

# Imágenes del cuerpo

## Alimentación y actividad física en la televisión infantil mexicana

María del Roble Mendiola Delgado

Doctora en Estudios Humanísticos, especialidad en Comunicación y Estudios Culturales.  
Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey. [mmendiola@itesm.mx](mailto:mmendiola@itesm.mx)

Gabriela de Lourdes Pedroza Villarreal

Profesora e investigadora del Departamento de Comunicación y Periodismo.  
Tecnológico de Monterrey Campus Monterrey. [gpedroza@itesm.mx](mailto:gpedroza@itesm.mx)

### RESUMEN

Las imágenes presentadas en la televisión dirigida a niños en México parecerían ser estereotipos, muchos de ellos negativos, entre ellos los relativos a la salud y hábitos alimenticios. Se realizó un análisis de contenido de la programación infantil mexicana en 2010 para revisar qué tipo de imágenes del cuerpo, de la alimentación y el ejercicio se presentan con el objetivo de encontrar evidencias de esta temática en los programas y comerciales dirigidos a los niños, además de explorar cual es la percepción que tienen los niños sobre estos contenidos.

### PALABRAS CLAVE

estereotipos, televisión infantil, análisis de contenido.

### ABSTRACT

The images presented on television to children in Mexico seem to be stereotypes, many of them negative, including those related to health and eating habits. We performed a content analysis of Mexican children's programming in 2010 to review what kind of body, diet and exercise images are presented in order to find evidence of this issues in programs and commercials addressed to children, as well to explore what is the perception that children have about this content.

### KEYWORDS

stereotypes, children's television, Content Analysis.

## Obesidad y televisión en México

La obesidad infantil es en México un problema de salud pública que ha cobrado importante visibilidad por las consecuencias que acarrea, provocando la adopción de medidas y políticas públicas como la de la prohibición de la venta de productos genéricamente llamados “chatarra” en las escuelas de nuestro país.

La situación de la población infantil en México con este problema es alarmante: la más reciente encuesta sobre el tema realizada en 2006 muestra que “el sobrepeso y la obesidad en niños de escuelas primarias aumentó 1.02 puntos porcentuales por año” (Meléndez, 2011), lo que significa que para niños de 5 a 11 años la prevalencia de sobrepeso y obesidad aumentó entre 1999 a 2006 de 18.8% a 26%.

De hecho, este padecimiento provocado entre otras causas por la ingesta excesiva de carbohidratos y grasas se considera una epidemia global y la OMS reporta que aproximadamente hay 1,500 millones de adultos (mayores de 20 años) con este padecimiento. Además, se calcula que en 2015 habrá aproximadamente 2,300 millones de adultos con sobrepeso y más de 700 millones con obesidad. Agrega que en 2010 había en todo el mundo unos 43 millones de menores de 5 años con sobrepeso (OMS, 2011).

Las consecuencias de este padecimiento son las enfermedades cardiovasculares, la diabetes, enfermedades del aparato locomotor, y en particular la artrosis, y algunos cánceres, como los de endometrio, mama y colon. La obesidad infantil se asocia a una mayor probabilidad de muerte prematura.

Aunque antes se consideraba un problema exclusivo de los países de altos ingresos, el sobrepeso y la obesidad están aumentando espectacularmente en los países de ingresos bajos y medios, sobre todo en el medio urbano. Siguiendo los mismos datos de la OMS no es raro que la subnutrición y la obesidad coexistan en un mismo país, una misma comunidad e incluso un mismo hogar, causada por una nutrición inadecuada durante el periodo prenatal, la lactancia y la primera infancia, seguida del consumo de alimentos hipercalóricos, ricos en grasas y con escasos micronutrientes, combinada con la falta de actividad física.

Entre los factores o aspectos sociales que inciden en la aparición de este problema está el ambiente en el que se desarrollan los infantes, siendo el hogar el centro de atención. La aparición de videojuegos y el consumo de televisión, aunados a la falta de actividad física y patrones de alimentación inapropiados provocan el ambiente obesogénico.

En una revisión de estudios acerca del tema de obesidad infantil y exposición a medios se llegó a la siguiente conclusión:

“Que existe una relación evidente entre la exposición del niño a diversos medios de comunicación y el desarrollo de la obesidad y que, cuanto más tiempo le dedique a los medios, más notorias son las posibilidades de desarrollar la obesidad y que la misma permanezca en la adultez si no se atiende a tiempo. Se deduce que los mecanismos participantes en este proceso pueden ser tanto la inactividad física que promueve el uso de los medios, como también el papel de los anuncios que apuntan a niños cada vez más pequeños y promueven el consumo de alimentos hipercalóricos a través de diversos caminos” (Rodríguez, 2011).

Por lo anterior, la urgencia de estudiar el tipo de programación infantil a la que se expone la población mexicana es evidente y este trabajo tiene como objetivo central revisar la oferta tanto de contenidos de entretenimiento como los publicitarios que pueden contribuir a este ambiente obesogénico.

## Estudios anteriores

En términos generales y de acuerdo con O'Donnell (2005), uno de los factores que influye dramáticamente es el medio ambiente en el cual viven los niños, que se ha tornado cada vez más obesogénico, con mayor oferta de comida y sedentarismo estimulado por el temor a la violencia y a las drogas con la complicidad de la televisión y de la computadora que han hecho al ocio sedentario ameno y divertido.

Según Chueca (2002) un factor ambiental que ha provocado un aumento de la obesidad en nuestra sociedad es ver la televisión durante muchas horas. Datos del *National Health Examination Survey* han demostrado que, en Estados Unidos, el número de horas que se ve la televisión tiene una relación directa con el riesgo de obesidad.

Diversos estudios han puesto en evidencia el alto consumo de televisión entre los niños. Según Reyes-Gómez (2006), los niños de 2 a 7 años de edad de Estados Unidos, pasan cerca de 2.5 horas en promedio cada día viendo la televisión, videocintas y videojuegos, los niños de 8 a 18 años de edad lo hacen un promedio de 4.5 horas al día, dedicando un 25% de sus horas de vigilia a estar frente al televisor.

Los niños son un segmento de la población que pasa muchas horas atendiendo los contenidos de la televisión. En nuestro país, existen 30 millones de niños, de los cuales cada uno ve la televisión unas mil 800 horas anuales; es decir, cinco horas diarias (García, 2002). Asimismo, la investigadora Olga Bustos Romero señala que las cifras del INEGI determinan que la niñez en México invierte aproximadamente dos mil horas en promedio frente a la televisión anualmente, mientras que asiste a la escuela sólo 700 horas (Bustos, 2002).

Es importante reconocer la penetración que la televisión puede llegar a tener en los niños, ya que muchas veces las transmisiones televisivas se convierten en la compañía más permanente de este grupo poblacional y los contenidos llegan a tener una influencia muy importante en su forma de pensar y actuar.

Según una investigación realizada en la ciudad de San Luis Potosí (Aradillas-García, 2008), en donde se evaluó el impacto de la televisión sobre la salud, se encontró que más del 55% de los niños que participaron en ese estudio ven entre 2 y 3 horas de televisión al día, lo cual reafirma la penetración que tiene este medio en la población infantil.

O'Donnell y Chueca coinciden en que la televisión tiene presencia universal en los hogares independientemente del nivel socioeconómico, lo que puede producir efectos sobre la actividad física y el peso (masa del cuerpo en kilogramos) de los niños, y se explica en tres vertientes. La primera tiene que ver con la asociación entre horas de mirar televisión con la disminución de actividad física, en la que se encontró correlación significativa entre horas frente a la pantalla e índice de masa corporal. La segunda es el remplazo de actividades físicas por horas ante el televisor, ya que en general los niños con sobrepeso prefieren actividades sedentarias sobre actividades que implican gasto energético. La tercera vertiente se refiere a que mientras se ve televisión hay una tendencia a consumir alimentos de alta densidad energética (galletas, dulces, golosinas, chocolates y bebidas azucaradas) sobre todo en los intervalos publicitarios.

O'Donnell (2005) menciona que el efecto de la televisión sobre el sobrepeso y la inactividad de los niños es difícil de aislar de influencias ambientales y sociales y coincide con los estudios citados al afirmar que los niños de 8 a 12 años de edad ven televisión más de 2 horas diarias, siendo la población que pertenece al nivel socioeconómico medio bajo en donde la obesidad es más prevalente. Este autor precisa que esta población es la que tiene mayor acceso a comidas de elevada densidad energética por ser las de menor costo y de mayor facilidad de preparación. Sus padres suelen tener un bajo nivel de escolarización y tienen menos disposición hacia otras formas de recreación y tiempo libre.

Por su parte Ulises Reyes-Gómez (2006) indica que en México la exposición a anuncios de comida puede producir creencias nutricionales incorrectas. Niños de tres a ocho años

de edad, muestran que el tiempo dedicado a ver televisión se acompaña por peticiones de compra a los padres de los alimentos más anunciados y de mayor ingesta calórica. Este autor afirma que reducir el tiempo dedicado a ver televisión es una estrategia promisoría para prevenir la obesidad en la infancia.

Como se puede apreciar, existe una multiplicidad de factores que sugieren la relación entre la exposición a la televisión y la obesidad en los niños; la complejidad de este fenómeno deriva en varias posibilidades metodológicas, teóricas y conceptuales, todas ellas con diferentes formas de aproximación.

## Objetivos y metodología

En este estudio se ha decidido emplear como pregunta central de investigación la siguiente:

¿Qué tipo de imágenes sobre el cuerpo, la alimentación y la actividad física son presentadas en los programas y comerciales dirigidos a audiencias infantiles de la televisión mexicana y cuál es el imaginario de los niños sobre los cuerpos ideales y no ideales mostrados en la televisión?

Para lograr obtener datos que permitan responderla se han fijado los siguientes objetivos para este trabajo:

1. Identificar y describir las características de la programación que predomina en la oferta regular de televisión enfocada a audiencias infantiles.
2. Identificar y describir las características de los contenidos televisivos enfocados a audiencias infantiles respecto a cuerpo, alimentación y actividad física.
3. Identificar el proceso de creación de imaginarios sobre estereotipos corporales y alimentación en los niños basado en lo deseable y lo no deseable, a partir de los mensajes televisivos.

Con este estudio se pretende contribuir con evidencias a la investigación de este complejo problema que reclama atención de los estudiosos de la comunicación masiva. Esto se hace a través del empleo de la técnica de análisis de contenido para revisar la programación dirigida a las audiencias infantiles en la ciudad de Monterrey, en el primer semestre de 2010. Además se realizaron entrevistas focalizadas a 18 niños de una escuela primaria pública del área metropolitana de Monterrey, Nuevo León.

La unidad de análisis que se eligió para este estudio es el personaje, buscando la incidencia de temáticas relacionadas con salud, apariencia física y alimentación. La muestra para realizar el análisis de contenido está basado en estudios de IBOPE (2008) que reportan que los canales aéreos son los que cuentan con mayor penetración en la población mexicana, mostrando la siguiente distribución: Televisa 51.2%, TV Azteca 21% y canales locales en cada estado 7.5%, atribuyéndose así un porcentaje de audiencia 79.9% a la televisión abierta.

Según este mismo instituto de investigación, los horarios más vistos por la gente son aquellos que se encuentran en los horarios AA (de 16 a 19 horas) con 13.7 puntos de *rating* y AAA (de 19 a 23 horas) con 18.8 puntos, contra el horario A (de 6 a 16 horas) con 8.1 puntos de *rating*. Al ser esta una investigación relacionada con audiencias infantiles se tomó como base el horario AA ya que es el lapso de tiempo en que los niños están más disponibles para atender mensajes televisivos.

El tipo de muestreo fue aleatorio y el tamaño de la muestra empleada en este estudio fueron dos semanas compuestas del primer semestre de 2010, siguiendo criterios al azar. Esto se hizo con la finalidad de que las fechas en las que se seleccionó la programación a analizar fueran totalmente aleatorias y que los programas que se encontraron fueran representativos de la oferta de televisión en ese periodo. Se analizaron 78 horas de programación que incluyen contenidos de entretenimiento y comerciales.

El instrumento de codificación se construyó con base en las siguientes categorías: origen del programa, género del programa, referencias al peso/aspecto, referencias a la alimentación/comida, referencias al ejercicio/deporte, elementos de identificación del personaje, rol del personaje, actividades, complexión y hábitos alimenticios. Los datos fueron capturados empleando el programa SPSS y procesados para obtener la información que se presenta en el siguiente apartado.

## Hallazgos

Los resultados se presentan partiendo de dos esquemas, en el primero se analizarán variables referentes a los programas en general, como referencias (positivas, negativas y neutrales) respecto al peso/aspecto, alimentación/comida y ejercicio deporte. En un segundo momento se analizarán variables relacionadas con los personajes que aparecen en los programas, estas son: rol, complexión, imagen respecto a la salud y hábitos alimenticios.

En términos generales se obtuvo que, del tiempo total de la muestra estudiada, es decir, 78 horas de programación, el 62% de ellas o 48 horas son contenidos de entretenimiento o lo que se conoce como programas, mientras que el 38% son comerciales, lo que equivale a 14 horas. Dentro de estos contenidos publicitarios se analizaron los referentes a comida, productos de belleza, productos para la salud y para bajar de peso y productos relacionados con el ejercicio o deportes.

Sobre las referencias positivas al peso/aspecto que es la primera variable que arroja el análisis, se destaca que el 60.4 % de los programas analizados no hace mención en general a ningún aspecto positivo sobre peso/aspecto.

Con relación a las referencias negativas al peso/aspecto, se destaca que el 97.4 % de los programas analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 2.4 % de los programas analizados lo que significa que solamente un programa de 737 hizo referencias negativas al peso/aspecto. La tercera posibilidad de análisis de esta variable es con respecto a las referencias neutrales sobre el peso/aspecto y se encontró que en el 97.6 % de los programas analizados no hay ninguna mención de esta naturaleza.

Esto quiere decir que los contenidos más frecuentes en la muestra analizada hacen referencias positivas al peso/aspecto y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas con referencia al peso/aspecto. En la tabla 1, a continuación, se muestran los resultados:

Tabla 1. Referencias peso/aspecto

	Positivas		Negativas		Neutrales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje

Ninguna	445	60.4	718	97.4	719	97.6
1 mención	266	36.1	18	2.4	17	2.3
2 menciones	19	2.6	0	0	1	0.2
3 menciones	6	0.7	0	0	0	0
4 menciones	1	0.1	1	0.2	0	0
Total	737	100	737	100	737	100

Fuente: Elaboración propia

Sobre las referencias positivas a la alimentación/comida que es otra de las variables que estamos analizando, se destaca que el 61.8 % de los programas analizados no hace mención en general a ningún aspecto positivo sobre la forma de comer o alimentarse.

Con relación a las referencias negativas a la alimentación/comida, destaca que el 96.3 % de los programas analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 3.5% de los programas analizados lo que significa que solamente un programa de 737 hizo más de una referencia negativa a la alimentación/comida.

Las referencias a la alimentación/comida en los programas analizados pueden manifestarse también en forma neutral y se encontró que en el 97.9 % de los programas analizados no hay ninguna mención de esta naturaleza, solamente en 12 de ellos, es decir, el 1.7% se hace una mención.

Esto quiere decir que los contenidos más frecuentes en la muestra analizada hacen referencias positivas a la alimentación/comida y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas con referencia a la alimentación/comida. En la tabla 2, a continuación se resumen estos resultados.

Tabla 2. Referencias alimentación/comida

	Positivas		Negativas		Neutrales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	455	61.8	710	96.3	721	97.9
1 mención	259	35.1	26	3.5	12	1.7
2 menciones	19	2.5	1	0.2	4	0.5
3 menciones	4	0.6	0	0	0	0
4 menciones	0	0	0	0	0	0
Total	737	100	737	100	737	100

Fuente: Elaboración propia

Además del peso y la alimentación, también se analizaron las referencias al ejercicio/deporte en la programación destinada a audiencias infantiles y se encontró que sobre las referencias positivas al ejercicio/deporte se destaca que en el 89.5 % de los programas analizados no hace mención en general a ningún aspecto positivo sobre la forma de hacer algún deporte o ejercitarse.

Con relación a las referencias negativas al ejercicio/deporte, destaca que el 99.7 % de los programas analizados no hacen ninguna mención, solamente hay una mención en el 0.3% de los programas analizados lo que significa que solamente en 3 programas de 737 se hizo una referencia negativa al ejercicio/deporte.

Las referencias al ejercicio/deporte en los programas analizados pueden manifestarse también en forma neutral y se encontró que en el 98.9 % de los programas analizados no hay ninguna mención de esta naturaleza, solamente en 9 de ellos, es decir, el 1.1%.

Esto quiere decir que los contenidos más frecuentes en la muestra analizada hacen referencias positivas al ejercicio/deporte y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Se puede decir, entonces, que la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas también con referencia al ejercicio/deporte. La tabla 3, a continuación resume los resultados anteriores.

Tabla 3. Referencias ejercicio/deporte

	Positivas		Negativas		Neutrales	
	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje	Frecuencia	Porcentaje
Ninguna	659	89.5	734	99.7	728	98.9
1 mención	75	10.2	3	0.3	9	1.1
2 menciones	3	0.3	0	0	0	0
3 menciones	0	0	0	0	0	0
4 menciones	0	0	0	0	0	0
Total	737	100	737	100	737	100

Fuente: Elaboración propia

Los resultados presentados a continuación son los relativos a los personajes que aparecen en los comerciales y en los programas de televisión revisados. Cabe destacar que no en todos los contenidos analizados aparecen personajes ya que en algunos comerciales se presenta la información en texto o es solo audio con música y tomas de apoyo. Este análisis se hizo con base en el rol que desempeñan, la complejión, su imagen respecto a la salud y sus hábitos alimenticios. Cuando se trate de los resultados sobre las referencias positivas negativas o neutrales que se hacen del peso/aspecto, la alimentación/comida y el ejercicio/deporte, serán las que se enunciaron entre personajes.

Sobre el rol de los personajes el valor más importante es que de los 1,580 personajes el 23.9% son positivos, lo que corresponde 377 caracteres, y el 6.4% son negativos. Un 69.7% de los personajes encontrados tiene un rol neutral en la temática de los programas, es decir que 1,102 personajes no se muestran con características positivas o negativas respecto a la trama del comercial o programa. En la tabla 4 se concentran estos resultados. Esto sugiere que, aunque en la mayoría de los casos no se hace explícito el rol del personaje, cuando se hace éste se muestra como positivo.

Tabla 4. Rol de los personajes

Rol	Frecuencia	Porcentaje
Positivo/Héroe	377	23.9
Negativo/Villano	101	6.4
Neutral	1,102	69.7
Total	1,580	100

Fuente: Elaboración propia

En relación a la complejión de los personajes encontrados se destaca que de los 1,580 revisados, 1,069 o sea el 67.7% tienen complejión regular, seguido por el 21.6% de personajes que son delgados o sea 341. En tercer lugar se presentan los personajes obesos, con una frecuencia de 128 lo que sería un 8.1%, el 1.7% de los personajes son atléticos es decir 27 de ellos, y por último quedaron los personajes musculosos con un 0.9% con 15 incidencias. La tabla 5 presenta estos hallazgos. Se puede destacar que la mayoría de los personajes presentados son de complejión regular y los que menos aparecen en la programación son personajes atléticos y musculosos.

Tabla 5. Complejión de los personajes

	Frecuencia	Porcentaje
Regular	1,069	67.7
Delgado	341	21.6
Obeso	128	8.1
Atlético	27	1.7
Musculoso	15	0.9
Total	1580	100

Fuente: Elaboración propia

Sobre la imagen que presentan los personajes respecto a la salud se encontró que el 86.1% de ellos muestra una imagen saludable, es decir 1,361 de los 1,580 personajes revisados, por otra parte el 4.3% de los personajes muestran una imagen no saludable, o sea 68 de ellos. Hubo 151 caracteres que no se pudieron tipificar ya que no había evidencia suficiente



para catalogarlos como saludables o no saludables, este porcentaje corresponde al 9.6%. Estos datos se resumen en la tabla 7. Con base en estos datos se puede decir que la mayoría de los personajes presentados en los programas de televisión dirigidos a audiencias infantiles muestra una imagen saludable.

En esta investigación se buscó también información sobre los hábitos alimenticios de los personajes y resultó que en el 24% de los casos se muestran buenos hábitos mientras que en el 6.6% de ellos se muestran malos hábitos alimenticios. En 1,086 personajes, o sea el 68.7% no es posible afirmar si muestran buenos o malos hábitos ya que, o no aparecen teniendo interacción con comida o la comida que se presenta no se puede ver y por consiguiente no se puede saber si están comiendo algo saludable o no. Sin embargo, con base en estos hallazgos podemos decir que hay muchos más personajes que tienen buenos hábitos alimenticios que los que tienen malos hábitos.

Una segunda parte de esta investigación tiene que ver con el aspecto cualitativo, para lo que se usó la técnica de entrevista focalizada que muestra lo que los niños entrevistados opinan acerca de los programas de televisión. Se analizaron las referencias al peso/aspecto, alimentación/comida y ejercicio deporte. Además la complexión de los personajes, el rol, su imagen respecto a la salud y los hábitos alimenticios. Por último, se les hicieron preguntas para determinar qué idea tenían ellos de los cuerpos ideales y no ideales en la vida real y sobre los buenos y malos hábitos alimenticios para investigar cómo estas percepciones pueden influir en lo que ellos piensan sobre sí mismos y sobre los demás.

En relación a la variable peso/aspecto se encontró que los niños entrevistados establecen una diferencia clara entre los personajes según su peso o aspecto, tal como lo expresa Ana, de 11 años, de la siguiente forma al pedirle que describiera a un personaje delgado y a un personaje con evidente sobrepeso: “...bueno pues en mi opinión yo digo que porque tal vez pensamos que Drake es guapo y Josh no, Josh es muy tímido y no está guapo.”

Esta misma niña, más adelante en la entrevista verbaliza, usando como ejemplo a un personaje de otra serie, cómo es una persona corpulenta con respecto a su comportamiento y limpieza, afirmando que este tipo de personajes tienden a ser descuidados y desordenados:

“Claro ajá. Este amigo es agresivo, cochino ¿Verdad? Porque ya ve que la rodillera toda sudada se la pone en la cara a Freddy, el luchador Él siempre hace esas cosas y más cosas, tumba y es peleonero porque siente que como está pesado puede con todos.”

Respecto a la variable alimentación/comida, en las entrevistas también surgieron opiniones sobre la interacción que se tiene en los programas con aspectos alimenticios y se encontró que los personajes que se identifican como positivos en la trama de los programas tienden a comer saludable con lo expresa Ángel, de 12 años, al preguntarle qué es lo que ha visto comer a los personajes en los programas de televisión:

“-¿Qué come?, ¿Qué es lo que lo ves comer?”

-No sé...algo saludable, casi siempre comiendo frutas y verduras

-Y los personajes que no son amigos de ellos, ¿Qué es lo que frecuentemente los ves comiendo?

-¿Él? Chatarra, pura papitas”

Otra entrevistada de 10 años hace referencia a que en los programas que ve sí se presenta comida o personajes comiendo pero nunca se dan pautas que prescriban qué es lo indicado o no indicado en cuanto a alimentación, excepto en los comerciales en donde se menciona de manera incidental. Así lo expresa Marilú:

“Ellos comen lo que sea, nunca te dicen en ningún lado si está bien o mal, o sea, no nos educan estos programas en cuanto a eso...En los comerciales, cuando pasan, no sé, el comercial de la cerveza, abajo en letras muy chiquititas dice “evite el exceso”, sólo eso, o “come frutas o verduras”, pero no más.”

En relación al tema de la presentación de alimentos en la trama de los programas y los comerciales, se les preguntó si el ver comida en los contenidos los motivaba a comer o a comprar y, al respecto, Tina, de 12 años, afirmó lo siguiente: “Ay sí se me antojan, sí se me antojan mucho y casi siempre si tengo dinero salgo a comprar de lo que veo.”

Complementando esta afirmación, Eugenia, de 12 años, dijo algo similar y agregó que el hecho de comer lo mismo que comen los personajes de la televisión la hace sentirse parte de los programas:

“Lo sigo haciendo pero aunque yo también cuando estaba más chiquita tenía como unos 8 años veía Bely y Beto y ahí pasaba Danonino y todo eso, mi papá me compraba y había en el refri, entonces pasaba y yo corría al refri por mi Danonino, me lo comía junto con ellos, o sea yo me sentía, cómo te diré, que yo estaba ahí con ellos, o sea enfrente de ellos o sea corría por mi Danonino y me lo empezaba a comer cuando ellos lo abrían.”

Respecto al ejercicio o deporte, los niños entrevistados tienen sus propias formas de percibirlos, como Hortensia, de 11 años, que afirma que los personajes corpulentos o que le dedican mucho tiempo al ejercicio tienden a portarse como si no pensarán, y así lo expresa en la siguiente cita: “Se porta como si no piensa las cosas. Como si nada más se deja llevar por el cuerpo, por la fuerza que tiene... Ajá como que muy brusco”

Por otro lado, Eugenia, de 12 años, afirma que los personajes que hacen ejercicio se aprovechan de su fuerza y sus habilidades con el cuerpo. Lo comenta así: “...Porque si se fijan cómo agarra a éste y cómo lo trata, y cómo éste se deja”

Respecto a las características físicas que tiene un personaje de la televisión para que pueda hacer deporte, destacaron que es necesario tener un cierto perfil corporal, como lo afirma Alex, de 12 años, en la siguiente cita:

“En el equipo de fútbol tienes que tener pie fuerte para poder lanzar el balón. Depende de qué grado a qué grado aceptan, de que año más bien, en qué año naciste. En el voli, tienes que tener capacidad en los brazos... y así en todos... no cualquiera.”

Por último afirmaron que la televisión da pocos mensajes explícitos que promuevan el ejercicio, como lo menciona Mónica, de 12 años:

“¿Ejercicio? ¿De hacer ejercicio? No, no dicen casi, sólo en un comercial de Gobierno, de haz ejercicio sano. ¡Ah! O en las letritas de abajo, pero los que no saben leer no las leen o los que no ponen tanta atención tampoco... yo creo.”

Al abordar la variable complexión en las entrevistas, se encontró que los niños identifican fácilmente las distintas complexiones de los personajes en los programas y comerciales, y también son capaces de identificar ciertos patrones que se siguen según la complexión que presenten.

Eugenia, de 12 años, afirma que a los personajes gordos los muestran para hacer reír y no para conseguir los objetivos planteados en la trama de los programas:

“No sería normal que Josh conquistara niñas, más bien casi siempre a los personajes gorditos los ponen para que ayuden a los que son flacos. Yo he visto pocos personajes gordos en lo que veo pero sí, cuando los ponen, los ponen para ayudar y claro para hacer reír

porque se manchan, se equivocan y así.”

Cuando se abordó el tema de los personajes que muestran delgadez, se encontró que a los niños les es posible identificar características específicas de comportamiento también en este tipo de personajes. Así lo expresa Teresa, de 10 años, al afirmar lo siguiente: “Un personaje malo siempre es flaco porque no come por preocuparse por ganar, por las preocupaciones de que voy a ganar o no, como que por los nervios.”

En este sentido también se comentó cómo ellos perciben la interacción que tienen los personajes según su complexión. En este sentido Eugenia, de 12 años, comentó:

“A veces he visto que en los programas los gorditos se dejan de los flacos por miedo, o sea no sé si por miedo, bueno sí por miedo de que les vayan a hacer algo o se burlen de ellos. A los flacos –de los programas- no les importa reírse de los gorditos.”

Respecto a la variable rol, se encontró que los niños pueden identificar a los personajes según el rol que desempeñan en la trama y relacionarlo a su vez con la apariencia de los mismos. Al respecto, así lo describen: “Los gordos no son malos en las historias, los gordos hacen reír, incluso al comer mal y que se les tira la comida y así, comen poquito de saludable y mucho de lo demás.” Ángela, 12 años.

En este mismo sentido Mónica, de 12 años, comenta cómo los personajes delgados se aprovechan de los gordos y cómo se asocia un personaje gordo con la bondad y un delgado con la maldad:

“Un poquito malo es Drake, porque también así... y Josh es un poquito bueno. Ó sea no son ni buenos ni malos, pero Drake es más malo, porque así le deja las tareas a Josh, hace que estudie por él, le hace que le recoja las cosas y todo. Y Josh pues termina siempre haciendo eso.”

También comentaron acerca de cómo los personajes con sobrepeso se desenvuelven en la trama de los programas y comerciales y al respecto Marilú, de 12 años, dijo lo siguiente:

“Pues los dos son buenos pero así como que Josh es más amable que Drake, y he visto así en más programas, que el gordito siempre es más amable, quiere caer bien, intenta hacer reír, además se portan como niños, como añados y hacen cosas tontas”

En este mismo orden de ideas, los niños entrevistados mencionaron que suele pasar que los personajes delgados tienden a ser mostrados con más amigos en las tramas de los programas y los personajes con sobrepeso son mostrados como elementos que hacen reír. Así lo afirmaron Hortensia y Marilú, de 12 años, al responder al mismo tiempo: “Jaja, Sí a Josh nadie lo quiere y sólo se burlan”

Respecto a la variable imagen respecto a la salud, se vio que los niños entrevistados identifican muy pocos mensajes sobre la salud en los programas. La mayoría reporta haberlos visto solamente en la publicidad a manera de cintilla con la leyenda “salud es belleza”, o “aliméntate sanamente”.

Algunos de los entrevistados relacionan la salud con la forma de alimentarse de los personajes, y coinciden en que la buena salud está relacionada con una buena alimentación y que si un personaje se alimenta mal esto repercutirá en su salud. Así lo expresó Marilú, de 12 años:

“Drake siempre come sano y por eso está sano (risas) un día se puso a comer frituras por una apuesta que hizo con Josh y por comer frituras se le hicieron un chorro de granos y lo llevaron al doctor, y le dijo el doctor que siempre recomendaba a sus pacientes comer cosas saludables”

En relación a la variable hábitos alimenticios, los niños se refirieron frecuentemente a lo que comen los personajes que ven en los programas de televisión, sin embargo, esta información se explica en la variable referencias a la alimentación/comida.

Específicamente sobre los hábitos se puede agregar que los niños mencionan en general a que los personajes delegados o de complexión normal tienen buenos hábitos alimenticios y los personajes obesos tienen malos hábitos, es decir, sí relacionan hábitos alimenticios con complexión.

En este sentido, Eugenia, de 12 años, comenta refiriéndose a un personaje delgado: “Pues sí, él es bueno, yo digo que tiene buena higiene, y de alimentación pues a lo mejor comería sanamente. Si no comiera bien no estaría delgado, eso todo mundo lo sabe.”

En un segundo momento de las entrevistas se hicieron preguntas para determinar qué idea tenían ellos de los cuerpos ideales y no ideales en la vida real para investigar cómo estas percepciones pueden influir en lo que ellos piensan sobre sí mismos y sobre los demás.

En primer lugar se identificó que todos los niños entrevistados reconocen que la televisión no es como la vida real, y admiten que los mensajes televisivos están llenos de estereotipos que los realizadores de programas utilizan para hacer reír y para hacer más entendibles las tramas de los programas.

A todos se les pidió que describieran un personaje malo o antagonista y un personaje bueno o protagonista y después se les pidió que describieran a un personaje bello y a un personaje feo y los 18 entrevistados coincidieron en asociar bondad y fealdad con gordura y maldad y belleza con delgadez. Sin embargo, todos admitieron que esos parámetros aplican únicamente para los programas de televisión y que la vida real es diferente porque nada aplica para todos.

En este sentido Hortensia, de 10 años, expresa:

“La vida real es diferente en la series, o sea en la vida real, así en la escuela o con los amigos o los primos no siempre el bueno es guapo y el gordo es chistoso pero en la tele lo ponen así para que entendamos. También los comerciales, son puras mentiras, desde los gansitos que dicen que nutren, o el *BioShaker* (risas).”

Reconocen también que, en los programas, los personajes tienen ciertas características fijas que predominan en casi todos las tramas y afirman que lo hacen con el fin de aleccionar y de marcar pautas entendibles de comportamiento.

Al respecto, Teresa, de 12 años, acota lo siguiente:

“Si a un personaje le hace falta atractivo tiene que sufrir, eso siempre pasa en la tele. También pasa que los gordos nunca ganan, que los guapos tienen más novias y que los que son listos en la escuela no son listos en lo demás, pero eso acá afuera no es cierto. O sea puede ser que a veces pase pero no siempre como en la tele”

Se abordó el tema de cómo una persona puede desenvolverse en la vida real respecto a su complexión y hay opiniones que sugieren que la figura del cuerpo no marca una diferencia respecto a la percepción que se puede llegar a tener de ellos o en las oportunidades que se tienen.

En ese sentido, Alfonso, de 11 años, comenta: “Un gordo puede ser feliz si se gusta a sí mismo. Puedes ser gordo o flaco posiblemente alguien gordo es muy feliz porque se gusta a sí mismo”

Además agrega, que en el ambiente escolar en el que se desenvuelve, la forma del cuerpo no tiene ninguna implicación o representa algún impedimento.

“Aquí, en la escuela, digo yo, todos tienen la misma oportunidad de todo sean flacos o gordos, yo siempre he visto en las asambleas todos bailan y todos tienen la misma oportunidad aquí en esta escuela yo digo que es igualitaria.”

En este mismo sentido Hortensia, de 10 años, afirma que lo importante para un ser humano, más allá de la apariencia física, es el aspecto interior y así lo expresa:

“Sí, yo sí sé que hay personas que tienen diferente el cuerpo, unos más flaquitos, otros más gorditos, pero no por eso me junto o no me junto (con ellos), no por eso los invito o no los invito por ejemplo a mi fiesta (risas) lo más importante es que sea amable, que sea bondadoso.”

Aunque siempre aseguraron que no tener el cuerpo ideal no es motivo de discriminación, sí admitieron que la obesidad trae problemáticas específicas que no tienen que ver con la percepción de los demás, sino que tienen que ver con la salud o con las habilidades motrices. Al respecto Teresa, de 11 años, comentó. “Ahí sí para que le digo que no, ser gordito no está bien porque es malo para la salud... por ejemplo el colesterol...”

Álvaro, de 12 años, por su parte comentó:

“Los gordos pueden tener dificultades por no poder moverse, no ser ágiles...mmm pues a veces no pueden hacer todo porque están pesados. Moverse, jugar, brincar. O sea que físicamente van a tener ciertos problemas.”

Aunque en los párrafos anteriores se confirmó que los niños entrevistados opinan que la percepción que se tiene sobre el cuerpo de los demás no implica ninguna discriminación evidente, reconocen, por otro lado, que la complexión sí incide en la percepción que se tiene sobre sí mismos, es decir que aunque una persona que no tiene un cuerpo ideal no es estigmatizado por los demás, sí suele haber un tipo de auto percepción distorsionada.

Al respecto Eugenia, de 12 años comenta: “Yo sí me he fijado que los gordos perdonan todo, a veces ni les quieres hacer daño y como quiera como que se ofenden.”

También expresan que las personas de complexión obesa tienen dificultades para relacionarse con el sexo opuesto. En este sentido Mónica, de 11 años, afirma:

“Yo me he fijado que los gorditos sí se les nota que batallan pues para convivir yo diría que con las muchachas... porque son bien nerviosos, demasiado o sea, ven a una y les empiezan los nervios y por los nervios, hace mal las cosas y no tienen porqué”

Estas son las opiniones de los niños entrevistados que reflejan cual es el imaginario que tienen ellos sobre los cuerpos ideales y no ideales que se presentan en la televisión y cómo esas ideas lo hacen pensar sobre este aspecto en su vida cotidiana.

## **Resultado Análisis de Contenido: poca evidencia**

En general, los resultados de este análisis muestran que la televisión dirigida a los niños, al estar en horarios en los que ellos pueden exponerse más fácilmente, tiene algunas referencias a la imagen del cuerpo, la alimentación y la actividad física. Sin embargo estas menciones son pocas y son mayormente positivas, muy pocas negativas y casi ninguna neutral. También, los personajes son presentados como positivos y con complexiones normales y hábitos regulares de alimentación y deporte. Esto demuestra que el tema no es

relevante para la televisión al no ser central o siquiera presentado repetidamente.

Los contenidos de la televisión infantil analizada más frecuentes hacen referencias positivas al peso/aspecto y son más largas que las referencias negativas o neutrales. Esto pone en evidencia que en los contenidos infantiles se destacan las características de un cuerpo y peso ideales lo que puede ser ventajoso para reforzar hábitos que lleven a desear ser así, pero por otro lado puede tener la desventaja de mostrar como ideales figuras corporales que no son las que presentan los niños mexicanos promedio.

Con relación a las temáticas de alimentación/comida, en la muestra analizada se hacen más referencias positivas y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Así la programación infantil analizada en esta muestra hace mayor énfasis en menciones positivas con referencia a la alimentación/comida. Esto significa que los niños reciben más información que les dice que deben comer de forma saludable, sin embargo, mucha de esta información se les da en publicidad de productos que no necesariamente son saludables como alimentos chatarra y bebidas con azúcar, lo que en un momento dado puede causar discrepancia entre lo que se dice se debe comer y el resultado que se obtiene al comerlo.

Respecto a las referencias al ejercicio/deporte se encontró que los contenidos más frecuentes en la muestra analizada son menciones positivas y son más largas que las referencias negativas o neutrales. Esto puede hacer presuponer que incitaría a los niños a que llevaran una vida más activa, sin embargo, es importante recordar que el simple hecho de ver televisión es una forma de distraer a los niños de dedicar su tiempo a labores al aire libre y, por ende, a practicar algún deporte.

Con relación a los personajes, el estudio sugiere que aunque en la mayoría de los casos no se hace explícito el rol del personaje, cuando se hace se muestra como positivo. Esto reafirma la idea de que los contenidos presentan modelos positivos con la intención de lograr una identificación de los niños con los personajes presentados y, por ende, se puede presumir que los tomarán como figuras modelo posibles de imitar comportamientos, compararse con ellos y en un momento dado sentirse en desventaja respecto a lo que se les presenta.

Se puede destacar que la mayoría de los personajes presentados son de complexión regular y los que menos aparecen en la programación son personajes atléticos y musculosos, casi no hay personajes obesos o extremadamente delgados, esto significa que en las tramas de los programas se dejan fuera estas figuras para no destacar complexiones no deseables y tratar de llevar a los niños a un estado aspiracional de estar conforme con su cuerpo y su peso. Esto puede ser una ventaja ya que no provee de patrones de conducta indeseables como pueden ser burla o desprecio, pero tiene la desventaja de pasar por alto situaciones problemáticas que, de ser conscientes, podrían ser erradicadas. Lo mismo puede suceder con la evidencia de que la mayoría de los personajes presentados en los programas de televisión dirigidos a audiencias infantiles muestran una imagen saludable, ya que esto podría significar que los emisores de contenidos buscan no presentar deliberadamente la problemática real de la obesidad infantil.

Otra evidencia relacionada con las dos anteriores es que hay muchos más personajes que tienen buenos hábitos alimenticios que los que tienen malos hábitos. Esto en un momento dado puede ser positivo al dar una pauta relacionada con el ideal que se debe presentar en los niños pero un aspecto negativo es que no refleja los hábitos reales. Estas tres últimas variables dan a entender que se muestran a los personajes ideales con la intención de ignorar un problema que existe y por ende no se identifica en los emisores de contenidos infantiles una intención de reflejar la realidad.

Al analizar las referencias respecto al peso/aspecto que hacen los personajes de los programas analizados se ve un comportamiento similar al presentado al analizar los contenidos de los programas en general, y se tiene que los personajes analizados hacen referen-

cias positivas más frecuentemente al peso/aspecto y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Lo que puede dar a entender, entonces, que los personajes de la programación infantil analizada en esta muestra hacen mayor énfasis en menciones positivas con referencia al peso/aspecto y se puede concluir de forma similar que esta forma de estructurar los diálogos en los personajes puede tener un carácter ideal pero no real, es decir, que lo que se dicen los personajes en los programas y los comerciales no representan los discursos de la realidad. Mucho tiene que ver que gran parte de los contenidos analizados son comerciales y en este tipo de comunicaciones audiovisuales el discurso siempre va a ser positivo y enfocado al ideal y no a la realidad.

Lo mismo pasa con los mensajes sobre alimentación/comida, ya que contenidos más frecuentes en el discurso de los personajes de la muestra analizada hacen referencias positivas a la alimentación/comida y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. Podemos concluir que estos personajes son protagonistas de comerciales cuyo objetivo es vender y, por ende, buscarán siempre destacar las bondades de los alimentos por sobre las consecuencias reales de consumirlo. Hay contenidos que no tienen que ver con la publicidad, en cuyo caso el presentarlos como positivos responde a un deseo de atraer a las audiencias con los mensajes de tipo final feliz aunque en las tramas se tengan que forzar situaciones o simplemente mentir.

Las últimas referencias analizadas son las que se tratan sobre ejercicio/deporte y se ve que los contenidos más frecuentes en los personajes analizados hacen referencias positivas al ejercicio/deporte y éstas son más largas que las referencias negativas o neutrales. En esta muestra se hace mayor énfasis a través de los diálogos de sus personajes en menciones positivas también con referencia al ejercicio/deporte. Esto tiene ciertas implicaciones que responden también a directrices generales que la sociedad mexicana ha empezado a legislar para que en los medios se haga referencia al ejercicio físico como deseable, es por eso que se ha incorporado este mensaje tanto en las tramas de los programas como en los textos de los comerciales. Esto puede ser positivo al reforzar un mensaje que no sólo se le está dando a los niños en los medios de comunicación masiva sino que se está presentando en las escuelas y en todas las formas en las que se puede comunicar, sin embargo puede ser negativo al tratar de legitimar una idea que se trunca al hacer que los niños pasen gran parte de su día viendo televisión y consumiendo alimentos chatarra.

## **Resultado Entrevistas Focalizadas: gran influencia**

En términos generales, las respuestas de los niños entrevistados muestran que identifican en los programas de televisión que ven elementos relacionados con peso/aspecto, alimentación/comida y ejercicio/deporte, sin embargo advierten que hay una diferencia entre los programas de televisión y los comerciales con lo que se vive en la vida real. Admiten que en la televisión tienen que mostrar estereotipos y pautas de conducta específicas para acomodar las tramas y que la vida real no es siempre así.

Los niños entrevistados determinan que en los programas de televisión hay personajes obesos y personajes con complexión normal, hablan poco de personajes delgados y nunca se refieren a un personaje como desnutrido o de poco peso. También identifican que en los programas o comerciales se tiende a asociar la complexión de los personajes con su comportamiento, es decir, que los personajes gordos actúan de una manera y los personajes delgados actúan de otra. También afirman que los personajes que tienen evidente sobrepeso tienden a estar envueltos en situaciones cómicas ya que su corpulencia los hace ser torpes.

También se estableció una relación entre el rol que tienen los personajes en las tramas de los programas y comerciales y la forma de comer, y se llegó a la conclusión de que en los programas que ellos ven, los personajes positivos o protagónicos comen de manera saludable y los negativos o antagonistas comen de manera no saludable. También aseguraron que aunque se presentan a personajes comiendo en los programas y comerciales, en general, en la televisión no se marcan pautas de una buena alimentación ni se prescriben formas de alimentarte sanamente. Además advirtieron que el hecho de ver la televisión sí los incita a comprar y comer los productos que ahí se muestran, no sólo en los comerciales, sino en las tramas de los programas. Finalmente, concluyeron que muchas veces la publicidad muestra mensajes engañosos pero que cuando estos son de comida, es complicado no creerlos.

Respecto al ejercicio/deporte, asocian corpulencia con comportamiento agresivo y también advierten que las personas que poseen fuerza física la mayoría de las veces resultan vencedoras en la trama de los programas o comerciales así que, por ende, también se asocia corpulencia con triunfo. También aluden a que los personajes que son aptos para algún deporte poseen características físicas específicas relacionadas con fuerza y precisión. Por último, concluyeron que en la televisión se dan pocos mensajes explícitos sobre hacer ejercicio o practicar algún deporte.

En relación a la variable complexión se puede determinar que los niños saben identificar fácilmente a los personajes respecto a su complexión y también advierten ciertos patrones que se dan en todos los programas con respecto a qué hacen y cómo se ven los personajes. Afirmar que los personajes gordos están en las tramas para hacer reír y que los personajes delgados frecuentemente son malos y están en esa complexión porque no comen por hacer maldades. También identificaron que, en las tramas de los programas, existe cierta dominación de los delgados sobre los gordos y que estos últimos se dejan vencer por miedo. Advierten además que hay cosas que un personaje gordo, a diferencia de un personaje delgado, nunca va a poder hacer, por ejemplo conquistar chicas.

En este mismo orden de ideas y respecto a la variable rol, los niños entrevistados advierten que el rol de los personajes está determinado en gran medida por su físico y establecieron que un personaje gordo tiene casi siempre rol positivo y un personaje delgado, rol negativo. Que los personajes con sobrepeso tienden a ser más amables y más enfocados a agradar a los demás.

En la variable imagen respecto a la salud, los niños identifican pocos mensajes en los programas que les den información sobre la salud de los personajes o sobre cómo pueden tener una mejor salud. Algunos entrevistados relacionan salud con la forma de alimentarse y destacan que una buena alimentación repercute en una buena salud. Respecto a hábitos alimenticios, se encontró que los niños relacionan en las tramas de los programas y comerciales a buenos hábitos alimenticios con delgadez y a malos hábitos alimenticios con gordura.

Todos los resultados anteriores muestran el imaginario de los niños sobre los que ven en la televisión; los resultados que se muestran a continuación destacan la idea que tienen sobre los cuerpos ideales y no ideales en la vida real.

Se identificó que todos los entrevistados reconocen que la vida real no es como las tramas de los programas ni como se muestra en los comerciales, además aseguran que los mensajes televisivos están llenos de estereotipos con la finalidad de hacer más entendibles las tramas. Coinciden en asociar bondad y fealdad con gordura, y maldad con belleza y delgadez, sin embargo acotan que esto sólo aplica para las tramas de los programas pero que en la vida real nada aplica para todos.

Al abordar el tema de cómo una persona puede desenvolverse en la vida real respecto a su complexión, determinaron que la figura del cuerpo no hace una diferencia respecto a la cómo es percibida una persona por los otros o las oportunidades que se le pueden dar, sin



embargo admitieron que una problemática real que sí trae la obesidad son los problemas de salud y de motricidad.

En una última reflexión, los niños entrevistados afirmaron que aunque la percepción que se tiene sobre el cuerpo de las demás no implica ninguna discriminación evidente hacia los obesos, en ocasiones, ellos sí piensan de manera discriminatoria sobre sí mismos y aseguran que frecuentemente se dan auto percepciones distorsionadas con respecto al cuerpo.

## Referencias:

Aradillas-García, C. (2008). *El impacto de la televisión sobre la prevalencia del síndrome metabólico en población infantil de San Luis Potosí*. Medigraphic Artemisa , 11.

Bustos, O. (2002). *Águila y Sol*. Recuperado el 13 de Marzo de 2009, de <http://etcetera.com.mx/pag68ne4.asp>

García, C. (10 de Diciembre de 2002). Televisión infantil. *El Financiero* .

Krippendorff, Klaus. (1980). *Content Analysis*. Beverly Hills, California. Sage Publications

Meléndez, G. (4 de Marzo de 2011). *Obesidad infantil en México*. Recuperado el 4 de Marzo de 2011, de <http://www.alimentacion.enfasis.com/notas/18206-ilsicomparte-informacion-cientifica>

Rodríguez, R. (4 de Marzo de 2011). *Investigación en salud*. Recuperado el 4 de Marzo de 2011, de <http://redalyc.uaemex.mx>

Chueca, M., & Azcona, C. (2002). *Obesidad infantil*. España: ANALES Sis San Navarra.

O'Donell, A. (2005). *Obesidad en la niñez y en la adolescencia*. Argentina: Científica Interamericana.

Reyes-Gómez, U. (2006). *La televisión y los niños: II Obesidad*. México: Medigraphic.

OMS. (4 de marzo de 2011). Organización mundial de la salud. Recuperado el 4 de marzo de 2011, de <http://www.oms.org>



**Imágenes del cuerpo**  
**Alimentación y actividad física en la televisión infantil mexicana**

**Virtualis No. 6, Enero - Junio 2012**

**<http://aplicaciones.ccm.itesm.mx/virtualis>**

**ISSN: 2007-2678**