COMUNICAR 16, 2001; pp. 89-92

Franja Metro: Tres horas no violentas...

Alejandro Jaramillo Hoyos
Colombia

En un contexto como el colombiano, donde se vive un conflicto armado que parece no tener una solución próxima, el programa de televisión educativa, «Franja Metro», se muestra como un espacio para que la infancia del país tenga una alternativa al bombardeo de imágenes violentas de la televisión. El autor de este trabajo nos muestra esta experiencia audiovisual como alternativa solidaria y cooperativa en un difícil contexto social.

1. Un panorama desolador

En agosto de este año, varios niños resultaron muertos y heridos en las montañas de Antioquia (Colombia) porque un comando del ejército abrió fuego contra ellos al confundirlos con miembros de un grupo guerrillero. Este absurdo confirma que la infancia colombiana se encuentra atrapada en medio de la irracionalidad de la guerra. Según el diario *El Tiempo*, 1.100.000 niños no estudian por cuenta de la guerra. Cientos de proyectos educativos elaborados en todas las regiones buscan crear una cultura de la paz[1].

La televisión, como puede resultar obvio en estos casos, muchas veces se limita a informar sobre el acontecer del conflicto armado, a facilitar un enajenamiento por medio de dramáticos descontextualizados de esta realidad o a transmitir programas que promueven el consumo, lo cual resulta ya no obvio sino paradójico cuando se examinan las condiciones económicas del país.

2. El impacto de un contexto violento

Es misión de los medios de comunicación abrir el espacio para productos culturales que no sólo informen y muestren las realidades de los pueblos, sino que trasciendan esa labor enfocándose hacia el fomento de una posición crítica que permita a los colectivos humanos hacerse cargo de sí mismos.

«La televisión, por su capacidad de impacto y su cubrimiento, es el único medio común a todos que orienta, forma y crea identidad. La televisión es la que dice en qué país vivimos, a cuál sociedad pertenecemos» (Patricia Castaño[2]). La televisión en Colombia transmite la imagen de este país convulsionado, a través de

noticieros dramatizados y programas extranjeros de los canales generalistas. Los niños colombianos son bombardeados con informaciones que los acercan a las batallas cotidianas. El debate sobre si esta televisión, sumada a los otros medios de comunicación, es promotora de violencia, cobra relevancia en esta época y sobre el tema se expresan muchas posiciones.

Las voces de los profesionales de las ciencias sociales, «arquitectos del alma», se dejan oír diciendo que lo más grave no son los contenidos de los medios sino la manera como lo asuman las familias. O que si los pequeños están lo suficientemente acompañados y provistos de afecto por sus padres, no se verán perturbados por mensajes violentos del mundo externo.

En el Foro «Los niños de la guerra», organizado por diferentes instituciones y ONG que crearon la «Red de buen trato», Juan Manuel Urrutia[3], afirmaba que, según un estudio, entre los niños nacidos en los noventa en Colombia, la mitad venían de embarazos no deseados y de la mitad restante, sólo la mitad fue un embarazo planeado.

Esto evidencia una situación anómala de descomposición social que se debe contar entre las causas de abandono y maltrato hacia los niños, y de su vinculación directa o indirecta a la guerra.

«Más que los niños se estén volviendo agresivos por la televisión, lo que hay es ansiedad y la sensación de desprotección. Se está creando un clima de angustia que va creciendo y en el que los niños salen inseguros y temerosos» (Revista *Semana*; septiembre 11 de 2000; edición 958).

Pero lo que transmiten los medios puede ser también la imagen de la sociedad deseada, aquella a la que queremos pertenecer; es decir, a través de los mensajes de la televisión se pueden construir proyectos de vida y proyectos de nación.

Los espacios televisivos destinados a este fin deberían convertirse en ejes de la reflexión y la acción sobre los problemas de la sociedad; crear «verdaderas redes de buen trato y protección» que enlacen a las instituciones mediadoras y socializadoras y provean ese soporte afectivo del cual carecemos. La unión con las escuelas y las familias es la vía privilegiada para que la televisión y los medios contribuyan a formar identidad.

3. ¿Qué es Franja Metro?

El Consorcio Cigala y Canal Capital, canal regional de la ciudad de Bogotá (Colombia), realizan desde febrero de 1999 de lunes a viernes, en horario de 4'30 a 7'30 de la tarde, La Franja Metro[4]: horas de programación infantil. En este espacio, además de programas entretenidos de calidad, como «Plaza Sésamo», «Barney y sus amigos» y «Alf» , se emite una sección en directo con un énfasis en lo cultural y educativo: «Metro en directo». Éste complementa con material extranjero («Animales asombrosos», «Hullaballoo» y «Testigo ocular», de Dorling Kindersley de Inglaterra y «El crucero de las matemáticas» de Channel 4 de Inglaterra) y con cápsulas realizadas por Cigala, las cuales tratan diversas temáticas educativas.

«Franja Metro», en sus tres horas diarias al aire, combinada, sobre todo, con el segmento «Metro en directo», pretende dar a los niños de la ciudad de Bogotá un discurso abierto y participativo que los vincule con la realidad cotidiana de la ciudad.

«Metro en Directo» ha logrado consolidar un *magazine* infantil con desarrollo temático, donde los niños y niñas de Bogotá participan activamente con sus opiniones y sugerencias. En la presentación en el plató se realizan diferentes actividades, entre ellas el juego a través del teléfono con Hugo[5], personaje interactivo que en el caso de este programa recibe un tratamiento didáctico que promueve la convivencia y los valores de solidaridad.

Se trata de una propuesta que mezcla lo formativo y lo entretenido, introduciendo a los pequeños en el ámbito científico y en el conocimiento y respeto por la ciudad en la que vivimos. Estos objetivos se cumplen a través de acciones que no sólo tienen que ver con la

emisión diaria sino con el establecimiento de alianzas con instituciones educativas, para que en su labor formativa se refuercen los contenidos del programa o se utilicen éstos para reforzar contenidos del currículum formal.

Con la conducción de los presentadores los niños y niñas se entretienen y aprenden a través de un tratamiento didáctico referido a tres ejes principales:

1) Convivencia, valores y sensibilidad ciudadana. Estos temas se desarrollan a través de las siguientes secciones:

• «Yo soy yo»: narraciones, en primera persona, a cargo de niños y niñas bogotanos, sobre su entorno y su vida. Como el caso de Leidy, una niña que después de su jornada escolar acompaña a su familia en la tarea de recolectar cartón, vidrio y latas para vender en un centro de reciclaje.

• «Buena esa pelao»: espacio para exaltar el talento y tesón individual de nuestros niñas y niños: Lidia es una niña de trece años que desde los ocho pertenece al Movimiento de los Niños y Niñas por la Paz, esta organización ha sido nominada dos veces al Premio Nobel de Paz.

• «Chandú»: aventuras de un perrito callejero que describe la ciudad desde una perspectiva particular. Chandú enseña, desde su mirada canina, herramientas para la convivencia que pueden ir desde el cuidado del medio ambiente urbano hasta la manera adecuada de cruzar las vías, pasando por el uso del espacio público.

• «Dónde estoy»: presentación visual de lugares de la ciudad para fomentar los sentidos de identidad y pertenencia. Fomentando el conocimiento sobre la ubicación geográfica de los espacios públicos de la ciudad, la curiosidad y motivación hacia su conocimiento y buenuso.

2) Lenguaje y Comunicación. La «Franja Metro» se aproxima a los temas de lenguaje y comunicación por medio del «Metrodiccionario», donde se presenta el vocabulario novedoso utilizado en cada emisión; y las «Manualidades», «Metros de gente» y secciones periódicas que fomentan el desarrollo de habilidades, la identificación de personajes de la ciudad y el buen uso del lenguaje.

El desarrollo de competencias comunicativas es transversal dentro de todas las áreas y también tiene su lugar específico en las «Notas temáticas» sobre lenguaje, comunicación audiovisual, manualidades, actividades expresivas y juegos; también en la realización de actividades en estudio, con la presencia de niños y niñas.

Es misión de los medios de comunicación abrir el espacio para productos culturales que no sólo informen y muestren las realidades de los pueblos, sino que trasciendan esa labor enfocándose hacia el fomento de una posición crítica que permita a los colectivos humanos hacerse cargo de sí mismos.

3) Ciencias, Matemáticas y Lógica. Por medio del «Experimetro», los niños y niñas exploran su creatividad e ingenio con pruebas y retos divertidos, con relación a las ciencias naturales, matemáticas, física, química, etc. «María Experimental», un personaje inspirado en el cómic, divierte y enseña experiencias que demuestran fenómenos físicos, químicos y naturales.

La Franja también cuenta con el «Metroambiente», espacio que permite dar a conocer el maravilloso mundo de la flora y la fauna colombianas. El «Metroambiente» advierte también sobre la importancia de que quienes vivimos en la ciudad no olvidemos que lo que hagamos con el medio ambiente repercute en otros entornos del país y en el futuro de nuestros ecosistemas.

4) Proyecciones. Los tres ejes que trabaja nuestro programa se interrelacionan gracias a las «Notas temáticas», cápsulas documentales que cubren todos los temas con un tratamiento didáctico y divertido:

Hay notas sobre cómo desde el moho se llegó a la penicilina; sobre el uso de materiales reciclables; procesos industriales y tecnológicos; gramática, y todo un universo de temas que se entrelazan con los ejes temáticos.

Con estos elementos, «Franja Metro» configura un escenario en donde el Consorcio Cigala y Canal Capital desarrollan un proyecto enfocado hacia la verdadera función que la televisión pública debe cumplir en un país como Colombia: ser un actor de primera línea en el proceso de educación y en la transformación positiva de los conflictos principales de la sociedad. Este papel de la comunicación es claro en cuanto a la reconciliación de las diferentes partes de los conflictos; dentro de esta tarea, los niños también deben ser consultados y tenidos en cuenta, más aun cuando están siendo víctimas de las acciones violentas generadas por esos conflictos. La televisión es la ventana por la cual nuestra audiencia infantil está conociendo el mundo y el país, puesto que sus condiciones y las del país no posibilitan realizar viajes o acceder a otros medios de conocimiento diferentes al hogar, la escuela y la televisión.

En «Franja Metro» trabajamos para que esa ventana muestre contenidos positivos, interesantes y edificantes, que aporten a la construcción de los pequeños como sujetos; queremos estar a la altura de los niños y hablarles desde su visión del mundo, y, como expresó Mary Wilson[6], todo esto lo queremos hacer mientras son niños. Mientras todavía podemos hacerles sentir que los medios de comunicación están con ellos.

Notas

[1] *El Tiempo*, 16 de agosto de 2000.

[2] Patricia Castaño es una documentalista colombiana, reconocida por su importante labor en medios culturales y educativos. Actualmente es uno de los directivos de Cigala, empresa que realiza para Canal Capital el programa «Franja Metro».

[3] Juan Manuel Urrutia es el director del Instituto Colombiano de Bienestar Familiar.

[4] Franja Metro es una producción del Consorcio Cigala, para Canal Capital.

[5] Hugo es un producto interactivo de Interactive Television Entertainment ApS, de Dinamarca.

[6] En su intervención del 14 de septiembre de 2000, en el evento MiniInput, Colombia. Santa Fe de Bogotá. Mary Wilson pertenece a la CBC, Canadian Broadcasting Corporation.

• ***Alejandro Jaramillo Hoyos*** *es director de contenidos de «Franja Metro» en Bogotá (Colombia) (franjametro@cable.net.co).*