiva de publicidad también se ha señalado que muchos de los anuncios que se emiten en el espacio de programación infantil son inadecuados para niños de esas edades por sus contenidos violentos, sexuales, etc. Aunque los anuncios inadecuados para niños que se emiten durante la programación infantil no son muy numerosos, hay que señalar que los valores que se transmiten en la publicidad introducida en estos espacios refuerzan, para Alonso, Matilla y Vázquez (1995: 117-120), ideas relacionadas con el individualismo, el deseo de tener para ser feliz, la competitividad, el conseguir cosas sin esfuerzo, el sexismo, etc.

Muchos estudios realizados sobre la programación

En el nivel legal se analiza que los contenidos no infrinjan normas relacionadas con los derechos del menor. En el entretenimiento se estudia si estos programas son percibidos como divertidos por parte de las audiencias. Finalmente, en el nivel de la programación general se tiene en cuenta si existe una variedad de formas de expresión audiovisual presentando formatos y contenidos diversos. El objetivo de este estudio es diseñar un instrumento de medida basado en estos niveles de análisis para evaluar la calidad de la programación infantil y la publicidad que contiene emitida por las televisiones de cobertura nacional desde el 2003 a 2007 (Tur, 2005).

Otro estudio en el que se habla de la calidad de la programación infantil ofreciendo una guía de contenidos prioritarios para los programas para niños es el promovido por el Instituto Oficial de Radio y Televisión y cuyo informe salió a la luz en 2005. En el informe de este estudio se habla de lo que deberían ser contenidos prioritarios de los programas infantiles como educar en el respeto a la persona y los grupos sociales; fomentar y facilitar la convivencia, estimular la tolerancia, propugnar la igualdad en todas sus acepciones (sexos, razas, creencias, oportunidades...), evitando la discriminación de género que adjudica determinados valores

Uno de los más importantes resultados de la adopción de un modelo de televisión comercial se observa en el propio contenido de la televisión infantil: programas contenedor, series importadas, excesiva e inapropiada emisión de publicidad entre y durante los programas son algunos de los aspectos que han recibido más críticas.

infantil coinciden al afirmar que la calidad de estos programas es, en general, bastante pobre. Como vimos, se habla de contenidos inapropiados, de excesiva publicidad, de poca calidad técnica y estética, etc. En la actualidad se está llevando a cabo en la Universidad de Alicante un amplio estudio para analizar y evaluar la calidad del audiovisual dirigido a niños teniendo en cuenta que para analizar la calidad de la programación infantil se debe entender este concepto de forma multifactorial. En este estudio se han intentado definir los criterios que se pueden utilizar para analizar la calidad de la programación infantil estableciendo cinco niveles de análisis: el nivel audiovisual, el de contenidos, el legal, el de entretenimiento y el que denominan de programación general. En el nivel audiovisual se analiza si los aspectos de imagen, sonido y edición final de los programas son de buena calidad. En el nivel de contenidos se estudia el mensaje, se transmiten los programas teniendo en cuenta tanto la forma, principalmente el lenguaje utilizado, como el contenido, analizando prioritariamente los valores transmitidos.

a las niñas y otros muy distintos a los niños; apoyar la integración; promover la no violencia; potenciar la no discriminación.

Se dice además que los contenidos deben estar ajustados a los niveles de edad a los que van dirigidos teniendo en cuenta tanto sus necesidades como aspectos de preocupación social y atendiendo a los contenidos curriculares. Junto con los contenidos también se hace además referencia a los formatos más adecuados para los programas infantiles señalando aspectos como la necesidad de tener en cuenta las posibilidades de las nuevas tecnologías; la importancia de cuidar la forma y la velocidad de exposición de las imágenes de los contenidos en todas las edades y especialmente de 0 a 4 años; la necesidad de impulsar la TV lúdica frente a la TV espectacular; la relevancia de promover la participación de los niños y educadores en la producción de programas; o la importancia de aprovechar la riqueza cultural del país para la creación de dibujos animados u otros formatos de calidad (del Río y Román, 2005: 33-34).

En relación con esta necesidad de regulación de la programación infantil es importante mencionar que en 2004 el gobierno español ha aprobado el llamado «Código de autorregulación de contenidos televisivos e infancia» con el que se pretende que las distintas cadenas de televisión creen unas franjas de protección reforzada para los niños menores de trece años que irían desde las 8:00 hasta las 9:00 y desde las 17:00 hasta las 20:00, de lunes a viernes, y desde las 9:00 hasta las 12:00 los fines de semana y días festivos. Se especifica que las televisiones firmantes deben comprometerse a aplicar de forma adecuada un sistema de señalización de los distintos programas y que durante el horario legal de protección de los menores, que va de las 6:00 a las 22:00, no se emitirán programas clasificados como «no recomendados para menores de 18 años», y en horario establecido como de protección reforzada no se emitirán programas clasificados como «no recomendados para menores de 13 años». En este código se establece una clasificación de programas televisivos señalando aquellos contenidos más adecuados para los niños. Esta clasificación incluye programas especialmente recomendados para la infancia, programas para todos los públicos, programas no recomendados para menores de siete años, programas no recomendados para menores de trece años y programas no recomendados para menores de 18 años. Para establecer esta clasificación se especifican los contenidos que convierten un programa en no recomendado para las diferentes edades teniendo en cuenta cuatro áreas, comportamiento social, temática conflictiva, violencia y sexo. Se define que este código de autorregulación es de aplicación exclusiva para las emisiones en abierto de las televisiones firmantes especificando que, para emisiones no abiertas emitidas por las televisiones digitales, se debe garantizar que los padres o tutores tengan la información y medios técnicos necesarios para establecer el debido control de los programas que ven los niños. Como parte de las medidas adicionales también se define en este código la necesidad de una alfabetización mediática estableciendo que las televisiones que se adhieran al código deberán colaborar con las autoridades públicas y las entidades privadas que trabajen en esta dirección¹. Por otra parte, también es importante señalar que en 2005 se produjo una importante iniciativa por parte de la sociedad civil con la creación de un Observatorio de Contenidos Televisivos y Audiovisuales (OCTA) integrado por representantes de entidades, instituciones y organizaciones sociales, sindicatos, asociaciones de padres, consumidores y expertos en los ámbitos de la comunicación y la educación (del Río y Román, 2005).

El breve estudio que se presenta en este artículo tiene como principal fin analizar la programación infantil de un canal de televisión pública y autonómica. Se pretende estudiar si los programas infantiles emitidos por esta cadena son de calidad teniendo en cuenta principalmente aquellos aspectos relacionados con el contenido de los mismos.

2. Televisión pública y programación infantil en un canal autonómico de la televisión española

La investigación que se presenta en este artículo se basa, como se acaba de decir, en el análisis de la programación infantil emitida en la cadena de televisión pública de la comunidad autonómica gallega TVG. Se pretende analizar la calidad de estos programas pero centrando la atención en aquellos aspectos relacionados con el contenido de los mismos y fundamentalmente con los valores que se transmiten. A pesar de que, tal y como se muestra en el estudio que se está llevando a cabo en la Universidad de Alicante, la calidad de la programación infantil se debe entender de forma multifactorial, estos aspectos de contenido se considerarán centrales a la hora de examinar la calidad de estos programas. Además, los valores transmitidos en estos programas son el principal foco de atención de los análisis ya que se considera que este tipo de emisiones destinadas al público infantil deberían tener como fin no sólo entretener sino también educar en determinados valores relacionados con la justicia social. Como se dijo antes, la cadena pública y autonómica gallega emite programas infantiles de lunes a viernes por la mañana y por la tarde, así como los sábados por la mañana. Estos programas consisten en un programa contenedor llamado «Xabarín Club» en el que se incluyen las series «Kiteretsu, o primo listo de novita», «Spirou e Fantasio», «O detective Conan», «Beyblade», «Locos al volante», «Marsupilame», «Gomeer», «A máscara», «Martin Mystery I», «Código Lyoko». Para este estudio se analizaron estos programas durante la segunda semana del mes de marzo del 2007, de lunes a sábado y en la emisión de mañana y tarde. A continuación se exponen los resultados del análisis del programa contenedor «Xabarín» y las series que incluyen.

«Xabarín» es el principal programa de la televisión autonómica gallega, es un programa contenedor presentado por el dibujo animado de un jabalí. A lo largo del programa se van entremezclando las series y varias secciones del programa como «Xabarín informa», cumpleaños de los socios, pregunta para los socios para ganar un regalo, vídeos musicales, información para ser socio. En la sección «Xabarín informa» el jabalí da información sobre el mundo del cine, la música

ca, la televisión, las tecnologías etc. En los programas analizados se hablaba del estreno de una película destinada al público infantil y juvenil, de otra película de animación que obtuvo un Óscar, de la historia de la serie japonesa *Songoku* que emitió la cadena, de un concurso organizado por una multinacional de videojuegos para elegir al grupo musical que pondrá la banda sonora a uno de los videojuegos, y de otro concurso para componer una canción en la que se hable de cuestiones relacionadas con la protección del medio ambiente y de los animales. En la sección de cumpleaños de los socios se presentan en pantalla las fotos y nombre de niños y niñas socios que están de cumpleaños ese día. En la sección de la pregunta se muestra el regalo que se puede obtener contestándola correctamente, se hace la pregunta, se muestran en pantalla las posibles respuestas y se invita a afiliarse al «Club Xabarín». En los programas analizados la pregunta era sobre la serie japonesa *Songoku* que se emitió durante años en el programa «Xabarín» y el regalo que podían ganar una mochila. En la sección de vídeos musicales se muestran imágenes relacionadas con las series que se emiten en el programa o con los conciertos que se dan durante las giras «Xabarín», música compuesta por grupos gallegos y karaoke para seguir las letras. En la sección de información para ser socio se explica lo que hacer para afiliarse al club. Durante estas secciones entremezcladas con las series también se introducen anuncios. Los anuncios de la semana analizada eran de productos alimenticios para niños, de multinacionales de comida rápida, de juguetes, de productos de limpieza y de productos de aseo personal.

El análisis de este programa muestra una serie de aspectos interesantes. Por una parte, se puede observar de forma clara que lo que la cadena aporta de producción propia es poco y su coste es bajo. Las secciones que se acaban de describir, y que constituyen los contenidos de producción propia, no sólo ocupan un tiempo reducido sino que se repiten numerosas veces a lo largo de los programas de la semana y se reducen a una serie de imágenes que no conllevan un proceso de edición y producción largo y complejo. Son, como vimos, imágenes de archivo de conciertos de la gira «Xabarín», imágenes fijas con las fotos y nombres de niños y niñas, imágenes de las series que se emiten, imágenes con el «logo» del programa, una X, etc. Quizá lo más interesante que se aporta es la música que acompaña las secciones y las bandas sonoras de las series que se incluyen en el programa ya que son canciones compuestas para el programa por músicos gallegos. Por otra parte y en relación con la estética del

programa, la cual se inspira, como afirman los productores, en el manga japonés y los videojuegos, se podría afirmar que es bastante «agresiva». Los colores predominantes son el rojo, gris y negro, el jabalí habla de forma contundente, la música que acompaña las secciones es poco tranquila y relajante. Esta agresividad parece incrementarse por otra serie de cuestiones como el gesto del jabalí animando a afiliarse, imágenes en las que se ve el logo del programa, la «X», se «marca» sobre los dibujos animados de unas ovejas como si fuera el hierro que se utiliza para marcar a los animales o cuando en la sección de Xabarín informa, el jabalí hablando sobre la historia de la serie japonesa «*Songoku*» dice textualmente «...no te preocupes, que otros pelearán por él».

Además de estos aspectos también interesa resaltar en relación con el concepto de club que promueve el programa la presión de afiliación que se refleja en los programas analizados, a lo largo de los cuales se introduce en varias ocasiones y de forma, como vimos, bastante agresiva el mensaje de «afiliate». Tal y como explican Alonso, Matilla y Vázquez (1995: 170-171) y tal y como se explicaba anteriormente, el mecanismo de captación de estos programas es cuestionable ya que, como se vio en los programas analizados, en ningún momento se explica lo que el club puede ofrecer a sus socios al presentar de forma insistente el mensaje de afiliate, lo que favorecería, como dicen los autores, un seguimiento poco racional por parte de las audiencias infantiles. Por otra parte, salvo la posibilidad de que el niño vea su foto en la pantalla el día de su cumpleaños o la posibilidad de ganar un regalo si se acierta la respuesta a la pregunta, por lo que se vio en los programas analizados, no parece ofrecerse nada más a los posibles socios, tal y como explican Alonso, Matilla y Vázquez (1995: 171) parece ser más lo que se demanda a la audiencia que lo que realmente estos clubs le ofrecen. En relación con esas preguntas que se hacen para que el niño pueda conseguir un regalo también es interesante comentar que, en los programas analizados, esa pregunta era sobre la serie *Songoku* que se emitió en la cadena durante varios años, lo que nos muestra la autorreferencialidad y insistencia de la TV de hablar del propio mundo de la TV intentando así atrapar a las audiencias (Alonso, Matilla y Vázquez, 1995: 171). En relación con la publicidad que se incluye a lo largo del programa hay que comentar que, a pesar de ser breve, presenta varios problemas. Por un lado hay que subrayar que algunos de estos anuncios publicitarios están dirigidos a un público adulto, como los anuncios de limpieza y aseo personal, y que además reflejan valores claramente sexis-

tas presentando a la mujer como la encargada de las tareas domésticas o mostrándola como objeto de deseo. Por otro lado, los anuncios publicitarios de productos alimenticios para niños eran todos de comidas que favorecerían una alimentación poco recomendable dietéticamente hablando. Finalmente, al analizar el programa «Xabarán» también hay que señalar que todas las series que incluye el programa, menos la serie «Gomeer», son series importadas, japonesas, norteamericanas y francesas-canadienses; como veremos a continuación la gran mayoría de ellas presentan unos contenidos y transmiten unos valores claramente cuestionables desde el punto de vista educativo.

Comenzando por la serie «Kiteretsu», que es la que ocupa mayor espacio a lo largo de los programas de la semana, hay que decir que es una producción japonesa del año 1995, de la empresa Luk Internacional, que cuenta las aventuras de un niño de diez años que vive con sus padres y con un robot samurai creado por él. A Kiteretsu le gusta inventar y quiere poner en práctica las enseñanzas de su antepasado el maestro Kiteretsu, siguiendo el «Gran Libro de Kiteretsu» crea todo tipo de inventos². En los episodios analizados el grupo de niños corrían distintas aventuras en las que para resolver los problemas que surgían Kiteretsu creaba algún invento que ayudaba a solucionar la situación. En todos los programas analizados se reflejaban una serie de estereotipos y se transmitían una serie de valores que se podrían considerar como poco adecuados desde un punto de vista educativo. En primer lugar en todas las historias se muestra alguna situación en la que se reflejan comportamientos agresivos con episodios de violencia física por parte de los niños y/o otros personajes de la serie. Uno de los niños, Gorila, representa el rol de niño «bruto» y poco inteligente, utilizando la violencia para resolver cualquier problema. Gorila es además un niño gordo y el único que trabaja. Su padre es el dueño de la frutería donde trabaja Gorila y también es representado como un hombre gordo, violento y poco inteligente mostrando, en uno de los episodios, comportamientos poco lógicos y supersticiosos. Podría pensarse que se transmiten así una serie de mensajes que favorecen la discriminación por razones de clase social representando a la clase trabajadora como poco inteligente y violenta. Es importante destacar la recurrencia de los actos violentos que se representan en todos los episodios

analizados, como decía Ken Loach en su conferencia «Cine y compromiso social» (2007) celebrada en Santiago de Compostela, los medios de comunicación nos han acostumbrado no sólo a disfrutar de la violencia sino a no ver sus consecuencias³. También Sánchez Blanco (2006: 44) nos explica que las historias de películas, series, dibujos animados, cuentos, videojuegos para niños reducen y dividen el mundo en «buenos y malos» y reducen además los argumentos a un constante enfrentamiento violento entre ambos. Estos continuos actos de violencia física entre los «malvados y los superhéroes» suelen tener pocas repercusiones para ellos —especialmente para estos últimos—, nunca parecen tener daños serios y/o las heridas no suelen durar. Además muchos de estos actos violentos no sólo son parte central del argumento, sino que son utilizados como recurso humorístico. Por otra parte, también es interesante destacar que, como señala Sánchez Blanco (2006: 22), se suele establecer una relación di-

A pesar de las críticas realizadas durante años en base a los resultados de distintas investigaciones y a pesar de los cambios políticos y los intentos de regulación de los contenidos televisivos, la programación infantil sigue sin interesar a los propietarios de los medios.

recta entre violencia física y clase social y así los niños menos favorecidos social y económicamente son fácilmente etiquetados como problemáticos, violentos e incluso malvados cuando se producen situaciones de agresión en los colegios mientras que los niños de clase media son muchas veces escusados atribuyendo la situación a problemas de hiperactividad y/o inmadurez. Junto con estos aspectos que consideramos fácilmente criticables en esta serie también podemos encontrar toda una serie de contenidos y mensajes que refuerzan valores sexistas. En los distintos episodios analizados se reproducen estereotipos de género según los cuales la mujer aparece representada principalmente en el papel de madre y ama de casa (por ejemplo, vemos a la madre de Kiteretsu sirviendo la comida o un grupo de mujeres comprando en un puesto de verduras) y definida con atributos como el ser sensible, sentimental, cariñosa, débil, tímida, sensata y preocupada (por ejemplo, vemos a la amiga de Kiteretsu intentando que no se peleen). También se puede decir que se representa a la mujer como orien-

tada al matrimonio ya que en la letra de la banda sonora de la serie se dice «...ni siquiera de vieja me voy a casar...», las letras de las canciones infantiles que, en la mayoría de las ocasiones, nos pasan desapercibidas transmiten a menudo toda una serie de estereotipos que deben ser analizados. Los estudios sobre género y música no sólo han redescubierto la historia de numerosas mujeres compositoras e intérpretes de distintos estilos musicales, sino que han prestado atención a aspectos como el análisis de estereotipos sexistas en las letras de canciones populares, libretos, canciones de música pop, etc.⁴

La serie «Spirou y Fantasio» es una producción de Francia y Canadá del año 1995 y de las empresas Dupuis, Tfl, Ciné-Groupe, Rtdf Para D o con Films Collabora D o con Films Productions, Antena 3 Televi-

sante mencionar que en uno de los episodios se cuenta la historia de una cantante de rock que con su música hipnotiza a las audiencias para controlar lo que hacen y los protagonistas descubren finalmente que el antídoto es escuchar música de la tradición occidental o mal llamada música clásica. Se podría decir que, de nuevo, parece mostrarse un visión etnocéntrica y elitista en la que son los valores, prácticas y productos culturales del canon occidental los considerados correctos y superiores. El rock —música que tiene sus orígenes en EEUU y a mediados de los años 50 influenciado por otros estilos musicales como folk, blues, jazz, etc.— es asociado a lo «malo», a la manipulación y a la falta de inteligencia, lo que recuerda a aquellas visiones de la escuela de Frankfurt en las que se despreciaba la música llamada de masas frente a cierta música

de la tradición occidental considerada como la única valiosa o también remite a aquellas visiones que desde una perspectiva conservadora y elitista defienden el canon occidental rechazando la cultura popular⁷.

La serie «El detective Conan» es una producción japonesa del año 1995 y de las empresas Tms, Kyokuichi Corporation Asoc. Yomiuri Telecasting Corporation para Goshō Aoyama, Shogakukan, Ytv,

Otro aspecto de interés es el hecho de que se represente al protagonista como un chico alto, rubio, guapo e inteligente, mientras que uno de sus amigos que representa el papel de «tonto» y objeto de burla es bajo y feo, reforzando así los valores dominantes en la sociedad actual en la que la belleza física y la juventud son imperativos y cualidades a las que debemos aspirar para tener éxito.

sión, que cuenta la historia de dos reporteros que viven múltiples aventuras con una ardilla y el Conde de Champignac que crea increíbles inventos⁵. En los programas analizados los protagonistas se trasladan a distintos lugares del planeta para ayudar a sus habitantes. De nuevo, las historias se centran en los enfrentamientos entre los «buenos y los malos» y de nuevo, aunque en menor grado que en la serie Kiteretsu, los actos violentos ocupan una parte importante del argumento de los distintos episodios. Por otra parte, también es importante señalar que en los programas analizados se reflejan una serie de estereotipos relacionados con las distintas culturas que parecen reflejar concepciones etnocéntricas⁶ del mundo. Así a los escoceses se les representa como personas supersticiosas que creen en los fantasmas y en criaturas sobrenaturales y a los esquimales como personas también supersticiosas que se guían más por las leyendas de los antepasados que por conocimientos científicos, mientras que los protagonistas buscan siempre explicaciones lógicas y científicas a lo que ocurre. Además, también es intere-

Tms, que cuenta la historia de un chico de dieciséis años, Shinichi Kudo, que quiere ser detective y ayuda a la policía en sus investigaciones usando el pseudónimo de Conan. En uno de sus casos los «Hombres de Negro» le obligan a tomar un veneno que en lugar de matarlo, como ellos querían, le hace rejuvenecer hasta los seis años⁸. En los programas analizados hay dos aspectos claramente criticables que se podrían destacar. Por una parte y de nuevo, el tema de la violencia como parte central del argumento de las historias y, por otra parte, el propio contenido de las historias que tratan temas que se pueden considerar más de adultos que de niños, como el suicidio, la impotencia sexual, la violencia doméstica, el adulterio, los asesinatos, el tráfico de drogas, los juegos en casinos, etc. A pesar de que la serie está supuestamente dirigida a niños mayores los temas tratados pueden seguir considerándose inadecuados. Es interesante comentar que muchas de las series de anime que importamos fueron creadas en Japón para audiencias adultas y/o adolescente mientras que después se ven aquí como parte de la progra-

mación infantil. Como explicaba Seijas Ramos, en su conferencia titulada «El caramelo televisivo. Las series de dibujos animados niponas en España», impartida con motivo de las II Jornadas sobre Educación Infantil celebradas en A Coruña⁹, en la descontextualización de un producto cultural como el anime puede distorsionar el fin para el que fue creado. En su conferencia mencionaba que algunas de las primeras serie de anime que se empezaron a ver en España como «Heidi» o «Marco» eran series que en Japón se dirigían a un público de amas de casas de forma similar a las telenovelas en Latinoamérica, y también explicaba cómo, por ejemplo, la serie «Sin Chan» muestra una crítica a ciertos aspectos de la sociedad japonesa, dirigiéndose también a una audiencia adulta que sería la que captaría estos aspectos. La razón de esta situación es, en muchas ocasiones, simplemente económica ya que lo que hacen las cadenas de televisión españolas es comprarle las serie a otras compañías europeas que son las que importan y traducen estos programas (traducciones no exentas de errores por la dificultad del idioma japonés) adquiriendo aquellas series que consideran más comerciales y atractivas para las audiencias y que además están acompañadas de toda una serie de productos asociados o «merchandising».

La serie «Beyblade» es una producción japonesa del año 2002 y de las empresas TV Toquio, Yomiko Advertising, D-Rights Inc, que cuenta la historia de un grupo de jugadores del juego de competición beyblade. Estos beybladers viajan por todo el mundo para ser los mejores jugadores del planeta¹⁰. Los programas analizados muestran que la agresividad y la competitividad son los ejes centrales del contenido de las historias. Todos los episodios analizados se pueden considerar extremadamente violentos por las imágenes, el sonido, el lenguaje y diálogos y el argumento en sí, las historias se reducen a mostrar como equipos formados por niños y niñas compiten entre sí en lo que llaman «combates de beyblade» y en los que, tal y como se dice repetidamente y de diferentes formas «lo más importante es ganar». De nuevo se presenta a los «buenos y los malos», estos últimos hacen trampas para ganar mientras que los primeros siguen las reglas de juego. También hay que destacar que, a pesar de jugar en equipo, los miembros de estos equipos muestran un comportamiento más competitivo que cooperativo reflejado en la forma en que los compañeros se insultan, agraden y ridiculizan cuando uno de ellos no consigue ganar. Todos se consideran los mejores o como dicen «invencibles». Parece igualarse el juego con la guerra y los jugadores actúan y son adiestrados por los instructores (todos ellos hombres al igual que los líderes y ca-

pitanes de los grupos) como militares. Los valores que se transmiten son, desde un punto de vista educativo, claramente negativos. Además es importante volver a mencionar que, como se comentaba antes, muchas de las series de anime que importamos fueron creadas en Japón para una audiencia distinta a la que posteriormente consume estos productos en nuestro país. Seijas (2004) comentaba que series que se han emitido en la programación infantil como «Campeones», «Dragonball», «Power Rangers», «Caballeros del Zodiaco», etc., surgieron para audiencias adolescentes mientras que aquí las veían niños de corta edad al emitirse como parte de los programas infantiles. La serie «Beyblade» es otro ejemplo de esta situación.

La serie «Locos al volante» es una producción norteamericana del año 1968 y de la productora Hanna-Barbera Pr. Asoc Heatter-Quigley, que cuenta la historia de una carrera en la que participan unos automóviles muy especiales. Uno de los participantes, Dick Rañas y Paspán siempre intentan poner trampas para ganar pero éstas siempre se vuelven en su contra¹¹. Los programas analizados de esta serie, al igual que en la serie «Beyblade», muestran un argumento pobre que se reduce a contar lo que ocurre en una etapa de la carrera donde compiten con sus coches los distintos protagonistas de la serie. De nuevo se presentan a los «buenos y los malos» y estos últimos siempre intentan ganar aunque sea haciendo trampas. Las historias también introducen siempre confrontaciones violentas entre los participantes reflejando de forma clara lo que se comentaba anteriormente sobre la presentación de la violencia física como recurso humorístico y siempre sin consecuencias en las víctimas. Todos los participantes de la carrera usan la violencia para ganar transmitiendo como principal mensaje la importancia de competir, ganar a toda costa y ser «el mejor», valores que se pueden considerar dominantes en el modelo de sociedad norteamericana. Por otra parte, en el argumento de los episodios analizados también se observaban contenidos claramente sexistas, no sólo es una sola mujer la que participa en la carrera sino que ésta se representa como extremadamente presumida y siempre preocupada por su aspecto. La belleza parece ser el principal atributo con la que se la define e identifica haciéndose siempre referencia a ella como «la preciosa Penélope cuspidita».

La serie «Marsupilami» es una serie de producción francesa y canadiense del año 2000 y de las productoras Marathon, Motion International, France 3, Canal J Asoc. Koa Film, que cuenta la historia de las aventuras del marsupilami, una especie de lémur con el pelo amarillo y con manchas negras originario de los

bosques tropicales de Palombia. El marsupilami tiene una serie de características especiales como ser mamífero pero poner huevos, tener ombligo, poder respirar bajo el agua, tener una cola prensil de más de siete metros de largo, poder imitar palabras y frases del lenguaje humano y ser muy fuerte¹². En los episodios analizados se podría decir que lo más destacable vuelve a ser las representaciones estereotipadas de hombres y mujeres, esta vez representados en las figuras de los miembros humanizados de la familia de estos animales imaginarios. En la familia de los «marsupilami» el macho y la hembra tienen roles muy diferenciados. La marsupilami hembra es la que cuida al bebé, le da de comer, lo limpia, etc. y la que hace las tareas domésticas, como lavar las tazas de coco que usan para beber, el marsupilami macho por lo contrario sólo juega con el bebé y es el que siempre se enfrenta a los cazadores, que también son sólo hombres. Por otra parte, también se podría señalar que de nuevo las historias se centran en los conflictos entre los «malos», en este caso los cazadores, y los «buenos», en este caso el marsupilami.

La serie «Gomeer» es una producción española del año 2002 y de la empresa Castelao Productions; coproducen Bren Entertainment y Televisión de Catalunya, participa Vía Digital y colabora Xunta de Galicia, Consellería de Cultura para Filmax. Cuenta la historia de un hombre de la Tierra que con su robot viaja al planeta Mox donde lo reciben los habitantes de este planeta. Gomel quiere volver a la Tierra pero su nave desaparece y se tiene que quedar a vivir en Mox adaptándose a las costumbres de sus habitantes¹³. Una de las cuestiones que llaman la atención de esta serie supuestamente destinada a la audiencia infantil es que, al igual que en la serie «Conan», se tratan temas que se pueden considerar más de adultos que de niños, por ejemplo, en varias secuencias de uno de los episodios analizados aparece uno de los alienígenas borracho en un bar y se dice que bebe porque perdió el trabajo, en otro episodio se habla de políticos corruptos y además los protagonistas eructan y dicen palabrotas¹⁴. Junto con estas cuestiones también hay que señalar que en los programas analizados se reflejaban estereotipos sexistas ya que las mujeres se representaban como únicamente preocupadas por su aspecto físico para conseguir el amor de un hombre. Además las mujeres aparecen representadas ocupando posiciones laborales inferiores a las de los hombres y trabajos sesgados de género como, por ejemplo, secretaria, mientras que los hombres son policías, políticos, guardias de seguridad, directores de programas de televisión, etc.

La serie «La máscara» es una producción norteamericana del año 1995 y de los productores Carole Weitzman, Bill Schultz, Anne Luiting, que cuenta la historia de Stanley, un contable que de vez en cuando se convierte en un superhéroe con los poderes que le da la máscara¹⁵. Sobre esta serie de importación hay que volver a destacar aspectos similares a los señalados en los análisis de las otras series, el argumento se centra en el enfrentamiento físico entre los «buenos y los malos» y la violencia es parte principal de la historia, violencia que como ya se comentó no parece tener consecuencias visibles especialmente para el «superhéroe» y es utilizada como recurso humorístico. A lo largo de todo el episodio analizado los personajes están constantemente peleándose y agrediendo con distintas armas además, como en muchos otros productos mediáticos estadounidenses la historia del héroe poderoso que tiene que salvar el mundo es el núcleo del argumento de la serie reflejando algunos valores dominantes de la sociedad norteamericana y las ideas de nación poderosa que debe defender al resto del mundo de los enemigos de la democracia y el progreso. Junto con estos aspectos también es importante señalar que, en el episodio analizado de esta serie, también se reflejan, como en algunas de las otras series analizadas, estereotipos sexistas. En este caso la mujer aparece representada como objeto de deseo siendo sólo «deseada» por los hombres por su aspecto físico, ridiculizando a las mujeres feas y dando a entender que estas nunca pueden ser amadas¹⁶. Finalmente, otro aspecto que vale la pena señalar es el hecho de que en el episodio analizado los personajes «malvados» aparecen representados con la tez oscura como pertenecientes a razas distintas a la blanca, negra en el caso de un cocinero que quería poner una bomba en un restaurante al comienzo del episodio y gitana en el caso de la hechicera de un parque de atracciones que quería vengarse de su jefe por haberla despedido.

La serie «Martin Mystery I» es una producción francesa y canadiense del año 2003 y de la productora Marathon, que cuenta la historia de un adolescente aficionado a lo paranormal que junto con Diana y Java trabaja en una organización secreta que se encarga de resolver fenómenos paranormales¹⁷. En relación con esta serie hay que volver a comentar que el argumento se centra en el enfrentamiento entre el «héroe» y toda una serie de personajes malvados que este siempre acaba venciendo. Al igual que en las otras series se repiten los episodios e imágenes de violencia física. Otro aspecto de interés es el hecho de que se presente al protagonista como un chico alto, rubio, guapo e inteligente, mientras que uno de sus amigos que

representa el papel de «tonto» y objeto de burla es bajo y feo, reforzando así los valores dominantes en la sociedad actual en la que la belleza física y la juventud son imperativos y cualidades a las que debemos aspirar para tener éxito.

Finalmente, la serie «Código Lyoko» es una producción francesa del año 2003 y de las empresas Antefilms Production en coproducción France 3/Canal J, que cuenta la historia de cuatro adolescentes que descubren a Aelita, una humana virtual, en una fábrica abandonada y por medio de unos escáneres viajan a Lyoko para defender la Tierra¹⁸. Esta serie, a pesar de ser de producción europea, nos recuerda a las series de anime japonés con una estética más cuidada que imita a los videojuegos. La historia vuelve a centrarse en lo mismo que se comentó sobre otras de las series analizadas, grupo de niños y niñas héroes con poderes mágicos que luchan contra un malvado enemigo, de nuevo violencia física y de nuevo reproducción de estereotipos, niño inteligente pero débil que es delgado, usa gafas y controla los ordenadores pero no lucha con los demás, niñas que luchan pero tienen que ser rescatadas por los niños en más ocasiones, etc.

3. Conclusiones

Este breve estudio en el que se analizó la programación infantil de la televisión autonómica gallega emitida durante una semana, en el que se prestó atención a los contenidos transmitidos en estos programas y especialmente a los valores que se reflejaban en los contenidos de los programas, permitió corroborar muchos de los aspectos que se han venido señalando en diversos estudios sobre la programación infantil. Como principales conclusiones se podrían señalar las siguientes: el programa contenedor, eje de la programación infantil de la cadena, parece reflejar la poca inversión que se realiza en los contenidos televisivos dirigidos a la infancia, los contenidos de producción propia son escasos, repetitivos y de poca calidad y el programa se nutre principalmente de series importadas; el programa contenedor analizado se basa en el concepto de «club» promoviendo una presión de afiliación que mediante el insistente y agresivo mensaje de «afiliate» parece promover un seguimiento poco racional por parte de las audiencias infantiles; por otra parte, estas audiencias parecen ofrecer más al club del programa que lo que realmente este ofrece a sus socios; la autorreferencialidad y la insistencia de la TV de hablar del propio mundo televisivo para atrapar a las audiencias se refleja claramente en la pregunta que durante los programas de la semana analizada se le hacía a los telespectadores para que pudiesen conseguir un regalo y

que hacía referencia a una de las series emitidas por el programa; los espacios de publicidad que se intercalan en los contenidos del programas son breves pero incluyen algunos anuncios publicitarios dirigidos a un público adulto en los que se reflejan valores sexistas.

En cuanto a las series que se incluyen en el programa contenedor se vio que son todas ellas, menos la serie «Gomeer», programas importados (tres japonesas, tres francesas y una franco-canadiense y dos estadounidenses); uno de los aspectos más criticable de todas las series analizadas es el hecho de que el argumento de las historias gire en mayor o menor medida en torno al enfrentamiento entre los «buenos y los malos» y que este enfrentamiento se lleve a cabo también en mayor o menor medida usando la violencia física, violencia que, como se comentó, no parece tener consecuencias y se utiliza como recurso humorístico; ante esto ya ni siquiera se trata de pensar si tras ver estas series algún niño o niña se va a comportar de forma violenta o si uno lo hace y diez no, sino que se trata de considerar si esta es la forma en que queremos que los niños y niñas vean en mundo, si éstos son los mejores valores que les podemos transmitir, si estas son las mejores maneras en las que pensamos que podemos entretenerlos; otro aspecto negativo que se observó en algunas de las series analizadas fue el hecho de que las historias giraran en torno a temas que se pueden considerar como más adecuados para un público adulto y/o adolescente que para un público infantil, como se vio en el caso de los episodios analizados de las series «Gomeer» o «El detective Conan» se trataban temas como el adulterio, el tráfico de drogas, la corrupción política, etc. que difícilmente serían comprendidos por niños menores de trece años que son las principales audiencias de estos programas; junto con estos aspectos los análisis de las series emitidas en el programa contenedor también mostraron la reproducción de estereotipos sexistas, en muchas de estas series las mujeres aparecen representadas en el madre y de ama de casa, en otras ocasiones se las representa como objeto de deseo, se las asocia a la belleza, se las muestra como orientadas al matrimonio o al amor, se las define como sensibles y más débiles que los hombres, preocupadas por su aspecto físico y ocupando posiciones inferiores a las de los hombres, mientras que éstos son fuertes, competitivos, luchadores, conquistadores y sobre todo son, en todas las series analizadas, los que representan el papel de «héroes»¹⁹; por otra parte, también hay que recordar que estos estereotipos sexistas se encontraron también en algunos de los anuncios incluidos en los espacios publicitarios del programa; además de los estereotipos sexistas también se obser-

vaban, aunque en muchas menos ocasiones, otra serie de estereotipos y valores que se podrían considerar como poco adecuados desde un punto de vista educativo, ya que favorecen representaciones clasistas y racistas de la realidad.

El estudio muestra, por tanto, que la calidad de la programación infantil en esta cadena pública y autonómica es claramente cuestionable por su poca atención a los contenidos de los programas y especialmente a los valores que se transmiten y también por su pobre calidad técnica. A pesar de las críticas realizadas durante años en base a los resultados de distintas investigaciones y a pesar de los cambios políticos y los intentos de regulación de los contenidos televisivos, la programación infantil sigue sin interesar a los propietarios de los medios.

Notas

¹ En la página www.tvinfancia.es se recoge toda la información sobre el código de autorregulación y otros aspectos de interés como el informe de evaluación de la aplicación de este código durante el período de marzo del 2005 a marzo del 2006 en el que se muestran las reclamaciones realizadas en este período especificando el programa, la cadena televisiva y el motivo de la reclamación.

² Para más información visitar la página oficial de la Radio Televisión de Galicia y el apartado de programación infantil en el que se describe cada uno de los programas que se emiten (www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis).

³ La conferencia de Ken Loach formó parte del ciclo titulado conversascon: y tuvo lugar el 20 de junio del 2007. Loach explicaba que en su última película «El viento que mece la cebada» los productores le preguntaban que efectos especiales quería cuando alguien recibía un disparo si quería lo «normal» que es que la sangre salga a borbotones, aunque en la realidad eso no es lo que ocurre, o si quería algo diferente.

⁴ Para más información, ver Digón (2006).

⁵ Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

⁶ Entendiendo estas como la tendencia a absolutizar los patrones culturales propios del grupo al que se pertenece.

⁷ Para más información ver Digón (2006).

⁸ Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

⁹ Estas II Jornadas sobre Educación Infantil tituladas El poder de la imagen, estuvieron organizadas por la Universidad de A Coruña y tuvieron lugar en noviembre del 2004.

¹⁰ Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

¹¹ Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

¹² Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

¹³ Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

¹⁴ En los episodios analizados usaron palabras como «mierda», «carallo», «lamerme el culo».

¹⁵ Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

¹⁶ En el episodio analizado el protagonista y después otros personajes masculinos de la historia sufrían los efectos de una poción mágica que por error había caído sobre ellos haciendo que se enamorasen de una mujer fea y gruñona, cuando se daban cuenta de lo que pasaba estaban aterrorizados y dispuestos a hacer cualquier cosa por romper el maleficio y poder echar bien la pócima sobre unas chicas jóvenes y guapas haciendo que se enamorasen de ellos.

¹⁷ Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

¹⁸ Ver www.crtvg.es/TVG/ficha.asp?prog=93&tipo=Infantis.

¹⁹ Aunque en gran parte de las series analizadas se representa a mujeres, que formando parte del grupo de «amigos» del héroe, corren las mismas aventuras que éstos y luchan contra los «malos», éstas nunca son las verdaderas protagonistas de las historias.

Referencias

- ALONSO, M.; MATILLA, L. y VÁZQUEZ, M. (1995): *Teleniños públicos, teleniños privados*. Madrid, La Torre.
- DIGÓN, P. (2006): *¿Qué fue de Nannerl Mozart?: género y música en la escuela obligatoria*. Sevilla, MCEP.
- GALERA, F. (1998): «De María Luisa Seco a Leticia Sabater. La construcción de los espacios televisivos infantiles y su programación», en *La Latina*, 5 (www.lazarillo.com/latina/a/92floragaleriaa.html).
- GIORDANO, E. (2000): «Medios de comunicación, ideología y poder», en *Cuadernos de Pedagogía*, 297; 28-31.
- GIROUX, H. (2002): *El ratoncito feroz. Disney o el fin de la inocencia*. Madrid, Fundación G. Sánchez Ruipérez.
- GUNTER, B. & MCALEER, J.L. (1990): *Children and television: The one eyed monster?* London, Routledge.
- LOACH, K. (2007): *Cine y compromiso social*. Santiago de Compostela, Ciclo conversascom.
- OROZCO, G. (1996): *Televisión y audiencias. Un enfoque cualitativo*. Madrid, La Torre.
- RÍO, M. y ROMÁN, M. (Eds.) (2005): *Programación infantil de televisión: orientaciones y contenidos prioritarios*.
- SÁNCHEZ BLANCO, C. (2006): *Violencia física y construcción de identidades. Propuestas de reflexión crítica para las escuelas infantiles*. Barcelona, Graó.
- SEIJAS, S. (2004): «El caramelo televisivo. Las series de dibujos animados niponas en España» en *II Jornadas de Educación Infantil: El poder de la imagen*. UDC.
- TUR, V. (2005): «Aproximación a la medida empírica de la calidad del audiovisual dirigido a niños», en *Comunicar*, 25. *La televisión que queremos. Hacia una televisión de calidad*. Cd-rom.
- VARIOS (2000): «Programación infantil. Poca calidad técnica y escaso cuidado con los valores que se difunden», en *Consumer*, 33 (www.revista.consumer.es/web/es/20000501/actualidad/tema_de_portada).