

# 04

## Los niños como protagonistas del *reality show*

### *Children as main characters in reality shows*

**Dra. Jacqueline Sánchez Carrero**

Facultad de Comunicación

Universidad de Sevilla

#### **Resumen / Abstract**

En tiempos recientes se ha notado un esfuerzo por promover y producir programas donde los niños juegan un papel diferente al tradicional, son protagonistas del reality show. El ejemplo impactante es *Kid Nation*, el reality americano producido por la CBS y emitido en otoño del 2007 con participantes de edades entre 8 y 15 años. Otro programa más reciente es *Boys and Girls alone*, Channel 4 Gran Bretaña, en el que los chicos compiten simplemente para demostrar sus habilidad en la convivencia. Este artículo examina este y otros programas de telerrealidad en los cuales los niños son usados como protagonistas.

*In recent times there has been an effort to promote and produce TV programs in which children's role differ from what we are used to, as they start to play the leading role in certain reality shows. The most striking example is Kid Nation, the American reality show produced by the CBS and released in the autumn of 2007 with participants aged 8-15. Another more recent show is Boys and Girls Alone (Channel 4, United Kingdom), in which kids compete just to show their ability to live with each other. This paper examines these two reality shows and others where children play the leading roles.*

#### **Palabras clave / Keywords**

Reality show. Niños. Adolescentes. Protagonista. Televisión.

*Reality show. Children. Adolescents. Leading role. Television.*

Desde que comenzó a popularizarse la telerrealidad o *reality show* -a partir de 1999- el telespectador fue consciente de que estaba frente a un espacio dedicado a él, como persona adulta. Se permitió entonces hurgar en la intimidad que le permitían las cámaras de programas como *Gran Hermano* dejándose sorprender por las variaciones que incluían año tras año. Así, ha guardado cierta fidelidad a las múltiples versiones que han sido producidas, algunas de ellas intentando marcar agudas diferencias, conformando parte de toda una tipología de espacios de este género. Indudablemente estamos ante un híbrido que causa mucho interés y curiosidad: "Mientras que el sufijo inglés *show* se ha utilizado usualmente para nombrar un gran número de géneros y programas televisivos de corte espectacular (*talk show*, *variety show*, etc.) el término *reality* resulta significativo, pues corresponde a una intención manifiesta de autenticación del discurso por parte de sus productores" (Amigo, 2003: 4-5).

Pero lo que queremos acentuar en esta ocasión es aquella telerrealidad que ha visto en el niño y adolescente un objeto atractivo, explotable, y sobre todo nunca antes tomado en consideración. Es verdad que no es extraña la utilización de niños en el mundo del espectáculo, pero en este caso hemos de saber reconocer dónde radica la diferencia. Joan Ferrés nos recuerda que el mundo de la televisión ha utilizado siempre magistralmente el elemento emotivo para la creación de formatos. Efectivamente, el consumo de emociones es satisfactorio "desde el punto de vista sensorial, por lo que tiene de alimento de los sentidos; desde el punto de vista mental, por lo que tiene de alimento de la fantasía; desde el punto de vista estético, por lo que tiene de alimento de la sensibilidad; y desde el punto de vista psíquico, por lo que tiene de catártico, de liberador" (Ferrés, 1997: 49-50). Y la televisión es una máquina de producir emociones por doquier. ¿Quién no ha experimentado emoción al ver algún programa de telerrealidad? Si bien es cierto que cada vez es más difícil sorprender al espectador a pesar de la metamorfosis que ha sufrido el formato, también es verdad que el público, en general, abraza la esperanza de ver algo que le atrape y le produzca esa fascinación por descubrir nuevas reacciones ante situaciones inesperadas.

A partir del año 2003 en distintos países se han venido desarrollando producciones de programas de telerrealidad protagonizadas por niños y adolescentes. Ellos son, en este caso, objeto de la televisión y no sólo receptores como parte del público espectador que generalmente es. Quedan fuera de esta reflexión aquellos programas donde los niños son presentadores o actores en espacios de ficción. Hasta hace poco tiempo habíamos visto telerrealidad con adultos relacionada con el canto, el baile, la supervivencia, o la simple y llana convivencia, sin más pretensiones, entre otras temáticas. Veamos ahora qué funciones le han sido asignadas al niño como protagonista principal del *reality show*.

Comenzaremos por mencionar aquellos espacios cercanos a la telerrealidad musical donde los participantes forman parte de un concurso que les exige el aprendizaje vocal con el añadido -en algunos casos- de la convivencia en una misma sede a la que se le asigna el nombre de escuela o academia. En el año 2004 Televisión Española (TVE) intentó presentar como un *reality* al concurso *Eurojunior* que ya iba por su segunda emisión. En él, 40 niños, de entre 8 y 15 años, asistían a las clases de la academia durante la semana, pero no convivían noche y día. TVE supo sacar provecho de la producción presentando resúmenes del proceso de aprendizaje y una gala semanal en directo. Lo mismo sucedió en Perú, el mismo año, con *Star Kids*, un *reality* infantil producido por Panamericana de Televisión en el que 18 niños de entre 6 y 12 años compitieron para ganar fama y convertirse en una estrella musical.

En México, en 2003, ya Televisa había emitido un verdadero *reality* con niños como protagonistas al estilo *Eurojunior*, llamado *Código Fama*. Este espacio entra dentro del *reality* musical puesto que los 17 chicos de entre 7 y 13 años sí convivían en la misma academia con la idea de recibir clases por parte de profesionales y concursar. En su edición de 2005 este programa tuvo como sede una casa de amplias dimensiones, con piscina, jardines, salones acondicionados para las clases y 30 cámaras, al más puro estilo *Operación Triunfo (OT)*. Sólo los padres y los profesores de los chicos podían tener contacto con ellos. La intención de los productores superó la idea inicial al proyectar un espacio más ambicioso, *Código Fama Internacional*, en el cual pudieron intervenir los niños de habla hispana ganadores de otros programas similares.

Mientras tanto nacía en Argentina su equivalente llamado *Generación Pop*, considerado uno de los primeros programas de telerrealidad infantil del país. Allí un grupo de 21 niños y preadolescentes de entre 10 y 16 años luchaban por ganar un lugar en el mundo de la canción. Este espacio emitido en horario para adultos, pero protagonizado por chicos, también había tenido su versión con integrantes jóvenes de 18 a 25 años. Los productores pusieron toda su esperanza en que los adolescentes por sí solos mantuvieran postrada a la audiencia frente al televisor; y tenían sus razones: emociones desbordadas, situaciones de sorpresa, rebeldía y reacciones inesperadas. Hay que recordar un aspecto fundamental, y es que las productoras y los canales obtienen beneficios colaterales con espacios como éstos a través de los recursos en línea en los portales de internet, la venta de libros, revistas, vídeo clips y otros productos del *merchandising* que motivan la compra durante los tres meses que normalmente duran las temporadas.

Al ver el éxito obtenido, se han ido creando fórmulas para revestir estos programas de telerrealidad infantil en algo educativo. Nickelodeon fue uno de los cana-

les más interesados en estos programas y emitió desde 2006 un programa llamado *Let's Just Play Go Healthy Challenge (Juguemos al reto de ser sanos)* con la finalidad de disminuir la obesidad infantil. Su idea era desarrollar un proyecto en el que trabajaran en conjunto los padres y los hijos con sobrepeso, las escuelas, los miembros del sistema sanitario y algunas empresas de productos alimenticios. Entre las reglas que debían de cumplir los chicos estaba la obligación de practicar ejercicio físico y poner todo de su parte para comprender el funcionamiento nutricional del cuerpo humano.

En España el primer *reality* educativo, así promocionado por TVE en 2006, fue *El primero de la clase*. La acción se desarrollaba en un aula de clase televisiva donde ocho niños junto a personajes famosos con el rol de padrinos, trabajaban juntos para demostrar sus conocimientos de quinto nivel de Primaria. A Eduardo Punset, reconocido divulgador de las ciencias y escritor, le fue asignada la tarea de dirigir aquella suerte de escuela en el que el lema era ser el primero de la clase y cuyo premio consistió en un par de becas de estudio durante ocho años. Los críticos del programa no terminaron de ver con buenos ojos la actitud prepotente de algunos chicos participantes.

Perú también produjo en la primavera de 2008 otro *reality* educativo, pero esta vez dedicado al deporte de masas. Se llamó *Desde la cancha*, una escuela de fútbol por televisión con un director técnico, un preparador físico y otros especialistas en la categoría Sub 17 que dirigieron en el campo a un grupo de once chicos, de entre 9 y 16 años. Durante 3 meses los integrantes aprendieron técnicas deportivas con la promesa de exhibir su juego posteriormente en el Centro de Alto Rendimiento de la Federación Española de Fútbol. El canal emisor, Frecuencia Latina, se anotó otro tanto pues utilizó la idea de vivir el fútbol con intensidad desde los primeros años, poniendo como modelo a grandes figuras del balompié para captar la atención de los chavales.

*Rock en contacto* es el título de otro espacio de telerrealidad, pero en este caso ubicado en el formato del *docu-reality*, parte realidad y parte dramatizada. Fue producido en 2003 para la parrilla infantil de Canal Once de México con la idea de promocionar las bandas de rock juveniles, o más bien, adolescentes. Competían tres agrupaciones para ganarse la preferencia del público y así optar por el respaldo de la discográfica EMI Music mexicana. Además, el grupo de chavales de entre 9 y 15 años que llegara al tercero y segundo lugar podía ser beneficiado con equipamiento musical -batería, bajo, guitarra, teclado, amplificadores-, mientras que el ganador sería merecedor de un contrato por cinco producciones discográficas y toda la estela de actividades consecuentes como firmas de autógrafos, giras por escuelas, grabación de vídeo clips, etc.

En España, también en la línea del *docu-reality*, despegó en el verano de 2007 *¡Menuda Decisión!*, por el canal Cuatro. En él los niños de padres separados buscaban pareja a su padre o madre. Aunque se trataba más de un concurso que de un *reality* en toda regla, en él se mostraban las actividades compartidas entre los hijos y los distintos aspirantes. Estuvo en la mirada crítica por la manipulación de los chicos para que participaran en una serie de pruebas a superar por los participantes y por explotar la parte interesada de todo niño: ¿cuánto me darás de paga?, ¿a qué lugar me llevarás?

En 2008 La Sexta fue el canal español responsable de acudir a los niños para protagonizar otro *reality* llamado *Una cámara en mi casa*. La idea era que los niños seleccionados, de entre 9 y 14 años, manifestaran cuál era su percepción del mundo mediante una grabación hecha por ellos mismos de su propio entorno. El punto central de dichas grabaciones era las situaciones cotidianas de casa, y la actitud de padres, hermanos y primos ante las diferentes situaciones del día a día. Los padres no podían ver el material grabado, pero eran informados de las declaraciones de los chavales antes de que saliera el espacio al aire. Aunque era lógico pensar que los productores no repararían en seleccionar las partes conflictivas para ser emitidas, el programa no contó con la suficiente fuerza para mantenerse en pantalla, tal vez porque portales y comunidades virtuales como *YouTube* están minados de imágenes y vídeos donde los chavales se muestran tal como son y ya no representan ninguna novedad. Un ejemplo de contenido fue el caso de un niño de 13 años con problemas de sobrepeso. En sus grabaciones se dejaban ver faltas de respeto hacia los padres, principalmente hacia la madre que era la autoridad en ese caso, con gritos y enfrentamientos sin ningún pudor. A esto le sumaban las confesiones ante la cámara en clave de confianza con la idea de que el espectador observara a través de la mirada de los hijos y de "forma respetuosa" el entorno privado de la familia española del presente. A estas alturas ya cabe preguntarse: ¿pero es que se puede entrar de manera respetuosa a un entorno privado familiar con una cámara en la mano para rodar un *docu-reality* en busca de audiencia?

Formatos de telerrealidad destinados a los padres con la participación activa de niños también han hecho mella en España como *Supernanny* que ya había sido exitosa en el Reino Unido, Alemania y Estados Unidos. Aquí se emitió por primera vez en 2006 por Cuatro, que cedió la responsabilidad a una psicóloga para visitar el hogar de algunos padres angustiados por haber perdido la autoridad ante sus hijos pequeños. El propósito era diseñar estrategias en conjunto y dictar y hacer respetar las normas básicas para la convivencia en el hogar. La empresa productora vendió la idea de que ese espacio sería "una herramienta para la solución de problemas a los padres", pero no por ello los niños dejaron de ser ob-

jeto del programa. La conclusión a la que llegaron los padres fue reconocer la necesidad que tenían de reforzar los comportamientos positivos en sus hijos y atenuar los negativos, pero también aducían que los cambios de los niños se debían a la presencia de la psicóloga en el hogar. Como es de suponer, la tarea educativa no se soluciona únicamente con un programa de televisión por muchas emisiones que éste tenga.

Al hilo de las intervenciones domiciliarias nació al año siguiente otro *reality*, heredado de *Supernanny*, esta vez con niños que estaban superando la infancia: *SOS Adolescentes*, un intento por ayudar a resolver la falta de control parental en esa difícil etapa de la vida. En este caso análogamente una psicóloga era llamada para convivir con los chicos sin la presencia de sus padres. Posteriormente éstos se incorporaban al núcleo familiar después de haber visionado distintos vídeos sobre la reacción de sus hijos cuando se les planteaba seriamente el problema que estaban viviendo. La utilidad del programa para los padres radicaba principalmente en aprender a relacionarse con sus hijos -y viceversa-, eliminar respuestas violentas y superar pequeños traspiés, pero los chicos expresaban sentimientos de vergüenza al verse intimidados en su propia casa por las cámaras de televisión. ¿El resultado? La notable elección por parte de la producción de familias disfuncionales y la sensación de que los niños ocasionan grandes problemas y escasas retribuciones emocionales.

Siguiendo la tendencia del *coach* o entrenamiento a través de la telerrealidad no tardó en aparecer *Madres Adolescentes* en 2008, con el objetivo de advertir los perjuicios del embarazo precoz, dirigiéndose directamente a la madre. En este caso Cuatro puso en manos de otra psicóloga la responsabilidad de convivir 15 días con chicas de 16 y 17 años en esta situación. En un entorno rural en Ávila se reunió el equipo conformado por una psicóloga, varias enfermeras y un pediatra intentando dar forma a este programa de preparación para la vida. Según los productores, se pretendía instruir a las madres adolescentes acerca de los cuidados infantiles y además, desde el enfoque de la psicología, crear o reforzar la relación afectiva con el recién nacido. Los adversarios criticaron la pena que daban las menores intentando superar, a veces de modo infructuoso, sus propias incapacidades.

Ya en 2007 la BBC y la NBC habían producido *Baby Borrowers* (*Los prestatarios de bebés*), o “como convertirse en padres aún sin serlo”. En él cinco parejas de jóvenes, de entre 16 y 19 años, cuidaban niños ajenos durante unos cuantos días. Este experimento social fue diseñado con todo el glamour y espectacularidad que pueden desplegar las grandes productoras de televisión. En el caso de la BBC, los jóvenes eran llevados a sus nuevos hogares en la localidad de Norwich y allí les eran entregados unos bebés o niños de edades mayores con la finalidad

de que comprendieran el papel trascendental de convertirse en padres. Durante la producción requirieron la ayuda de niñeras especializadas y de otros servicios de asesoría en cuidado infantil, pero aún así algunos participantes olvidaban alimentar al niño o no sabían reaccionar ante toses o vómitos de los pequeños. El programa llegó incluso a retirar el bebé de algunas parejas y entregarlo a sus padres verdaderos que estaban hospedados cerca del lugar de rodaje. El creador del programa, Richard McKerrow, pensó que en vez de un vídeo que educara en el problema de embarazos en adolescentes era mejor producir un *show* de entretenimiento que mostrara a los más jóvenes las dificultades reales de tener un hijo a esa edad y mantenerlo con un presupuesto ajustado. Buscando darle seriedad al *reality* incluían en su portal de internet una guía para padres y profesores, pero aún así distintas asociaciones y agrupaciones a favor de la infancia manifestaron su contrariedad e intentaron anularlo por poner en riesgo la vida de los niños.

Cabe preguntarse: ¿existen límites para la telerrealidad infantil? En 2007 se emitió en Estados Unidos por la cadena A&E Arte y Entretenimiento, *Psychic Kids*, un programa en el que chicos, de entre 8 y 12 años de edad, hablaban con los muertos, según las versiones de sus padres y por supuesto de los productores. “No estás solo” fue el lema que utilizaron para hacer comprender a estos niños que existen otros chavales con poderes especiales. En realidad se trataba de un programa secuela de otro relacionado con la “caza de espíritus”, liderado por la Sociedad de Investigación Paranormal.

Participaban un médium-psicólogo y una lectora de auras quienes eran los encargados de tomar contacto con las familias de estos “niños especiales”. El programa de una hora de duración aprovechaba al máximo su formato por lo que presentaba dramatizados en buena parte efectos audiovisuales de alta calidad, movimientos de cámara, planos de detalle y voces en *off* superpuestas que introducían al telespectador en un universo desconocido y misterioso. Los niños eran grabados en escenas en las que reconocían -o se enfrentaban- a seres del más allá que desvelaban secretos del pasado. El caso más publicitado fue el de una niña de 8 años que aseguraba ver al fantasma de un hombre que había fallecido hacía más de 120 años en circunstancias no aclaradas. El médium dedujo al final del episodio que se trataba de un hombre asesinado por su madre. Lo más peligroso del espacio fue la motivación que daban a los menores para que continuaran en su línea de experimentación como si de un talento o don especial se tratara.

En la actualidad, el caso más sonado de telerrealidad infantil es *Boys and Girls alone* (*Niños y Niñas solos*) en el que diez pequeños, de entre 8 y 11 años, tienen el reto de experimentar la vida sin adultos durante dos semanas. Esta producción

británica emitida por Channel 4, pretende entrar de lleno en este tipo de formato vendiendo la idea de diversión y libertad, mientras tanto los servicios sociales no han tardado en tildarlo de abuso infantil. La respuesta oficial del canal ha sido su intención pedagógica de enseñar a los chicos a tomar sus propias decisiones. Las críticas se han centrado en el hecho de que los niños no tardan mucho en pelearse y por ende lloran y hasta sufren humillaciones por parte de algunos compañeros. Entre los problemas que deben superar están la administración del dinero, la selección del menú que han de preparar y aprender a convivir; tal como sucede en *Gran Hermano*. El responsable de programas de Channel 4, Andrew Mackenzie, aduce que no deja de ser una experiencia estimulante, adecuadamente asesorada por expertos, y que los padres han acudido conscientes del programa en el que apuntaban a sus hijos, además no han recibido más remuneración que para los gastos básicos.

En este caso, los psicólogos adelantan las consecuencias que puede traer el permitir el *bullying* en directo y también el sentimiento de impotencia posterior que puede sentir el niño cuando termine el programa y observe lo que ha sido emitido. El escaso análisis que se ha podido realizar de *Boys and Girls alone* deja entrever que la censura pública se basa en la crueldad e intimidación que viven los participantes por parte de sus compañeros en algunos momentos tensos del *reality* y que sin duda les pasará factura más adelante<sup>2</sup>.

Pero tal vez ha sido *Kid Nation* el ejemplo más impactante en cuanto a telerrealidad infantil. Se recuerda cómo el espacio que acaparó la atención de distintas asociaciones defensoras de la infancia durante el otoño de 2007 en los Estados Unidos. Este *reality* producido por la CBS en el que participaron niños y adolescentes, de entre 8 y 15 años, estaba dirigido a la familia y por ende a los niños, por lo que la emisión se planificó para las 20.00 horas. La producción se desarrolló en Bonanza (Nuevo México), una ciudad en la que adaptaron una escenografía al estilo del viejo oeste para que los 40 integrantes compitieran sin compañía alguna de sus familiares.

Los chicos, una vez superado el entusiasmo por salir en televisión y los *castings*, se encontraron con las dificultades propias de la convivencia sumadas a las condiciones o tareas que imponía el programa. Por ejemplo, debían hacerse cargo de la cocina ellos mismos, asumir la limpieza del lugar, conseguir el agua e incluso controlar un presupuesto no muy generoso. Un gran número de padres, educadores y medios impresos definieron a *Kid Nation* como un programa cruel por la explotación infantil que representaba, ya que los padres recibían un pago considerable por la participación del niño, otro por ser el vencedor en la votación del público y, naturalmente, otro por llegar hasta el último día.



Llamó la atención del público fiel la imposibilidad de expulsar a los concursantes, hecho que no se contempla en los *realities* de adultos. Los niños podían marcharse en el momento que quisieran, tal como ocurrió el primer día cuando un pequeño de ocho años abandonó alegando que los objetivos a cumplir en el programa eran inalcanzables para él. El grupo de chavales recibió instrucciones para constituir un consejo que fuera capaz de tomar decisiones y siguiera un diario de sugerencias, en memoria de los verdaderos colonizadores y pioneros en los Estados Unidos.

En relación con la selección de los niños se esmeraron en escoger, entre un multitudinario *casting*, aspirantes que pudieran gustar a distintos tipos de público, no escapó el niño ágil y telegénico, la rubia, el guapo, el listo, el inmigrante, etc., niños televisivamente diferenciados en cuanto a edad, estilos y dispuestos a participar en lo que dieron por llamar una “escuela democrática”, donde aprenderían sobre todo a tomar decisiones justas. Los primeros en salir del programa se declararon encantados por la experiencia y dieron mucha importancia al hecho de aprender a resolver los problemas de forma pacífica. En parte esto hizo menguar las críticas en cuanto al esfuerzo sobrehumano que teóricamente tenía que cumplir el grupo de chicos<sup>3</sup>.

Distintos temas de menor importancia salieron a flote durante los debates del programa como que prefirieron un cuarto de baño a tener televisión, empujaron grandes vagones con agua o prepararon la masa de la pasta que comerían al día siguiente; otros aspectos fueron más delicados como las confesiones abiertas en relación con el acoso escolar que algunos habían sufrido en los colegios. La edición la ganó Sophia, una chica de 14 años, con un talento especial para el dibujo y la pintura, y para quien las guerras y el calentamiento global son los principales problemas del mundo. Fue elegida por sus propios compañeros debido a su trabajo en beneficio de todos.

No cabe duda de que los padres de los participantes de *Boys and Girls alone* o *Kid Nation* no han podido negar la atracción que les produce la fama y el reconocimiento público. Compraron la idea inicial de los productores: “¿son los niños capaces de vivir solos y tomar sus propias decisiones?, ¿son los niños capaces de construir un mundo mejor superando a los pioneros de otras épocas?”. Para ellos todo sería como un campamento, pero esta vez vigilado por un gran número de cámaras y con la garantía de la repercusión televisiva. Desde el punto de vista de la producción, *Kid Nation* ha sido el primero en su estilo, por lo tanto contó con el factor sorpresa en la audiencia. Para su productor, Tom Forman, lo más importante era que el programa contaba con un aporte pedagógico claro, a su juicio el objetivo había sido cumplido porque los niños habían demostrado que podían llegar a ser justos y bondadosos.

## Conclusión

*Kid Nation* simbolizó una especie de “detonante” que demostró que los niños pueden participar en prácticamente cualquier formato televisivo. Podemos afirmar que estamos ante una generación para quienes la vida se ha convertido en un *casting*, una prueba permanente de talentos de diversa índole. Para nadie es un secreto que existen padres cuyo sentido de la fama supera a su propio rol de educador. Poco importa si en realidad el niño puede y sabe cantar o bailar, lo que interesa es aprobar la audición y actuar en el teatro, el cine o la televisión. Con el pretexto de apoyar a los hijos llegan a acceder a propuestas, en algunos casos malintencionadas, por parte de productores o directores de medios. De hecho, la historia conserva ejemplos enfermizos de madres y padres capaces de mentir, sobornar o sobreexponer a sus niños a ejercicios intensivos para obtener de la sociedad la popularidad de la que están ávidos.

Este panorama nos deja como mínimo perturbados. Todo parece señalar que vivimos justo en el límite que separa el respeto de la explotación infantil. Sabemos que la televisión fascina a los niños junto a otras pantallas como el videojuego o la telefonía móvil, es verdad, pero eso no aminora la tremenda influencia que tiene este medio en la vida de la mayoría de los chicos en nuestra sociedad. “La televisión al mostrar la vida cotidiana de sujetos corrientes como nosotros, proporciona contextos de observación en los que mirarse y reconocerse y en la medida en que el receptor pueda identificarse con alguna persona o situación, interiorizará esa conducta para luego, si llega el caso, reproducirla” (Cáceres, 2007: 6). ¿Dónde queda la responsabilidad y el amor de los padres por los niños que se exponen en muchos de estos programas día y noche?, ¿estaremos hablando pronto de la “generación *reality*”, aquellos que han pasado parte de su vida siendo televisados?

En este caso ya no se trata de una crítica al formato, ni siquiera a las versiones, sino a la manipulación del niño o adolescente para participar en un *show* del que ignora la repercusión personal y pública que acarrea, por su escasa experiencia de vida. Hay que recordar que se trata de un género que ya ha originado problemas de adaptación a concursantes de edades adultas una vez que finaliza el concurso. Por otro lado, no podemos dejar de preguntarnos ¿qué debemos hacer con nuestros niños ante programas de este tipo? Suscribimos a Maestre cuando recomienda educar el niño concretamente en telerrealidad, reflexionar sobre la telerbasura -de más amplio espectro- y diferenciarla de la telerrealidad, no condenar el formato del *reality* ante el niño puesto que lo importante es aprender a verlo con un enfoque crítico, descubrirle la intencionalidad de esa emisión de telerrealidad que están emitiendo y analizar la audiencia y también la comercialización del programa (2003: 6-7).

Estamos faltos de conciencia y ética en el campo de la comunicación, tanto desde el punto de vista del medio -dueños de medios, directores y productores- como del espectador. Hemos de invertir en campañas de educación audiovisual, en enseñar a los niños ya no sólo el mundo de la industria de los medios, sino también el gusto por las producciones de calidad en las distintas pantallas. Que aprenda a producir y a ser receptor crítico, pues quien bien aprende a hacer, bien termina por apreciar.

## Referencias

Amigo, B. (2003). *Para comprender al reality show*. ABC.es. Extraído el 18 de febrero, 2009 de <http://www.udp.cl/comunicacion/cipp/docs/com/Realityshow.pdf>

Blasco, E. (2009, Febrero). Un reality show con menores. Extraído el 18 de febrero, 2009 de <http://www.abc.es/visionesdelmundo/un-reality-show-con-4641-02-2009>

Cáceres, M<sup>a</sup> D. (2007). Telerrealidad y aprendizaje social. *Revista Digital Icono* 14. Extraído el 18 de febrero, 2009 de <http://www.icono14.net/revista/num9/articulos/14.pdf>

Efe (2007). Cadena CBS afronta denuncia por su programa Gran Hermano para niños. *El Mundo Digital*. Extraído el 18 de febrero, 2009 de <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/08/19/television/1187551181.html>

Ferrés, J. (1997). *Televisión, consumo y emociones. La otra mirada a la tele. Pistas para el Consumo inteligente de televisión*. Extraído el 18 de febrero, 2009 de <http://www.uhu.es/comunicar/biblioteca/libros/pdf/01/08-ferres.pdf>

Maestre, D. (2005). Reality Shows, el verdadero cerdo mediático. *Comunicar*, 25.

Portales en la red de programas de televisión extraídos el 18 de febrero de 2009:

Baby Borrowers. [http://www.nbc.com/The\\_Baby\\_Borrowers/](http://www.nbc.com/The_Baby_Borrowers/)

Boys and Girls alone. <http://www.channel4.com/programmes/boys-and-girls-alone>

Código Fama. <http://www.esmas.com/codigofama/>

Desde la Cancha. [www.desdelacancha.com.pe](http://www.desdelacancha.com.pe)

Generación Pop. <http://www.de8a18.com/series/Generacion-Pop.htm>

La Supernanny. <http://www.cuatro.com/microsites/supernanny/>

Let's Just Play Go Healthy Challenge. <http://www.nick.com/myworld/letsjustplay/>

Madres Adolescentes  
<http://www.cuatro.com/programas/programas/entretenimiento/madresadolescentes/>

Psychic Kids. <http://www.psykids.net/>

Rock en Contacto. [http://www.onceninos.tv/acerca\\_de\\_canal\\_once/boletin\\_118.htm](http://www.onceninos.tv/acerca_de_canal_once/boletin_118.htm)

SOS Adolescentes. <http://www.cuatro.com/microsites/sosadolescentes/>

## Notas

(1) El espacio original *Gran Hermano*, inspirado en la obra *1984* de George Orwell, fue creado en Holanda por John de Mol en 1997 e iniciado por la productora Endemol en 1999. Ha tenido múltiples versiones que siguen cosechando éxito en más de 70 países. Hasta la fecha sigue mutándose sin parar.

(2) Puede leer la noticia *Un reality show con menores*, en *ABC.es*  
<http://www.abc.es/visionesdelmundo/un-reality-show-con-4641-02-2009>.

(3) La madre de una participante denunció posteriormente que los niños habían requerido cuidados médicos por ingerir accidentalmente lejía y otra se quejó de que su hija se había quemado parte de la cara cuando intentaba cocinar para el grupo. Ver en *El Mundo Digital*: Cadena CBS afronta denuncia por su programa *Gran Hermano* para niños en <http://www.elmundo.es/elmundo/2007/08/19/television/1187551181.html>.