

Reseña

Familia y Televisión: El País que Imaginan los Niños

Título: Los niños como audiencias. Investigación sobre recepción de medios

Autores: Maritza López de la Roche, Jesús Martín Barbero, Amanda Rueda y Stella Valencia

Edición: Ministerio de Comunicaciones de Colombia

No. de páginas: 450

Año: 2001

¿Qué lugar ocupan los cantantes y los grupos musicales en las sensibilidades infantiles? ¿Cómo explicar que Claudia Schiffer y Michael Jackson puedan ser identificados por niños y niñas de todos los niveles socioeconómicos tanto de la ciudad como del campo? ¿Cuáles son sus nociones sobre las diferentes violencias que perciben en sus ámbitos cotidianos y a través de las noticias, o también sobre asuntos diversos como el sida, el medio ambiente e internet? ¿Por qué poner en duda la eficacia de la televisión como “informadora” de los escolares? Este libro explora las relaciones de los niños con los medios de comunicación, impresos, sonoros y audiovisuales. El propósito del trabajo etnográfico consistió en indagar qué imágenes de familia, ciudad, país y mundo tienen los niños de grupos socioculturalmente diferenciados, y de qué maneras los medios de comunicación intervienen en la conformación de sus imaginarios. Se abordan reflexiones sobre clase, etnia, género, lo local y lo global, a través del examen de los medios que están disponibles para los menores en el hogar, y de sus preferencias hacia la lecto-escritura, el consumo audiovisual o el uso de otras tecnologías.

Con una estrategia comparativa, la investigación consultó a estudiantes de 8 a 10 años de edad, de dos zonas urbanas (Cali y Pereira, en el sur occidente de Colombia), y dos rurales (una comunidad indígena paez y otra afrocolombiana). En las ciudades se configuraron

grupos de acuerdo con los sectores socioeconómicos bajo, medio y alto. El trabajo cuantitativo incluyó dos encuestas: la primera consultó 1 015 niños en 5 ciudades. Buscó reunir elementos contextualizadores sobre cómo son sus relaciones con los medios: el lugar que ocupan éstos en su tiempo libre; hábitos de consumo de la televisión, la radio, la prensa y las revistas, el cine y el video, y las preferencias de unas industrias culturales sobre otras. La segunda encuesta relacionó los procesos de comunicación masiva con el campo educativo. Se preparó un cuestionario con preguntas cerradas y abiertas, que respondieron 60 educadores de escuelas primarias públicas de varias zonas del país. La indagación abordó básicamente tres aspectos: uno, cómo se vinculan los maestros con los diferentes medios de comunicación; dos, qué formas de interlocución tienen con sus alumnos acerca de lo que los escolares ven, oyen o leen en los medios; y tres, si ellos como educadores sienten que los medios y las nuevas tecnologías inciden en los aprendizajes de sus alumnos, y si esto les exige transformaciones en sus modos de enseñar. El estudio fue realizado mediante un convenio entre el Proyecto de Comunicación para la Infancia —programa gubernamental— y la Universidad del Valle, la cual asumió el diseño y desarrollo de la investigación. Maritza López de la Roche, profesora de la Escuela de Comunicación Social, trabajó como investigadora principal con cuatro asistentes. La escritura del libro estuvo a cargo de ella y de Amanda Rueda, también parte del grupo de trabajo. El Dr. Jesús Martín Barbero, uno de los investigadores latinoamericanos pioneros en las áreas de comunicación y cultura, hizo sus aportaciones en calidad de asesor.

Las principales áreas de debate teórico son:

- Construcción social de la realidad, representaciones, poder simbólico.
- Consumo cultural, en relación con procesos de diferenciación social.
- Audiencias y recepción de medios.
- Globalización económica y mundialización de la cultura.
- Educación, cultura y ciudadanía.

La investigación se distancia de los lugares comunes sobre los “efectos” de la televisión para indagar desde otra perspectiva cómo los diferentes medios operan dentro de distintas instancias de la vida

cotidiana e interactúan con agencias como la clase social, la familia, escuela, vecindario, pares en edad, grupo étnico, etc. Se relacionan los campos de la comunicación, la cultura y la política, en tanto se vincula la acción de los medios con la configuración de representaciones sociales hegemónicas, y a la conformación de determinados modos de interacción social.

El trabajo se sitúa dentro de lo que el investigador mexicano Guillermo Orozco ha aludido como “Investigación crítica de audiencias”, y se ha nutrido de la reflexión que él ha elaborado y difundido en América Latina. Otro autor clave cuyos estudios han aportado al análisis de la relación TV-audiencias, y en particular a la comprensión de los públicos infantiles, es el chileno Valerio Fuenzalida. Y en el plano de lo local se toman como referencia fundamental las reflexiones y trabajo investigativo de Sonia Muñoz en torno al consumo cultural en Cali.

Es necesario destacar que el estudio *Los niños como audiencias* ha incorporado enfoques metodológicos de investigadores tanto latinoamericanos como europeos, que se inscriben en tradiciones cualitativas de trabajo empírico sobre recepción de medios. Entre los latinoamericanos están Leonel Barrios (Venezuela), María Teresa Quiroz, Rosa María Alfaro y Sandro Macassi (Perú) y Tania Porto (Brasil). Entre los europeos se encuentran Morley, Silverstone y Jensen.

Sin embargo, debe aclararse que el trabajo no se limita a ser un análisis de procesos de recepción de medios. Está articulado en la reflexión más amplia sobre cultura, sociedad y comunicación que en América Latina, incluyendo a Brasil, han elaborado autores como el ya citado Martín Barbero, Beatriz Sarlo, García Canclini y Renato Ortiz.

La publicación de textos como el presentado aquí es relevante para:

- Formular políticas públicas relativas a la programación de televisión y, en general, a la oferta de bienes culturales disponibles para los niños en las sociedades latinoamericanas. Se toma como referente el ideal de “ciudadanía cultural” expuesto por García Canclini (*Consumidores y ciudadanos*, 1995), consistente en la ampliación de la gama de bienes culturales a los que los sujetos sociales puedan tener acceso en el nuevo escenario global-local.

- El diseño e implementación de programas de “Educación para los Medios” en el sistema educativo formal, en proyectos de educación no formal y en la familia. Estas iniciativas implican procesos de socialización política de los escolares. Adquieren relevancia dentro de los debates y acciones más amplios que integran cultura y política, y no se reducen a las clásicas relaciones entre escuela y medios que se formulan como el desarrollo de “lecturas críticas” o la incorporación de innovaciones tecnológicas.

Explorar los comportamientos de los niños como “audiencias” de los medios de comunicación masivos arroja luces para pensar en los tipos de información y entretenimiento que requieren, propiciando que a la vez de divertirlos también los instruyan adecuadamente para sociedades que exigen saberes cada vez más especializados. También nos convoca a generar iniciativas que tomen en cuenta las enormes brechas socioculturales que las nuevas tecnologías hacen más visibles. La investigación nos lleva a preguntarnos cómo estamos abordando la globalización desde las políticas educativas y comunicativas, e interpela también a los analistas políticos en la medida en que los fenómenos estudiados están íntimamente vinculados con los procesos de socialización política de los niños y de configuración de sus idearios y estilos de vida en sus años tempranos de formación. Las preocupaciones formuladas incumben, por lo tanto, no sólo a los medios, a las instituciones escolares o a los padres de familia, sino a todos aquellos a quienes interese pensar creativa y propositivamente la relación entre infancia y ciudadanía. El asesor de la investigación, Martín Barbero, manifiesta en la introducción del libro que el objetivo explícito y crucial de este estudio

... es la exploración de los imaginarios que sobre la familia, el barrio, la ciudad, el país y el mundo, se hacen los niños, y del complejo y ambiguo papel que la televisión juega ahí, en el hacerse y deshacerse de las imágenes desde y con las que nuestros niños sueñan el país, sufren y aman la familia, disfrutan y recrean el barrio, temen y habitan la ciudad (pág. 15).

Este nuevo enfoque va claramente en contrasentido a los estudios que se ocupan no del mundo infantil sino del “dañino” mundo de la televisión, y es por ello que

... obsesionados con su poder maléfico los investigadores acaban olvidándose de los niños o, lo que es lo mismo, reduciéndolos a su condición de espectadores de televisión (Ibid.).

De esta manera, la investigación exploró lo que denominó el universo de los imaginarios infantiles a partir de dos ámbitos sociales: “las relaciones de proximidad” que en la realidad cotidiana de los niños configuran la familia y el barrio; y otro, de proyección más que de vivencia: la ciudad, el país, el mundo. Desde esta gama de relaciones sociales, el estudio descubre la compleja red de interacciones que los niños establecen con la televisión. Por ello, la categoría “mediaciones” es central en la investigación, como perspectiva diferente a la que sostiene que la relación medios-receptores es de causa-efecto. *Los niños como audiencias* es un libro que permite comprender el procesamiento diferente de los mensajes que realizan los niños y niñas de cada comunidad, dependiendo de su existencia cotidiana, de la manera de ver la vida y de la forma de ejercer el derecho a la niñez. En síntesis, es un libro para leer y releer, de consulta permanente para todos aquellos estudiosos de la comunicación y su relación con los niños. Encontrarán en sus 450 páginas, nueve capítulos que dan cuenta de la metodología de investigación, la fundamentación teórica y la construcción analítica en torno a los menores como audiencias.

En el texto se encuentran, además de los dibujos de niños, gráficas y cuadros, los anexos que contienen los talleres, los diálogos sobre lectura, imágenes, familia, el barrio, la ciudad, el país, el mundo y las representaciones de familia que propone la televisión. También incluye los sicodramas sobre cómo los niños ven televisión en casa, realizados en los diferentes estratos sociales incluyendo a la comunidad indígena paez y afrocolombiana. Un elemento central es la familia como mediadora en los consumos de medios en los niños. En esa perspectiva, los sicodramas complementan la información sobre la recepción en el escenario doméstico, y las interacciones durante la televidencia. Desde el Proyecto de Comunicación para las infancia, el libro *Los niños como audiencias* expone a los lectores

... todo lo que se suscita cada vez que un niño o niña acompaña sus juegos o sus tareas al lado de un radio, destina buena parte de su tarde a ver televisión o explorar en la prensa y las historietas las verdades pasajeras.

Martha Corrales
Universidad del Cauca, Colombia