

EDUCACION ACTUAL

EL NIÑO Y LA TELEVISION
María Josefa Domínguez Benítez

INSTRUCCION ASISTIDA POR COMPUTADOR I.A.C.
Marta Galvis de Mantilla

LOS FINES DE LA EDUCACION Y LA PRACTICA PEDAGOGICA
Jorge Gantiva S.

LOS FINES DE LA EDUCACION EN COLOMBIA
Francisco Cajiao Restrepo

EL NIÑO Y LA TELEVISION

Por María Josefa Domínguez Benítez *

RESUMEN

Vivimos en la era de los grandes adelantos de la ciencia y de la técnica y en la época de los mayores progresos en la Comunicación Social y en ese contexto y no en otro crecen los niños.

El influjo de los Medios de Comunicación, de la Televisión especialmente, no siempre positivo para los niños, se manifiesta en sus comportamientos, deseos y visión de la vida. Los resultados de la investigación realizada en Bucaramanga, durante 4 años, confirman, una vez más, los múltiples trabajos de este tipo, llevados a cabo en el mundo.

Los padres, maestros, adultos, profesionales y los que manejan la Televisión, tienen su parte de culpa en este desfase y a ellos mismos incumbe el compromiso de una respuesta.

La tecnología de los Medios de Comunicación, cada vez más sofisticada nos sorprende a todos, adultos y niños, desprevenidos. Pero esa tecnología no es una amenaza; es un desafío y nuestra condición de personas puede afrontarlo.

EL NIÑO Y LA TELEVISION

Un tema como El Niño y la Televisión es inagotable. Conlleva resolver un sinnúmero de interrogantes en los cuales intervienen múltiples disciplinas. De todos los posibles cuestionamientos, abordaré brevemente algunos de los que tienen que ver con la Persona Humana y con los adelantos de la Técnica.

- Quién es el Niño?
- Qué es la Televisión?

Una vez dilucidados, valdrá la pena reflexionar sobre la influencia que ejerce en el niño el estar expuesto a la televisión, que lo informa, lo divierte y lo "educa". Porque queramos o no, la Televisión "educa".

En este punto se multiplican las preguntas. Afrontaré, así sea brevemente, algunas de ellas.

*Doctora en Filosofía y Letras.

Profesora Titular e investigadora adscrita al Departamento de Artes de la Universidad Industrial de Santander. Miembro del Centro Internacional del Film para la infancia y la juventud (CIFEJ).



— Cómo educa la Televisión?

— Qué consecuencias trae esa "educación" para el niño en sí mismo, para el niño como miembro de una sociedad y para el niño agente de la historia latinoamericana?

— Dentro de esta problemática, qué papel debe desempeñar el adulto, el padre de familia, el maestro, el profesional, que en una u otra forma acompañan al niño en las etapas decisivas de su vida como son las de su infancia?

Vivimos en un mundo que estalla de energía y de una masa de informaciones diversas, insistentes e irreversibles, como dice Mc Luhan, y en este contexto y no en otro, crecen los niños.

La tecnología de los Medios de Comunicación Social, cada vez más sofisticada, nos sorprende a todos: adultos y niños, desprevenidos. Pero esta tecnología no es una amenaza; es un desafío y nuestra condición de personas, puede afrontarlo.

¿QUIEN ES EL NIÑO?

Una persona situada y fechada, un ser "en camino"; un ser "en relación"; con valores que debe hacer surgir y crecer; con una voz propia que debe hacer oír y con unos derechos que se le deben respetar en la práctica.

Nuestro niño está ubicado en América Latina, en un país del tercer mundo; en un continente joven llamado a ser la aurora de una nueva época en el concierto de las naciones. Está fechado 13 años antes del año 2000; en la era de la informática, de la electrónica, de los viajes espaciales, de la cibernética, de los espectaculares adelantos de la medicina y de la ciencia en todas sus formas. Y, para el caso que nos ocupa, en la era de los grandes adelantos tecnológicos de los Medios de Comunicación Social.

Como **persona**, el niño es alguien capaz de pronunciar su propia palabra; está llamado a ser agente activo de su existencia, a realizar al máximo su misión de hombre, a no dejarse manipular como si fuera una "cosa", a tomar sobre sí la tarea específica, si se le ayuda, de contribuir a la transformación de la historia, desempeñando en ella, un papel activo, decisivo e insustituible.

¿QUE ES LA TELEVISION?

Un magnífico adelanto de la técnica, que irrumpe en el mundo del hombre para ofrecerle un lenguaje nuevo, atractivo, casi mágico. Es también una forma de comunicación instantánea que anula el tiempo y el espacio: la telepresencia se confunde con la presencia, lo teleinmediato con lo mediato y la telerrealidad con la realidad.

Es el agente de información por excelencia al combinar para transmitir el mensaje, sonido, imagen, movimiento, color, y al presentar muchas veces "en directo" los acontecimientos.

La televisión ha hecho pasar vertiginosamente de una civilización hablada y escrita a una civilización visual y auditiva; ha transformado el ambiente natural en ambiente artificial y ha hecho coincidir lo verdadero, lo imaginario y lo real.

Es como un muro que pone un obstáculo al contacto con la realidad del televidente pero a la vez como una **ventana** que se abre al conocimiento de realidades distantes de su entorno.

La televisión acerca de una manera instantánea las distancias más inalcanzables; convierte al hombre en ciudadano del mundo al ponerlo en contacto con culturas y formas de vida casi inconcebibles y le permite experimentar la sensación de estar acompañando a otros hombres en sus viajes interplanetarios. La televisión juega también con el tiempo: retrocede la historia y la vuelve presente en la pantalla y se adelanta a los acontecimientos, haciéndolos aparecer no como ficción sino como hechos realizados ahora.

El tema de la televisión es inacabable; bástenos reflexionar en que la televisión está ofreciendo al hombre nuevas formas de percibir, de imaginar, de sentir, de pensar, porque, como dice René Berger, se instala directamente en el sistema nervioso del hombre y modela el universo mental de una generación según métodos, de los cuales ignoramos aún los efectos.

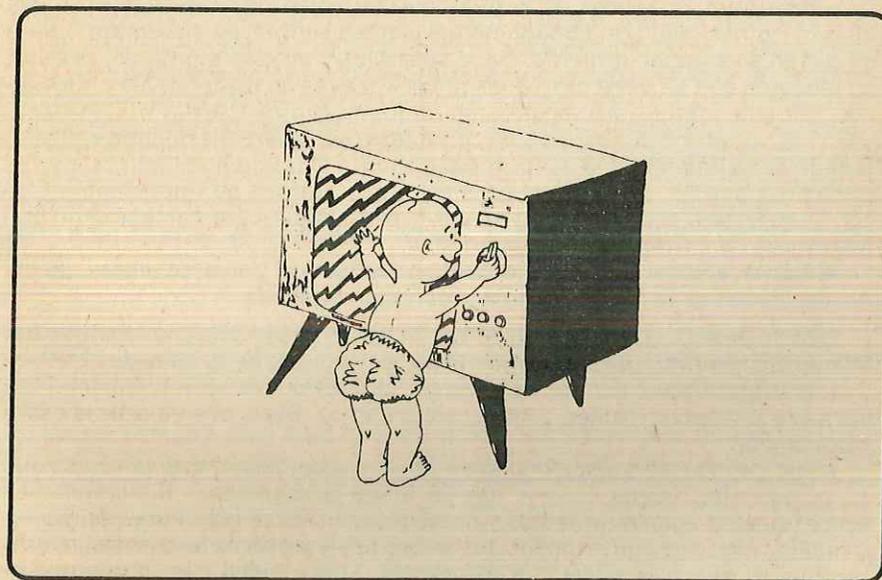
La televisión, en fin, es uno de los más prodigiosos progresos de la ciencia y tal vez uno que comienza a inquietarnos en mayor grado.

¿QUE ES LA TELEVISION PARA EL NIÑO?

Parte clave de su casa; un mueble a la vez igual y muy distinto de los otros. Una pared donde se suceden muchos acontecimientos en colores, ruidos, imágenes y movimientos, que luego no dejan huella en la superficie, a diferencia de las otras paredes donde las rayas y dibujos que él hace con lápiz quedan impresas.

El televisor es parte de su entorno, como lo es su casa, su cuarto, sus juguetes, sus hermanos, su papá y su mamá. Lo ha visto desde que nació y si todos se van, el televisor en un sitio especial de la casa, está ahí, como compañero.

El bebé aún no se levanta del suelo y desde los brazos de su mamá es capaz de oprimir el botón y la "caja mágica" funciona inmediatamente.



En la ETAPA SENSORIO—MOTORA, el televisor le proporciona al niño estímulos visuales, auditivos, colores, formas, que pasan fugazmente y se almacenan en su mente: risas, gritos, música, actitudes corporales, expresiones, van grabándose, según Piaget, en su memoria profunda, por el proceso de organización, adaptación, acomodación y asimilación.

Durante el mismo proceso pueden darse en el niño respuestas a estímulos televisivos que parecen inquietarlo o fascinarlo.

Más tarde, cuando el niño aprende a hablar, estas impresiones son codificadas por los centros cerebrales y tal vez, revaluadas en forma cuidadosa, aun cuando, como dice Roderich Warkentin, no siempre inteligente.

En esta etapa es interesante comprobar cómo el niño, gracias al televisor, varía continuamente de estímulos sensoriales; esto lo enriquece por la múltiple excitación visual, auditiva y aún motora.

Es cuestionable que abunden más las oportunidades en las cuales son los publicistas quienes utilizan esta etapa para hacer desear al niño sus productos y convertirlo en un consumidor, y no el momento privilegiado, aprovechado por los programadores para despertar en él valores artísticos, por ejemplo.

En los AÑOS PRE—ESCOLARES, debido al desarrollo del simbolismo, mediante el cual el niño es capaz de crear imágenes mentales, la televisión resulta uno de los centros de atracción infantil más importantes.

El niño cree que como a él lo miran los personajes de la televisión, lo están "viendo". Tiene la sensación de "ser visto". Esto lo fascina y lo inmoviliza; él ve también que todos sus familiares están fijos en el televisor cuando el locutor de noticias habla; luego también "son vistos" por el locutor.

A veces el niño no entiende el vocabulario o lenguaje empleado en los programas; entonces se habitúa a no oír el lenguaje que se convierte para él en un simple fondo sonoro y se dedica más a la imagen.

Habrán unas imágenes atractivas que él tratará de reproducir en sus juegos y otras que, aun cuando no despierten su interés inmediato, van a influir en su comportamiento. Cabe cuestionar, en este momento, la clase de modelos que se presentan a los niños a través de los lenguajes televisivos. Por este motivo, sicólogos como Bandura, Walters, Meth Vin, Radecki y Ulrich, al referirse a esta etapa como fase del desarrollo del aprendizaje, hablan de la importancia de los modelos tanto vivos como plásticos, que se presentan al niño, en ocasiones los primeros pierden su importancia y se convierten para el pequeño, en menos gratificantes y por consiguiente menos dignos de imitar que los segundos.

A esto se añaden todas las consecuencias para el universo mental del niño, derivadas de la confusión entre realidad y fantasía.

Dentro de esta etapa, las características del desarrollo cognoscitivo del niño son estimuladas profundamente por el lenguaje de la televisión:

Los superhéroes, los títeres y los personajes de las series, cobran vida para él y se vuelven reales. (Antropomorfismo). Pero, qué valores le están inculcando?

Al no centrar su atención sino en una cara del hecho que se desarrolla en la pantalla, puede ocurrir que él tenga percepciones distorsionadas sobre lugares, acontecimientos y personas, con las consiguientes tensiones y miedos que se manifiestan en sus pesadillas y terrores nocturnos, lo mismo que en sus relaciones con los demás. Sobra insistir en lo que puede

ocurrir cuando observa programas para adultos.

Se pueden dar también interferencias serias en la formación de los valores morales, debido a las características y actuaciones de algunos modelos plásticos; interferencias que son favorecidas por el estado de relajación que produce la semioscuridad del televisor, que propicia la pasividad consciente, frente a la profunda actividad del subconsciente que se pone en juego, en estos momentos en el niño.

Todo lo enunciado acontece, con las debidas proporciones, dentro del proceso de maduración, tanto en la etapa pre-escolar, como en la SEGUNDA INFANCIA, entre los 6 y los 12 años, debido a la **impregnación**, fenómeno al cual se refiere la Doctora Liliane Lurcat, del Instituto Nacional de la Salud y de la Investigación Médica, con sede en Montrouge (Francia). Según ella, la impregnación es una forma de aprendizaje muy eficaz, caracterizada por el hecho de que el sujeto aprende sin saber que él está aprendiendo. Los programas televisivos, dice la Doctora Lurcat, producen esta impregnación en el niño.

Las largas horas pasadas frente al televisor pueden también interferir en la actividad lúdica normal del niño y retrasar su progreso físico y síquico integral.

Además entre los 6 y 12 años, época del despertar activo de las interrelaciones, de los progresos del pensamiento, de las operaciones racionales, de la afectividad, de la voluntad y de los sentimientos morales, desafortunadamente casi nunca las programadoras de televisión tienen en cuenta la magnífica oportunidad de ayudar, con sus realizaciones, al enriquecimiento de la infancia, de manera honrada, sincera y adecuada; antes bien, la televisión puede constituirse para el niño en el espejo donde modelos plásticos de dudosa calidad pueden reforzar equivocadamente en él, actuaciones erróneas que le ofrecen los modelos vivos.

La sucesión excesivamente rápida de imágenes puede ser un obstáculo para que el niño aprenda a analizar lo que ve y oye. Hay que agregar, que si no hay colaboración de los padres para dialogar con sus hijos sobre los programas, el cerebro de los niños podría desacostumbrarse a reflexionar.

El televisor puede también monopolizar el tiempo del niño y los momentos destinados antes para el diálogo con sus padres y para el contacto directo con las demás personas, con los objetos de su ambiente y con las lecturas que estimulan su imaginación. La exposición de horas y horas frente al televisor pueden convertirse para el niño en una incapacidad para la conversación espontánea, en un motivo de evasión de sus tensiones, en una forma de "gastar el tiempo" y en una ambigua estimulación de su fantasía.

ALGUNOS RESULTADOS DE LA INVESTIGACION SOBRE LA INFLUENCIA DE LA TELEVISION EN LOS NIÑOS DE 4 A 12 AÑOS.

No me referiré aquí a las innumerables investigaciones que se han realizado a nivel mundial con diferentes enfoques respecto al tema de los efectos de la televisión en los niños. Me centraré en algunos de los resultados obtenidos en la primera etapa de la investigación que llevé a cabo durante casi cuatro años, en el área urbana de Bucaramanga, con la colaboración de la Universidad Industrial de Santander y el ICFES



Se trabajó con un universo total de 6.072 niños, 750 familias, 735 profesores de primaria y de los dos primeros años de bachillerato, en 82 barrios de diferente estrato socio-económico.

La investigación abarcó no solamente el tema de la influencia de la televisión en el niño, sino también la del cine, la prensa y la radio. Sin embargo, en este momento señalaré únicamente algunos datos relativos a la televisión.

La televisión aparece como el medio más conocido y preferido por los niños: 75.8%.

El promedio de horas de permanencia frente al televisor, en tiempo de clases, es de dos horas diarias; durante las vacaciones y los fines de semana, hay niños que ven televisión entre diez y quince horas diarias. El mayor porcentaje lo tienen los niños de 8 años: 27.3%.

El juego pasa, por lo general, a segundo término, frente a un programa preferido de televisión: 79.2%. Se dan casos de niños que desdeñan un paseo o una actividad familiar de recreación con tal de no perder su programa favorito de televisión.

53.5% de los niños permanece frente al televisor aun cuando la clasificación sea para adultos; ni sus padres ni sus familiares se lo impiden. Preocupa el porcentaje de niños en edad pre-escolar que ven programaciones para adultos en horas de la noche. Los mayores índices se dan entre los niños de 6 años: 49.2%; entre los de la segunda infancia son nuevamente los de 8 años quienes en un 77.3% ocupan el primer lugar de sintonía de programación para adultos. Las otras edades, a excepción de los 11 años, sobrepasan el 50% del nivel de sintonía de estas programaciones.

Aun cuando 77.7% de los padres de familia afirman que ven televisión con sus hijos, 41.3% no comentan los programas con los niños. 68.8% de los padres se muestran tranquilos cuando sus niños permanecen "toda la tarde" frente a la pantalla de televisión mirando la programación regular o bien una película en betamax.

De acuerdo a la investigación hay cinco puntos en los cuales quiero hacer énfasis:

1. Los Medios de Comunicación Social no propician, por lo general, la Identidad Nacional. No hacen sentir al niño orgulloso de su situación de latinoamericano y de colombiano. No le hacen amar sus ancestros y con ellos, su música, sus orígenes y su condición de continente nuevo, con un papel por desempeñar en la historia.

Baste ilustrar con un dato lo que se viene afirmando. El 39.4% de los niños preferiría haber nacido en los Estados Unidos. A esto se añade el 38.8% de los padres que no escogerían a Colombia para vivir y educar a sus hijos.

Los continuos "enlatados", los modelos foráneos, aportan ideologías que muchas veces lejos de enriquecer al niño lo hacen evadir de su realidad y soñar con formas de vida que en nada contribuyen a la formación de su identidad. Y una identidad nacional llena de carencias no puede compartir sino pobremente sus valores con otras culturas.

2. Si no se propicia la identidad nacional, tampoco favorece la televisión, en muchas de sus programaciones, la gozosa aceptación de la Identidad Personal; de ahí que el niño, de acuerdo a esta investigación, prefiera identificarse con personajes ficticios como los superhéroes y protagonistas de las series de televisión.

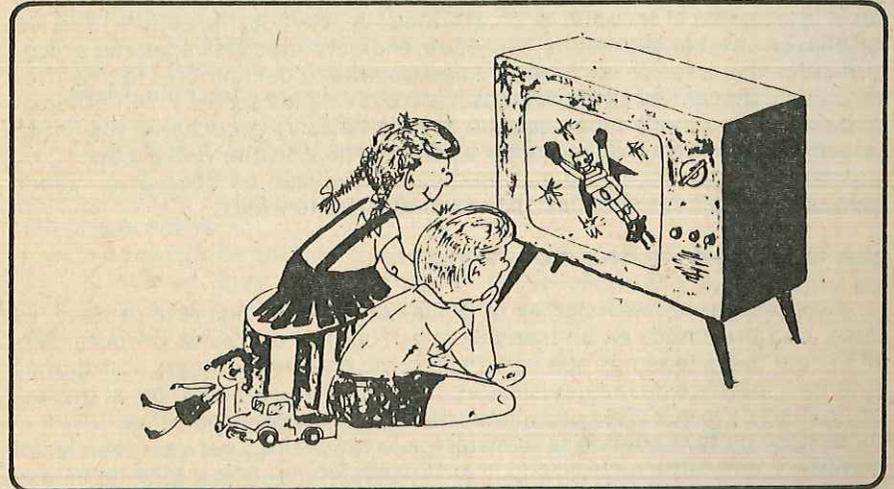
A este respecto se les preguntaba: "Si tú volvieras a nacer te gustaría ser: Tú mismo o un personaje de las series de televisión?". Las respuestas

generales fueron: Tú mismo: 43%. Un personaje de las series de televisión: 57%.

Resulta cuestionador que el 63.2% de niños de 11 años y el 54.2% de niños de 10 años, por ejemplo, no quisieran ser ellos mismos, sino más bien un personaje de las series de televisión, en una etapa, en donde por norma general, se ha llegado a un alto grado de autoestima.

3. No puede desconocerse, desde ningún punto de vista, que Colombia y el mundo viven en un ambiente de violencia; los telenoticiarios son un reflejo de ella. Aun cuando es necesario que el niño se entere de la realidad, el problema radica y se agrava con el sinnúmero de "enlatados" en donde la violencia es el ingrediente básico.

Los superhéroes y los protagonistas de las películas ejercen toda clase de violencia en forma descarnada, de manera que, en lugar de proporcionar al niño una tregua, un descanso ante la violencia real y brindarle mensajes de solidaridad y relaciones humanas gratificantes, le enseñan, por el contrario, casi paso por paso, cómo se triunfa, se gana y se logra poder y prestigio a base de tiros, trampas, astucias, engaños, en los que la agresividad se presenta como único medio de dominar a los demás.



Los programas transmitidos por la televisión, aún los Dibujos Animados, están también cargados frecuentemente de agresividad, y con el impacto poderoso de la imagen pueden reforzar en el niño la tendencia a actuar violentamente y producir efectos aún mucho más graves como el aceptar y acostumbrarse a ver con indiferencia que todo se resuelve con métodos violentos.

No resulta, por esto extraño el 68.7% de niños que prefieren programas de violencia en todas sus manifestaciones y que eligen como personajes preferidos los que en las series de televisión resultan más agresivos.

El miedo, la inseguridad y la angustia son también el resultado, para ciertos niños, de la exposición a películas de tema violento. Un 88% de niños padecen, en ocasiones, pesadillas y miedos nocturnos, como consecuencia de haber visto telenovelas y programas de violencia.

Otra forma de reforzar la agresividad la constituyen algunos juegos electrónicos que utilizan la pantalla del televisor para probar al niño cómo puede él acabar destruyendo muchos enemigos sin dejarse a sí mismo eliminar.

4. La Sociedad de Consumo explota la mentalidad infantil creando en el niño necesidades ficticias y produciendo con demasiada frecuencia, según la investigación, enfrentamientos serios entre padres e hijos al no poder adquirir todo lo que se anuncia a través de los medios de comunicación social. 44.9% de los padres de familia lo confirman y 55.8% de los niños dicen disgustarse cuando sus padres no les compran lo que anuncia la televisión.

Según el nivel socio-económico, se traducirá en escenas de capricho, en disgusto o en un motivo más de frustración.

Se utiliza el niño como anzuelo; se juega con sus sentimientos y afectos, se le "cosifica" para "vender más", quebrantando así el derecho que él tiene a ser tratado como persona.

5. La ideología que sustenta muchos de los programas y películas de televisión, presenta el dinero al niño, como uno de los supremos valores de la vida. El problema reside en que para contrarrestar informaciones de este tipo, no se motiva con la misma frecuencia, hacia la consecución de valores superiores como el trabajo, la creatividad, la honradez, la solidaridad. Se enseña, en cambio, a desear y conseguir el dinero muchas veces con procedimientos que lejos de enriquecer la personalidad del hombre, la prostituyen. Con esto continúa reforzándose, a través de las series y "enlatados" de baja calidad moral, todo aquello que los niños ya escuchan a través de las noticias que tienen que ver con la realidad penosa que vive el país.

Un 56.8% de los niños, por ejemplo, dicen que es necesario "tener muchas cosas y comodidades" para ser inteligente y feliz.

¿LA TELEVISION UNICA CULPABLE?

Afirmar que la televisión es la única culpable de todo este desfase, es falso. La falla radica en un trans fondo estructural de vastas proporciones en el cual todos tenemos que ver. Pero como en este momento abordamos el tema específico de la televisión, es conveniente que iniciemos, al menos, un análisis de lo que ella puede tener de culpa respecto a los niños.

Se hace **cultura** cuando se transforma la naturaleza para el servicio del hombre y **anticultura** cuando la transformación, en una u otra forma, se usa en detrimento de su dignidad humana.

Podría preguntarse, entonces, hasta qué punto este progreso maravilloso de la técnica, que es la televisión, produce **cultura** y en qué porcentaje hace **anticultura**.

El problema y la solución, así parezca paradójico, radica en gran parte, en los siguientes estamentos:

1. En quienes manejan la televisión.
2. En los usuarios de la televisión, especialmente en los padres de familia y en los adultos que ignoran o se hacen indiferentes a la programación elegida por los niños cuando están solos frente al televisor.

Cuando no se detienen a juzgar si es conveniente o no un programa.

En la frecuencia con la cual ellos mismos resulten muchas veces los mejores usuarios de ciertas transmisiones de alto contenido violento, y para no perderlas, dejan que los niños las vean.

Cuando permiten que los niños sigan, en esa edad, las telenovelas. En esta forma los niños entran demasiado pronto en contacto con la subcultura de los adultos y pierden la posibilidad de un desarrollo natural espontáneo.

Cuando convierten la televisión en la única fuente de distracción del niño haciendo crear en él una actitud de dependencia que le impide progresar en otras disciplinas propias de su condición de niño.

Cuando evaden o no propician el diálogo después de un programa de televisión y dejan al niño a merced de sus inquietudes, temores, errores o distorsiones. También, cuando no aprovechan estas magníficas oportunidades para ayudarlos a crear un sentido crítico.

Cuando no se manifiestan frente a lo positivo o negativo de las programaciones para estimularlas o repudiarlas en forma madura, aprovechando los canales que les presentan los mismos medios de comunicación.

3. En la forma de educación. Como institución, la educación se encuentra totalmente al margen de la influencia que pueda tener la programación habitual de televisión en los niños, tal como se da en nuestro país. Los maestros acosados por los pánsumos educativos e impreparados también para orientar a los niños en ese sentido, tampoco se sienten obligados a tomar sobre sí esta tarea, aun cuando reconocen en un 30.9% la influencia negativa que, en ocasiones, tiene la televisión, sobre los niños.

Padres, maestros y adultos en general somos fruto de una educación que rara vez propicia el sentido y el gusto por el análisis de la realidad; y una orientación para el buen uso de los Medios de Comunicación Social no puede darse sin una preparación y una práctica continuas a base de una lectura dinámica de la imagen, donde el sentido crítico se torne consciente, activo, responsable y creativo. Afortunadamente, de acuerdo a la investigación, el 100% de los padres de familia y el 88.4% de los profesores piden esta preparación.

A la carencia de sentido crítico se suma el "analfabetismo de la imagen" lo cual es muy bien conocido y aprovechado por la ideología de quienes, en último término, manejan toda la maquinaria estructural de la comunicación social.

¿ QUE HACER ?

Resulta extremadamente difícil esperar un cambio radical de parte de Inravisión. Hay muchas circunstancias, más que conocidas por todos nosotros, que impiden a esta Institución el viraje de 180° que, en pro de la niñez y de nuestro pueblo, habría que dar.

Citemos una opinión y un hecho a manera de ejemplos:

La opinión, fue emitida por un conocedor profundo de la televisión colombiana: Jorge Alí Triana, quien afirmó: "El objetivo de nuestra televisión es cómo llenar el espacio que hay entre los comerciales". Según él, "aquí la televisión está hecha para ser vitrina de ventas, para anunciar productos que se deben consumir; así el margen para producir algo de interés es muy escaso" (1).

Se dan contadas, aun cuando muy honradas excepciones, en las cuales las programadoras colombianas buscan promover al niño en consonancia con su maravilloso destino de hombre.

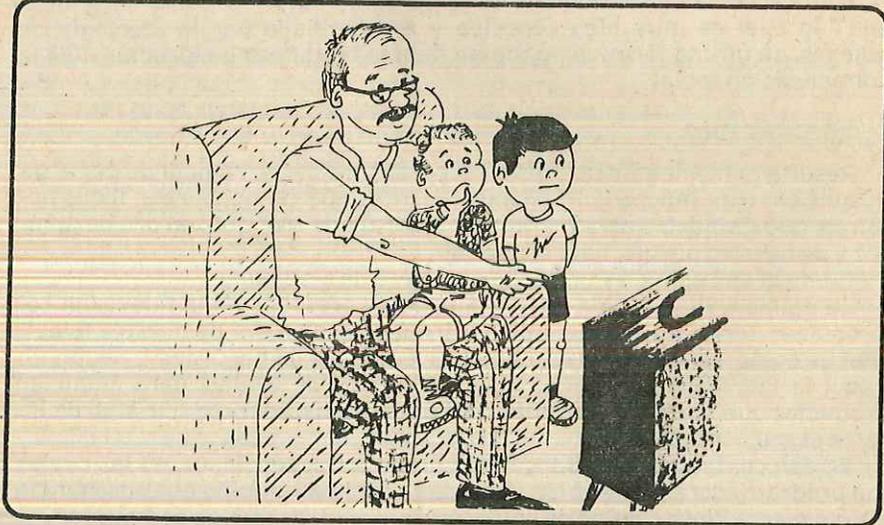
(1) GONZALEZ URIBE, Guillermo "El Arte será la religión del Futuro". En Magazín Dominical de El Espectador No. 102 Marzo 10 de 1985. Pág. 8.

El otro hecho por el cual Inravisión no puede cambiar, somos los mismos usuarios. Sin ningún sentido crítico y adoptando muchísimas veces los criterios de quienes manejan la información y la opinión pública, no permitimos dar un salto hacia una televisión más acorde con los valores que está llamada a incrementar la persona humana. Tenemos ya la experiencia de algunos de los directivos de Inravisión que han tratado de dar ciertos pasos hacia el cambio. Quienes más se han opuesto son los usuarios. Es que, como dice Don Miguel de Unamuno: "El pueblo es como el niño, quiere que le cuenten el cuento que ya se sabe de memoria. Que le reciten el romance conocido y goza en corregir al cuentista o al recitador cuando se sale del papel." (2).

Si los colombianos hemos recibido a través de la televisión, desde hace más de tres décadas una mayor dosis de anticultura que de cultura, no se puede esperar que deseemos un cambio en el cual la cultura ocupe el primer lugar; entendiendo por cultura, en este caso, todo aquello que propenda a despertar en el hombre una identidad nacional recia y fuerte, capaz de aportar y de recibir mutuamente de otros pueblos, lo mejor de sí mismo; una identidad personal gozosamente asumida y un conjunto de valores entre los que debe predominar el SER sobre el TENER. Si se ha recibido violencia y superficialidad, por ejemplo, no se puede esperar que se desee a otra clase de programas.

Los niños no pueden escapar a este desfase.

Es la familia, entonces, la que debe asumir la tarea de acompañar a los niños en el uso adecuado de la televisión. No se trata de ninguna manera, de vedar a los niños el uso de la televisión; sería desubicarlos de un mundo en el cual los Medios de Comunicación Social y entre ellos la televisión, son parte integrante como lo fue la imprenta al hacer su aparición en el mundo. Sería privarlo de todo el aporte positivo que también puede darle este medio.



* (2) UNAMUNO, Miguel de Teatro Completo Aguilar, Madrid p.p. 1193 - 1194.

Por qué no procuran los padres acompañar a sus niños en la selección de los programas? Por qué no se intenta con más frecuencia el diálogo a partir de lo visto por televisión o por betamax?

Por qué no regular, con firmeza, las horas de exposición del niño ante el televisor así como corregir sus posturas físicas frente al mismo?

Por qué no propiciar la lectura, las actividades deportivas, artísticas, creativas, para favorecer la liquidación de las tensiones acumuladas durante la recepción de mensajes televisivos y poner en juego sus actividades de representación, como analizar, describir lo que ha visto, ayudándolo a tomar una cierta distancia que pueda favorecer la diferenciación entre la realidad y la fantasía, entre lo imitable y lo nocivo, entre lo que afecta sus actitudes y sus sentimientos y lo que las favorece?

Esto a corto plazo, en cada uno de los hogares, en cada una de las escuelas, tomado como una tarea diaria, amorosa y consciente en favor de los niños.

A largo plazo, convertirse en miembros activos de los Cursos, Seminarios, Talleres, Jornadas, Congresos que sobre los Medios de Comunicación Social y la Lectura Dinámica de los Signos, preparará a niños, padres, maestros y adultos en general, para desarrollar su fantástica potencialidad humana frente a los Media.

En esta forma, serán los mismos Medios de Comunicación Social, los encargados de convertirse en instrumentos de desintoxicación de todo aquello que haya sido nocivo para los niños y de tornarse, con sus directivos a la cabeza, en promotores de la personalización que exige el estar situado en América Latina, en vísperas del año 2.000.

BIBLIOGRAFIA

- AA.VV. Didattica e audiovisivi; dalla mitologia alla prassi. Paoline. Roma, 1.983.
- ALLPORT, Gordon W. Psicología de la Personalidad. Paidós. Buenos Aires, 1.970.
- AMBROGIO, Tiziano y Equipo. Ragazzi e Cinema. Contributi per una ricerca. Cicinelli. Milano, 1.979.
- BANDURA, Albert, RIBES IÑESTA, Emilio. Modificación de la Conducta. Análisis de la agresión y de la delincuencia. Trillas. México, 1.975.
- BANDURA, Albert y WALTERS, Richard H. Aprendizaje Social y Desarrollo de la Personalidad. Alianza. Madrid, 1.974.
- BERGER, René. La tele-fissione. Alarme alla televisione. Paoline. Alba, 1.977.
- BISHOP, Jay Kay. Los niños, la televisión y la lectura estructural. XVII Congreso Mundial de la OMEP. Memorias. Ginebra, 1.983.
- Playing children who are the super watchers of T.V. XVI Congrès OMEP.: In Congress Proceeding. pp. 466-467. Quebec, 1.980.
- CLUZEL, Jean. Télé-Violence. Plon. París, 1.977.
- CONAPO. Consejo Nacional de Población. (Ed.) La Televisión y los Niños. México, 1.980.
- COSTA, J. La imagen y el impacto psico-visual. Zeus. Barcelona, 1.971.
- CHALVON, Mireille, CORSET, Pierre et SOUCHON, Michel. L'Enfant de vant la T.V. Casterman, Tournai, 1.979.

DELVAL, Juan. Comp. Lecturas de Psicología del Niño. 1. Las teorías, los métodos y el desarrollo temprano. 2. El desarrollo cognoscitivo del niño y del adolescente. Alianza. Madrid, 1.979.

DINELLO, Raimundo. El derecho al juego. Nordam. Comunidad. Estocolmo, 1.982.

DOMINGUEZ BENITEZ, María Josefa. Los Niños y los Medios de Comunicación Social. Antares. Bogotá, 1.985.

ERAUSQUIN, M. Alonso y otros. Los teleniños. Laia. Barcelona, 1.981.

FAW, Terry. Psicología del Niño. McGraw—Hill Latinoamericana. Bogotá, 1.981.

GOLAY, Jean Pierre. Télévision: De la dependance á l'autonomie. CIC. Lausanne, 1.978.

GONZALEZ URIBE, Guillermo. J.A. Triana: Teatro, Cine, T.V. "El arte será la religión del futuro". Magazin Dominical No. 102. pp. 8. Marzo 10 de 1.985. El Espectador. Bogotá.

GREGOIRE, Monique et BLARD, Iveth: Mémorization et remanence de l'image sonore et visuelle en mouvement chez l'enfant. CIFEJ. París. 1982.

HALLORAN, James. Los efectos de la televisión. Nacional. Madrid, 1.974.

KUHNER, María Helena. Uma Televisao para Crianças. Mo'dulo. No. 57. pp. 66—67. Fevereiro, 1.980. Río de Janeiro.

LURCAT, Liliane. L'Enfant et la Télévision. La Vie Médicale-6. Fevrier 1.985. Montrouge. France.

RADECKI, T. In: Approche culturelle et éducative au problème de la violence. Conseil de l'Europe. Strasbourg. 1.983.

SCHRAMM, Wilburn, LYLE, Jack and PARKER, Edwin. Televisión para los niños. Análisis sobre los efectos de la televisión. Hispano-Europea. Barcelona, 1.965.

UNESCO. L'Impact de la télévision éducative sur les jeunes enfants. Etudes et documents d'éducation. No. 40, 1.981. París.

UNAMUNO, Miguel de. Teatro Completo. Aguilar. Madrid, 1.959.

WARKENTIN, Roderich. Cerebros para el futuro. Plaza & Janés. Barcelona, 1.972.

WINN, Marie. T.V. Drogue? Fleurus. París, 1.979.

ILUSTRACIONES: Francisco Roa Méndez