

niños

Tel vid Entes

Marcelo Guardia Crespo

Trabajo basado en las investigaciones de alumnos de la materia de "Métodos de Investigación en Comunicación II", Carrera de comunicación UCB CBBA; segundo semestre de 1994.

La investigación sobre los "efectos" de la televisión en niños ha tenido diversos enfoques que no han llegado a conclusiones convincentes debido al carácter reduccionista de la metodología adoptada.

El carácter fragmentador de los análisis del funcionalismo positivista y cuantitativista ha insistido en la necesidad de enfatizar los estudios en alguno de los elementos del proceso, anulando la posibilidad de comprensión del carácter procesal y dialéctico de los mismos.

Actualmente no es posible realizar investigaciones sobre procesos comunicacionales sin tomar en cuenta la producción social de sentido ocurrida en el espacio de recepción, así como las condiciones de la producción y circulación de mensajes. En esta perspectiva, la metodología cualitativa nos ofrece un importante instrumental para intentar captar invariantes de los procesos comunicacionales.

Considerando que la pro-

ducción de sentido de los niños a partir de la televisión, pasa inevitablemente por las mediaciones¹ familiares, en primera instancia, y escolares en segunda, no se debe ignorar que los significados finales otorgados a los mensajes recibidos, tanto de la familia, la escuela, los medios masivos y las interacciones cotidianas, son susceptibles a modificaciones constantes.

Familia: primer sistema de significación

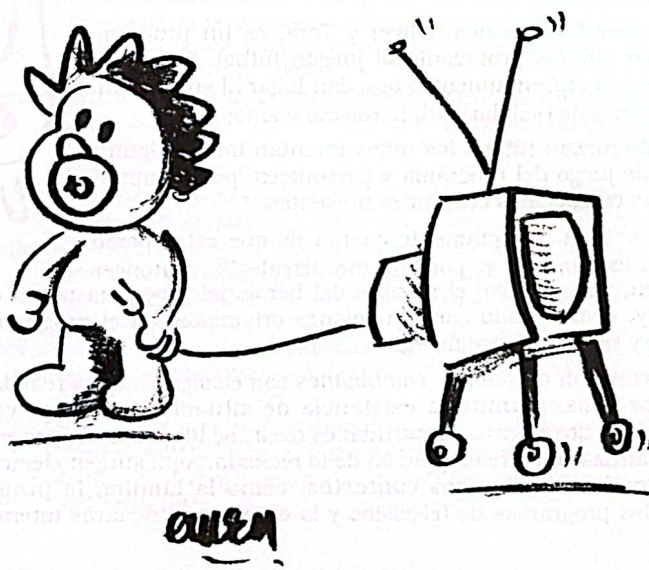
El primer estudio de caso es el de una niña de un año y diez meses que vive con su familia (mamá, abuelos, tíos, nana e hijo de cinco años). Su actividad diaria consiste en juegos hasta media mañana y asistencia a programas de televisión hasta después del mediodía. Durante la tarde duerme y en la noche vuelve a ver televisión alternando con actividades interactivas con sus familiares.

Los programas que más le gustan son: el Chavo del Ocho, Chapulín, En Busca de los Siete Tesoros, Super Campeones y Tom y Jerry, además de telenovelas.

A través de la observación participante, se pudo constatar que la niña, aunque no utiliza correctamente el lenguaje, tiene la capacidad de escoger los programas de su preferencia. Por ejemplo, ante la posibilidad de ver programas documentales o revistas de variedades dirigidas a adultos, se detiene en los que tienen un lenguaje más activo y presentan elementos de mayor dinamicidad en términos de imagen (color) y sonido. Para su madre, es útil que la niña pueda sentirse atraída por algún tipo de programa, porque así ella puede dedicarse a realizar tareas de casa.

Otra verificación importante es el uso precario de conceptos para definir objetos que ve en la televisión. La madre le ha enseñado a la niña a reconocer los animales domésticos que tienen en la casa. Ella sabe cuál es el perro (guau guau) y cuál es el gato. Cuando en la televisión aparece en propaganda algún tigre o león, ella reacciona inmediatamente diciendo guau guau o gato. La niña comienza a utilizar los referenciales que posee para designar las cosas que ve. Por tanto, comienza a producir significados de acuerdo a su experiencia. La significación es un proceso resultante de la interacción entre lo que recibe como signo semiótico² y las mediaciones culturales de su entorno.

Cuando la niña no obedece, la madre la amenaza con un personaje desconocido que "se la llevará", también a un lugar desconocido. A este personaje le llaman "señor". También le ha enseñado que todo lo que representa peligro es el "cucu".



"Orozco dice que los guiones³ proveen a los niños pautas para actuar de acuerdo a una representación generalizada de lo que entienden, se espera de ellos. A partir de esto, la niña comienza a adquirir un rol de actuación dentro el guión que ha elaborado. En este caso, asocia todo lo malo con el "cucu", por lo tanto, llora intentando esconderse y escapar".⁴

De la misma manera reacciona calificando de "cucu" al cocodrilo que representa peligro para Tarzán. Llama "señor" al personaje que aparece en la propaganda de Banco Sur, demostrando mucho miedo, nerviosismo y hasta llorando o escapando.

Todas estas actitudes son normales en niños de esta edad, pues es una etapa de intenso aprendizaje y de conocimiento del mundo que le rodea. Frecuentemente, se ha acusado a los medios de comunicación de ser violentos con los niños, al mostrar violencia y al provocar emociones "negativas" como miedo, frustración, etc.

En realidad, la información de los medios, así como cualquier otra información, contribuye a que los niños vayan ordenando mentalmente las ideas de acuerdo con los valores que se les ha pasado y se van consolidando en la interacción con su vida cotidiana.

A medida que avanza el tiempo, la niña irá adquiriendo más información sobre las cosas e irá fortaleciendo los guiones que le servirán como referenciales para poder interpretar otros mensajes, de modo que, finalmente, pueda ser capaz de discernir sobre temas ya conocidos o que aparecieron en su repertorio. El público solamente no puede tomar posición u opinar cuando el tema le es completamente nuevo. Aun así, dependiendo de las condiciones de la producción (fuente) y del consumo, el receptor juega con diversos mecanismos de defensa entre los que podemos citar a la duda y la desconfianza como los más importantes.

Imitación: identidad en movimiento

En el segundo estudio de caso, se analizaron los usos que los niños del 5° curso de la escuela Arturo Quitón en Chojñacollo - Quillacollo, dan al programa infantil Los Super Campeones más conocido como Oliver y Tom.

Siguiendo los lineamientos generales del anterior estudio, se considera que la producción de mensajes consiste en un proceso de interacción entre los signos semióticos y las mediaciones culturales de los niños. La edad promedio es de 9 a 13 años. Proviene de familias de agricultores, pues se trata de poblaciones de área rural. Estos niños destinan alrededor de 4 horas diarias a ver televisión. Algunos de ellos utilizan su tiempo libre en fabricar ondas para cazar aves y tienen en el fútbol uno de sus deportes favoritos. Otros juegos frecuentes son trompos y canicas, "liga-liga", "pesca pesca".

Los Super Campeones, Oliver y Tom, es un programa japonés en que los protagonistas juegan fútbol. Sus historias muestran enfrentamientos que dan lugar al surgimiento de situaciones de "solidaridad, heroísmo y amor"⁵.

Cuando juegan fútbol, los niños intentan imitar algunas técnicas de juego del programa y personajes, pero adaptándolos a las condiciones culturales presentes.

"Ellos se dan perfectamente cuenta de que estos personajes son imaginarios y, por lo tanto, irreales"⁶. Entonces, sustituyen, por ejemplo, el nombre del héroe del programa por el de Echeverry, combinando con situaciones originadas en el programa: "Echeverry realiza un tiro de tigre".

La percepción de valores combinados con elementos de la realidad vivida por ellos, permite la existencia de situaciones nuevas con relación a los dos puntos de partida; es decir, se identifica un proceso de resemantización y readaptación de lo recibido. Aquí surgen elementos originados en diversos contextos, como la familia, la propia escuela, los programas de televisión y la experiencia de otras interacciones.

Algunos comportamientos "copiados" del programa son acompañados con palabras en quechua. Por tanto, las gramáticas⁷ resultantes son producto híbrido de esas interacciones.

De la misma manera, las apropiaciones del sistema de valores y héroes del programa son asumidas de acuerdo con el sistema de valores de la propia cultura de los niños.

A partir de lo propuesto por la televisión, los niños construyen sus gramáticas de recepción que les permiten actuar de acuerdo con sus necesidades de interacción.

Violencia real o imaginaria

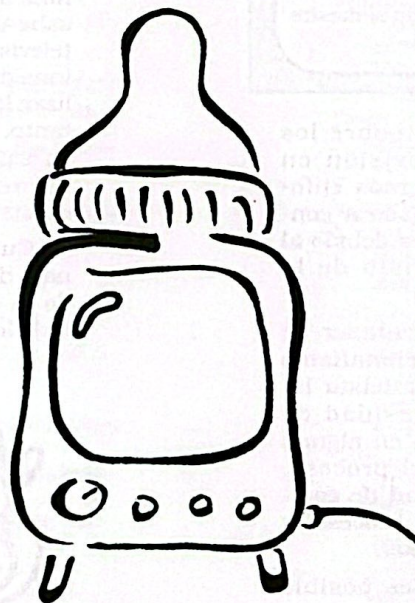
El tercer estudio es el de los niños del Hogar del Ejército de Salvación del barrio de Huayra Khasa en Cochabamba, frente a la serie "Live Man".

La condición de abandonados hace de estos niños un grupo especial por carecer justamente de lo que en anteriores estudios es el primer agente socializador y productor de referenciales frente al mundo: la familia.

Aun así, los resultados demuestran que, de cierta forma, esta carencia es suplida por el rol de la escuela y de la propia institución. Por su importancia, presentamos los puntos relevantes de sus conclusiones:

- "Los niños no se manifiestan ni se identifican de inmediato con sus personajes favoritos. El espacio social donde reproducen lo visto en la televisión es el recreo de la escuela y el hogar. Allí los niños entran en interacción a través de juegos que representan situaciones por medio de las cuales se identifican con los personajes que más les gustan.

- La televisión es un agente socializador como la escuela, la



familia, etc. que también influyen en la creación de valores y en el moldeamiento progresivo de actitudes. No todos los efectos de la televisión son negativos, ya que con la televisión se amplía la información con la que se cuenta sobre el contexto. Existe la posibilidad de acceder a diferentes puntos de vista sobre los diversos problemas humanos; se puede potenciar la capacidad de aprendizaje y acciones benéficas, también pueden servir de canal de transmisión que permita incentivar la creatividad y criticidad.

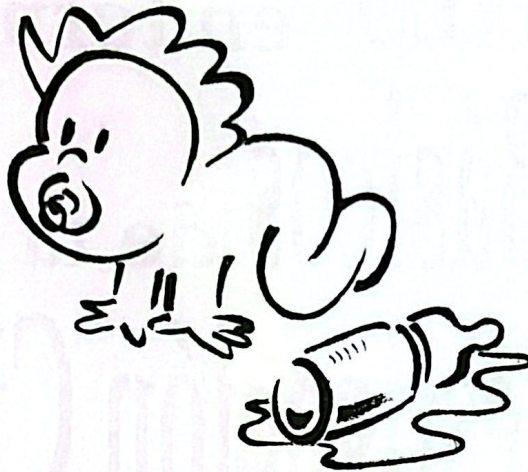
- Los juegos se desarrollan con movimientos poco bruscos, teniendo cuidado de no lastimar a sus compañeros. El término violencia, en el sentido de destrucción como acto dañino hacia los compañeros o hacia la sociedad, no existe para el niño, ni en los programas de TV, ni en sus juegos. Por ejemplo, el programa "Live Man" está impregnado de actos violentos; sin embargo, el niño no los percibe como tales. Las situaciones violentas que se presentan en el programa no son trasladadas a sus juegos, por más tendencia a la identificación que tenga. Esto se debe a que los niños de esta edad poseen un criterio moral propio que les permite discernir entre lo favorable y lo desfavorable para sí mismos y para la sociedad; es decir, han asimilado, durante el corto tiempo de su historia personal, "valores morales".

- Existe violencia en la vida de los niños, en primer lugar debido a su condición de huérfanos abandonados y luego porque se encuentran en una institución donde son controlados por personas mayores que trabajan en ella y no por influencia directa de la televisión⁸.

La metodología al servicio de los objetivos

Todos estos resultados, aunque no pueden ser generalizados, fueron obtenidos gracias a la aplicación de técnicas cualitativas que poseen una mayor riqueza en cuanto a la

posibilidad de captar signos naturales o artificiales que resultan, en muchos casos, determinantes y que no pueden ser captados por técnicas cuantitativas.



Esa es una de las críticas frecuentes a la investigación positivista que, curiosamente combinada al marxismo, se ha ocupado de denunciar la ideología de los mensajes de la producción masiva y de promover amplios programas de "concientización". Lo importante en el estudio de procesos generados por mensajes masivos es la posibilidad de captar la interacción y los resultados provocados dentro los propios contextos de recepción, considerando el carácter dinámico de los mismos.

NOTAS:

¹ "La mediación se entiende aquí como el conjunto de influencias que estructuran el proceso de aprendizaje y sus resultados provenientes tanto de la mente del sujeto como de su contexto sociocultural" Orozco, 1991. citado por Arce et. al.

² Fuenzalida Valerio distingue en todo mensaje el significado semiótico del existencial, indicando que el primero es el que se encuentra como signo y el segundo como atribución del receptor (interpretación).

³ "Una definición genérica de guión lo considera la representación de un evento jerárquicamente ordenado, organizado típicamente hacia la consecución de una meta o conjunto de metas". (Durkin)

"Un guión define secuencias de acción y discurso (...). Los guiones proveen a los niños con las pautas para actuar de acuerdo a una representación generalizada de lo que entienden se espera de ellos", Orozco, 1991, p. 43.

⁴ Arce et al. 1994, p. 18.

⁵ Cárdenas et. al. 1994. p. 5

Esta observación resulta obvia, pero es necesario resaltarla porque todavía existen "teóricos" de la comunicación que suponen que los niños no distinguen entre la fantasía de los mensajes masivos y la realidad.

⁶ Idem, p. 6.

⁷ Macassi; 1993.

⁸ Avila et. al; 1994.

Referencias Bibliográficas:

- Arce Edgar, Arnéz Ramiro, Olivera Olivia, Ovando David, Vaca Mónica; El Mundo de las percepciones del niño a partir de la T.V.; trabajo final de semestre, Métodos de Investigación en Comunicación II, Cochabamba, UCB, 1994.
- Ávila María, Claros Adriana, Delgadillo Patricia, Medrano Rebeca, Rojas O. Jorge, Sandoval Gery; Influencia de la T.V. en los Niños: Programa Live Man; trabajo final de semestre, Métodos de Investigación en Comunicación II, Cochabamba, UCB, 1994.
- Barbero J. M. De los Medios a la Mediaciones; Comunicación Cultura y Hegemonía ed. México, Calypso S.A. , 1987.
- Cárdenas Henry, López Pedro Luis, Montaña Zulma, Reyes Tatiana, Villarroel María A.; Los usos que dan los niños a la Televisión; trabajo final de semestre, Métodos de Investigación en Comunicación II, Cochabamba, UCB, 1994.
- Landi Oscar; Devórame otra vez, Buenos Aires, Planeta, 1992.
- Macassi Sandro, en, Rev. Dia-logos de la Comunicación N° 35, FELAFACS, Lima, 1993.
- Orozco Guillermo; Recepción Televisiva: tres aproximaciones y una razón para su estudio. México; Universidad Iberoamericana; 1991.
- Saperas Enric; Los efectos cognitivos de la comunicación de masas; Barcelona; Ed. Ariel; 1987.