

Fecha 07.04.2022	Sección Espectáculos	Página 28
---------------------	-------------------------	--------------

Niños hallan en tv cura del encierro

La pandemia del Covid obligó a la televisión a transformarse en dos ámbitos: el de la conciencia educativa, con programas sobre salud mental, física y diversidad, y el de mantener la atención de los niños

NICOLE TREJO

--nicole.trejo@eluniversal.com.mx

Cuando hace dos años la pandemia obligó a las personas a realizar un confinamiento, muchos niños quedaron desorientados. ¿Por qué ya no iban a la escuela? ¿Qué pasaba con sus compañeros? ¿Por qué no debían tocarse la cara?, eran algunas de sus dudas.

Frente al reto de entretener a los pequeños durante la emergencia sanitaria, distintos canales infantiles tuvieron que adaptarse y redoblar esfuerzos. Empresas como Nickelodeon, Discovery Kids y BBC niños se percataron que todos los autores podían seguir creando historias a base de animación desde sus casas, pero ello implicaba un desafío de contenidos.

Salud física, mental y hábitos de higiene fueron los temas que se tenían que incorporar.

"Estamos presentando a los niños el mundo en cada etapa de desarrollo, ayudándolos a navegar por el mundo que les rodea", explica Henrietta Hurford-Jones, directora de Children's, BBC Studios en entrevista con EL UNIVERSAL.

Según el último estudio del Instituto Federal de Telecomunicaciones, los canales de TV de paga más vistos por los niños antes y durante la pandemia fueron Cartoon Network, Nic-

kelodeon y Discovery Kids.

"Creamos piezas prosociales que hablaban de la importancia del aseo y la convivencia social porque no queríamos crear estrés; hicimos campaña con tips de sobrevivencia para vacaciones en casa y personajes que hablaban sobre cómo cubrirse la boca al toser, etcétera", comparte Mígdalis Silva, vicepresidente de Programación y Adquisiciones de Nickelodeon América Latina.

Durante la pandemia, aumentó 27 minutos el tiempo que los niños pasaban frente a la televisión, de cuatro horas con 17 minutos a cuatro horas con 44 minutos diarios y el horario en que más veían la tv, entre las 21:00 y las 21:30 horas.

"Ahora tenemos una función de cine todos los días a las nueve de la noche. Ha sido retador porque las clases se modificaron, las vacaciones fueron en casa, el hábito de los niños cambió", dice Mariana Cano, manager de programación de Discovery Kids.

Para la franquicia de *Sésamo* crearon a Kori, personaje con forma de corazón inspirado en la especialidad del doctor español Valentín Fuster, quien asesoró a los creativos para los capítulos en los que se habla de la importancia de descansar, hábitos alimenticios, higiene per-

sonal y uso de cubrebocas.

"El enfoque es reconocimiento y manejo de las emociones. Queremos llevarlo a la vida de los adultos porque ellos son quienes están modelando la conducta frente a sus niños", señala Brenda Campos, directora de impacto social de Latinoamérica Sesame Workshop.

Televisión que educa

El pedagogo Christian Ble Reyes, especialista en evaluación del aprendizaje y perteneciente al equipo de expertos de la página *Pedagogía on post*, considera que la televisión resultó un apoyo mayúsculo cuando la educación de manera presencial no fue posible.

"Una campaña de salud a través de un programa de televisión se vuelve fácil para que los niños lo puedan entender y quieran imitarlo, porque les gustó o porque es divertido".

afirma Christian Ble Reyes.

"Los programas de televisión tienen el reto de utilizar la parte lúdica para llamar la atención y presentar diferentes escenarios. Por ejemplo, quizás algunos niños en ciertas comunidades no se sientan identificados porque no tienen un lavabo y usan cubeta, hay que dar alternativas".

Además de temas de la salud, los espectáculos infantiles ahora consideran otros temas como

Continúa en siguiente hoja



Página 1 de 3
\$ 117114.00
Tam: 786 cm2

Fecha 07.04.2022	Sección Espectáculos	Página 28
----------------------------	--------------------------------	---------------------

son la diversidad sexual, la discapacidad y el empoderamiento femenino.

Así, hoy tenemos series como *Loud house*, que tienen parejas del mismo sexo, *Pepa pig* o *Pablo*, con protagonistas en silla de ruedas o autistas y, en el mundo del deporte, a *Underdogs united*, que el ganador del Oscar, Juan José Campanella adaptó de su película *Metegol* para que se incluyera a niñas con distintas capacidades para reforzar al equipo de fútbol.

“Queríamos dar una vuelta de tuerca a la libertad expresiva, incluir chicas, los niños de ahora necesitan nuevos mensajes”, afirma Campanella. ●

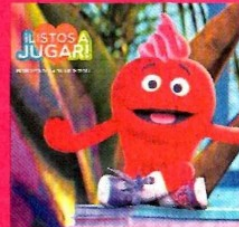
“

Una campaña de salud a través de un programa se vuelve fácil para que los niños lo puedan entender y quieran imitarlo”

Christian Ble Reyes
Pedagogo



Pepa Pig tiene personajes en sillas de ruedas.



Kori, de *Sésamo*, habla a niños de salud e higiene.



Underdogs united destaca el papel de las niñas en el fútbol.

2021

219

MIL NIÑOS
vieron telenovelas en la pandemia.

4

HORAS, 44 MINUTOS
pasa un niño mirando la tv al día (marzo de 2021).

3

DE CADA 10 NIÑOS
ven el televisor en la noche, de 21:00 a 21:30 horas.

Fecha 07.04.2022	Sección Espectáculos	Página 28
----------------------------	--------------------------------	---------------------



Bluey
incentiva la
imaginación
de los
pequeños.