

Medios de difusión colectiva y violencia contra la niñez

Daniel Prieto Castillo*



En este artículo se parte de una afirmación: *la infancia es el destino*. No se añaden argumentos para defenderla. Cualquiera puede vislumbrar su posible alcance, aun cuando no esté de acuerdo con ella.

Y se parte de una segunda afirmación: *toda violencia sembrada en la infancia, fructificará*. Tampoco se dan argumentos para defenderla. Sobran comprobaciones en las ciudades latinoamericanas.

Este trabajo se ocupa de la violencia y la niñez en los medios de difusión colectiva. Se ocupa, por lo tanto, del abuso, entendido como uso indebido, excesivo, injusto; de la agresión, entendida como acto contrario al derecho de otro, y del atropello, entendido como no hacer caso de ningún obstáculo. Se ocupa, entonces, de la violencia en tanto abuso, agresión y atropello cometidos y acometidos contra la infancia. Toda vez que se use la palabra violencia se hará referencia al abuso, la agresión y el atropello.

El propósito aquí no es aludir a la presencia de escenas de violencia en los medios de difusión colectiva, que podrían, y de hecho lo hacen, influir en la conducta de los niños. Ya mucho se ha hablado e investigado al respecto. Se trata de la violencia explícita, fácilmente reconocible en programas dedicados a mercar golpeando a mazas la sensibilidad ajena.

Este trabajo se ocupa de otras formas más sutiles y no por eso menos eficaces:

- La violencia por reducción al espectáculo.
- La violencia por imposición de formas de vida.
- La violencia por trivialización.
- La violencia por exclusión.
- La violencia por silencio.
- La violencia por ignorancia.

Cuando se habla aquí de medios de difusión colectiva se trata sobre todo de la televisión, y dentro de

ella de los llamados "programas ómnibus"; esto es, los que mueven grandes cantidades de niños y se apoyan en su actuación. Es necesario reconocer la presencia de una creciente pluralidad de medios y de programas en muchos países latinoamericanos, pero ésta, en general, no se refleja en los materiales hechos para los niños, salvo algunas buenas excepciones.

La reducción al espectáculo

Los medios incorporan a su lógica todo lo que tocan. Y su lógica es precisamente la del espectáculo: hacer algo para que sea visto, para que atraiga, fascine. Ninguna excepción a esto cuando de niños se trata. Cuatro ejes son utilizados en esa reducción: los juegos, la seducción, la pureza y el drama.

Una primera, aparente, contradicción es la siguiente: ¿los juegos como acto de violencia, esto es, como agresión, abuso, atropello? Sí, los juegos como violencia. ¿Qué es jugar para los medios? La respuesta se encuentra en cualquiera de los muchos espectáculos de la televisión:

- Competir por una miserable mercancía: la gana quien se come más rápido un helado, quien llega primero a una meta, quien acierta con respuestas archisabidas, quien se viste de payaso, quien canta, quien baila, quien se arrastra entre obstáculos.
- Batir de palmas desde los asientos o, en todo caso, hacer movimientos del cuerpo siempre en un mismo sitio (salvo los privilegiados que alcanzan a acceder al escenario).

* Experto de Radio Nederland Training Centre, Costa Rica.

◆ A RENGLON SEGUIDO

- Repetir las consignas cantadas (y casi siempre gritadas) por los adultos a cargo del programa.
- Gesticular dirigido por los adultos ("ahora debes hacer como que te duermes, ahora como que vuelas, ahora como que te asustas").
- Y otras por el estilo, pero no muchas más.

Se abusa del niño en esta gama limitada de juegos, dentro de un descubrimiento hecho hace ya años por los medios: es mucho más barato y atractivo poner a actuar al público, meterlo en el programa, siempre dentro de reglas muy claras. El niño no juega, se le hace jugar al juego del espectáculo. Todo está en función de este último y, sobre todo, de dos elementos centrales: la publicidad y las conductoras. Detengámonos en el tiempo en que éstas y aquella ocupan y restemos lo que le queda a los pequeños. Juego dirigido, entonces, planificado con fines distintos a su papel en la niñez. Prostitución del juego, perversión de su función vital.

La seducción figura en los programas de juego, sobre todo a cargo de las conductoras, pero donde más se practica es en la publicidad. Hace una década un genio maligno (o un conjunto de ellos) descubrió al niño como consumidor. El mercado paso a ocuparse de éste y pronto fue incorporado a los anuncios. El esquema es siempre el mismo: el niño actor desde el mensaje trata de seducir a sus perceptores, y a la vez en el mensaje es seducido por la mercancía promocionada. Seductor-seducido, glorificador de mercancías, temprano ingrediente de un mercado que no hace caso de ningún obstáculo.

La pureza: el niño mostrado como el lugar de lo impoluto, de la alegría, de la belleza. El espectáculo del niño como sentido de la vida adulta, como ser nacido sólo para llenar de alegría la casa, para enternecer, para hacer sentir a los mayores lo que la lucha diaria les hace perder. Nadie discute la posibilidad de presentar ese lado de la vida, pero cuando aparece como el único, cuando se le privilegia hasta ocultar al niño de cada día, tenemos derecho a preguntarnos si esas versiones no son una manera de tranquilizar conciencias, de ocultar tanta realidad distinta, tanta pureza e inocencia agredidas casi de manera cotidiana.

Por último, el drama: los niños de la guerra, de la calle, de los hospitales, de los atentados, de las inundaciones, de los desplazamientos forzados, de la miseria, del trabajo, de la explotación, de la muerte. A los medios les encanta ocuparse de ellos, exhibir sus heridas, acercar la cámara a sus lágri-

mas, perseguir minuciosamente sus miembros estragados por la debilidad, retratarlos al momento de aspirar un inhalante, hacerles decir al mundo lo excesivo de su sufrimiento.

El drama como espectáculo a nadie conmueve, o para no exagerar, a veces conmueve, pero existe la duda sobre los móviles humanitarios de los medios al exhibir el dolor ajeno, sobre todo de aquellos que hacen del sensacionalismo su sistema de sobrevivencia en el terrible mundo de la competencia por el mercado de perceptores. Meterse con la vida ajena sólo para mostrarla, con el pretexto de conmover a los demás, es una forma de abuso y muchas veces de atropello.

La violencia por reducción al espectáculo no es practicada sólo con la niñez, es inherente a la lógica de los medios. Las excepciones cuentan, pero como tales. Hay, entre tanta mediocridad, algunos programas que son como un poco de aire puro, pero sólo algunos.

No se descalifica sin más a todo espectáculo; éste ha sido siempre un elemento clave en cualquier cultura, pero lo que se critica aquí es precisamente la mediocridad, el manoseo de la vida ajena.

La imposición de formas de vida

No es éste el lugar para hacer un juicio a los medios de difusión colectiva, pero vale la pena preguntarse por los modelos sociales que éstos generalizan.

En algunos países de Latinoamérica, Guatemala por ejemplo, hay agencias de cables con una oferta de alrededor de 50 canales. A menudo coinciden en más de la mitad de ellos programas de violencia explícita, de todos los signos imaginables: karatecas, superpolicías, monstruos, pandillas, boxeadores, guerreros en motocicletas, personajes salidos de la tradición del horror, tan característica de la humanidad. Y armas, de todo calibre, y maneras de quebrar una pierna, de romper el cuello, de desollar, de degollar, de atropellar, de aplastar. Algo debe quedar de esta continua lección: "sólo por la fuerza lo lograrás", sólo por la fuerza lo lograrás".

Los niños seductores-seducidos colaboran también en esa imposición de formas de vida. Si desde sus primeros años de vida ven a sus iguales en el colmo de la felicidad cuando consumen, terminarán al menos sensibilizados al consumo como una forma de felicidad. Y aunque en estas páginas no se alza la voz en contra de todo consumo, con los viejos argumentos de las necesidades artificiales creadas por los medios, no se puede dejar de

reconocer la presencia de esas incitaciones como un modo de invitar a ser, reaccionar y soñar de una determinada manera.

Va ligado esto a los modelos sociales encarnados en personajes. Ninguna sociedad deja de difundirlos, por supuesto. La pregunta es por la persistencia de algunos en los medios, caracterizados por el exitismo, las soluciones mágicas, la astucia sin escrúpulos, la desconfianza, la violencia explícita, la competencia despiadada, la superficialidad de las relaciones. También esta persistencia de modelos puede dejar huellas.

La trivialización

Los puntos anteriores hablan de una terrible pobreza en la inmensa mayoría de los programas difundidos para y con los niños. Entre formar parte del circo de los medios y aparecer en el papel de seductor-seducido se mueve el reducido péndulo de las posibilidades de hacer y ser que se ofrece a los pequeños.

Estamos ante un manoseo de la infancia, ante una reducción de sus posibilidades y, sobre todo, de sus necesidades. La pregunta es si la condición humana, la condición infantil, no dan para más en lo que a trabajo de comunicación se refiere.

Y no se trata sólo de reclamar en favor de los mensajes educativos. Se trata de reconocer la existencia de juegos de mayor creatividad y participación, de buscar alternativas a la violencia como forma de atraer, de respetar la vida y el dolor ajenos, de no usar a los pequeños como señuelos de las mercancías.

Las líneas vigentes son las más cómodas, las que menos esfuerzos piden a la imaginación de los productores, las que cualquiera puede encarar sin exigirse prácticamente nada. Lo trivial es un modo de violencia porque en el fondo constituye un atropello a las posibilidades y capacidades de los interlocutores, porque cierra caminos a la espontaneidad y a la creatividad, porque homogeneiza grupos y edades diferentes, porque su preocupación no es el niño sino el mercado, la venta del programa, de sus estrellas y de las mercancías. No hay que engañarse: en un horizonte de trabajo semejante, lo trivial tenderá siempre a perpetuarse.

La violencia por exclusión

Existen dos tipos: por exclusión de un tipo de niño y por exclusión de la vida.

Los niños de la calle no constituyen, es sabido, un bello espectáculo. Los niños de la miseria no hacen juego con el mundo de colores y de luces propios de los programas más difundidos por la televisión. Los niños del trabajo terminarían por ensuciar los escenarios, no quedarían bien al lado de las modelos poco más que adolescentes, tan blancas y perfectas. En América Latina 15 millones de niños y adolescentes luchan por sobrevivir en las calles; casi un millón de menores de cinco años muere anualmente; casi 80 millones son pobres y siete millones padecen de una desnutrición que afecta su desarrollo físico y mental; unos 30 millones trabajan. Todos ellos, la inmensa mayoría de los niños latinoamericanos, no son lo suficientemente limpios, nutridos, blancos, como para entrar al espectáculo.

¿A quién se le ocurre pedir algo semejante? ¿No están los medios para entretener, para ayudar a olvidar las diarias luchas, para hacer más llevadera la vida? ¿A qué traer a programas hechos para divertir el recuerdo de tales problemas sociales?

En estas líneas no se pide nada, sólo se señala el hecho: las numerosas "reinas de los niños" que han entrado a escena en los últimos años son reinas



OMAR NAVA

de ciertos niños y no de otros. El espectáculo trabaja por exclusión, siempre lo ha hecho, y no sólo con los pequeños.

Y hay más: algunas de esas reinas crean, como parte del sistema publicitario, agencias de ayuda a quienes padecen la miseria o problemas de salud, por ejemplo. Pero a estas reinas se les promociona en el momento de la caridad, de la limosna, y jamás salen en fiesta de luces y colores con los niños pobres. El cinismo es también una forma de agresión.

E incluso con los incluidos, con quienes tienen el privilegio de acceder a ese mundo mágico, es practicada la exclusión. Cuando todo lo que se puede hacer es pegar saltos, aplaudir, competir, gesticular o bailar, cuando fuerzan a los niños (lo sepan o no) a formar parte de una corte de admiradores, queda fuera mucho de su vida y de sus posibilidades, es decir, de todo lo que un niño puede hacer en música, en deportes, en invención, en teatro, en pintura, en letras, en técnicas, en imaginación; a lo realizable, como decía don Simón Rodríguez, "con tierra, madera y metales", y lo que puede hacer en el terreno del espectáculo.

Cualquiera podría decir que nadie discute esto, que los programas aludidos no son el sitio apropiado. Y es cierto. No lo son porque su estricta lógica es la espectacularidad, la del gran show; todo está al servicio de ella y no del niño. Está bien, ése no es lugar. Pero entonces que no se argumente que están ahí para desarrollar la creatividad de los pequeños, para permitirles su libre espontaneidad, para abrirles la imaginación, para jugar con su fantasía.

Con una versión empobrecida de niño trabajan quienes lucran con la infancia. Están ahí porque resultó el negocio, de ninguna manera porque les interese la niñez.

El silencio

Existen también dos modos de silencio: el callar y el acallar.

Respecto al primero ya se ha hecho referencia: lo no dicho sobre la infancia, lo excluido. Los medios actúan por un inmenso recorte sobre todo lo que podría decirse. Resaltan algo aquí, lo espectacularizan para dejar en las sombras enormes espacios sociales.

Detengámonos en el segundo. Un programa de tres horas de duración, dirigido por una animadora más atractiva para los adultos que para los niños, una animadora apoyada por un grupo de muchachitas con igual intento de seducción. Y

niños, muchos niños. Prestemos atención al audio: la voz de la mujer todo lo llena, todo lo explica, todo lo ordena. De vez en cuando se cede el micrófono a un pequeño para dejarle soltar unas pocas palabras, o a alguna de las nínfulas para que anuncie un producto. Y nada más. El discurso de los niños en esos programas consiste en gritos, en respuestas, en coreo de alguna canción.

Se habla (se vocifera mejor) para los niños, pero no con ellos. Los medios no dan cabida a la voz de la infancia, y cuando lo hacen es para aprovecharse de ella, para usarla, para explotarla. Esto es lo general y se reconocen excepciones, pero estamos, en la gran mayoría de los casos, ante un interlocutor ausente.

Esta práctica de acallamiento, compartida también en gran medida por la escuela, es tan común, está tan socializada, que se le ve como natural. En realidad, los programas infantiles no son más que una caricatura de los dedicados a los adultos. En ambos casos el juego es el mismo: la voz del animador, la lucha por alguna mercancía, las pruebas de ingenio, los fragmentos de vida exhibidos para llamar la atención o para conmover.

Estamos ante una emisión privilegiada tan generalizada, tan presente en la sociedad toda, que difícilmente se critica. Si el adulto acepta una situación semejante, ¿por qué no verla como de lo más natural cuando de niños se trata?

La violencia por ignorancia

Este punto se tratará con prudencia, sobre todo para evitar las generalizaciones. Pero la pregunta es inevitable: ¿qué se sabe de la infancia en los medios? Mucho en algunos casos. El premio de prensa de la UNICEF en Centroamérica ha permitido identificar a colegas periodistas serios, comprometidos en la tarea de profundizar en la vida y las experiencias de los niños. Muchos profesionales son consultados e incluso colaboran periódicamente en distintos programas y publicaciones para orientar a padres y maestros.

Primera respuesta, entonces: hay quienes saben, quienes han asumido la responsabilidad de conocer a aquellos seres acerca de los cuales se dedican a hablar. Pero aquí cabe una precisión: se trata en general de gente que habla *sobre la niñez* y no *con la niñez*. Esto no es ningún pecado. Hay mucho que decir sobre los niños para orientar a los adultos.

El problema está en quienes hacen programas para niños. La pregunta es entonces: ¿qué saben de la niñez quienes hacen programas para niños?

¿No estaremos, sobre todo en los programas ómnibus, ante personas que lo mismo lo harían para ancianos, para deportistas, para amas de casa, para pilotos, para soldados, para camioneros, para intelectuales, si se abriera en cualquiera de esas líneas una buena posibilidad de éxito?

Cuando se contradicen los más elementales derechos de un niño en uno de esos programas, cuando ante un titubeo se llega a la humillación, cuando se plantean ejercicios imposibles para un pequeño de tres o cuatro años, cuando se pretende una respuesta de adulto, cuando todo se resuelve en gritos, saltos y gestos, existe el derecho a pensar que ni las animadoras ni los productores tienen la menor idea de lo que significan la infancia y sus sucesivas etapas. Concediendo el beneficio de la duda se puede pensar que ciertas cosas se dan más por desconocimiento que por mala intención. Pero, de todas maneras, el desconocimiento es aquí sinónimo de irresponsabilidad.

En una canción de las tantas con las que se bombardea a los pequeños, la estrella lanza todo un discurso contra la droga y el coro de nínfulas canta "droga, droga, di no a la droga". Las palabras de un niño de cuatro años fueron: "la droga es muy linda, muy linda". De la canción había quedado sólo el corito, y en él se repetía incesantemente "droga", en tanto que el "di no" pasaba desapercibido. ¿Una sola, siquiera una sola de esas canciones fue probada alguna vez con los pequeños a fin de comprobar lo que realmente les están dejando?

¿Qué hacer?

En este escrito no se ofrecen recetas. Hay quienes piden: légísele, prohíbase, contrólese, no se permita. Por caminos semejantes se ha sugerido eliminar la televisión de la sociedad; pero si se hiciera un plebiscito para decidir sobre la permanencia de esos programas los autores de esta petición perderían de la manera más humillante. La gente está encantada con ellos, los niños participan de manera sana, no andan por la calle, no le hacen mal a nadie. Los medios tienen razón. Por allí pasa el gusto del público.

Está en juego aquí el concepto de niño. Nada más ni nada menos. Todas las formas de violencia denunciadas en este artículo no existen para la percepción de muchos adultos. Crecieron en convivencia con ellas, dentro de ellas, y así las repiten en la crianza de sus hijos. Y mucho menos existen para los productores y conductores de tales programas.

Por eso, vale la pena repetir: la infancia es el destino y toda violencia sembrada en la infancia fructificará.

Si se maneja un concepto de niño a contracorriente de la percepción más generalizada, queda el camino del debate, del intercambio de ideas, de la escuela, de los espacios donde se trabaja por la infancia y con la infancia para profundizar en ese concepto y para buscar alternativas para la práctica. Tal vez el de los programas ómnibus para niños sea, por el momento, un ámbito imposible de abordar por todo lo que está en juego desde el punto de vista económico. Pero los medios de difusión colectiva son mucho más que esos programas y hay siempre caminos para un trabajo a partir de una percepción menos pobre, menos interesada de los niños.

Las urgencias, el deterioro de las condiciones de vida, han forzado a menudo a las instituciones a destinar los mayores esfuerzos a la supervivencia infantil, con lo que muchas veces ha quedado fuera el análisis de programas como éstos. En todo caso, la atención se ha centrado en los dedicados a la violencia explícita.

Se debe abrir el debate sobre tales programas precisamente porque, con la coartada de la niñez, se llevan por delante elementales derechos, como el derecho a la expresión, a la imaginación, al diálogo, a discrepar, al conocimiento, a la cultura. Se parte del rechazo al uso social del niño, del rechazo al abuso, a las formas encubiertas de agresión, al intento de mercar con la vida y la imaginación ajenas. ♦



OMAR NAVA