Autor: Omar Rincón*
Título: ENCUENTRO DE TEVE Y NIÑOS
Ciudad: Neiva, 2004
Producción: Para Centro de Competencia en Comunicación para América Latina
Nota: Este texto fue producido para el Encuentro de Tevé y Niños de Neiva, Colombia, Agosto 25. Puede ser reproducido con previa autorización con un objetivo educativo y sin ánimo de lucro.

ENCUENTRO DE TEVE Y NIÑOS

Neiva, Colombia, Agosto 25, 2004

"El Uso Inteligente y Creativo de los Medios"

Por fuera de la pantalla masiva, lo mejor es asistir a experiencias de comunicación que están haciendo la diferencia. La unión de muchos tercos, el deseo social de jóvenes y la necesidad social de expresión está logrando que surja una nueva utopía: Hacer medios en valor, estilo y cultura de niños. Por Colombia, Belén de los Andaquies, Montes de María y el Magdalena Medio nos hicieron quedar muy bien.

Como en todo evento académico, abundó el pensamiento rápido y entretenido en busca del aplauso. "Somos una sociedad informatizada y entretenida pero no pensante" (¡¡¡Lo dice alguien que cree que piensa!!!). "La tele hace las preguntas, la internet responde" (¡¡¡premio al marketing!!!). "Los latinoamericanos nacemos globalizados como deudores, cada niño al nacer debe 1500 dólares" (¡!!!qué dolor!!!). "McDonalds mata el cuerpo, la tele mata el alma" (¡¡¡¡Uufffsss!!!).

Más allá del eslogan, el asunto de los niños y los medios está bien diagnosticado:

1) los niños ven televisión todo el día y ven de todo;
2) en América Latina no producimos medios para o por los niños;
3) no es responsabilidad de los medios educar, pero si construir modelos de nación, valores de convivencia y producir mensajes para y por los niños;
4) los medios grandes y con poder económico hacen poco por los niños;
5) la gente joven y comunitaria hace mucho y lo hacen innovadoramente.

inteligencia en tv-niños

¿Qué es lo inteligente? ¿Qué es lo creativo? La respuesta será siempre diversa, ya que puede estar en la perspectiva temática, en la innovación narrativa o en el impacto social.

- Albania presentó la experiencia de un magazín televisivo realizado por y para jóvenes llamado TROC (Hablar de frente).

* Coordinador del Centro de Competencia en Comunicación para América Latina de la Fundación Friedrich Ebert.

- Desde esta perspectiva se propuso que lo inteligente es acercarse y visibilizar a otras voces como los jóvenes, presentar sus puntos de vista y construir consciencia política en nuevas perspectivas.
- La experiencia de la Casa Grande en el nordeste de Brasil afirma que lo inteligente/creativo en el uso de los medios es producir mensajes espontáneos, con humor y cercanos a las necesidades de las comunidades; el asunto es hacer medios con y para la gente.
- Desde Inglaterra se explica que lo inteligente/creativo según una experiencia del Channel 4 es responder de modo innovador en lo narrativo a los grandes problemas de la sociedad, contar historias que generen reflexión, relatos en los cuales la sociedad se pueda pensar.

En síntesis, el uso inteligente y creativo de los medios consiste en: 1) producir mensajes desde otras voces, otras experiencias, otras estéticas; 2) comunicar historias en nuevos estilos e interpelación, unos más directos, en tono de humor, que promuevan identidad, con respuestas en lo cotidiano; y 3) contar la vida en relatos mÁs que en conceptos, historias que emocionen la existencia y generen reflexión.

propuestas para tevé niños

Propuestas de la Cumbre:

1) Los niños son una audiencia prioritaria que hay que atender por negocio y por concepto de sociedad;
2) los gobiernos deben crear incentivos para que se produzca tevé desde y para los niños;
3) la animación es el genero mÁs universal para hacer industria tevé niños;
4) Tal TV es un canal que nace para contar nuestra identidad latinoamericana y Colombia no está en él;
5) el ideal es trabajar con los niños, desde sus voces, expectativas y saberes;
6) hay que discutir la calidad de los medios desde la referencia de los niños;
7) los detalles en la narración de ficción hacen la diferencia (por ejemplo, no fumar, no beber, las formas de habla);
8) la violencia no es sólo los golpes y muertos, sino las invisibilidades de pantalla, la sexualización de la niñez, el consumismo;
9) los medios de comunicación deben ser una cátedra escolar pero como referente de cultura y sociedad, no para enseñar a ver tevé;
10) por ningún motivo se debe convertir la televisión infantil en televentas.

Para la industria queda un mensaje: La tevé-niños es rentable y políticamente necesaria.¡Hay que producir la diferencia!

¿por qué vemos tevé?

Cada vez vemos más la tele y hacemos menos. ¿Por qué vemos televisión? Para sentirnos seguros, inteligentes, poder sublimar nuestro deseos y tener de qué conversar.

- Vemos la tele porque su zumbido sonoro nos sirve de **compañía** y hace parte del paisaje cotidiano; ese sentirla por ahí nos da seguridad, nos evita escuchar los miedos, sufrir de las neurosis colectivas y emigrar de las cotidianidades de los vecinos.
- Vemos la tele porque nos recuerda que existimos y nos hace sentir importantes e **inteligentes**, ya que sabemos comprender lo que está pasando en cada relato, podemos adivinar qué va a suceder en el próximo capítulo y decidimos quién gana y pierde en la sociedad *reality*.
- Vemos la tele porque es un altar que hace realidad nuestros mejores **deseos**: ser bellos, sonrientes, felices. Vemos la tele porque nos **entretiene**, ya que a las estrellas no les da pena ser los payasos, los magos, los cuenteros de turno.
- Vemos la tele porque nos sirve para **conversar**, ya que el único referente común que tenemos son los *realities* y las telenovelas que vemos, los barones y jotas que sufrimos, las andreas y catalinas que deseamos.

Las leyes que rigen el ver te-vé son muy claras:

- **Veo en cuanto odio**, sólo nos gusta ver programas que nos alteran el espíritu como *Padres e Hijos, J M* y los *realities*.
- **Veo en cuanto río**, vemos lo que nos permiten de una manera inconsciente burlarnos del telenovelón (*Pasión de Gavilanes*), de la familia (*El Chavo* y *Pecados Capitales*), de los padres (*Los simpsons*).
- **Veo en cuanto me veo**, nos encanta esa pantalla exhibicionista que nos permite ser alguien por instantes, ya sea vía telefónica (*Arriba Bogotá*), a través de rebajar la dignidad propia (*Sábados espectaculares*), de cuerpo entero (*Realities*) o en sapería de poder (*Consejos comunitarios* y farándula).
- **Veo en cuanto duermo**, la mejor función de la televisión es producir sueño, ya que si uno la ve se duerme y sus tevé-propuestas no nos hacen perder la comodidad mental.

¿qué hacemos los televidentes?

Ojalá dejemos la comodidad e intentemos una mejor tevé: el asunto es participar desde donde cada uno es competente:

- los educadores desde la reflexión;
- los padres desde el diálogo con sus hijos;
- los académicos desde la investigación;
- los *onegeros* desde la movilización y ciudadanización de la tele;
- los periodistas desde la información más allá del chisme;
- los políticos desde el pensar país. ¡Basta de quejarnos, acción!