

El consumo simbólico y cultural de los programas infantiles en los niños de edad escolar

Amalia Gabino Nevárez*
agabinon@ulvr.edu.ec

Introducción

La comunicación es el proceso mediante el cual se puede transmitir información de una entidad a otra. Los procesos de comunicación son interacciones mediadas por signos entre al menos dos agentes que comparten un mismo repertorio y tienen unas reglas semióticas comunes.

Tradicionalmente, la comunicación se ha definido como el intercambio de sentimientos, opiniones, o cualquier otro tipo de información mediante habla, escritura u otro tipo de señales.

Hablar de comunicación y de educación como dos campos separados no tendría sentido en el mundo actual. Gracias a los escritos de textos seminales de Paulo Freire que sirvieron de inspiración a toda una generación de especialistas de la comunicación de América Latina. La educación necesita de la comunicación para romper los esquemas que han tratado de separarla de la posibilidad de crecimiento, sino también frente a la llamada sociedad de la información, una sociedad donde los individuos y las comunidades están sometidos a otras influencias que

* Universidad Laica Vicente Rocafuerte, Coordinación de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación (CICT&I) Facultad de Periodismo, Guayaquil Ecuador. E-mail: www.ulvrg.edu.ec

contribuyen en su formación. La televisión, la publicidad, la presión de grupo, y por supuesto el acceso a la red (web) a través de Internet, son factores que, sobre todo en el ámbito urbano que hoy es globalmente mayoritario, determinan la conformación de una personalidad mediada.

El informe encomendado por la UNESCO a la Comisión Internacional sobre la Educación en el siglo XXI, presidida por el ex ministro de Francia Jacques Delors (1996) concluyó que los cuatro pilares de la educación son: i) Aprender a conocer; ii) Aprender a hacer; iii) Aprender a convivir; iv) Aprender a ser.

En América Latina varios foros y autores han enriquecido esos conceptos añadiendo: *aprender a emprender*.

La comunicación como valor de desarrollo social implica reconocer la trayectoria que ha tenido en América Latina la propuesta de la Comunicación para el Desarrollo iniciada por Paulo Freire, Luis Ramiro Beltrán y Juan Díaz Bordenave, quienes aportaron elementos conceptuales y evidencias empíricas para pensar el valor del sujeto organizado en comunidad por la vía de la comunicación en un contexto caracterizado por regímenes autoritarios, opresión y pobreza. Podríamos afirmar que su aportación se enfoca en “mirar” las condiciones de vida de los países latinoamericanos y generar preguntas para reconocer la importancia de comprender el contexto de lo local.

Una exigua minoría de su población ejerce poder sobre la vasta mayoría para asegurarse la dominación total. Para hacerlo así, las élites oligárquicas recurren a la comunicación de masas como instrumento para mantener inalterable la situación. Este uso de la comunicación se hace a menudo en forma tan antidemocrática que llega a ser “comunicación vertical (Beltrán, 1991).

A través del Departamento de Investigación Científica, Tecnológica e Innovación de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte de Guayaquil, el proyecto de Investigación “Diseño de un formato de programa de televisión infantil con contenidos culturales y simbólicos nacionales” surge ante la falta de una estructura narrativa propia y auténtica que hace que los contenidos infantiles produzcan conflictos emocionales, aculturación, problemas psicosociales, educativos pues en la mayoría de los programas infantiles que se emiten en las televisoras nacionales existe una clara disminución intelectual, estructural y cultural.

El objetivo principal de este proyecto es contribuir a elevar el nivel intelectual, estructural y cultural de los programas de televisión infantil por lo que ha sido necesario analizar el consumo simbólico y la demanda televisiva de los programas de televisión infantil. Para ello se aplican la técnica de la comparación y el análisis crítico de los contenidos televisivos infantiles de otros países.

El propósito de la investigación fue registrar cómo se construyen culturalmente los imaginarios sociales desde una temprana edad; el término “imaginario social” hace referencia a los significados simbólicos que imitan los niños y niñas, entre cinco y ocho años, de edad escolar; cabe señalar que la investigación fue dirigida a este tipo de construcciones, mediante el análisis icónico de los programas infantiles, pues la visión del mundo mediático tiene significado en la realidad cotidiana del niño.

Los niños, son parte del numeroso público expuesto a la televisión, y probablemente el más vulnerable ante sus mensajes, dada su incompleta formación ideológica, social, cultural y de valores, desde la que son interpretados y asimilados los mensajes del medio televisivo. Se pretende que con esta investigación se haga un poco de conciencia en los padres de que este medio televisivo causa daños psicológicos en los niños, además de afectar su formación ideológica, social, cultural y de valores, debido a que los mensajes transmitidos son poco educativos e inducen a que el menor realice actividades que no son correctas.

Como sabemos la industria televisiva nacional nutre cotidianamente imaginarios colectivos a los televidentes, estos pasivamente consumen simbología icónica de realidades foráneas o ficticias, en cada programa infantil se representa valores o antivalores.

De ahí que encontramos diferentes niveles de agresividad, un bajo rendimiento educativo, incluso una intromisión de diferentes culturas que afectan el desarrollo integral de los niños y niñas de edad escolar.

Sin lugar a dudas, la narrativa icónica posee un lenguaje mediático, una forma de construcción comunicativa y una acción de influencia entre su audiencia. En tal sentido los programas infantiles se presentan como una forma de aculturalización ideológica.

En este contexto, los niños y niñas consumen una estructura narrativa icónica de mercado. Como dice Avendaño “si la televisión la

consumimos todos, ¿por qué no podemos decidir su futuro también como ciudadanos?”.

Posiblemente tenga algo de razón lo que él manifiesta, sin embargo, la televisión no mira a los niños y niñas como un grupo vulnerable, sino todo lo contrario, son potenciales consumidores de los mensajes televisivos infantiles.

En otras palabras, la televisión a nivel nacional es un problema social de masas, puesto que este, como dispositivo socializador, ha adquirido una mayor importancia en las familias ecuatorianas, ya que genera conversación social, mucha cotidianidad simbólica y mundos paralelos para gozar e imaginar.

“La cultura mediática es básicamente el lenguaje, los símbolos, imágenes, sonidos, videos y las tecnologías de información y de comunicación que usan los medios de comunicación masiva para transmitir determinada información a una sociedad, en este caso específico, los niños y niñas de edad escolar” (Flores, 2009).

Como dijera Vygotsky:

La cultura es el determinante primario del desarrollo individual. Los seres humanos somos los únicos que creamos cultura y es en ella donde nos desarrollamos, y a través de la cultura, los individuos adquieren el contenido de su pensamiento, el conocimiento; más aún, la cultura es la que nos proporciona los medios para adquirir el conocimiento (En De María, 2012: 7).

Desde este punto de vista se afirma que los imaginarios televisivos forman parte del desarrollo evolutivo psicosocial del niño o niña, su estructura simbólica adopta apariencias individuales de acuerdo con los programas infantiles, pues los discursos mediáticos construyen y reconstruyen el entorno, muy a su pesar de los significados culturales que el grupo o colectivo posea.

Para Jean Piaget los primeros años de edad escolar son clave, porque “el juego simbólico permite transformar lo real, por asimilación, a las necesidades del yo. Le proporciona al niño un medio de expresión propio y le permite resolver los conflictos que le plantea el mundo de los adultos” (Tejera, 2009). Debido a ello se entra en el debate del desarrollo social y emocional del niño o niña en edad escolar.

En esta investigación se abordó el análisis estructural icónico, debido a la pertinencia que tiene en la construcción de la temática

cultural, lo cual se transforma en el eje articulador de las posibles influencias de la cultura mediática que se replica en la construcción de los imaginarios sociales que tienen los niños y niñas de edad escolar.

El conocimiento exógeno y de conquista mental, se relaciona con los medios masivos de comunicación, considerando que el infante tiene por primera escuela, la televisión para entender su manera de actuar en más de una oportunidad, y como carece de poder de selección de imágenes, será un sujeto manejable.

Se puede afirmar que las imágenes es un conjunto de creencias y asociaciones, es una forma de posición emotiva; puede ocurrir que existan poderosas razones lógicas y materiales para que se articule una imagen positiva o negativa; por estas razones se transforman en todos los casos, en creencias y asociaciones, la imagen es siempre un hecho emocional.

Los niños prefieren programas infantiles caracterizados por tener acción y violencia más espontaneidad, manifestada muchas veces en actitudes inadecuadas de los personajes, dejando en segundo plano valores como el fomento de las buenas actitudes, el cuidado del medio ambiente como sucede en ciertos programas.

La violencia en la televisión es perjudicial para los niños. Cuarenta años de investigación han llegado a la conclusión de que la exposición repetida a niveles altos de violencia en los medios de comunicación les enseñan a algunos niños y adolescentes a resolver conflictos interpersonales con violencia y, a muchos otros, a ser diferentes a esa solución. Bajo la tutela de los medios de comunicación y a una edad cada vez más temprana, los niños están recurriendo a la violencia, no como último sino como primer recurso para resolver los conflictos.

No queda duda alguna de que la exposición repetida a la violencia en la televisión es una de las causas del comportamiento agresivo, el crimen y la violencia en la sociedad. La evidencia procede tanto de estudios realizados en laboratorios como de la vida real. La violencia en la televisión afecta a los niños de ambos sexos, de todas las edades y de todos los niveles socioeconómicos y de inteligencia.

Veamos los diferentes efectos que la televisión produce en los niños:

Efectos en el aprendizaje

Los niños aprenden viendo la TV. La pregunta obligada es ¿Qué aprenden?

De acuerdo a lo señalado en 1982 por el Instituto Nacional de Salud Mental de EE.UU, la violencia de TV conduce a conductas agresivas en niños y adolescentes. Gran proporción de las conductas agresivas son aprendidas por observación y retenidas por largos períodos de tiempo.

No obstante, los niños también pueden aprender de la TV muchos valores sociales, como cooperación y ser amables con los demás y aspectos relacionado con su escolaridad. De hecho en muchos niños “en desventaja” se recomienda dos horas diarias de TV para de esta forma ayudar en el aprendizaje.

Efectos emocionales

La TV es un medio de gran penetración y que en los niños surte efectos en las áreas emocionales, cognoscitivas y conductuales, es decir, influye en sus intereses y motivaciones hacia objetos comerciales o hacia la formación integral del niño.

Como resultado de la repetición de violencia en los medios de comunicación de masas hay un incremento en la sensibilidad emocional del niño ante la violencia. Por otra parte, hay un incremento en la agresión y la capacidad de ser violento o agresivo con otros. Además los niños demuestran mayor agresividad en sus juegos y prefieren seleccionar la agresión como respuesta a situaciones conflictivas.

Efectos en la respuesta de catarsis

La observación de escenas de dolor, horror y sufrimiento resulta en catarsis, es decir, estos sentimientos pueden ser descargados en forma continua durante o después de la observación de programas de contenido violento.

Efectos en la conducta

La imitación es muy importante en la adquisición de la conducta ya sea, adaptada o desviada. La TV ofrece modelos simbólicos, que juegan un papel fundamental en la conformación de la conducta y la modificación de normas sociales. Dichos modelos simbólicos pueden ser positivos (conductas normalmente aceptadas por la sociedad) o negativos (conductas rechazadas por la misma).

Los niños también pueden aprender a creer que las conductas agresivas son una solución aceptable a la provocación, ya que en los programas violentos estas conductas son vistas como moralmente justificables.

Materiales y métodos

La metodología que se utilizó para investigar este trabajo partió con la revisión de documentos bibliográficos para luego capacitar a los estudiantes auxiliares de investigación, en el manejo de cámaras y de la escaleta televisiva, recurrimos a un modelo de formato que recogiera datos técnicos y visuales. Documento técnico-operativo para la observación de los programas dispuestos en la mañana y tarde.



Reuniones con los auxiliares de investigación

El modelo de la escaleta televisiva se ejecutó de manera descriptiva-exploratoria enmarcado en el paradigma cualitativo y cuantitativo. La información obtenida de la plantilla diseñada, fue esquematizada y analizada desde un enfoque semiótico. Marcado por un proceso de observación por niveles de reflexión que determinaba la significación y simbología iconográfica de los programas; es decir que los planos y las representaciones gráficas de las imágenes infantiles reflejan el grado de diferenciación estructural y semántica de los programas, explicando que cada plano tiene ciertos niveles sintácticos.



Proyecto:
DISEÑAR un formato de programa de televisión infantil con contenidos culturales y simbólicos nacionales - Código: IC-ULVRG-12-07 -

FICHA TÉCNICA

ENTIDAD/CANAL		SERIE		FECHA			
Ecuavisa		Doraemon		23/09/2012			
CAPÍTULO No.		TÍTULO		GÉNERO			
....		La Libreta de los deseos.		Entretenimiento			
PRODUCTOR		FECHA EDICIÓN		HORARIO		DURACIÓN	
YamadaToshhide, kimura Jun- Ichi			09:30 A 10:00		30:00	

Nº	IN	OUT	TOTAL	CONTENIDO	PERSONAJE	CÁMARA	IMAGEN	SONIDO	OBSERVACIÓN
1.	0:00:00	0:00:03	0:00:03	Acrobacia	Principal	Rapido	Plano General	Jingle	Intro de la serie
2.	0:00:04	0:00:07	0:00:03	Lenguaje verbal	Principal y Secundario	Continuo	Plano Entero	Dialogo	Novita invita a Shisuka a su casa
3.	0:00:18	0:00:40	0:00:22	Conflicto	Principal y Secundario	Continuo	Plano Entero	Dialogo	Suneo y Gigante se pelean con vita por invitar a shisuka a su casa
4.	0:00:41	0:00:52	0:00:11	Conflicto	Secundario	Rapido	Plano General	Voces	Gigante y Suneo discuten con Shisuka por ir a la casa de Novita

Escaleta televisiva utilizada para observar la programación infantil

El análisis la observación fue selectivo, para realizar esta investigación se aplicó como instrumento encuestas formadas por ocho y nueve preguntas agrupadas en diferentes dimensiones y de opciones múltiples a una muestra de 228 niños de 5, 6, 7 y 8 años de edad escolar de las unidades educativas TEPEYAC de Fe y Alegría, y la Escuela Fiscal Catalina Miranda. Después de seleccionar las dos unidades escolares, se realizó una reunión con los directores de los establecimientos y los profesores de los correspondientes grados educativos, los cuales decidieron participar en el estudio, tras una presentación general del proyecto a los padres de familia quienes en reunión general estuvieron gustosos en participar en charlas educativas y que sus niños sean considerados en parte de este proyecto. No existió rechazo a la participación ni reparo al trabajo de los auxiliares de investigación.



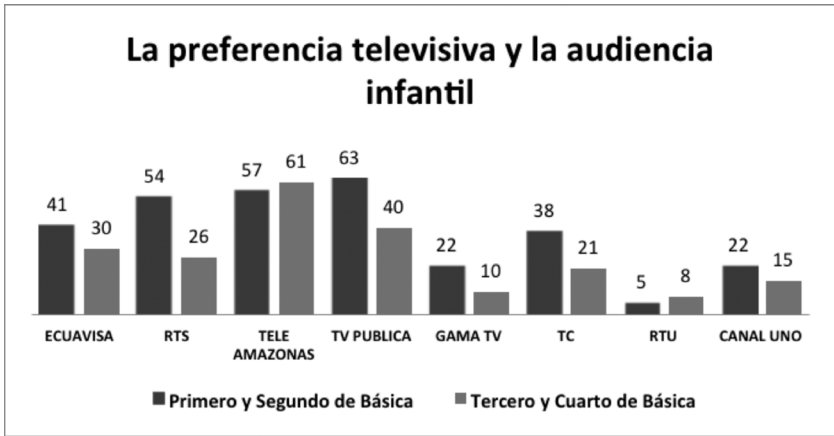
Se realizan visitas a Psicólogas Educativas y Psicopedagogas para la valoración de los formularios de preguntas a utilizarse en la encuesta



Se visitaron dos instituciones de Fe y Alegría y una escuela Fiscal y se realizó la medición sobre la preferencia de los niños en relación a los programas de televisión y sus horarios por franja horaria y rating a través de las encuestas presentadas

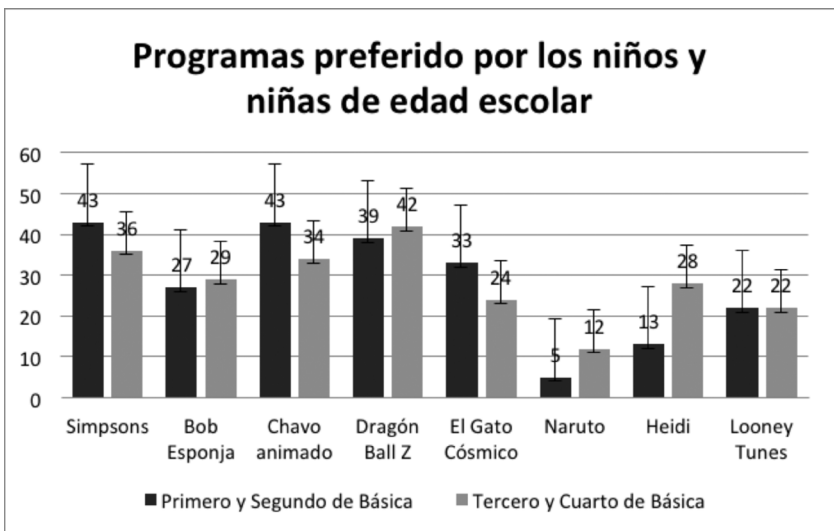
Después de un respectivo análisis de los datos se obtuvo los siguientes resultados estadísticos que resume la información del trabajo ejecutado. La muestra está constituida por 228 estudiantes de primero, segundo, tercero y cuarto año de educación básica. Del conjunto de la muestra 127 son niños y 101 son niñas. Evidentemente existe una disparidad de género debido a la radiografía tomada en las aulas al momento de la recolección de datos. Diferencia significativa en cuanto a la ponderación y preferencia de los programas infantiles.

En el Gráfico 1 se considera la preferencia televisiva de un 55% de los estudiantes de primero y segundo año de educación básica por la Televisión pública y un 54% de los estudiantes de tercero y cuarto año de educación básica por el canal Telemazonas. El restante porcentaje opta por una programación similar o diferente.



Fuente: Encuesta 2013 – Elaboración propia

En el Gráfico 2 se contempla una perspectiva comparativa muy significativa en la audiencia infantil. Un 37% de los estudiantes de primero y segundo año de educación básica seleccionan los programas los “Simpsons” y el “Chavo animado”. Mientras un 37% de los estudiantes de tercero y cuarto año de educación básica optan por “Dragon Ball Z”.



Fuente: Encuesta 2013 – Elaboración propia

De todos los programas infantiles ofertados los niños prefieren los que tienen más acción y violencia, más espontaneidad, manifestada en muchas ocasiones en actitudes inadecuadas de los personajes, dejan en un segundo plano valores como el fomento de las buenas actitudes, el cuidado del medio ambiente, la importancia del diálogo entre las personas y el fomento del compañerismo como se refleja en los programas con contenidos educativos.

Con el resultado de este trabajo tuvimos un marco referencial propio para una interpretación en el contexto sociocultural mediático que hasta incluso vincula el efecto psicosocial de los niños y niñas. En efecto, lo simbólico televisivo reduce la visión cultural nuestra, es decir la enajenación de los programas infantiles conquista el mundo infantil, a pesar que en la actualidad hay una tendencia pionera e inteligible de la televisión pública por alcanzar políticas de comunicación nacional a través de programas especiales que integre al público infantil, aunque este público opta por un modelo de programa infantil ajeno a nuestro contexto nacional. Evidentemente los significados culturales mediáticos revisten de un poder simbólico capaz de dirigir las acciones sociales de los niños y niñas de edad escolar.

La base de esta interpretación se debe a la estrategia metodológica psicosocial emocional empleada en nuestro proceso investigativo, que buscó clasificar, categorizar y articular las múltiples temáticas socioculturales de la programación infantil, por razones que el contenido televisivo juega un papel muy importante en el mundo imaginario de los niños y niñas de temprana edad.

En este sentido, la televisión es un fenómeno de homogenización cultural, siendo de uso familiar e individual. Como dice Caicedo (1992): “la televisión es tal vez el medio de comunicación con mayor influencia en los hogares del mundo, pues este es un agente socializador, buscando a partir de su contenido mostrar la realidad del contexto en la que se está inmerso”.

Evidentemente, la idea inicial de esta investigación fue localizar esos mensajes yuxtapuestos y conocer de primera mano el consumo de los programas infantiles así como también la demanda de los mismos. Obviamente hallamos una disparidad entre la necesidad de la población infantil y la oferta televisiva.

Esta disparidad se evidenció en los indicadores de las diferentes encuestas realizadas en estos establecimientos educativos, por ejemplo, un 73% de las niñas revelan una marcada aculturación por el programa de los Simpsons y un 63% de los niños expresan un claro interés por el lenguaje agresivo y violento del programa Dragon Ball Z. fuentes estadísticas del proyecto de investigación).

La relación entre medios de comunicación, cultura y comportamiento infantil ha sido abordada desde diversos campos de estudio; bajo perspectivas teóricas distintivas de cada área se han ofrecido diversas explicaciones acerca del tejido conformado por instancias y agentes sociales, así como de la forma en que éstos participan durante la elaboración de la explicación que los niños construyen acerca del mundo social en que se desenvuelven. Ante esta dificultad se debe establecer una programación infantil acorde a sus necesidades próximas, sin dejar de lado la correcta interpretación de lo que se consume y de lo que se observa por parte de los niños y niñas de edad escolar; que el carácter mágico e imaginativo, de los niños y niñas, debe poseer una intencionalidad educativa, sin embargo ocurre todo lo contrario, se construye desde la perspectiva y mirada adulta, sin que se mire el entorno del desarrollo infantil.

Conclusiones

En conclusión, tanto lo teórico como lo práctico de los valores culturales y simbólicos de la programación televisiva tienen una importancia social y su incidencia se puede asociar a los fenómenos culturales y comunicativos del telespectador. Sin embargo, la investigación de este proyecto nos representa una dimensión cercana a la construcción de imaginarios sociales y su consumo infantil en nuestra localidad.

Definitivamente, este proyecto pretende profundizar en el estudio de la narrativa icónica, pero desde una perspectiva multidisciplinaria, examinando el consumo y la demanda televisiva de los programas infantiles. Así como su influencia en las edades escolares y sus problemática educativa.

El trabajo como docente investigador de la Universidad Laica Vicente Rocafuerte no termina aquí, seguiremos investigando y generando nuevos conocimientos en beneficio de la Sociedad.

Bibliografía

- Asamblea Nacional (2008). Constitución Política de la República del Ecuador. _____ (2013). Ley Orgánica de Comunicación.
- Carrión, H. (2007). *Radios comunitarias: Situación en el Ecuador*. Quito: Abya Yala.
- Comunicación como valor de desarrollo... (s.f.). Obtenido de www.razonypalabra.org.mx/N/N80/M80/00_Presentacion_M80.pdf.
- Comisión de Auditoría Concesiones de Frecuencias de Radio y Televisión. (2009). *Informe Definitivo*. Quito.
- flores, A. M. (05 de Febrero de 2009). *Cultura mediática: ¿Qué es la cultura mediática?* Obtenido de alemirandafloresmediatica.blogspot.com/.../que-es-la-cultura-mediatica.h.
- Gumucio, A. (2004). *Investigación y desarrollo* (Vol. 12).
- Hernández, D. (2009). El papel de los medios alternativos en la democratización de la comunicación y la sociedad. En S. Sel, *La comunicación mediatizada* (pp. 37-57). Buenos Aires, Argentina: CLACSO.
- Navarro, G. (2008). *De la concentración a la democratización del espectro radioeléctrico: Estudio sobre Concesión de Radiodifusión de frecuencias en el Ecuador 2003-2008*. (C. y. AMARC-ALC, Ed.) Quito, Ecuador: Abya Yala.
- María, F. D. (12 de 07 de 2012). *Resumen de la Teoría Sociocultural de Vigostky*. Obtenido de <http://es.scribd.com/doc/99945083/Breve-Resumen-de-La-Teoria-Sociocultural-de-Vygotsky#scribd>.
- Miranda, J. P. (10 de 2011). *Sientate a ver TV- Universidad Sergio Arboleda*. Obtenido de <http://www.usergioarboleda.edu.co/encontexto/ninos-y-television.htm>.
- Supertel (2012). La radiodifusión sonora en el Ecuador. *Superintendencia de telecomunicaciones. Revista Institucional* (15), 3-7.
- Secretaría Nacional de Gestión de la Política (19 de febrero de 2014). *14 frecuencias de radios comunitarias se entregaron en el Coca y Macas*. Obtenido de <http://www.politica.gob.ec/14-frecuencias-de-radios-comunitarias-se-entregaron-en-el-coca-y-macas/>

Tejera, A. (07 de 10 de 2009). *La carrera de Velocidad en los distintos niveles escolares*. Obtenido de www.monografias.com/usuario/perfiles/lfat/monografias.

