

La influencia de los medios de comunicación social en la infancia

Margarita Pino Juste

Universidad de Vigo

Resumen

En el presente artículo intentamos acercarnos a la influencia de los medios de comunicación social en la población infantil. Dado que esta influencia tiene aspectos negativos se establecen posibles alternativas de actuación para favorecer un análisis crítico y constructivo sobre los mismos. También se analizan otras posibilidades como la ampliación de la oferta de actividades de ocio o la construcción de ciudades con criterios de calidad y no sólo de productividad.

Descriptor: Medios de comunicación, actitudes, educación social

Abstract

In this article, we try to approach the influence of the social communication means in the infantile population. In view of this influence has negatives aspects, possible alternatives of behaviour are established so that we can make a critic and constructive analysis about themselves. Other possibilities also analysed such as the amplification of the leisure activities offer or even the construction of towns with not only productive viewpoints but also quality ones.

Keyword: Mass-media, attitudes, social education.

1. Introducción

Partimos en este artículo de que los medios de comunicación social, también llamados medios de comunicación de masas, son agentes de educación social. Existen distintas definiciones, nosotros partimos del estudio realizado por Feroso (1994, p. 220), donde parafraseando al profesor Coloma (1990) los define como *"instrumentos técnicos a través de los cuales grupos de profesionales transmiten unidireccionalmente unos contenidos de información, formación o entretenimiento, a un público numeroso, disperso y heterogéneo"*. La información se puede transmitir de varias formas escrita, radiofónica, televisiva y por ordenador.

Por otro lado, los estudios sobre las influencias de los medios se han multiplicado en los últimos años. Vera (1998, p. 149) señala que *"puesto que sólo tenemos contacto directo con un reducido número de personas, nuestros conceptos sobre la realidad social están influidos cada vez más por los medios de comunicación y las nuevas tecnologías que tienden a incrementar el número de experiencias vicarias artificiales, a costa de debilitar las experiencias sociales directas"*. El control que ejercen estos medios sobre los usuarios es mayor que el que ejercen otros agentes de educación social. De hecho se ha acuñado la expresión *"socialización medial"*. El profesor Feroso (1994, p. 223) propone para comprobarlo repasar los rasgos básicos del proceso socializador y ver cómo exis-

ten en la acción informativo-comunicativa. Los medios transmiten cultura; con sus contenidos afectan a los valores, códigos éticos y creencias; y favorecen la convivencia cuando cooperan con políticas integradoras y tolerantes.

Pero, ¿realmente esto se produce así? Las personas se sumergen en el mundo de la televisión y absorben durante largos periodos de tiempo la información que esta ofrece, pero no disfrutan de la misma. Los telespectadores observan un mundo de ficción que defiere sustancialmente del mundo real. Veamos sólo algunos ejemplos. En las películas los negros son los que roban, asesinan o matan; las mujeres las que cuidan de sus hijos y hacen las tareas domésticas; las escenas de violencia, muchas veces gratuitas, se multiplican; en las noticias escuchamos como los poblados gitanos son núcleos de venta de drogas, como un marido asesina a su mujer porque no es buena esposa, etc.

Refiriéndonos concretamente a la violencia, entre los investigadores que se ocupan de este tema *"prima la opinión de que la violencia presente en los programas televisivos causa efectos perjudiciales en los espectadores y, muy especialmente, en niños y adolescentes"* (Sanmartín y otros, 1998, p. 20)¹.

Es necesario añadir la competencia existente por las cuotas de pantalla, de modo que se intenta llenar de contenido lo insignificante, lo anecdótico y lo accidental (Bourdieu, 1997, p. 102). Así entramos en una dinámica de la pescadilla

¹ Podemos consultar en relación con este tema los trabajos de Ortega, 1997; Ottaway, 1985; Tojo, Leis, Queiro y Martiñón, 1996; Vallejo Najera, 1988; Rojas Marcos, 1996; Clemente y Vidal, 1996.

que se muerde la cola. Los productores dicen que crean programas que la gente quiere ver, y la sociedad dice que ve los programas que les ofrecen. Desde nuestro punto de vista los medios tienen una función formativa y, por lo tanto, deben seleccionar sus programas con criterios objetivos y no sólo por índices de audiencia.

Está demostrado que las personas que ven más de cuatro horas diarias la televisión están tan influidas en su percepción de la realidad social por los contenidos televisivos que sus respuestas son copias de “*contestaciones televisivas*” (Wolf, 1994, p. 98). No hay más que prestar un poco de atención a las respuestas que dan nuestros hijos a algunas de nuestras preguntas o cuando mantene-mos con ellos alguna conversación.

Si entramos en el panorama de la programación infantil es necesario precisar la situación actual de la televisión en España que ha cambiado ostensiblemente a partir de 1990, cuando irrumpen en el panorama televisivo las cadenas privadas Tele5, Antena3 televisión y Canal +. Eran cadenas nuevas y no poseían espacios televisivos especialmente creados para niños, con lo cual en las franjas horarias consideradas tradicionalmente infantiles, comienzan a emitir dibujos animados importados de otros países como Japón. En la mayoría de los casos estos dibujos eran series de muchos capítulos y diseñados para adultos, ya que en algunos países la oferta de dibujos es muy solicitada por esta población. Por lo tanto, lo que ocurrió fue que desde las temáticas tratadas hasta las

técnicas utilizadas en el “*history board*” no estaban adaptadas al público infantil.

A partir del éxito de los dibujos animados todas las cadenas, incluidas las autonómicas, comienzan a diseñar un nuevo tipo de programa llamado *programa club* compuesto por series de dibujos animados y pequeños espacios de producción propia emitidos antes y después de cada capítulo de dibujos. Estos espacios de producción propia están presentados por distintos personajes que representan pequeñas historias, introducen algún vídeo musical, realizan entrevistas a personajes conocidos, llevan a cabo algún juego con concursantes que están en el plató, etc.

¿Por qué estos programas, al poco tiempo, eran líderes de audiencia en su franja horaria?

Nosotros consideramos que, por un lado, se debe a las características propias de la televisión como transmisor de mensajes que hace que el espectador se quede enganchado a ella y tengan tanto éxito. Y, por otro a las propias características de estos programas. Entre otras señalamos:

- Lenguaje ágil, directo con palabras del argot diario como: guay, bulla, esgalla, a piñón, pesca, etc².
- Colores fuertes jugando con los contrastes.
- Cambio rápido de acción.
- Temáticas relacionadas con las vivencias personales.
- Variedad de personajes. Así se consigue que el telespectador siempre se identifique con alguno de ellos.

² Guay significa bonito, bien; bulla es pelea, discusión acalorada; esgalla se utiliza para indicar todo, la mayoría; a piñón significa muy rápido, seguido; pesca es una expresión que significa no quiero; etc.

- Es necesario diferenciar entre lo real y lo imaginario. Los padres deberíamos acompañar a nuestros hijos para ver la TV y realizar las observaciones pertinentes para constatar su irrealidad.
- Lo ideal sería que los destinatarios de la información tuviesen una opinión formada sobre el tema del cual se está hablando.
- Sería también recomendable charlar delante de la pantalla para aumentar la comprensión infantil.
- Que solamente optemos por encender nuestro televisor para ver un programa concreto previamente seleccionado con arreglo a unos criterios establecidos.

Consideramos que cuanto antes se lleven a cabo actividades que ayuden a conseguir estas actitudes, antes se podrían evitar los aspectos negativos arriba mencionados. Por ello, consideramos la escuela como el lugar idóneo de transmisión de estos conocimientos. Evidentemente, la escuela no lo puede hacer todo y casi siempre buscamos ahí la solución a todas las problemáticas sociales. Esto es cierto, pero una ventaja de esta institución educativa es que por ella pasa toda la población en un período de edad propicio para la consecución de actitudes saludables.

A continuación intentaremos reflejar algunas ideas que se pueden llevar a cabo en el ámbito escolar.

No somos partidarios de que se exista una materia relacionada con este tema. Tampoco lo creemos necesario, ya que las destrezas, actitudes o conocimientos que es necesario dominar en este caso, son básicas y deberían formar parte de los contenidos de distintas materias y de la metodología básica de cada profesor. Es imprescindible utilizar una metodología activa, donde el alumno tome decisiones y sea responsable de las mismas. A modo de sugerencia enunciamos algunos ejemplos.

El OBJETIVO principal podría ser el siguiente:

Formar a telespectadores activos que aprendan a utilizar bien los medios de comunicación.

Los CONTENIDOS son muy variados. Enumeramos algunos:

- Intencionalidad de las noticias.
- Categorías de los medios (televisión, radio, cine, prensa, ordenador, etc).
- Géneros (ciencia-ficción, telenovelas, seriales, documentales, noticieros, etc).
- Tecnologías de los medios.
- Lenguaje de los medios.
- Audiencia de los medios.
- Características de los medios (contenido, pautas de uso, forma, etc.).

Las ACTIVIDADES van a ser también muy variadas dependiendo de los distintos contenidos y de nuestra intencionalidad⁵:

⁵ Para conocer actividades sobre esta temática existen distintos materiales impresos entre los que figuran, entre otros, los textos de Tyner, K. y Lloyd, D.: Aprender con los medios de comunicación. Madrid, Ediciones de la Torre; Bazalgette: Los medios audiovisuales en la enseñanza primaria. Madrid, Morata; García Novell, F.: Inventar el periódico. Madrid, Ediciones de la Torre; Aparici, R. y García-matilla, A.: Lectura de imágenes. Madrid, Ediciones de la Torre; Aparici, R.: El cómic y la fotonovela en el aula. Madrid, Ediciones de la Torre; Krasny: Brow, L. Cómo utilizar bien los medios de comunicación. Madrid, Visor.

⁶ Datos recogidos del periódico "Faro de Vigo", pp. 20 del día 9 de enero de 2000.

- Comparar las mismas noticias en varios medios.
- Analizar el contexto histórico de una noticia.
- Buscar las causa de una noticia y analizarlas para poder explicar la situación actual.
- Determinar los intereses de hay detrás de cada noticia.
- Identificar cual es el destinatario de la noticia y qué están transmitiendo.
- Ampliar la noticia en otros medios.
- Características básicas de los mensajes publicitarios. ¿Cómo nos venden la moto?
- Escribir y denunciar en las instituciones pertinentes cada vez que se contravienen las normas básicas legales.
- Porque una noticia aparece como titular o en primera página frente a otras.
- Esta noticia sería noticia en otro lugar del mundo. ¿Qué relevancia tiene?

También en el ámbito de la educación no formal se deben realizar programas para educar en el uso de los medios de comunicación. Señalamos, a continuación, algunas instituciones que, por sus características de cercanía e implicación con la población, podrían colaborar en la tarea propuesta:

- Comunidades de vecinos.
- Asociaciones de amas de casa.
- Asociaciones y círculos recreativos y culturales.
- Asociación de padres.
- Casas de cultura.

La dificultad no estriba tanto, como cabría pensar, en la realización o diseño de las actividades, sino más bien en que no existe una concienciación social sobre la necesidad de educar para el uso de los medios. Por eso, sería importante que desde las instituciones con mayor res-

ponsabilidad social, como los distintos Gobiernos Autonómicos o los Ayuntamientos, se desarrollasen campañas de sensibilización hacia esta necesidad.

En el convenio firmado en Madrid el 26 de abril de 1993 entre las distintas cadenas de TV, el Ministerio y las Comunidades Autónomas, estas instituciones se comprometían a desarrollar una campaña entre los alumnos, padres y profesores, a través de los centros de enseñanza, para promover los valores de respeto a la persona, solidaridad, paz y democracia y, en general, las aportaciones positivas que la experiencia televisiva puede producir en la experiencia personal de los alumnos. En el marco de esta campaña el Ministerio se comprometía a producir un programa dirigido a alumnos, padres y profesores y que también facilitaría a las cadenas de TV para su posible emisión.

Esto implica que es importante la formación en la utilización de los medios de comunicación. Otra cuestión sería qué medios materiales y económicos se destinan para poder llevar a cabo estas iniciativas.

Una educación en los medios de comunicación social permite entender cómo funcionan los medios, de qué modo generan significados, cómo están organizados y cómo usarlos con acierto. Tyner y Lloyd (1995, p. 11) escriben que *"la persona que posea una formación de este tipo estará capacitada para describir el papel que la comunicación cumple en su vida, en términos de cómo la utiliza y en qué cuantía"* Podrá entender, además, las convenciones básicas de los diferentes medios, disfrutando así de su uso de un deliberadamente consciente".

b) Crear otras alternativas de ocio

Sobre todo en las grandes ciudades, pero también en los pueblos y barrios debe existir una oferta amplia de ocio donde los niños jueguen, se diviertan, aprendan a dialogar, a relacionarse, a convivir, etc. En algunos ayuntamientos, ya existen animadores socioculturales que organizan actividades muy variadas y para todos los gustos infantiles. Algunas de ellas intentan recuperar los juegos populares de la comarca, otras son al aire libre, otras fomentan los deportes, otras son más culturales como las de animación a la lectura, el teatro, la música o organizar un coro. No podemos olvidar los campamentos de verano, las colonias, las salidas de fin de semana para conocer otros lugares o las excursiones familiares.

Mientras, hace ya algunos años, la mayoría de estas actividades surgían de forma esporádica en cualquier barrio cuando se juntaban varios amigos; en la actualidad es muy difícil encontrar a un grupo de amigos organizando un juego en equipo. A este cambio han contribuido varios factores.

En primer lugar, la incorporación de la mujer al mercado laboral. Esto ha significado una menor dedicación a su familia; un mayor cansancio físico, ya que a su trabajo, normalmente se le unen las tareas domésticas. Por lo tanto, cuando llega a casa lo que menos necesita es a alguien dando la lata a su alrededor, aún tiene que planchar, dejar organizada la comida del día siguiente, poner la lavadora, etc. Todos sabemos que mientras ven la televisión nuestros hijos se mantienen quietos.

En segundo lugar, la reducción de los espacios en nuestras viviendas; pero también en nuestros parques, jardines o lugares públicos. Todo el mundo solicita una carretera más amplia para que puedan circular mayor cantidad de coches y podamos acceder a cualquier sitio sin apearnos a una acera. Eso significa menores espacios para el peatón que ve relegadas a un segundo plano sus necesidades.

En tercer lugar, la cantidad de actividades extraescolares que realizan nuestros hijos, de modo que su tiempo libre está casi por completo ocupado. Al llegar de la escuela, el niño debe ir a la piscina, a música, a inglés, a informática y, por último, puede jugar; pero, como en casa no tiene espacio y tampoco existe jardín el único recurso disponible es la televisión y ésta *"se convierte en la afición favorita de los niños"* (Clemente y Vidal, 1996, p. 12).

No podemos olvidar la reducción de la natalidad. Las familias españolas han optado por tener de media 1.33 hijos. Las mujeres más formadas, es decir, diplomadas o licenciadas tienen, según los últimos datos 0.33 hijos cada una. Un informe del Instituto Nacional de Estadística revela que en Galicia la mitad de la población femenina, de entre 15 y 49 años, expresa el deseo de no tener hijos. El deseo de procrear decrece en función del número de hijos que ya se tengan⁶.

Esto significa que en un mismo edificio o barrio nuestros hijos encuentran ninguno o muy pocos niños de su edad para poder establecer algún tipo de relación, con lo cual la decisión más lógica es ponerse delante del televisor.

⁶ Es algo parecido a lo que le pasa a nuestros jóvenes. Nos quejamos que salen muy tarde y

c) Construir nuestras ciudades para facilitar calidad de vida

Ya hemos indicado más arriba algunas situaciones que podemos encontrar en nuestras ciudades. Dada la escasez de terrenos para la construcción en las grandes ciudades los precios suben desorbitadamente y se reducen los espacios al mínimo. La especulación está a la orden del día y es moneda de cambio entre los políticos de turno y los constructores más avisados. La venta es siempre rápida dada la demanda de edificabilidad gracias a la emigración del campo a la ciudad. Por ejemplo, en Galicia la población de las provincias de Ourense y Lugo va descendiendo mientras que A Coruña y Pontevedra va aumentando. Esto no se debe al mayor índice de natalidad, sino al flujo de personas que emigran del campo hacia sectores más productivos.

Esta situación ha contribuido a que en los distintos proyectos arquitectónicos no figuren zonas verdes, de esparcimiento o recreo, que no existan jardines o parques; más bien todo lo contrario se come terreno al mar o a la montaña.

Por todo ello, entre otras muchas posibilidades, sería necesario:

- Un mayor espacio para peatones proyectando zonas peatonales donde haya que dejar forzosamente el coche y la familia pueda disfrutar junta de distintos servicios. Estos servicios deben dar respuesta a las exigencias de toda la familia. Para conseguir este objetivo las ciudades deben estar proyectadas de tal forma que lo prioritario sean las personas.
- Creación de mecanismos que favorezcan la comunicación. Cada vez dedica-

mos menos tiempo a la charla, al coloquio de los amigos, al juego de la palabra... Normalmente no podemos perder el tiempo en ello. Debemos estar informados, bien informados, por personas expertas en los distintos temas y acudimos a los distintos medios de comunicación. Lo que allí se dice lo damos por cierto. No se profundiza sobre el tema, ni se buscan explicaciones. ¿No resultaría interesante dedicar tiempo a la charla distendida que favorezca el diálogo con la expresión de distintos puntos de vista? ¿Tenemos espacios para hacerlo? ¿La dinámica de nuestras ciudades lo favorece?

- Espacios pensados para el esparcimiento y el ocio como parques, zonas verdes, servicios múltiples, zonas multiusos, etc., donde podamos disfrutar todos, grandes y pequeños. Actualmente si vamos a un parque infantil nos encontramos algunos toboganes, unos columpios, y algún que otro aparato en mejor o peor estado. Mientras los niños juegan a los padres no les queda otro remedio que soportar las altas o bajas temperaturas de pie y con alto grado de paciencia. ¿No sería mucho más útil que estos espacios estuviesen acondicionados para que los padres también disfrutasen del lugar?
- Los horarios de locales comerciales, bibliotecas, museos, gimnasios, etc. deben ser ampliados para que la gente pueda acceder a ellos fuera de su horario laboral o de la jornada escolar. La mayoría de estos establecimientos tienen el mismo horario que la jornada laboral de un adulto o el horario escolar de los niños, con lo cual apenas se puede disfrutar de ellos. ¿No sería mucho más lógico que los tiempos de apertura y

- cierre de locales estuviese en función de las necesidades sociales?⁷
- Las ciudades están deshumanizadas, todos intentamos huir de la ciudad los fines de semana o en el primer puente que se nos presenta, los espacios deben estar pensados para las necesidades humanas, y no para las empresas o para la explotación productiva del espacio y el tiempo. ¿Por qué huimos de nuestras ciudades? Nos agobian. Solamente vemos a nuestras ciudades como nuestro lugar de trabajo. ¿No sería imprescindible transformar también nuestras ciudades en lugares de encuentro, de comunicación, de diversión, de descanso, etc.?
 - Para combatir la dependencia de la TV es necesario crear hábitos saludables de esparcimiento, es decir, educar para el ocio. Cada vez más la sociedad exige calidad de vida; pero, no sabemos muy bien como conseguir que esta expresión se refleje en nuestra vida cotidiana. Nos sentimos inmersos en un mundo que corre deprisa, nos vemos agobiados al introducirnos en su corriente, pero nos resulta difícil salir de ella. Queremos dedicarle más tiempo a nuestros hijos, charlar con los amigos, leer nuestros autores favoritos, pasear, hacer deporte, ir al cine o al teatro, etc.; pero, todo ello exige tiempo. Justo lo que no tenemos. Tiempo. Cada vez se hace más necesario aprender a disfrutar. Pero, también se hace necesario disponer de espacios para poder hacerlo.

Suponemos que existen otras muchas posibilidades, aquí sólo enumeramos algunas de las más evidentes seguros de que nadie elegiría como opción principal para disfrutar de su tiempo libre la televisión, por citar sólo la más utilizada, si existiesen otras ofertas de mayor interés. Por otro lado, tampoco se trata de “demonizar” este medio, lo interesante sería saber utilizarlo de forma adecuada y para ello nada mejor que educar para la utilización de los medios de comunicación.

su única diversión es beber. ¿Realmente tienen muchas más alternativas?

Bibliografía

- BORDIEU, P. (1997): *Sobre la TV*. Barcelona: Anagrama.
- BRYANT, J. y ZILLMANN (1996): *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona: Paidós.
- CHOMSKY, N. y RAMONET, I. (1999): *Cómo nos venden la moto*. Barcelona: Icaria.
- CLEMENTE, C. y VIDAL, M.A. (1995): *Violencia y TV*. Noesis
- COLOMA, J. (1990): "Los grupos de iguales, como agentes de socialización"; "Efectos socializadores de los medios de comunicación social", en FERMOSE, P. (Dir): *Sociología de la educación*. Barcelona: Alamex, 93-221.
- ESCAMILLA, D. (1994): *Ciudades saludables*. Santiago de Compostela: Xunta de Galicia.
- ESTEVE, J.M. (1983): *La influencia de la TV sobre los niños*. Madrid: Narcea.
- PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío de la TV. Para comprender y usar el medio*. Barcelona: Paidós.
- FERMOSE, P. (1994): *Pedagogía social*. Barcelona: Herder.
- KRASNY, L. (1991): *Cómo utilizar bien los medios de comunicación*. Visor
- LÓPEZ HERRERIAS, J.A. (1997): "Educar-se para la cultura mediática avanzada". *Educación Social*, nº 7, 70-79.
- MUNTAÑOLA, J. (1987): *Los niños y su ciudad*. Barcelona: Ayuntamiento de Barcelona.
- NAVARRO MARTÍ, I. (1995): *La violencia en la programación infantil de TV*. Salamanca: UPSA.
- ORTEGA, J. (1997): "Delincuencia juvenil y televisión". *Educación Social*, nº 7, 97-112.
- OTTAWAY, A.K.C. (1985): *Educación y sociedad: introducción a la sociología de la educación*. Buenos Aires: Kapelusz.
- ROJAS MARCOS, (1996): *Las semillas de la violencia*. Madrid: Espasa Calpe.
- SANMARTÍN, J. y otros (1998): *Violencia, TV y cine*. Barcelona: Ariel.
- STILMAN DE MEN, M. (1991): *Espacios abiertos para la infancia*. Madrid: Ministerio de Asuntos Sociales.
- TOJO, R.; LEIS, R.; QUEIRO, T. y MARTINÓN, J.M. (1996): *Niños adolescentes y TV. Riesgos psicosociales*. Departamento de Pediatría. Hospital Xeral de Galicia, Universidade de Santiago.
- TYNER, K. y LLOYD, D. (1995): *Aprender con los medios de comunicación*. Ediciones de la Torre.
- VALLEJO NAJERA, A. (1988): *Mi hijo ya no juega, sólo ve la TV*. Barcelona: Circulo de lectores.
- VERA VILA, J. (1998): "Agentes de educación social y prevención de la violencia", en PANTOJA, L: *Nuevos espacios de educación social*. Bilbao: ICE. Universidad de Deusto.
- VILCHES, L. (1993): *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.
- WOLF, M. (1994): *Los efectos sociales de los media*. Barcelona: Paidós.