

Relación niños/televisión: un inacabado consenso.

Columna de opinión de Claudio Avendaño Ruz, director magíster internacional en Comunicación Universidad Diego Portales

Un reciente informe estadístico del Consejo Nacional de Televisión entrega datos interesantes sobre la oferta televisiva. Uno de los puntos que resalta especialmente es la disminución, desde 12,5% (2007) a 7,8% (2008), de los programas infantiles. Según el director del consejo se han destinado aportes financieros considerables a la producción infantil. Coincidentemente, han aparecido cartas en la prensa reviviendo un viejo debate de los efectos que la televisión tiene en los niños o, mejor dicho, las interrelaciones entre éstos y los medios de comunicación.

Las medidas tomadas por el CNTV alcanzarían mayor eficacia si los canales valoraran y dieran más espacio en su programación a las producciones infantiles. También es necesario que el Estado se haga parte del problema y promueva, en el ámbito de la televisión digital, la creación de un canal infantil con programación preferentemente chilena y con lo mejor de otros países. Sería un aporte no sólo para niños/adolescentes, sino para los padres y docentes, además haría que en la familia se activaran mediaciones que, respetando los marcos axiológicos de cada sector, pueden contribuir a formar audiencias críticas y autónomas.

A nivel de escuela se ha avanzado en los últimos años, después de décadas de esfuerzos parciales. En la asignatura de Lenguaje y Comunicación se han introducido temas relacionados con los medios de comunicación y la publicidad. No obstante, es un tema transversal, que debe cubrir la totalidad del currículo, para lo cual se debe capacitar a los docentes, de manera que salgan de posiciones apocalípticas e inmovilizantes y se acerquen a la discusión y la educación medial crítica.

Los padres y madres de hoy se han formado como telespectadores desde sus propios visionados. Muchos no saben qué hacer frente a la televisión y tienden a prohibirla o usarla como premio/castigo con sus hijos; sin embargo, sabemos que hay muchas otras formas de mediación al interior de las familias. Es necesario avanzar en este sentido. Las reuniones de padres/apoderados pueden ser una instancia. Como dice el destacado investigador mexicano Guillermo Orozco: "El telespectador no nace, se hace".

En la interrelación entre niños y televisor se dan múltiples factores que influyen: el grupo de pares, las iglesias, el barrio y, a nivel macrosocial, las políticas de comunicación definidas por el Estado. La televisión, junto con el resto de los medios masivos, están domiciliados en una sociedad concreta. Sus contenidos y recepción se relacionan estrictamente con el entorno. Hay que evitar visiones monocausales, sobre todo éstas que tienden a ver sólo los efectos negativos de la televisión, visiones positivistas que olvidan el carácter histórico de los medios masivos. Cabe considerar que habría "efecto directo" sin mediaciones activas que permitan al niño recibir otros puntos de vista o explicaciones de lo que ve; es decir, si no se conversa en o después del visionado o cuando el contenido es nuevo para el campo de experiencia del

televidente, con mayor razón si se trata de un niño o niña. También influye si la relación que se establece es eminentemente emocional y no se dan las orientaciones que ayudan a reflexionar.

Sin embargo, no hay que olvidar que las relaciones con los medios de comunicación y con las tecnologías de la información (TIC), son esencialmente placenteras o, mejor dicho, gratificantes. Usamos los medios en un espacio lúdico-afectivo, como sostiene el investigador chileno Valerio Fuenzalida: ver televisión tiene valor en sí mismo y nos entrega algún tipo de disfrute, de lo contrario, cambiamos de actividad o nos vamos a otro medio. Obviamente falta considerar las demás variables, pero la televisión infantil es una responsabilidad de todos y debe ser institucionalizada. De manera que los canales, las familias, la escuela, el Estado y la sociedad civil asuman la parte que les compete. Para concluir, creo que nos falta avanzar en una orientación más proactiva e incluyente, que transforme a los medios de comunicación en servidores de los sujetos y de la sociedad que se desea construir. Y en esto, todos tenemos cabida.

fuentes: la nación.cl