

# Los niños de la televisión

Guillermo TENORIO

**E**n distintos momentos y por diferentes medios, algunas familias poblanas de diversos niveles socioeconómicos se han dirigido a esta sección para manifestar su desacuerdo con el programa matutino que Canal 2 transmite cada domingo.

Dicho programa (**En familia**) se encuentra conducido por el cuasi bululú Chabelo, señor de edad respetable que para ganarse el sustento diario, y sin piedad para sus arrugas, debe vestirse de niño para actuar frente a las cámaras de televisión hasta dos veces por semana.

El programa dominical de Chabelo, y el mismo cómico, tienen varias marcas (récordeos, dirían los colonizados), las cuales difícilmente podrían ser motivo de orgullo.

Relacionado con ello debe mencionarse que Chabelo es el iniciador de la tradición —por lo menos en México— seguida por algunos comicastrós que se visten como infantes para realizar sus rutinas humorísticas; en cierta forma, Chabelo vendría a ser el abuelo de los Niños de la Televisión, es decir, los chavos, chilindrinos, quicos, ñoñis, y otros más que agreden al auditorio menor a través de los distintos canales televisivos, son sus descendientes.

El precedente más remoto que puede encontrarse de estos bufones es Joaquín Pardave quien vestido de niño actuó en una zarzuela en **México de mis recuerdos**.

Por otra parte, **En familia** es el programa de concurso más antiguo y con más duración de la TV mexicana; le ganó a las transmisiones de Luis Manuel Pelayo y subsecuentes imitadores.

Asimismo, dicha emisión viene a ser el comercial más grande de la televisión nacional; así como dicen que "en el Club de la Televisión todo es ganancia" (slogan copiado por Canal 13 para el programa de Angel Fernández), con Chabelo los domingos todo es publicidad, desde luego, previa violación del marco legal de la TV.

Y aunque lo anterior ya es bastante, el programa de Chabelo acusa otras irregularidades que desde hace mucho tiempo debieron ser sancionadas por las autoridades competentes.

Ligado a ello se encuentra la forma como los chiquillos son escarnecidos por el bufo conductor de las transmisiones; cabe destacar que los niños son la materia prima de cada emisión sin que les paguen por ello, cuando mucho les dan su premio de consolación; pero nada les pagan a quienes desde las siete de la mañana, con su presencia, forman parte de la escenografía en el estudio; a este mismo público —ciertos manipuladores infiltrados— lo obligan a gritar y aplaudir para llenar de calor humano a **En familia**.

Los regaños del caricato; el hacer —como parte del concurso— que los niños consuman ahí mismo en el programa algunos de los productos anunciados; las agresiones al idioma; al chiste morcillón y calamburesco; la publicidad en su más ramplona experiencia y la promoción de juegos y juguetes para que los niños se vuelvan

mentecatos, es lo que Canal 2 —de siete a ocho cuarenta y cinco— ofrece cada domingo a los niños mexicanos; el colmo fue que Canal 13 haya tomado este programa como modelo para su dominical **Infantílimo** y le hubiera encargado al actor Alberto Rojas, a quien apodan El Caballo que, de nueve a diez, prosiguiera la abyecta labor de Chabelo.

## NIÑO Y COMUNICACION

Muy relacionado con esto, durante la primera semana de diciembre aquí, en el Distrito Federal, se realizó el Segundo Encuentro del Niño y la Comunicación, emparentado —al menos por el nombre— con aquellos encuentros de sabios que organizaba la televisión comercial hace unos cuatro o cinco años.

Pero, el encuentro del niño y la televisión fue auspiciado por la Dirección General de Radio, Televisión y Cinematografía (RTC), dependiente de la Secretaría de Gobernación.

En su conjunto, el encuentro aludido ha sido evaluado y criticado en algunos medios informativos; aquí interesa retomar algunos aspectos en donde la televisión salió a relucir. Al mismo encuentro fueron llevados unos 300 niños mexicanos y mexicanos-estadunidenses.

Se dijo que el evento buscaba mostrar la importancia de los medios de comunicación masiva en la personalidad de los menores; asimismo, se esperaba que la comunicación se convirtiera en un vehículo de entendimiento e integración para los niños vinculados a una cultura común.

Durante la primera sesión del encuentro se habló de la televisión y la exposición estuvo a cargo de Jacobo Zabudovsky y Joaquín López Doriga, maestro y pupilo frente a frente, y frente a los niños traídos desde remotos lugares para escucharlos.

Zabudovsky, en este caso vocero de la televisión comercial, esgrimió la pseudo teoría formulada por la tecnocracia comunicativa en el sentido de que los adultos nada tienen que enseñar a los niños, son éstos quienes tienen más posibilidades de transmitir conocimientos a la gente grande.

Si esta falacia fuera cierta, entonces por qué tanto empeño de anunciantes y los mismos concesionarios por reproducir la ideología dominante en los niños; además, sería un gasto inútil que publicistas y fabricantes enseñaran a los niños a consumir, a manejar y reconocer el valor del dinero, las líneas de autoridad del sistema capitalista, en fin, para qué enseñar sólo ciertos aspectos culturales que se identifican y salvaguardan con los intereses de la clase dominante.

Con ese cuento de que nada podemos enseñarle a los nuevos individuos de la sociedad pretenden decirnos que los niños nacen ya sabios y con una cultura transmitida genéticamente por sus padres; dicho en otras palabras, ya se nace mexicano, yanqui o soviético.

La realidad es otra, el niño aprende lo que cada adulto le enseña y los agentes socializadores les transmiten; los medios de comunicación masiva en las zonas urbanas, con la televisión al frente, son los más modernos y eficaces instrumentos socializadores, pero también son los más cuestionables en cuanto que aún no se aprende a utilizarlos adecuadamente y porque la clase dominante sólo los entiende como medios para reproducir la superestructura del sistema.

Por lo menos aquí sí estuvo acertado el titular de **24 horas**, cuando confesó ante los 300 infantes que la TV es un "medio que todos los días estamos aprendiendo a emplear".

Tal vez el mismo Zabudovsky se imaginó que el grupo infantil se integraba por estudiantes de estadística, pues les "informó" que Canal 2 llega a

