

NIÑOS, ADOLESCENTES Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN

F. Muñoz García. San Sebastián

Introducción:

La televisión se ha erigido en el medio de comunicación masivo y dominante y es admitido que este poderoso medio audiovisual ejerce una considerable influencia sobre la estructura familiar, superior a la de cualquier otra innovación tecnológica.

La televisión representa una parte de una nueva morbilidad en pediatría y los pediatras debemos de estar familiarizados con sus efectos .

Actitudes poco saludables aprendidas desde los medios durante la infancia, pueden ser puestos en acción durante la adolescencia

Cuestiones más relevantes

1. ¿Cuáles son las áreas específicas de influencia ?
2. ¿Son todos los niños igualmente susceptibles ?
3. ¿Qué validez tienen las investigaciones en este campo ?
4. ¿Qué se puede hacer para aumentar la calidad de la televisión ?
5. ¿Cuál es el papel que debe de jugar el médico de Atención Primaria ?

Áreas específicas de influencia

- 1- Televisión y violencia
- 2- Publicidad y consumismo
- 3- Rendimiento escolar
- 4- Estereotipos
- 5- Televisión prosocial
- 6- Obesidad
- 7- Sexo y sexualidad
- 8- Tabaco y alcohol

1- Televisión y violencia :

La reiterada observación de escenas violentas en TV, repercute sobre la agresividad del niño, que comienza a registrarse ya a partir de los tres años de vida. Hay numerosos estudios que confirman que el alto índice de violencia televisiva interviene como factor importante en la determinación de las conductas masculinas (y femeninas) violentas ,

Cuanto mayor sea el tiempo de exposición a programas televisivos violentos , mayor es el riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes.

Hay una relación positiva entre la violencia en televisión y la subsiguiente conducta agresiva, y como sostiene el psicólogo BANDURA ,los modelos de conducta actúan como estímulos que producen conductas similares en el observador .

2- Publicidad y consumismo:

La publicidad tiene como objetivo estimular el deseo y la necesidad de consumir , y los niños y jóvenes representan una importante cuota de mercado.

La influencia de la publicidad en los niños es muy fuerte, y puede considerarse como un instrumento peligroso, ya que crea apetencias y necesidades que no se corresponden con la edad del niño o del adolescente, y que en la mayoría de los casos no podrá satisfacer.

Las técnicas publicitarias abusan de las limitadas capacidades de análisis y raciocinio del niño y su natural credibilidad, por lo que necesitan del consejo y la explicación de sus padres.

Los niños no deberían ser objeto ni sujeto de publicidad y mucho menos convertirse en víctimas de una publicidad engañosa.

3- Rendimiento escolar:

Numerosos estudios realizados al efecto ,han demostrado que los alumnos que ven más de dos horas diarias de televisión obtienen rendimientos escolares más bajos . La causa de este hecho se debe al retraso del proceso madurativo y a una menor capacidad de abstracción, cuando existe abuso televisivo desde la edad preescolar. La UNESCO ha llamado la atención de que el uso indiscriminado y masivo de la televisión, puede resultar peligroso para el aprendizaje del niño, ya que aumenta la pasividad intelectual , le aparta del trabajo escolar y limita su creatividad.

4- Estereotipos:

La televisión ha llegado a un estado de homogeneidad que crea estereotipos en su programación , modelos de convivencia ,valores y actitudes ,que no se corresponden con la

realidad social. Los niños y adolescentes pueden extraer, en consecuencia, un aprendizaje que no es el más adecuado en aspectos tales como , la relación con sus padres y maestros, sexualidad, modas, alimentación y comportamiento social.

La exaltación de la esbeltez en modelos y presentadoras de TV, se equipara con el éxito y la belleza, y este mensaje tiene tal poder de atracción que puede llevar a muchas adolescentes al cuadro de **Anorexia nerviosa**.

5- Televisión prosocial:

La televisión puede ser un poderoso medio de enseñanza o aprendizaje en valores prosociales. La televisión es un formidable instrumento que puede favorecer la educación, la cultura, el ocio, la promoción de la salud , y una conducta favorecedora de la tolerancia, respeto y solidaridad. .

La televisión supone un potencial , que bien utilizado, puede ayudar a la adquisición de actitudes y estilos de vida positivos , e inculcar aspectos sociales y culturales , no solo para los niños ,sino para todo el conjunto de la sociedad .

6- Obesidad:

Diferentes estudios indican que la prevalencia de obesidad está directamente relacionada con el aumento del tiempo destinado a ver televisión ,en niños y adolescentes de 6 a 17 años, Esto es porque ver televisión representa una actividad pasiva y porque muchos telespectadores consumen diversos productos ricos en calorías mientras ven la televisión

La publicidad también influye de forma importante. De los miles de anuncios que ven los niños al año en televisión, dos terceras partes son sobre alimentos con elevado contenido en calorías, grasas, colesterol, azúcar y sal.

Se ha demostrado que por cada hora de incremento de vision de la TV, aumenta la prevalencia de obesidad, tanto en niños como en adultos; convirtiéndose el hecho de ver televisión en un buen predictor de obesidad.

7- Sexo y sexualidad :

Muchos adolescentes identifican el mundo real con lo que ve en televisión, y como consecuencia de ello se produce un mantenimiento más precoz de relaciones sexuales, con un incremento del porcentaje de embarazos y enfermedades de transmisión sexual.

La televisión se ha erigido como agente exclusivo de educación sexual, y el sexo es utilizado para vender cualquier cosa, desde un champú hasta un coche.

8- Tabaco y alcohol:

Los anuncios de bebidas alcohólicas van dirigidos preferentemente a los jóvenes con el claro mensaje de que el consumo de alcohol facilita la diversión y el éxito con las chicas.

Actualmente la ley prohíbe los anuncios de tabaco y bebidas alcohólicas de más de 20° en la televisión, no así los sugestivos anuncios de cerveza.

Existe una relación clara entre la visión de ciertos programas, la publicidad y ciertos videos musicales, con el consumo de alcohol, tabaco y drogas entre los adolescentes.

¿Son todos los niños igualmente susceptibles ?

Aunque es una cuestión difícil de contestar, la respuesta parece ser, no. Los primeros estudios indicaban que los niños eran más susceptibles, pero en la actualidad se cree que las niñas son igualmente vulnerables.

La mayoría de los estudios sobre el grado de influencia de la TV, han encontrado que los mayores consumidores de televisión están en mayor riesgo que los pequeños consumidores.

El tiempo de exposición es un factor determinante, para la aparición de efectos adversos, como lo es también el hecho de ver la televisión en solitario.

¿ Que validez tienen las investigaciones en este campo ?

La investigación en la influencia de los medios de comunicación, difiere significativamente de las investigaciones médicas, especialmente cuando consideramos el concepto de significancia . Un valor "r" (coeficiente de correlación) de 0,3 es moderadamente significativo en investigación de ciencias sociales , mientras debería ser despreciado como insignificante en la mayoría de las investigaciones médicas, donde valores de 0,8 y superiores son necesarios.

El campo de investigación en los medios de comunicación es fascinante, porque representa un intento de delinear los efectos de un medio que es ubicuo (omnipresente), como es el caso de la televisión. ? Como hacer un estudio sobre un fenómeno cuando no existe un grupo de control en el mundo occidental? Este tipo de estudios solo fué posible hasta 1970 en Canadá, y los resultados sí fueron concluyentes : los chicos eran mas agresivos y menos creativos en sus juegos durante los dos primeros años tras la introducción de la TV.

Para obtener datos de causa efecto sobre la visión de contenidos televisivos ,son necesarios

los estudios longitudinales : el estudio de una población amplia en un periodo de tiempo determinado. Hay pocos estudios de este tipo ,pero existen (EE.UU) y son concluyentes.

No disponemos de estudios longitudinales en nuestro país.

¿ Que se puede hacer para aumentar la calidad de la Televisión?

Hay muy pocas iniciativas encaminadas a desarrollar los aspectos positivos de la televisión ,y existe una tremenda pasividad en los telespectadores , que aceptan - en muchas

ocasiones - con resignación , programas de escasa o nula calidad a falta de mejores alternativas. Estamos asistiendo a un descenso paulatino en el nivel de exigencia , a un conformismo nada positivo, desde el punto de vista cultural y formativo, para niños y adolescentes .

Las cadenas de televisión deberían competir en la emisión de programas de calidad para ganar audiencia y abandonar la táctica de contraprogramación subcultural en la que se han instalado. La salud mental de los televidentes, sobre todo la de los más jóvenes, saldría muy beneficiada.

Los padres se deberían implicar mucho más , a través de las Asociaciones de telespectadores , y participar en la creación de los Consejos Audiovisuales en todas las CC.AA (como ya existe en Cataluña), a fin de conseguir elevar la calidad de los contenidos televisivos, y exigir la puesta en marcha del Código ético firmado en 1993 por las cadenas de televisión con el Ministerio de Educación y Ciencia, y las Consejerías de Educación de las CC.AA, que reconoce en su preámbulo: "**el relevante papel que desempeña la televisión en la sociedad española, la influencia que ejerce en la misma, y en particular en el público infantil y juvenil, así como el potencial educativo que el medio televisivo contiene**".

¿ Cual es el papel que debe jugar el médico de Atención Primaria ?

Los pediatras y médicos de familia han de orientar a los padres para que recuperen el control de la televisión, y han de ser conscientes de que ellos, junto con los padres y educadores tienen la " fuerza" para lograr los cambios en los medios, y conseguir una televisión de calidad, al menos en la programación infantil y juvenil.

El médico de atención primaria necesita hacer una historia clínica televisiva, si ve en sus pacientes alguno de los siguientes problemas :

- ✓ Obesidad
- ✓ Trastornos del aprendizaje
- ✓ Comportamiento agresivo
- ✓ Depresión
- ✓ Ideas suicidas

Recomendaciones para las familias

- Seleccionar los programas cuando los niños son pequeños, y hacerlo conjuntamente cuando son mayores
- Recordar que es indispensable dosificar el tiempo de visión; no más de una o dos horas diarias, según la edad.
- Los niños menores de dos años no han de ver la televisión.
- No sacrificar por la televisión la realización de otras actividades (juegos , lectura, deportes..etc)
- Hacer comentarios y críticas sobre los programas.
- Alertar a los hijos sobre los efectos de la publicidad.
- No dejar a los niños solos frente al televisor. Necesitan de los adultos para juzgar lo que ven.
- No encender la televisión durante las comidas, sería desaprovechar para el diálogo, uno de los pocos momentos en que la familia está reunida.
- El abuso televisivo tiene una influencia negativa sobre el rendimiento escolar.
- Los padres no deben olvidar que sus propios hábitos televisivos serán adoptados frecuentemente por sus hijos.

BIBLIOGRAFIA

1. Argemí J. Influencia de los medios de comunicación sobre el niño y el adolescente, An Esp Pediatr, 1997; S 102: 18-21
2. Castells P. Los niños víctimas de la violencia en TV, Los análisis de ABC, 12 diciembre 1993.
3. Tojo R. Televisión y salud infantil. El papel del pediatra y la pediatría , An Esp Pediatr, 1990; 33, S 43:188-196.
4. Strasburger VC. Children Adolescents and the media. Adolescent Medicine: State of the Art Reviews, Philadelphia, 1993; 4: 479-493.

5. Muñoz F. Informe de la Comisión Especial de Contenidos Televisivos del Senado. Boletín Oficial de las Cortes Generales, 11 abril 1995.
6. Muñoz F. Efectos de la Televisión en los niños. En :La Generación TV, Granada, Alsur, 1996 .
7. Muñoz F. Influencia de los programas de Televisión en la salud y el comportamiento de los niños y adolescentes. En: Tratado de Pediatría Social, García-Caballero C, González-Meneses A, editores, 2ª ed. Madrid: Ediciones, Diaz de Santos, 2000; p.689-694.