

Editorial

La **puericultura** es el arte de cuidar —cultivar— niños, es el arte de la crianza. Como toda práctica social, es aprendida por medio de la ejecución de las acciones pertinentes; estas acciones son ejercidas por los puericultores, que son todos los adultos que acompañan a los niños en el proceso de crecimiento y desarrollo. Como nadie nace experto en puericultura, es necesaria la capacitación permanente para lograr el objetivo fundamental de esta disciplina: el acompañamiento inteligente y afectuoso del niño en su aventura de vivir.

El **Grupo de Puericultura** de la Universidad de Antioquia, en su última etapa, que data de diciembre de 1989, se ha preocupado por estudiar a fondo todo lo que concierne con el arte de ser padres. Sus componentes, —educadores, pediatras, psicólogos, psiquiatras, trabajadores sociales—, de manera ordenada han confrontado su experiencia y elaborado propuestas acerca de diferentes aspectos de la puericultura.

Como miembros de la Universidad que somos, se desea compartir el fruto de las discusiones en un boletín periódico, con el fin de que los padres que lo lean tengan elementos de reflexión que comparen con sus propias vivencias, en aras de lograr que todos, todos los adultos tengan una actitud puericultora, de tal modo que la crianza sea un proceso dinámico y armonioso que dé la posibilidad real de que cada vez más niños se autoestimen, sean autónomos, creativos, felices, solidarios y sanos.

La televisión y la crianza

Álvaro Posada Díaz

Pediatra Puericultor

Profesor

Departamento de Pediatría y Puericultura

Facultad de Medicina

Universidad de Antioquia

En el entorno en el que se da el proceso de crianza de los niños y los jóvenes están presentes los medios masivos de comunicación social. De estos medios, la televisión es el más difundido y el que más influencia tiene.

La influencia de la televisión en las personas se produce de dos maneras: la primera por el hecho físico de la emisión de ondas electromagnéticas captadas por la vista y el oído, y la segunda, por las características de lo emitido y de quien lo recibe.

Cuando las ondas eletromagnéticas de la televisión son captadas por los ojos y los oídos, son trasladadas por los nervios correspondientes a la corteza cerebral, en la cual producen efecto hipnótico, el que es la base de la influencia para inducir al *consumismo*.

Existe una relación inversa entre el tiempo que se pasa frente al televisor y la actividad eléctrica de la corteza cerebral, lo que dificulta el pensamiento organizado, lo cual se traduce en reacciones más lentas ante emergencias en el momento de ver televisión. Se especula que en niños teledictos se pueda convertir en el modo de reacción usual cuando no están viendo televisión.

Las imágenes televisivas son emitidas tres veces más rápidamente que lo que las puede procesar la corteza cerebral. De aquí surge la hipótesis de la existencia de un *banco de memoria cerebral* en el que se almacenarían imágenes que podrían ser las responsables de patrones de respuesta ante situaciones presentadas con posterioridad. Éste es uno de los asideros para explicar en parte los comportamientos violentos de algunos teledictos.

En el campo del *crecimiento*, las influencias más notorias de la televisión son sobre la postura y la marcha y sobre la calidad de la nutrición. La costumbre de ver televisión de la mayoría de los niños en posición de acostados sobre sus rodillas por largo tiempo, puede dificultar el proceso normal de adquisición de la postura.

Los *alimentos chatarra*, o comidas rápidas, que son de un alto contenido en grasas, azúcares y sal y de bajo contenido en proteínas y elementos menores, son los favoritos de los niños y los padres para consumir frente al televisor, lo cual puede distorsionar el patrón alimentario y convertir el comer, no en el acto placentero que debe ser, sino en un vulgar acto de engullir con el único propósito de llenar y con la posibilidad de malnutrir.

La influencia de la televisión en el *desarrollo* de niños y jóvenes depende de la cantidad de tiempo que se dedica a ver televisión, la calidad de las propuestas televisivas y la capacidad negociadora de quienes reciben las propuestas.

En la medida en que el niño avanza en su crecimiento y desarrollo, busca afanosamente la construcción de metas como *autoestima*, *autonomía*, *creatividad*, *felicidad*, *solidaridad* y *salud*, es decir, es gestor de su *socialización*.

Los agentes socializadores son la familia, la escuela y los medios masivos de comunicación social. La televisión —que es el medio de comunicación social más poderoso— tiene al niño como un receptor de mensajes al que se le proponen modelos y conductas acerca de todas las metas que debe construir y en todas las etapas de desarrollo que debe superar; además, lo invita a la pasividad y al conformismo con preocupación por lo inmediato, como consumidor de productos y de entretenimiento.

La influencia de la televisión en la edad infantil no es en abstracto, pues el niño no es, como creen algunos, un receptor pasivo; el niño posee *capacidad negociadora* —manera de leer e interpretar lo que se le presenta— ante las propuestas de vida que le hacen los modelos televisivos.

La capacidad negociadora depende de la etapa de desarrollo por la que se discurre; del estado de construcción de las metas de desarrollo y de la clase de mediadores de socialización familiares, escolares y sociales que intervienen en la recepción de mensajes —circunstancias personales, socioeconómicas, regionales, familiares, etcétera— que en última instancia son reforzadores o debilitadores de la capacidad negociadora. Mientras más sólida sea la capacidad negociadora, mayor es el beneficio que se podrá obtener de este medio; mientras menos sólida sea, mayor es el daño que se podrá obtener.

De todo lo anterior surgen numerosas recomendaciones para los adultos, tendientes a asegurar que la televisión sirva a los niños y jóvenes y no éstos y aquéllos a la televisión. Se exponen algunas:

1. Dada la necesidad de evitar la distracción del niño de su gestión en el desarrollo en los primeros cuatro años, no es recomendable que los niños vean televisión antes de tener esta edad.
2. Dado que el juego es la actividad fundamental para el desarrollo del niño, se debe evitar que la televisión les robe a los niños el tiempo de jugar.
3. Participar en todas las instancias necesarias para ser los líderes en la definición de políticas de televisión, como por ejemplo en asociaciones de televidentes que cumplan labores de vigilancia de la calidad.
4. Hacerse cargo de su papel en la socialización de los niños y jóvenes y no permitir que la televisión los reemplace.
5. Limitar el tiempo de los niños y jóvenes para ver televisión y utilizar juegos de video a máximo el 50% del tiempo libre —no más de 90 minutos diariamente—, e inducirlos a utilizar el tiempo libre en otras actividades individuales y familiares. Esta limitación, lógicamente debe ir paralela con la misma limitación que se deben autoimponer los adultos —es muy difícil hacer niños y jóvenes televidentes conscientes en medio de adultos teleadictos.
6. Procurar que los niños no vean televisión, sino programas de televisión, siempre acompañados con adultos que estén en capacidad de reforzar su capacidad negociadora, mediante el diálogo permanente alrededor de lo que se ve.
7. Con toda la seriedad del caso asumir la tarea de defender la postura corporal actual y futura de los niños, induciéndolos a que no adopten posiciones anormales para ver televisión.
8. Inducir a los niños y a los jóvenes a parpadear con frecuencia y a desviar la vista periódicamente.
9. Ser conscientes de la importancia de que los niños y jóvenes coman y duerman bien y en el sitio pertinente, con el fin de que el ver televisión no se convierta en el generador de hábitos inadecuados en estos campos, por lo cual no se debe permitir que los niños vean televisión inmediatamente antes de dormirse, ni mucho menos, utilizarla como inductora de sueño.
10. Comprometerse en la labor de la escuela con los niños y hacer que la televisión vaya al lado de la responsabilidad escolar, sin que la sustituya.

11. Cuidarse de utilizar la televisión como objeto de premios o castigos.

12. Cuando los niños tengan capacidad de hacerlo, escoger con ellos los programas que se van a ver en conjunto. Se debe tener en cuenta que el contenido de los programas sea favorecedor del discurrir por las distintas etapas de desarrollo y de la consecución de las metas que debe construir todo niño y joven. Para poder hacer esto, es necesario que haya únicamente un televisor para la familia, pues de lo contrario, es imposible.

En las relaciones de los niños y los jóvenes con la televisión, se trata pues, de no mirar este medio de comunicación social como un enemigo, ni mucho menos como un enemigo al que se necesita vencer. Se trata de que mediante la acción mancomunada de gobierno —tipo de televisión—, programadoras —calidad de lo que se emite— y sobre todo del agente socializador por excelencia, la familia —clase de televidente—, se logre encontrar el punto exacto para obtener los beneficios que la televisión tiene y evitar sus potenciales daños.

Lecturas recomendadas

Arango, J. *Caja mágica. La televisión en píldoras*. Medellín, LitoBogal/El Búho Escritor, 1989.

Castro, G. *El libro Rojo. Televisión, Crimen y Violencia*. Bogotá, Presencia, 1988.

Domínguez, M. J. *Activos y creativos con los medios de comunicación social*. Bucaramanga, Unesco, 1990.

Posada, Á. La TV y los niños desde el punto de vista pediátrico. En: Castro, G. *El libro azul, Usted, sus hijos y la TV*. Bogotá, Presencia, 1992, pp. 65-84.

Posada, Á. La televisión. En: Posada, Á., Gómez, J. F., Ramírez, H. *El niño sano*. Medellín, U. de A., 1996, en prensa.