

Los medios de comunicación y los niños

Notables investigadores y organismos internacionales, preocupados con los problemas de la comunicación masiva se han empeñado en detectar sus efectos en la personalidad de los niños.

Coincidentalmente ha llegado a mis manos una investigación reciente sobre "Los Niños y los Medios de Comunicación Social" de María Josefa Domínguez Benítez, realizada en Bucaramanga (Colombia) con la colaboración del Instituto Colombiano para el Fomento de la Educación Superior (ICFES) y la Universidad Industrial de Santander.

Para esta investigación fueron escogidos 6.072 niños entre los 4 y 12 años. De ellos, 1.207 son de edad pre-escolar y 4.865 son de la segunda infancia. Hay más niños que niñas en un 2.88o/o. El mayor porcentaje pertenece al nivel socio-económico medio (61.9o/o). Veamos los resultados más significativos.

Los niños prefieren la televisión al cine, a la radio y la prensa con un rotundo 75.82o/o y si en ellos estuviera el tomar una decisión no la dejarían suprimir 73.20o/o, mientras sólo un 5.36o/o no dejaría suprimir la radio y un 8.10o/o la prensa.

Las razones que dan para impedir la supresión de la televisión son: "Porque se ve y se oye todo"; "porque es más divertida y está en la casa", "porque es más fácil de entender", "porque puedo ver películas sin pagar nada"; "cuando no me dejan salir es la única distracción que tengo".

Los niños de ocho años son los que más miran televisión. De la muestra, 230 llegan a 10 horas diarias.

En general, más tiempo consumen los niños frente a la televisión durante los días de vacaciones (hasta 8 horas) que los días de clase (2 horas).

Un 79.15o/o abandonan las actividades con sus amigos para sintonizar su programa favorito y sólo un 19o/o prefieren seguir jugando.

Aunque la clasificación de ciertos programas sea para adultos un 53.52o/o permanece frente a la televisión. Los padres o familiares no se lo impiden.

Los programas de adultos que los niños prefieren son las novelas, las películas y las obras de teatro. A un 52.82o/o de los niños encuestados les gusta los programas para adultos y algunas de las razones que dan son las siguientes: "Porque son de acción y terror"; "porque dicen la verdad"; "porque son más interesantes"; "porque en ellas, hay san-

gre, peleas y matanzas". Los que no gustan de los programas para adultos aducen como razones: "Porque son aburridos"; "porque no los entiendo"; "porque me dejan asustado por mucho tiempo".

Un 77.27o/o de los niños en la edad de 8 años miran programas para adultos. Todas las edades, a excepción de los de 11 años, sobrepasan el 50o/o de sintonía de estas programaciones. Aunque la prensa ocupa el tercer lugar con sólo 8.4o/o de preferencia, un 67.96o/o afirman que sí leen el periódico y un 17.22o/o dicen no leerlo. El sitio preferido para lectura es el de su propia casa con un 38.77o/o.

El hecho que un buen número de preguntas no merezcan la respuesta de los niños hace inferir a los investigadores que la prensa no es conocida suficientemente de los niños. Efectivamente en el caso en el cual se suprimiera totalmente la prensa, 17.22o/o afirma que no pasaría nada y 65.79o/o no responde.

En un sexto muestreo dedicado exclusivamente a la prensa que se lleva a cabo en grupos escolarizados, tanto en jardines de infantes como en colegios privados, instituciones oficiales de educación primaria y primero y segundo años de secundaria, se logran algunos resultados interesantes: el 68o/o afirma leer la prensa especialmente el domingo; el 13.7o/o todos los días; y solamente el 2.6o/o dice no leerla ningún día.

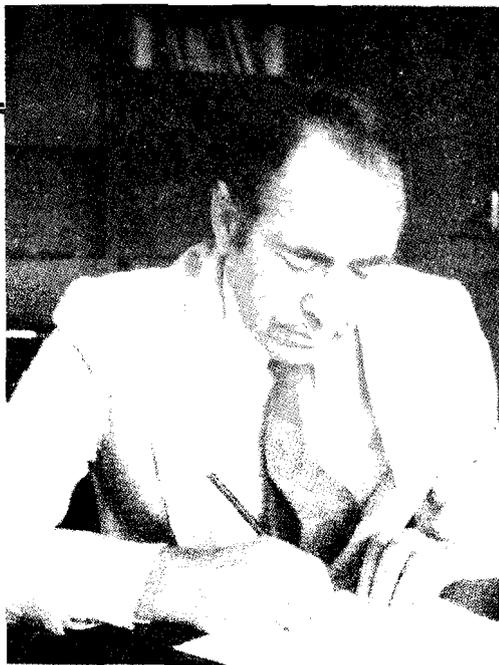
Lo que leen en la prensa la gran mayoría de los niños dicen comentarlo con otras personas, especialmente con sus amigos el 31.6o/o y con sus padres el 29.8o/o. El 19.9o/o no comenta con nadie lo leído.

Respecto de las revistas, el 73.3o/o de los niños dicen leerlas; un 23.2o/o no lo hacen y 3.5o/o no responde. Las revistas preferidas son toda la serie de Kalimán, Orión, vaqueros, superhéroes, con un total de 25.5o/o. Los niños que leen más las revistas son los de 12 años. Algunos datos curiosos: La revista "Vanidades" es leída por un 10.4o/o; "Coqueta" por un 8o/o y las revistas de Walt Disney por un 7.8o/o. 14 niños, entre ellos, 10 de 8 años leen "Play Boy" y 10 niños de 11 años leen "Macho". Un 12o/o, por contraste, leen revistas de conocimiento como "Geomundo", "Selecciones", "Mecánica Popular", "Ideas".

Respecto de la radio el estudio que comentamos señala que 27.14o/o la escuchan mucho; 59.06o/o poco y

El éxito de la programación y lectura infantil dependerá del esfuerzo que se haga para partir del niño y su mundo, evitando el paternalismo que trata de imponerle la visión del adulto.

Los niños deben ser actores y no meros receptores, deben tener la oportunidad de dialogar entre sí de lo que les preocupe, de interrogar a su entorno y contrastar sus respuestas frente a la concepción adulta de la vida.



Dr. Luis E. Proaño

13.8o/o nunca. El 95.63o/o la escuchan preferentemente en su casa.

La preferencia por las audiciones radiales es la siguiente: música 59.52o/o; novelas 12.43o/o; propagandas 11.51o/o; noticias 9.66o/o; educativas 3.17o/o; otros 3.71o/o.

Si bien es verdad que un 17.7o/o señalan a los programas de noticias como uno de sus preferidos, sin embargo un 31.8o/o manifiestan que los inquietan y desagradan seguidos por los programas musicales en un 15.6o/o; los programas de humor en 8.7o/o y deportes en 4.7o/o.

Las noticias que los niños nombran tienen que ver con guerras, robos y atracos, asesinatos, secuestros, terremotos, etc. Algunas de las razones para su disgusto por los programas noticiosos son las siguientes: "Me asusto"; "tengo miedo a la muerte"; "me aterran las noticias sobre robos y secuestros de niños"; "yo me tengo que ir a pie"; "me da miedo que haya otro terremoto igual aquí". Los que no sienten gusto por los programas musicales indican que la música romántica es "triste y para grandes"; "en los ballenatos se canta mal y se hace bulla"; en las canciones rancheras "gritan mucho". Sobre los programas de humor opinan que "no tienen gracia, son feos"; "no se entienden"; "los cuentos y coplas son vulgares". Respecto a los programas deportivos dicen que "los locutores hablan muy rápido y no se les entiende"; "no me interesan"; "no hacen sino pelear, no dicen sino mentiras de los jugadores".

Sólo un 7.5o/o afirmó que existían programas de radio hechos especialmente para niños, mientras un 88.4o/o dijo que no existían.

Si la radio tuviera algún programa para ayudar a los niños a entender mejor sus lecciones y tareas escolares, las materias y temas preferidos serían: matemáticas (34.3o/o); sociales (21.5o/o); ciencias naturales (11.6o/o); idiomas (8.5o/o); enseñar a estudiar (6.9o/o).

El estudio que estamos glosando plantea una serie de hipótesis que pueden servir como puntos de arranque para una ulterior y más perfilada investigación. Permítasenos enunciarlas brevemente:

Los medios de comunicación social no propician la identidad nacional.

Los niños tienden a identificarse con los personajes

ficticios que los presentan los medios de comunicación social.

Los medios de comunicación social refuerzan la agresividad y la violencia en los niños.

La sociedad de consumo explota la mentalidad infantil creando en los niños necesidades ficticias.

Los medios de comunicación social contribuyen a presentar el dinero como supremo valor del hombre.

Del 29 de abril al 4 de mayo de 1985 se realizó en CIESPAL un seminario de "Comunicación para niños", que reunió alrededor de 40 especialistas de diferentes países latinoamericanos para analizar programas radiales y televisivos a fin de ofrecer recomendaciones para la formación de comunicadores y de productores de mensajes para niños. Los resultados de este seminario se publican en la sección de documentos de este número de Chasqui y son suficientemente claros para necesitar cualquier ulterior clarificación o comentario.

Sin restar importancia a tales recomendaciones que recoge el documento mencionado me atrevo a destacar una que parece la más importante. El éxito de la programación y lectura infantil dependerá del esfuerzo que se haga para partir del niño y su mundo, evitando el paternalismo que trata de imponerle la visión del adulto. Los niños deben ser actores y no meros receptores, deben tener la oportunidad de dialogar entre sí de lo que les preocupe, de interrogar a su entorno y contrastar sus respuestas frente a la concepción adulta de la vida.

La importancia del influjo que puedan tener los medios en la conformación de la personalidad infantil estará en función de la familia. Mientras mayor sea la armonía, libertad, amor y comprensión de la familia, menor será el efecto dañino que la violencia y mercantilismo de algunos mensajes y programas puedan causar.

Hace falta, para eso, que los investigadores se preocupen más por estudiar la correlación que pueda existir entre efectos nocivos y configuración familiar.

