

El Niño y la Comunicación.

21 comunicación

**ESTUDIOS VENEZOLANOS
DE COMUNICACION
-perspectiva crítica y alternativa-**

COMUNICACION

COMUNICACION

ESTUDIOS VENEZOLANOS DE COMUNICACION
PERSPECTIVA CRITICA Y ALTERNATIVA

EQUIPO "COMUNICACION":

Jesús M. Aguirre
Marcelino Bisbal
José Ignacio Rey
Francisco Tremonti
César M. Rondón
Sebastián de la Nuez

SUBSCRIPCIONES (6 números — 1 año):

Venezuela Bs. 35,00 (aéreo)
América Latina, España, Canadá . \$ 11,00 (aéreo)
Europa \$ 13,00 (aéreo)
Estados Unidos \$ 12,00 (aéreo)

Número Suelto: Bs. 8,00

Los pedidos de ejemplares, subcripciones, etc. al igual que cheques bancarios o giros postales deben enviarse a:

Boletín "Comunicación"
Apartado 20133 — Tfo. 42.40.01
CARACAS (102) — VENEZUELA

Fe de erratas

* SUBSCRIPCIONES (6 números - 1 año)

Venezuela.....	Bs. 53,00	(aéreo)
América Latina.....	\$ 15,00	(aéreo)
Europa, /Canadá.....	\$ 17,00	(aéreo)
Estados Unidos.....	\$ 15,50	(aéreo)

Número Suelto: Bs. 8,00

* Por un error de compaginación, para la lectura correcta del presente boletín deben tenerse en cuenta las indicaciones siguientes:

- Después de la pg. 7 deben leerse la 62 y la 63. Una vez leída la 63, debe seguirse normalmente con la pg. 8,9,10, etc.

- De la 61 debe pasarse a la 64

SUMARIO

PRESENTACION 2

EL NINO Y LA COMUNICACION

- Mensajes de los Medios para el público infantil..... 4
- Cine Infantil: El niño como espectador..... 23
- Los niños y su opinión política..... 40
- Niños: Los grandes marginados de la cultura literaria venezolana..... 54

DOCUMENTOS

- Evolución de las investigaciones sobre el niño y los M.C.S. en Venezuela..... 65
- Efectos de la televisión en los niños..... 95
- Opinión adulta sobre la TV venezolana y los niños..... 101

GUIA BIBLIOGRAFICA

- El niño y los Medios de Comunicación..... 102

CINE NACIONAL

- "País Portátil": Cien años de violencia..... 113

INFORMACIONES 124

PRESENTACION

El presente número del Boletín COMUNICACION está obviamente motivado por el hecho de la celebración mundial en 1979 del "Año Internacional del Niño". El equipo del Boletín ha querido aprovechar esa ocasión para brindar su modesto aporte investigativo al mejoramiento de las condiciones comunicativas que rodean al niño. Al niño en general y al niño venezolano en particular.

No es preciso detenerse a demostrar la importancia vital que tiene la comunicación en el largo y delicado proceso de maduración de la personalidad del niño. Familia y escuela son el ámbito natural de ese proceso de maduración. Junto a ellas, los modernos medios de comunicación ejercen sobre el niño una influencia posiblemente determinante, todavía no suficientemente investigada.

Nuestro estudio ha tenido esta vez una doble orientación fundamental: analizar contenidos y verifi

car el impacto de los grandes medios de comunicación social sobre el niño venezolano. Hemos estudiado, desde esa doble perspectiva, la prensa escrita, el cine, la radio y, sobre todo, la televisión. Hemos incluido también los resultados de una investigación sobre las opiniones políticas de los propios niños, así como una reseña de opiniones de adultos sobre los efectos de la televisión en la conducta de los niños. Hemos hecho también el esfuerzo de presentar una reseña completa de las investigaciones que se han venido realizando en Venezuela sobre el tópico del presente Boletín. Finalmente y al margen del tema de la monografía, incluimos un breve comentario crítico sobre una reciente e importante película del cine nacional: "País portátil".

El equipo del Boletín trabaja actualmente en la elaboración del próximo número (22) que estará dedicado a completar los análisis de la campaña electoral venezolana de 1978 (análisis iniciados en nuestro número 19-20) y a presentar algunos elementos nuevos relativos a la política comunicacional del Estado Venezolano.

Febrero 1979

MENSAJES DE LOS MEDIOS
PARA EL PUBLICO INFANTIL

El proceso de socialización del niño --- constituye una de las claves fundamentales de la sociedad. Es en ese niño donde se configuran las actitudes, - los condicionamientos que más tarde le van a posibilitar integrarse, cómodo y funcionante, al sistema social que "no le ha pedido permiso para dar a luz". En nuestra sociedad capitalista ("en vías de desarrollo", como la llaman algunos) los grandes medios de comunicación tienen - como función la de coadyuvar a que el niño preinterprete las contradicciones de la realidad: desigualdad, racismo, gobierno, pobreza, riqueza, individualismo, ausencia de conflictos sociales, neutralidad del Estado, etc. Así, a lo largo de su socialización deformante el niño ve como "naturales", como hechos perfectamente comprensibles todas esas contradicciones sociales.

De todos los valores culturales y sociales, de los cuales se nutre directa o indirectamente el niño, - no hay duda que los mensajes de la prensa (especialmente a través de los "comics"), de la radio y de la televisión -- juegan un papel de primer orden. En este punto, han surgido muchas polémicas con respecto a la función que asumen - los medios de comunicación en el desarrollo de la imaginación y de la capacidad creadora infantil. Muchos trabajos sobre el contenido de los "mass-media" (1) nos revelan que dicho contenido responde a una superestructura dominante, y que concuerda perfectamente con la infraestructura del sistema de dominación. Estos mecanismos no hacen otra cosa que actualizar y expresar las coordenadas del sistema. No basta con hacer algunos ajustes en la producción de televisión y orientarla hacia los niños, o con crear algunas revistas y "suplementos" verdaderamente infantiles o simplemente reproducir un horario especial para una programación dedicada a los niños. Ya lo afirma A. Mattelart: "Los nuevos contenidos para un nuevo medio de comunicación de ma--sas deben estar vinculadas a una nueva práctica social" -- (2). No sacaríamos nada con infundir nuevos valores al niño a través de estos mecanismos si ese mundo infantil se encuentra prisionero de la mañana a la noche, a unos valores que le son ajenos, a unos valores dominantes. "De no - cambiar la base social, todo intento de introducción de -- nuevos valores, de nuevos contenidos corre el riesgo de -- ser recuperado por la mitología dominante" (3). Sin embar--go, esta posición aparentemente pesimista no implica cru--

zarnos de brazos en espera de ese cambio social y como consecuencia de ello, la creación y trasmisión de nuevas pautas culturales que sean en realidad nuestras. Escribía A. Gramsci: "Luchar por un arte nuevo, significaría luchar por crear artificialmente. Se debe hablar de lucha para una nueva cultura, vale decir, para una nueva vida moral que no puede sino encontrarse íntimamente ligada a una nueva intuición de la vida y transformarla en una nueva manera de ser y de sentir la realidad" (4). Este mismo planteamiento cabría para los medios de comunicación, no sólo en función del año internacional del niño, sino en función del hombre en general.

El objetivo fundamental de este trabajo es indicar lo que los grandes medios de comunicación dedican al niño y lo que ellos -los niños- van a encontrar. Desmistificar una idea que nos repiten los dueños de --- esos medios: "...el contenido es como es, debido a que no otra cosa es lo que el público espera y solicita". Y los niños, ¿qué dicen frente a esto?. La respuesta no - la vamos a encontrar en el tejido de mensajes que se les lanzan a través de los medios de comunicación. Pero estaremos en camino de hallarla.

1. REVISTAS, LIBROS Y PRENSA: UN VACIO PARA EL NIÑO VENEZOLANO.

A nivel de la gran prensa venezolana no ha habido ningún interés por proporcionarle al niño una

parte del periódico o una página o un suplemento. Aun a pesar de la utilización, cada vez más frecuente, de diario como material escolar.

Sin embargo, vale la pena recordar el esfuerzo del Profesor Rosas Marcano en el desaparecido tabloide "La Voz de Catia", en donde dedicaba cada semana - dos páginas completas para los niños y realizadas por los niños. Es el mismo Rosas Marcano quien nos indica algunas iniciativas que se han dado en Venezuela. Entre estas podrían mencionarse "El amigo de todos", mensuario ilustrado, y que consignaba la más variadas informaciones de la cultura escolar, secciones recreativas y misceláneas. Hace su aparición en marzo de 1921.

"Onza, tigre y león" (1938). Publicación - auspiciada por el Ministerio de Educación y donde el escritor Mariano Picón Salas puso mucho de él. Durante su Existencia lo autóctono, lo folclórico fueron temas obligados en sus páginas. Dará paso a la tan conocida "Tricolor" --- (1949). Su primer director desde el 49 hasta 1967, Rafael Rivero Dramas indicaba: "Tricolor" nace para contribuir a la creación de una conciencia nacional, mediante el conocimiento de nuestras costumbres, historia, riqueza, geografía, folclore y posibilidades.... Además de ser un instrumento auxiliar didáctico del maestro". Editada por el Ministerio de Educación. Poseía una gran calidad gráfica, -- atrapada eso sí por el frío e impersonal didactismo. Buscaba exaltar los valores patrioteros y sumir al niño en un abismo mitológico y fantástico o en su defecto alentarle -

gran venta y difusión en nuestro medio. "Billiken" fue fundada en 1919. En sus comienzos era una revista de línea moralizante, paternalista y se dirigía a los niños - utilizando un lenguaje inapropiado, monótono y sin gracia y arrogándose el papel de "domine moralista". "Billiken" fue una revista ciento por ciento gráfica, donde se entremezclaban los "comics" del "Conejo de la Suerte", "Tarzán", Historias del Oeste Norteamericano, juegos, pasatiempos y mucha propaganda comercial.

Una modalidad impuesta en los últimos -- años ha sido la de llevar al "comics-book" personajes de la TV. Así nos encontramos con "la dulce y tierna" "Heidi", "El Chevo", "El Chapulín Colorado", "La Mujer Maravilla", etc. Personajes nuevos han surgido dentro de las - historietas: "Asterix", de R. Gusciny y A. Valerzo, el vikingo "Drafo" quienes acaparan la atención de los niños, pero no en forma definitiva. Sin embargo, el "comic" ha provisto de temas y personajes al cine (hay muchísimos ejemplos, entre los cuales pueden citarse "Supermán", "Tarzán", "Batman y Robin", "Blondie"....) y que siguen acaparando a los niños.

La historieta puede constituir una alternativa de buen entretenimiento y de formación para el niño. Leer historietas constituye, en comparación con el - acto de contemplar un programa de televisión, una tarea particularmente activa, con componentes que se originan en intereses de tipo no sólo psicológico e ideológico si

no también literario y estético.

En lo que respecta a la Literatura Infantil el panorama no es nada halagador. Poco se ha escrito para los niños en nuestro país. Ediciones del Congreso de la República ha editado algunos libros sobre cuentos dedicados para los niños. El que más ha destacado ha sido el editado por José Agustín Catalá y Juan Liscano, "Navidad del Niño Venezolano". La Fundación Festival del Niño, ha ido recogiendo al final de cada año una selección de cuentos. Sin embargo, el esfuerzo se ha perdido por su escasa distribución de carácter institucional y por su propio contenido.

A propósito de la designación del Año Internacional del Niño, "El Nacional" recogió en las páginas de su Papel Literario una selección de algunos libros que se pueden conseguir en las librerías de Caracas y que están dedicados "para niños o para adultos capaces de recordar". Así tenemos: "Para Papá", "Para Mamá" de Ediciones Celinter, Barcelona. Se trata de dos pequeños libros en donde los niños de todo el mundo hablan acerca de sus padres. La mirada que dirigen a sus progenitores tiene toda la gama: desde la ternura comprensiva hasta la implacable ironía. Un par de libros escrito por los niños y para los niños y adultos también. El Banco del Libro ha editado "para que lean los niños" "El Rabipelado", "Burlado" y "El Cuyo y La Mora". Ambos cuentos son recopilaciones de Fray Cesáreo de Armellada y constituyen una muestra excepcional de la imaginería Pemón. Llegan a los lectores infantiles --

gracias a un trabajo de equipo donde adaptadores, diseñadores e ilustradores se sumaron en un esfuerzo de magnífico resultado.

Siguiendo con la línea de libros para que lean los niños, "Una Cebolla en la olla" cuyo texto es de Flor Roffé de Estévez e ilustraciones de Diana Roche. Un buen conjunto de poemas para niños. Un par de libros didácticos que muestran lo maravilloso de la naturaleza: "El maravilloso mundo de las plantas" (Editorial Auriga, Barcelona) y "La Cadena de la vida" (Editorial Columna, Barcelona). La lectura de ambos libros está llena por un saludable y correcto espíritu ecológico y que muestran al niño, ya sea a través de las fotografías o de las historias narradas un excepcional tratamiento didáctico que permite también al adulto enterarse de lo que no sabía o había olvidado.

En la resolución de la UNESCO acerca del Año Internacional del Niño, se ha mencionado a Janus Kozczak como referencia fundamental. El libro que Janus Kozczak escribe se llama "Si yo volviera a ser niño". El libro es una verdadera sorpresa ya que allí nos vamos a encontrar con una visión del mundo infantil que revoluciona completamente la imagen a la que estamos acostumbrados. Se trata de un libro "para adultos acerca de los niños".

Pero volviendo a nuestros periódicos, estos poco o nada se han dedicado a nuestros niños. "El Na

cional" nos presenta su sección "La Ciencia Amena para los niños". Pero al lado de esto, todos nuestros periódicos -- nos muestran una página entera de "comics", que sólo ha servido como mero elemento de promoción comercial. Allí se repiten los personajes de las revistas de historietas.

2. NUEVAMENTE UN VACIO PARA EL NIÑO, LA RADIO VENEZOLANA

Las funciones básicas de los medios de comunicación social no difieren fundamentalmente unos de otros. Por ello al hablar de la radio, indicaremos que este medio de comunicación desempeña un papel semejante a la prensa, pero el orden de importancia de sus usos por parte del niño no es el mismo, así como tampoco los efectos y posibilidades del contenido de los mensajes.

La radio es básicamente un medio de entretenimiento y ese aspecto opaca notoriamente a los demás. La radio es más promotora que orientadora en el sentido de que es capaz de movilizar hacia actitudes o campos de interés nuevos, más que dar explicaciones. Mientras los niños emplean su tiempo libre en un 91 % dedicados a ver televisión, el uso de la radio apenas alcanza a un 47 %. Solamente faltaría por analizar que ese 47 % está dedicado a escuchar música y avisos comerciales, pues este medio no ofrece otra cosa.

En Venezuela la radio es el medio de mayor penetración, pues ésta es total, casi todos los hogares de Venezuela tienen por lo menos un receptor. El número de ho

gares con radio es de 1.883.400 en todo el territorio nacional. La composición de la audiencia muestra 3.2 personas por aparato, donde la mujer es factor predominante - con el 1.7 % y adicionalmente existen 0.7 % de hombres y 1.0 niños. Vemos que las preferencias del niño por este medio son muy pocas. La misma es directamente proporcional a medida que va en aumento la edad del niño. De todas formas, el medio ofrece escasos atractivos para el niño: 65 % de música y de los cuales 68,34 % extranjera y apenas 19 % de música nacional. El 25 % corresponde a mensajes publicitarios. De más está decir que este medio de comunicación es el que más divulga a los cantantes y grupos de moda y los "valores" de la canción que se desea promocionar más o menos artificialmente. Un buen ejemplo de esto ha surgido con "el fenómeno Travolta" y con "la Familia Richi", ídolos infantiles.

Dos intentos han surgido en 1977 y en lo que va de año. Radio Capital "crea" un programa radial - típicamente de corte infantil: "El Tío Amaury". Es un programa también musical, pero infantil. Se entremezclan la voz paternalista y moralizante del "Tío Amaury", canciones infantiles de factura Española, Mexicana, Argentina, adivinanzas, cuentos cursis y una buena dosis de propaganda comercial destinada a despertar los apetitos infantiles por los artículos de consumo. En el programa no podía faltar los clásicos sociales y cumpleaños. En Radio Tropical surge una fiel imitación del programa de Radio Capital. Ambos han sido premiados con Guaicaipuros -

de Oro como mejores "programas infantiles de radio"; es que no hay otros. También ambos programas no alcanzan rating entre la población infantil.

La pregunta que surge es si la radio ejerce poder de atracción sobre el niño de determinada edad, - aún cuando se introduzcan algunos mensajes de excelente elaboración para el público infantil.

3. LA T.V., EL MEDIO QUE MAS EMPLEAN LOS NIÑOS

Hace unos años Eduardo Santoro se pregunta: ¿qué debe hacer un padre que tiene conciencia de que la televisión puede afectar negativamente el desarrollo del niño?

Hoy día la televisión es el medio que más emplean nuestros niños. En Venezuela se estima que existen un total de 1.430.600 hogares con receptor de televisión. La penetración a escala nacional alcanza al 66 %. Se presenta con una composición de audiencia de 3.5 personas por aparato, entre los cuales el 1.5 % son mujeres, el 1.2 niños y el 0,5 % hombres.

Este producto que consumen los niños está configurado en base a dos elementos principales: los programas "en vivo" (apenas hoy alcanzan a un 20 %) y los "enlatados" (54,4 %) (7). Es cierto, tal como vemos por los porcentajes, que ambos son la base general de toda la programación televisiva, pero cuando están dirigidos al público infantil, el panorama se agrava.

En primer lugar, los programas "en vivo", consideran al niño como algo muy raro, alguien diría como "un retardado mental, a quien hay que divertir con payasos y payasadas, títeres y otros personajes que hablan un lenguaje infatilado". Este estilo de programación ha ido en descenso dentro de la televisión venezolana, solamente el Canal 8 (VTV) mantiene su "Piñata VTV". El resto de los canales ha dado paso a los "enlatados" de diversos contenidos: desde los dibujos animados, programas cómicos, hasta las series de policías, vaqueros, ciencia-ficción, etc.

Estos programas "enlatados", en su gran mayoría, van hacia el lado opuesto de los programas "en vivo". Los "enlatados", en cualquiera de sus formas, consideran al niño una especie de pequeño adulto capaz de digerir, asimilar y disociar las complejidades sociológicas, políticas y psicológicas que se desarrollan en los programas. El contenido de estos "enlatados", la mayoría de los cuales nos llegan desde EE.UU y el Japón, se basan en violencia, crimen, supervaloración de ego, ilogicidad histórica y de realidades, chauvinismo y otros tantos ingredientes.

Un trabajo efectuado en Marzo de 1978 - por Luz Zaida Gómez (8) nos muestra:

- 1.- Tiempo promedio que el niño dedica a ver TV;
- 2.- Qué tipos de programas prefiere;
- 3.- Programa de mayor audiencia infantil .

Dada las características del estudio y por ser el más reciente y completo, y porque nos descubre qué preferencias tiene el niño en base a lo que la T.V. le ofrece, presentamos una síntesis del mismo.

Tiempo promedio que el niño dedica a ver T.V.

Los resultados sobre la teleaudiencia infantil arrojaron los siguientes resultados:

99 %	ven televisión diariamente
4 %	a partir de las dos p.m.
54 %	a partir de las cuatro p.m.
31 %	a partir de las cinco p.m.
4 %	a partir de las seis p.m.
3 %	a partir de las siete p.m.

El promedio de horas que los niños (9 a 11 años) permanecen delante del aparato de televisión es de cuatro horas y media, correspondiente al 52.25 % del total del tiempo libre.

Allí se encontró que en promedio, los niños de esas edades poseen la siguiente distribución del tiempo libre:

1 h, 10 min:	realizan tareas escolares
1 h, 30 min:	actividades lúdicas
4 h, 30 min:	viendo TV

Resulta evidente la desproporción existente entre las actividades dirigidas a la formación del niño

ño y la dedicada a absorber una cantidad de estímulos in-
discriminados y provenientes de la TV.

Tipos de programas que prefiere

*En primer lugar las Series de "Area Do-
ce", "Misión Imposible", "S W A T", "Starscky Hutch", -
"Christie Love" y "Los Angeles de Charlie". Series de -
contenido violento. Los personajes de estas series desa-
rollan actividades inductoras de violencia, amparados -
por la etiqueta "al servicio de la ley, la justicia y el
bien y el orden"; presentan un gran atractivo para los
niños, quienes idealizan a los protagonistas convirtién-
dolos en sus héroes.

*En segundo lugar los programas de géne-
ro poco preciso (pseudo-cómicos), dada la temática y los
elementos dramáticos empílicos, pero denominados por -
las propias plantas de televisión "cómicos", sobre la ba-
se de que divierten, como es el caso de "El Chavo" y el
"Chapulín Colorado".

*En tercer lugar adjudicado a los dibu-
jos animados. Alcanzan esta posición gracias a la eleva-
da sintonía de "Heidi", personaje pleno de connotaciones
emocionales.

*En el cuarto lugar se encuentran las se-
ries de acción y aventuras, matizadas con elementos --
irreales y fantásticos, como es el caso de "La Mujer Ma-
ravilla"; un personaje que posee los atributos físicos -

del tradicional Supermán, pero en versión femenina.

*El quinto lugar aparecen los diversos programas de factura nacional, comedias de talento vivo y/o de contenido humorístico, tales como: "Los Recién Casados", "Hogar Dulce Hogar", "Perucho y Veneranda", "Genovevo", "Radio Rochela". Estos programas se presentan entre las 6.30 y las 8.00 p.m. horario considerado de mayor sintonía pues confluyen las audiencias infantil y adulta.

*En los últimos lugares aparecen las series de aventuras, los de vaqueros, aquellos que están dedicados a transmitir conocimientos.... etc.

Así, en la determinación del programa favorito se encontró que:

1. El Chavo.....	37 %
2. Los Angeles de Charlie....	19 %
3. Starsky y Hutch.....	18 %
4. SWAT.....	16 %
5. Heidi.....	9 %
6. Lucha contra la Muerte....	4 %
7. La Mujer Maravilla.....	4 %
8. Area Doce.....	4 %
9. Chapulín Colorado.....	2 %
10. Zorro.....	2 %
11. Bonanza.....	2 %
12. Hogar Dulce Hogar.....	1 %
13. Los recién casados	1 %
14. Emergencia Juvenil.....	1 %

15. Christie Love..... 1 %

16. Otros programas..... 1 %

Estos resultados corroboran lo anteriormente expresado.

Dada la destacada proporción que demuestra la preferencia del niño (9 a 11 años) hacia el programa "El Chavo", analizaremos su contenido brevemente.

"El Chavo", investido por una aureola de idiotez que demuestra en todas las expresiones de conducta tanto en la dificultad de hablar como en la de sus movimientos, proyecta la imagen del desposeído integral, sin familia, ni casa, que cae en la más notada sumisión humana.

La acción se desarrolla en un pequeño callejón donde el protagonista tiene su morada constituida por un barril. Los co-protagonistas: Kiko, modelo de prepotente, mal criado, desconsiderado, presenta conductas reprochables. En vez de la amonestación, recibe el refuerzo de la madre, personaje que representa la clase prejuiciada hacia los humildes, demostrándolo con actitudes despectivas y frases insultantes.

La Chilíndrina, otro ejemplo de mala crianza e irrespeto hacia los mayores presenta un cierto placer morboso al crear situaciones en las que saldrán perjudicados otras personas. El padre de ésta representa una clase de desempleados que no quieren ser empleados.

Aunando a esto, el hecho de que los "personajes infantiles", a pesar de poseer un elevado grado de idiotez, logran ganarle siempre a los adultos. Estas características son consideradas por los patrocinantes del programa, por el canal de TV que los transmite y por la teleaudiencia, como "índice de comicidad", y así, el programa es promocionado y considerado de "corte infantil".

Los otros tres programas de mayor audiencia, "Los Angeles de Charlie", "Starscky y Hutch" y "SWAT", demuestran la tendencia del niño hacia los espectáculos cargados de violencia y acción. El programa de dibujos animados "Heidi" que trata acerca de la vida de una huerfanita ha acaparado la atención de la teleaudiencia infantil, gracias a su contenido sentimental y al horario en el cual es presentado. La preferencia por el programa instructivo "Lucha contra la Muerte", presenta un pequeño porcentaje de audiencia, junto con "La Mujer Maravilla" y "Area Doce".

Por su parte, el primer survey del año 1978 efectuado por la Compañía Datos C.A coincide casi plenamente con el sondeo que acabamos de analizar. En aquel entonces solamente dos programas de "talento vivo" figuraron y el resto (10 programas) eran "enlatados". Los resultados fueron:

Los Angeles de Charlie.....	45.5 %
Starsky y Hutch.....	43.8 %
El Chavo.....	40.4 %

Rafaela.....	42.1 %
SWAT.....	39.1 %
Los Pilotos de Spencer.....	36.4 %
Heidi.....	35.3 %
Brigada Especial.....	35.3 %
El Hombre Nuclear.....	33.4 %
Perucho y /Veneranda.....	33.3 %
Kojak.....	32.7 %

Así está el panorama. Algunos programas desde aquel Survey de Datos C.A hasta el trabajo efectuado por Zaida Gómez han cambiado. Pero todo sigue igual. Los "enlatados" dominan la TV Venezolana y los programas de "talento vivo" dirigidos a los niños no pueden competir contra calidad televisiva y atractivos para el público infantil que presentan los "enlatados" de EE.UU México y Japón.

La respuesta a la pregunta que formulaba Eduardo Santoro: ¿Qué debe hacer un padre que tiene conciencia de que la TV y los medios de comunicación pueden afectar negativamente el desarrollo del niño?, es muy difícil de dar. ¿Cuáles son las soluciones? ¿Cómo buscarlas?. La respuesta tampoco es fácil. Creemos que requiere paciencia e ingenio por parte de los padres. Es una labor que supone un alto grado de convencimiento de la importancia de la educación en el desarrollo del niño, convencimiento que debe ser lo suficientemente importante como para dedicarle al niño igual o mayor cantidad de

tiempo que a los medios de comunicación, y especialmente a la televisión. O como decía también Eduardo Santoro, "se trata de llevar a la TV a convertirse en una alternativa mas, no en la única alternativa, convertirla en la alternativa menos atractiva, más homogénea, más inactiva, más monótona y fría".

NOTAS.-

- (1) En este mismo número de COMUNICACION ver el trabajo de Jesús María Aguirre; en donde nos presenta una síntesis de las más importantes investigaciones que sobre el tema se han efectuado en Venezuela. Así mismo, ver también el libro "La TV y nuestra conducta cotidiana: sus efectos sobre niños, adolescentes y adultos". Aquí vamos a encontrar una guía de las más importantes investigaciones que se han efectuado a escala mundial.
- (2) A. Mattelart, Barrelet y otros. "Cultura y Comunicación de Masas". Edit. Laia (Cuadernos del CEREN), Barcelona, 1976.
- (3) Obra citado en (2)
- (4) Gramsci, Antonio.- "Cultura y Literatura". Ediciones Península, Barcelona, 1972.
- (5) El Nacional - 23/4/76.- Jesús Rosas Marcano.
- (6) Ver Comunicación Nº 9: "El comic como alternativa Comunicacional"
- (7) Ver Comunicación Nº 17: "XXV años de la TV venezolana"
- (8) Trabajo de Grado presentado por la Br. Luz Zaida Gómez en el Instituto Universitario Nuevas Profesiones (IVNP) El trabajo consistió en medir la influencia de la TV en

la conducta del niño. Para ello empleó un diseño ex post-facto descriptivo y la población estuvo constituida por escolares cursantes de 4to y 5to grado de educación primaria en los colegios del área metropolitana, de ambos sexos, pertenecientes a los estratos socio-económicos A,B, C,D y E; de edad comprendida entre 9 y 11 años.

Marcelino Bisbal E.



CINE INFANTIL: EL NIÑO COMO ESPECTADOR

"La alegría de expresarse no está reservada - solamente para los espíritus elegidos. El arte debe ser para todos. Con o sin dotes aparentes, nuestro - primer objetivo es inducir a los seres a la búsqueda de lo que hay de mejor en ellos mismos, dándole posibilidad de expresarse por medio de la poesía y el -- canto, la danza, el modelado, la dramatización y la creación en general".

M. Martenot

I. PANORAMA DE LAS SALAS COMERCIALES

El problema con el cine infantil en Venezuela es que se parte de la creencia de que, como los niños crecen, no van a volver a ver más nunca, por ejemplo, "Alicia en el País de las maravillas"; y por otra parte, da que si les gusta, son capaces de verla cuatro, cinco o más veces. De modo que la misma película da vueltas por -

todo el interior, regresa y lo vuelva a pasar, Y lo más curioso es que otra vez se va a formar la cola de los muchachitos, porque resulta que él es muy productivo para los exhibidores el cine infantil.

Las largas colas que se forman para ver -- siempre las mismas películas son una demostración de lo anterior; sólo que no se le ofrece alternativas al niño: en Venezuela se estrenan anualmente no más de 5 a 7 películas. Nos referimos a verdaderos estrenos, no a reposiciones o re-estrenos de filmes con 10 y 20 años de antigüedad. Durante el '78 fueron "EL Pandillero en apuros", "Heidi", "Bernardo y Bianca" y "Pradera Salvaje".

a.- Análisis

Haciendo un análisis de lo que se proyecta habitualmente para los niños de Caracas, descubrimos que, si bien es cierto que se estrenan películas censura "A" de reciente factura, ocurre que: primero, no son aconsejables para el público infantil (basta como ejemplo "Hooper el increíble" o "Vivo a mi manera"); segundo, no hay entradas a mitad de precio para los menores de 14 años, excepto los domingos y esto en una sola función, por lo que los niños deben pagar hasta 10 bolívares si quieren ver una de estas recientes producciones.

En un estudio realizado por el Centro Gumilla y publicado en el folleto "Los medios de comunicación" Nº 8, se lee que en Caracas hay unas 85 salas comerciales (ahora serán unas cuatro o cinco más), repartidas así: en -

La zona Oeste-Sur, para una población de 1.200.000 personas, hay 15 salas de cine. Para la zona centro, donde viven 300.000 personas, hay 27 salas. Y para la zona Este, con 700.000 habitantes, hay 41. Lo primero que salta a la vista es la desproporción entre población y salones de cine, como bien apunta el estudio del Centro Gumilla.

Pues bien, esta desproporción se acentúa mucho más cuando se trata de cines que proyectan películas infantiles. Un domingo escogido al azar, arroja un saldo de 26 cines con proyecciones infantiles para la zona Este, mientras que en la zona Centro Oeste (nótese -- que las estamos considerando en forma conjunta), el número es de apenas 9. Estas cifras refuerzan la tesis del folleto mencionado, en el sentido de que ".....en la zona Este es más rentable pasar películas clase "A" y "B" aptas para la familia, y por otra parte basadas en buenos repartos de actores, o "hits" musicales, que ofrecen estructuras de vida más o menos felices, lejos de planteamientos político-sociales. Reflejan el espíritu actual -- del antiguo y rosado "american way of life" con sus problemas individuales (sociológicos o conyugales pero no colectivos)". Esto último lo recordaremos, cuando veamos el índice de películas estadounidenses muy por encima del de otros países.

En lo que a desproporción de precios se refiere, hemos visto el caso de una película como "Peter Pan", proyectada en el Cinema Lago de Catia, con un precio de entrada de Bs. 10,00 a cuenta de estar ubicada en

un centro comercial; y la misma película, proyectada en cines del Este, cuesta Bs. 5.00. Nada menos que la mitad.

El promedio del costo de la entrada -los domingos- gira alrededor de los cuatro bolívares, haciendo la salvedad que son los estrenos o re-estrenos recientes - los que encarecen este promedio, pues son precisamente estos los que no tienen mitad de precio para los niños, como hemos dicho ya. Las "mitad-de precio" son películas a las que ya se les ha sacado el jugo por todo el país. Por eso, no importa cobrarlas más barato.

b.- Otros desequilibrios

El promedio de películas de Walt Disney es próximo al 30 por ciento, durante el último mes analizado.

No vamos a entrar a estudiar aquí hasta qué punto son cuestionables los filmes de la Disney Productions, pero es indudable que lo son en buena medida.

El género favorito de las salas comerciales es el de aventuras. De las que últimamente se han estrenado en cartelera "Naufragio", "Hooper el increíble" y "Regreso de la montaña embrujada", ésta por cierto de Walt Disney, son las que encierran mayor violencia. Luego están las de dibujos animados, las comedias ("Esta loca loca gente", "La Pantera Rosa", "Por mis pistolas"); las de ciencia-ficción (lanzadas al "estrellato" a raíz del éxito de "La guerra de las Galaxias"); las versiones de cuentos de hadas y libros clásicos, las musicales (ya hablaremos más extensamente de estas); y hasta las dramáticas ("Vivo a mi manera"). Durante

el tiempo que se hizo este análisis, no se proyectó ningún film documental sobre animales. Al menos, no en funciones regulares.

Se puede decir que las salas son llenadas principalmente con los dos primeros renglones. Walt Disney invade todos los géneros, pero sobre todo el de los dibujos animados (Pato Donald y Cía., cuentos de hadas, insípidos viajes a la "Tierra de las Aventuras").

En cuanto al lugar de procedencia, prácticamente todas las películas que se exhiben son norteamericanas. Durante el período estudiado, solamente se encontraron dos películas censura "A", realizadas en Venezuela: "Pa' mi tu estas loco", de César Cortés con la actuación de Joselo, y "El reportero", de Amador Bendayán. De la primera, la crítica dijo que era "una comedia ligera, de humor irregular; una aventura comercial que -- aprovecha la imagen del comediante Joselo". De la segunda, nosotros podemos decir que no hace falta ver la película para suponer lo que es, dada la trayectoria de Bendayán dentro de nuestra televisión ("Sábado sensacional" etc.).

Llegados a este punto, aflora el problema de que no hay una política gubernamental para incentivar el cine nacional infantil; además, los realizadores venezolanos han preferido tocar temas "más serios" en este relativo boom que ha sufrido nuestro cine. Esto ha

provocado una hipertrofia del cine denuncia, y una atrofia en otros géneros, como el infantil. "Simplicio" sería la única excepción.

De modo que no es de extrañar que nuestros niños aprendan antes dónde queda el Gran Cañón del Colorado que la Cueva del Gúacharo, o que prefieran ir a un concurso de baile Travolta antes que aprender joropo.

Y a propósito, un fenómeno que sería digno de estudio es el de las nuevas películas musicales: "Abba, el gran show", "Fiebre del Sábado por la noche" (aún siendo ésta censura "B"), "Gracias a Dios es viernes", y sobre todo, "Vaselina", que parecen tender a captar el mercado infantil, y a no conformarse ya nada más con los teenagers. Ahora también los niños compran discos, ropa, folletines, afiches y van al cine a ver bailar a Travolta. En suma: se han convertido en un público digno de explotar a través de la moda. Al menos ésta parece haber sido la conclusión del trust que está detrás de toda esa parafernalia que rodea al nuevo "ídolo" norteamericano. Aunque, visto en perspectiva, este nuevo filón descubierto por la Robert Stigwood Organization no es sino un eslabón más de una cadena que viene de muy atrás. Podría decirse que nace cuando el cine no es considerado como un valor de arte, sino como una mercancía que produce dividendos económicos. Comparar a John Travolta con la Coca-Cola puede parecer absurdo, pero bien mirados son, en el fondo, la misma cosa: un producto Made in USA para exportar, debidamente engalanado por la publicidad, la cual -

".....nos trata como espectadores neutros sin identidad cultural o antropológica; o como auténticos estúpidos" - (Los Medios de Comunicación, Nº 8, pág. 19).

El próximo de estos productos que consumiremos es "Superman", seguramente con censura "A"; prueba de que la arremetida contra los niños va en serio. (Véase en INFORMACIONES de este mismo número un informe más detallado sobre este film, el cual pronto empezará a ser publicitado.

Por último, queríamos sacar el promedio de semanas en que las películas infantiles permanecen en cartelera, pero nos fue imposible: los filmes, después de estar un número muy variable de semanas a 10 y 8 bolívares -dependiendo de su éxito-, desaparecen durante una temporada, para reaparecer al cabo de un tiempo prudencial -varias semanas-, a mitad de precio en otros cines. La película se vuelve intermitente, apareciendo y desapareciendo según sea la voluntad del exhibidor, sin que tales apariciones obedezcan, ni por asomo, a una programación fijada de antemano, o a una política de servicio al público infantil.

II. LA PRODUCCION CRIOLLA Y LOS CINE-CLUBES INFANTILES COMO ALTERNATIVA

Ante el panorama que acabamos de esbozar, surge como alternativa el esfuerzo de un grupo de cineastas criollos que han hecho una serie de cortos dedicados -

a los niños, y por otra parte, la labor de María Ang^uela González al frente del Cine-Club Infantil de la Cinemateca Nacional, promovido por la FEVEC y el taller "El Cine y Los Niños".

En la muestra de Cine Infantil Venezolano - celebrada precisamente en la Cinemateca entre el 14 y el 28 de marzo de 1978, estaban los siguientes cortos, que puede decirse que son prácticamente todo lo que se ha producido - en cine para niños en Venezuela: "Karifá", de Armando Arce - elaborado en base a dibujos de los petroglifos en movimiento, con la "Danza del Morrocoy" de fondo; "Desanimaciones", una sátira sobre diversos aspectos de la vida cotidiana del venezolano, buscando también nuevas técnicas en el dibujo - animado (ambas en 35 mm); "Los Caballitos Rebeldes", ensayo sobre el relato homónimo hecho por el grupo teatral Taij; - "Didáctica", de Ricardo Jabardo; "Cuentos infantiles", también de Armando Arce, entre los cuales hay dos cuyo argumento y dibujos fueron hechos por niños; "Mi papá me lo contó", de Leuten Rojas, de la Universidad de Los Andes; "Tigi", de Nora Marcano (35 mm); "El cuatro de Hojalata y "La vida Natural", ambas de Alberto Monteagudo; "Mis hijos", de Anita Martínez; "Rojo y Azul", de Tito Rojas; "Mi Vecindario y Don Quijote", del Dr. José Francisco; "Animaciones en Rondalera", de Nora Marcano, en super 8; "Retrospectiva Rondalera", de - Jesús Enrique Guédez; "El vuelo perdido", de Eduardo Capriles, quien para el momento de realizar este corto contaba 11 años de edad; "Pasarás de ese tibio caracol a ese frío de - afuera", de Nora Marcano, que trata sobre el proceso de fe--

cundación del niño.

Todos estos trabajos constituyen la muestra mencionada, e indudablemente abre una brecha por la cual puede transitar el gran caudal de nuevos cineastas - que actualmente se forma en el país, quienes pueden encontrar en el cine infantil un verdadero filón en el cual desarrollar su creatividad. Ahora bien en la perspectiva del trabajo de los cine-clubes infantiles merecen un tratamiento especial los planteamientos del taller "El cine y los niños".

a.- El taller "El cine y los niños"

Desde que el niño comienza a conocer el mundo y a sí mismo empiezan los adultos a dotarlo de posibles formas de expresión o de comunicación, y a medida que crece y domina esas técnicas se transforman no solo en posibilidades de pedir y explicar, sino en un hermoso y libre medio de representar lo que se percibe y lo que se fantasea.

Si a los niños hay que educarlos (cognoscitivamente, afectiva y habitualmente), también es cierto que es necesario adiestrarlos en el uso de formas de expresión que luego desarrollarán de acuerdo a sus aptitudes individuales. Los dotamos de pinceles, lápices, colores, papel, palabras, representaciones corporales, muñecos, música... y casi siempre descubrimos, con odiosa persistencia, que revierten situaciones que antes habían visto en el cine (pantalla grande o chica); o hace referencia a informa-

ciones recibidas a través de él (muchas de veracidad dudosa).

Si la actividad creadora "es la síntesis - del desarrollo emocional, intelectual, físico, perceptivo, social y estético del niño", no es extraña esa eterna referencia.

Los dotamos de conocimientos sobre la evolución de la Naturaleza, sobre la historia, las matemáticas, la física, la química, pero las posibilidades de variar su actitud de espectador ante el cine y la televisión, sigue tocándose sutilmente. Ante el cuestionamiento se plantea -- una sola alternativa: no asistir, no ver. Y para el niño -- muy especialmente, se constituye en factor de aislamiento social: las charlas de los compañeros y los comentarios de recreo giran en torno a programas -vivos, películas, series, deportes retransmitidos--.

El taller "El cine y los niños" parte de esta realidad, planteándose el dotar a los niños de elementos críticos mínimos (técnicos y estéticos) para que siendo espectador, rompa su pasividad y pueda utilizar el cine como otro medio de expresión y revierta en él su caudal creador.

Esta es la base conceptual de la que parte el taller EL CINE Y LOS NIÑOS, y la cual ya se ha puesto en práctica desde octubre de 1977, a través de más de un centenar de foros realizados en la Cinemateca Nacional. No es -- una idea nueva, ni tampoco es el único Cine-Club infantil que está funcionando bajo los auspicios de la FEVEC. Ya en

Francia, en el año 42, existía una Federación que afiliaba más de 40 cine-clubes infantiles, manejados incluso por niños.

En Caracas hay seis: en Ruíz Pineda existe un Taller de Creatividad Infantil, que depende del CONAC; en el Centro Educativo de Parque Central hay otro, al igual que en la Sala Infantil de la Biblioteca Raúl Leoni de El Cafetal. Por cierto que en las bibliotecas públicas hay -- 150 películas, propiedad de la Red de Bibliotecas Públicas, que constituyen una material muy bueno; son películas checas, polacas, inglesas, y son pasadas los viernes. Pero só lo la Biblioteca Raúl Leoni funciona como Cine-Club Infantil, lo que implica una programación previa de las películas y de los temas que se discuten con ellas.

En el CVN de El Guarataro funciona otro Cine-Club Infantil, en el que se va a empezar a trabajar con los problemas propios del barrio (principalmente basura y delincuencia), para lo cual se buscarán películas o cortos que traten tales temas en forma emena o entretenida. Por último, en Los Flores de Catia funciona el Cine-Club Abi--gail Rojas.

Caso especial fue el del Taller Los Grillitos, en la Escuela de Caffa de Azúcar de Maracay. Allí los niños tenían plena libertad; ellos mismos se organizaban - para hacer los trabajos, tanto en cerámica, como en pintura, como en cine. Cuando llegaban a la escuela, la maestra no los dejaba hablar mucho y entonces empezaban a formar -

el bochinche. El resultado fue que las maestras hicieran una carta pública, diciendo que les estaban alebrestando a los muchachos.

Por todo ello reviste un interés particular la metodología que está en la base para despertar una percepción crítica.

b.- Cómo despertar el razonamiento crítico del niño

Primero hay que motivar la discusión de la película. El darle una cámara a un niño no basta; va a tener primero que romper el esquema que tiene del cine. Es decir, para él, el cine es algo aparentemente indiscutible, al igual que la televisión. Hay que acostumbrarlo a que -- existe algo diferente a Heidi o Travolta; otro tipo de cine que generalmente no ve, y además que puede discutir cualquier película que le presenten. Que el cine no es un producto intocable, sino que a través de eso le están dando una serie de versiones con las que se puede o no estar de acuerdo... y que no necesariamente lo que es bonito es bueno.

Después de que el niño comprenda esto, se le puede plantear hacer él mismo una película, partiendo de la base de que el cine es un medio de expresión.

Hay quien ha tomado el cine como tomamos la pintura infantil: darle al niño un pedazo de papel, un poco de pintura y un pincel, para que pinte lo que aprendió en la escuela: la misma casita, los mismos patitos, la misma --

carita. Con el cine está sucediendo más o menos lo mismo. Y aquí radica precisamente la función de los cine-clubes infantiles: mediante una programación adecuadamente escogida, se trata de despertar el espíritu crítico de los niños para que a través de las películas, se establezcan temas de discusión que les conciernen y sean de su interés.

a.- Algunos ejemplos

Vamos a referirnos a algunas películas - pasadas en diferentes ciclos programados por el Cine-Club de la Cinemateca (el cual hemos tomado como ejemplo), y a las observaciones que sobre las discusiones de los niños ha hecho María Angela González, encargada del Cine-Club y forista dominical, al terminar cada función.

La película checa "Un día, un gato" trata de un gato que es propiedad de una trapecista. Este gato usa unos lentes, y cuando se los quita ve a la gente diferente color, de acuerdo a las actitudes que asuman. Por ejemplo, los que ve amarillos, son los envidiosos, Los grises, son los ladrones y embusteros. Los violetas, son los engañosos e hipócritas. Y los que se ponen rojos son los que aman, pero no con el amor ese que uno ve en la televisión, sino con un amor real. La película encierra una crítica a la escuela, que no logra ser captada por los niños. Sin embargo, uno de ellos, de cinco años apenas, dijo que le había gustado porque era muy imaginativa. Y agregó que para él, el adulto que no imagina está muerto. En las observaciones de la forista se lee que: "Los niños (de 5 a

13 años) no logran ver la crítica a la escuela; se pierde la fantasía científica y la negación de la fantasía artística. Menos aún diferencian la sátira de un pueblo amante de la música. Todo ello puede ser producto del desconocimiento de la realidad política y social de Checoslovaquia, aunando a la poca costumbre de manejar ese tipo de lenguaje cinematográfico....."

De otra película, "Brujilda y la isla encantada", también pueden sacar interesantes conclusiones: trata de un niño que es expulsado de una orquesta escolar por desafinar con la flauta; se encuentra con que la misma habla y lo conduce a una isla donde todo es "viviente", y donde Brujilda desea conseguir -a como dé lugar- la flauta, para poder ser "la Bruja del Año". Las conclusiones de los niños asistentes fueron brevemente las siguientes: las brujas no existen; la película tiene un 90 por ciento de escenas trucadas; las brujas también son solidarias entre sí; no todo lo que se ve en el cine es verdad; es parecida al "Mago de Oz", pero más "fea". Estas no fueron las palabras exactas con que se expresaron los niños, pero conservan su sentido. Se puede deducir, al menos, que los niños tienen una capacidad que podríamos llamar "innata", para rechazar un producto malo. En las observaciones se lee que "la película en su totalidad refuerza los esquemas infantiles sobre los buenos y los malos, los buenos-bonitos y los malos-feos, sobre la falsa decisión democrática y la inexpugnabilidad de la ley. Lo único positivo es que rompe con el punto de las brujas arcaicas: hoy se mueven en escobas-jet, y poseen

las mismas comodidades que cualquier burgués".

Aunque, como se puede ver, no siempre la escogencia de la película es acertada, los resultados son aprovechables y provechosos; recuérdese que esta labor se está haciendo por primera vez en Venezuela, y que si bien el niño puede no captar el mensaje de una película como "Un día, un gato", ya de por sí este hecho abre una serie de interrogantes dignas de estudio. Por otra parte, muchas veces descubrimos en el niño una sensibilidad que tenía dormida o que simplemente nos había pasado inadvertida, ya sea por estar (el niño) acostumbrado a no expresarse con entera libertad, o porque el material que consume habitualmente no le despierta aquélla.

d.- Proyectos

Hemos tratado de hacer un compendio de la actividad cinematográfica infantil no-comercial que se desarrolla en Caracas. Hemos hecho un recuento de la filmografía criolla que existe sobre la materia, y hemos puesto el ejemplo del Cine-Club de la Cinemateca Nacional como alternativa en la lucha contra la depredación mental de la que hablábamos al comienzo.

La idea es que los cine-clubes se organicen por sí mismos. Que se integren cada vez más niños, con la coordinación de los más grandes, aprendiendo cada quien a expresarse sobre y a través del cine.

La FEVEC tiene una serie de departamentos, entre los que se cuenta el de Fotografía, que pueden servir

de prototipo de organización para iniciar este tipo de labor en escuelas y bibliotecas, o en cualquier lugar idóneo.

Se tiene el proyecto de realizar cada dos años un Concurso Internacional de Cine Infantil, en Julio o agosto. La FEVEC quiere garantizar que exista un grupo sólido de trabajos infantiles, y que la labor sea consecuente y seria, analizando si dió o no resultado y por qué. Lo más válido es consolidar el trabajo de los cine-clubes infantiles, tanto en Caracas como en el interior, y que la Muestra Internacional sirva para que cada uno de esos sitios pase a su vez las películas, es decir que sirva de "reproductor". Un poco lo que se hizo con la Muestra de Cine Nacional, que se proyectó en seis ciudades del interior, en los sitios -- donde ya había actividad infantil o se estaba intentando de sarrollarla.

Este año 79 no habrá concurso; será la salida, haciendo nada más que la muestra de películas extranjeras.

Esto es, pues, lo realizado o lo que está -- por realizarse en esta materia. De la parte gubernamental -- hubiéramos querido reseñar algo, pero es el caso que no hay absolutamente nada. Esperamos que el próximo Gobierno dé su apoyo a la actividad cinematográfica en general, y especialmente que incentive a través de los ministerios de la Juventud, Información y Turismo y Educación el cine infantil. -- También debieran colaborar organismos como el CONAC o el -- CVN, actualmente Instituto Nacional del Menor.

Es necesario que se organicen departamentos especializados, se otorguen préstamos con facilidades a los interesados en hacer este tipo de cine, se realicen cursos para los dirigentes de los centros; que se haga algo, en suma, pero que no se siga subestimando ni desestimando tanto el cine como plataforma de expresión y cultura infantil, ni al mismo niño como ente capaz de dar más de sí de lo que hasta ahora se le ha permitido, con esta educación a todas luces anacrónica que actualmente se le imparte.

El cine se nos presenta así como una forma de enseñanza de inmensas posibilidades, cumpliendo una labor de soporte didáctico, poniendo al niño en contacto con experiencias y cosas que de común no le son accesibles. Es to, aparte de la consideración que ya hemos expuesto del cine como medio de comunicación a través del cual el niño desarrolla su creatividad, superando así la etapa de la pasividad ante la pantalla.

Sebastián de la Nuez Aranega



LOS NIÑOS Y SU OPINION POLITICA

Por primera vez en Venezuela se han recogido las opiniones políticas de los niños. El auge cada vez creciente de los medios masivos de difusión, no sólo influye en las actitudes y comportamientos de los adultos sino también en los niños, y particularmente la televisión. Los niños a través de este medio no ven solamente los programas que les son destinados; reciben igualmente los mensajes de la manipulación publicitaria como los mensajes de las programaciones políticas, es decir, de la propaganda, que utiliza los mismos recursos de la publicidad.

El profesor Jesús Rosas Marcano, Jefe de la Cátedra de Opinión Pública de la Escuela de Comunicación Social de la Universidad Central realizó una encuesta de ochocientos (800) niños caraqueños para determinar sus opiniones políticas. La parte técnica del trabajo fué

orientada por el profesor Pascuale Nicodemo, experto estadígrafo y responsable de la cátedra Métodos Estadísticos - de la misma escuela y Jefe de la Cátedra de Métodos Estadísticos de la Escuela de Estadísticas y Ciencias Actuariales de la Facultad de Economía de la misma Universidad Central.

El sondeo fué cumplido por ochenta alumnos de último semestre de las tres menciones de Comunicación - Social, cursantes con el profesor Rosas Marcano y quienes en gran mayoría siguen igualmente las lecciones del Profesor Nicodemo.

La investigación consistió en una encuesta por muestreo, constituyendo la población o el universo en estudio, niños de 8 a 12 años que habitan el área Metropolitana de Caracas.

I - METODOLOGIA

Tamaño de la muestra

Se determinó como tamaño de la muestra ochocientos (800) niños, pero al final resultaron setecientos ochenta y uno (781) entrevistas efectivas.

Diseño de muestra

Se dividió el área Metropolitana de Caracas en cuatro (4) estratos de la manera siguiente:

- 1.- Integrado por viviendas correspondientes al nivel socio-económico denominado AB, es decir, el señalado social-

mente como clase alta, detentadora de sólidos recursos económicos.

- 2.- Formado por viviendas correspondientes al nivel socio-económico Clase C, esto es, la clase media alta; profesionales, técnicos de las amplias Urbanizaciones, - de propiedad horizontal o de los altos alquileres.
- 3.- Integrado por viviendas correspondientes al nivel socio-económico denominado clase D, es decir, la clase media baja, ubicada en grandes aglomeraciones, formadas en general por empleados del estado como de la administración privada, cuyo patrón habitacional podría ser bloques del Inavi y casas de urbanizaciones populares.
- 4.- Formado por viviendas humildes, ranchos en general, - correspondientes al nivel socio-económico denominado Clase E, gentes de escasos recursos, ubicados en periferia y cerros, sector mencionado en el vocabulario - tercermundista clase marginal.

Desde el punto de vista de la estadística, el tipo de muestreo es el denominado Muestreo Estratificado con Afijación Proporcional, es decir, las ochocientas (800) entrevistas e distribuyeron proporcionalmente en los cuatro estratos mencionados de acuerdo al número de niños de 8 a 12 años que posee cada estrato según los censos poblacionales y de viviendas establecidas por el Ministerio de Fomento. Posteriormente se relacionaron alea-

toriamente los niños en los estratos considerados.

Unidad entrevistada

Niños de 8 a 12 años del área Metropolitana.

Método de recolección de datos

Se usó el método de la entrevista directa mediante un cuestionario con todas las preguntas abiertas, en consecuencia, las respuestas de los niños fueron dadas espontáneamente.

Fecha de las operaciones de campo

Las dos primeras semanas del mes de Noviembre de 1977.

II. RESULTADOS

El cuestionario fué conformado por quince preguntas. Siete correspondieron a gustos, preferencias y aspiraciones, y ocho a opiniones propiamente políticas.

1.- Programa de TV. que ve más veces

En orden de preferencia los programas vistos más veces con El Chavo, 34 %; El Zorro, 19 % y Starkey y Hutch, 17 %. El Chavo lo ven más las niñas, 38 % y en general los niños comprendidos entre las edades de 8 a 10 años, 40 %. Los niños de los sectores D-E ven más El Chavo, 36 %; frente a los de los sectores AB-C que -

lo ven en un 32 %.

Starky y Hutch es visto por un 25 % de varones, frente a un 8 % de niñas. y V es preferido en los sectores AB-C, en un 25 %, frente a un 11 % de los sectores D-E.

2.- Programa que le gusta más

Gustan más a los niños El Chavo, 26 %; Starky y Hutch, el 14 %; y El Zorro, 13 %. El Chavo gusta más a las niñas, 29 %. que a los varones 24 %. E igualmente, El Chavo es preferido en los sectores D-E, 28 %, que en los sectores AB-C, 24 %.

3.- Personajes que le gustaría ser

Las prioridades las detentan en orden, El Zorro, 8 %; El Chavo 6 %; y la Chilindrina, 5 %. Los niños prefieren al Zorro, como es natural, en un 14 % y las niñas a la Chilindrina, 10 %. El Zorro es preferido en los sectores D-E, 11 %; contra un 4 %, de los sectores AB-C. El 13 % de los encuestados no se identificó con ninguno de estos personajes, prefirieron ser ellos mismos como son.

4.- Cosas que les gusta leer

Las prioridades van hacia literatura, --- 32 %, suplementos ilustrados 26 % y textos escolares, 21 %, libros y revistas, 11 %.

La expresión literatura engloba cuentos en general, - novelas ilustradas, policiales, fotonovelas, poesías, aventuras, relatos bíblicos, ,ciencias ficción, le yen

15.....

Las niñas leen más literatura, 37 %, contra 25 % que leen los varones. En cambio los varones leen más textos escolares, 25 %, contra 18 % de las niñas. Los niños entre 8 y 10 años leen más suplementos de muñequitos, 29 %, que los ubicados entre 11 y 12 años que leen más suplementos 30 %, que los de los sectores D-E, que leen 23 %. Los niños leen periódicos y revistas en un 13 %, contra un 9 % que leen las niñas. Los niños de los sectores D-E leen periódicos y revistas en un 12 %, contra un 9 % de los sectores AB-C.

Los manuales escolares son los más leídos en los sectores D-E, 25 % que en los sectores AB-C, 17 %.

5.- Lo que le gustaría ser cuando sea grande

Los niños siguen prefiriendo las profesiones tradicionales de Médico, 21 % e Ingeniero, 15 %. Particularmente hay una aspiración general en cuanto a Médicos tanto en edad como en sexo, 21 % y casi iguales por estratos, AB-C, 22 %, D-E, 20 %.

Los varones de los estratos D-E y particularmente los comprendidos entre 8 y 10 años, 10 %. Un 1 % femenino le gustaría ser policía, posiblemente el efecto proveniente de la estructuración del cuerpo de la policía femenina en Caracas.

6.- Música que le gusta más

Los niños prefieren en primer lugar la música popular (salsa), en un 37 %; pero esta preferencia es más acentuada entre el grupo femenino, 41 % que en

el masculino, 33 %. La música moderna (rock, surf..) gusta en un 32 % a los niños, pero en el sexo femenino la preferencia es en un 39 % contra un 24 % del sexo masculino. Con relación a la edad, la música popular gusta más a los comprendidos entre 8 a 10 años, 43 %, contra 31 % de los comprendidos entre 11 y 12 años. Desde el punto de vista de los sectores el 50 % de los niños de las clases D-E, gustan más de la música popular, contra un 20 % de los de las clases AB-C. Por el contrario, hay una inversión de gustos con relación a la música moderna. Los niños de las clases AB-C, la prefieren en un 45 %, contra 22 % que la prefieren en las clases D-E.

Es importante señalar en los dos efectos analizados, la notable influencia de los medios de difusión, particularmente las emisoras con programaciones musicales permanentes y la popularización de los "disjockey", cuya presencia ya es casi necesaria en las fiestas familiares juveniles.

El 4 % no despreciable de los que prefieren la música de concierto es revelador de la exquisitez de gusto de algunos niños. Particularmente, como es obvio, en los sectores AB-C, con un 6 %, frente a un 2 % de los sectores D-E.

7.- Preferencia entre ir al cine o ver T.V., Escuela o T. V.

La televisión significa en los niños una alternativa obligada frente al cine donde le gustaría

ir un 56 %, frente a la playa donde les gustaría ir en un 56 %, y frente a la escuela donde les gustaría ir en un 57 %. Estas preferencias aumentan en los -- sectores sociales altos, ir al cine, 67 %, ir a la playa, 70 % e ir a la escuela, 70 %. En cambio, con relación a los sectores, en las clases D-E, hay preferencia por la televisión, 53 %, frente al cine, - 47 %; de la televisión 54 %; frente a la playa, 46 % y de la televisión 53 %; frente a la escuela, 47 %.

..- Presidentes de Venezuela de los que ha oído hablar

Carlos Andrés Pérez fué señalado en un 67 % por todos los niños. Esto puede explicarse por ser - Carlos Andrés Pérez el Presidente actual de Venezuela y el que tiene, en consecuencia, más oportunidades de aparecer reseñado en los medios de difusión. Desde el punto de vista del sector, es más conocido en las clases AB-C, 76 % que en las clases D-E, 60 %.

El Dr. Caldera fué señalado en segundo lugar con un - 38 %. Más señalado por los varones, 42 % que por las niñas, 33 %, Caldera fué mencionado en un 30 % por los niños de 8 a 10 años y en un 45 % por los niños entre 11 y 12 años. Posiblemente este alto porcentaje y en esta edad derive de la imagen de Caldera que se hizo familiar, semanalmente, en las pantallas de televisión, durante los cinco (5) años de su mandato Presidencial: "Habla el Presidente".

9.- Nombre del Presidente actual de Venezuela

Hubo una concentración de opinión en un 69 %

69 % de las menciones a Carlos Andrés Pérez. Este porcentaje podría considerarse muy alto, pero podría explicarse con lo impactante de la nacionalización del petróleo, tema obligado en las escuelas primarias y donde se hace mención necesariamente del Presidente responsable de este acontecimiento. Igualmente han ayudado al conocimiento del Presidente Carlos Andrés Pérez, por parte de los niños, los innumerables viajes hechos al exterior con la aspiración de liderar en el tercer mundo.

10.- Conocimiento del nombre del Gobernador de Caracas

A pesar de que la consulta se hizo a seis (6) meses después de haber salido Diego Arria de la Gobernación, los niños lo dieron en primer lugar como Gobernador en un 19 %, frente al Gobernador en propiedad, Manuel Mantilla, con un 12 % de las menciones. Diego Arria logró una fuerte popularidad desde la Gobernación de Caracas con una serie de tareas tanto de aseo como de ornato de la ciudad y de su periferia, como también se hizo señalar con rigurosas medidas contra los abusos de los conductores de automóviles, cosa que le hizo ganar entre políticos y gentes del común el nominato de "Mandarria".

11.- Conocimiento del nombre del Presidente de los Estados Unidos

El 38 % de los niños encuestados señaló a Carter, con variantes familiares como Jimp Carter, Bo

by Carter, Chilín Carter, el dientón Carter o el Cati re Carter, Los varones señalaron a Carter en un 45 % frente a un 31 % con que fué señalado en el grupo femenino. Los niños entre 11 y 12 años lo mencionaron en un 46 % frente a un 31 % de los niños comprendidos entre 8 y 10 años; porcentaje pertinentes y razonables en ambos casos. Desde el punto de vista del sector, y lo que es igualmente razonable, los niños de los sectores AB-C lo señalaron en un 54 % frente a un 26 % de los niños de las clases D-E.

12.- Políticos de Venezuela de los que más han oído hablar

Los niños mencionaron en Jerarquía a Piñerúa , 23 %; Carlos Andrés Pérez, 17 %; Rafael Caldera 12 %; Jaime Lusinchi, 12 % Diego Arria 10 %; Rómulo Betancourt, 8 %.

El 10 % logrado por Diego Arria, tiene particular significación por el hecho de no ser ni dirigente de partido ni jefe de grupo político, y especialmente frente a Piñerúa, aspirante a la Presidencia; a Carlos Andrés Pérez, Presidente de la República; al Dr. Rafael Caldera, ex-presidente; Luis Herrera Campins, aspirante a la Presidencia ; Jaime Lusinchi, contentor aspirante, y Rómulo Betancourt, ex-Presidente y figura Nacional.

Sin duda , el puesto de Diego Arria lo debe a su popularidad señalada en varias oportunidades en los adultos y que ahora mediante esta consulta se manifiesta igualmente en los niños.

El 43 % correspondiente a otros agrupa a sesenta nombres entre políticos actuales de variadas jerarquías, políticos fallecidos y héroes de la Independencia.

En los primeros se señalan Luis Beltrán Prieto Figueroa, Jóvito Villalba, José Vicente Rangel, Américo - Martín, W. Larrazábal, Héctor Mujica,..... Entre -- los fallecidos a Gómez, Medina, Gallegos, López Contreras..... Entre los héroes y próceres civiles a Simón Bolívar, Páez, J.M. Vargas, Guzmán Blanco....En fin, otras menciones dan a Jorge Rodríguez, Salóm Meza, Marianella Salazar.

Llama la atención el candor de muchos niños ante esta pregunta que señalaron como políticos conocidos a sus "tías políticas", al "tío Eduardo", hermano de mi tía Fema".

13.- Candidato a la Presidencia que le gusta más

Los niños favorecieron en un 26 % a Luis Piñerúa Ordaz frente al 24 % que dieron a Luis Herrera Campins. Es de hacer notar que es la expresión de esta opinión con respecto a Piñerúa, muchos niños, - particularmente entre las edades de 8 y 10 años, se expresaron en términos familiares, como "Piñita", "el hombre de la Piña", "el hombre que va a dar Piña", e igualmente, aunque en menor porcentaje, la mención a Herrera Campins destacó a "Bigote Herrera", "el hombre del bigote copeyano", "El Bigote", o "el Gordo Bigote".

La magia de las cifras da a entender con relación a los dos candidatos señalados que existe, sin dudas, una polarización en las opiniones de los niños.

Los niños entre 8 y 10 años dieron preferencia a Piferúa en un 29 %, en cambio, los niños de mayor edad, - entre 11 y 12 años, dan a Piferúa el 24 %. Con Luis - Herrera Campins se presenta un fenómeno inverso los - niños de menor edad, entre 8 y 10 años, opinán favoragblemente en un 22 %, pero a medida que aumenta la e--dad, es decir, los comprendidos entre 11 y 12 años, - hacen aumentar sus simpatías hacia Luis Herrera Cam--pins en un 25 %.

No es aventurado deducir que a medida que los jóvenes aumentan en edad presentan una ligera tendencia hacia Luis Herrera Campins, como lo han demostrado las en--cuestas realizadas en mayores de 18 años. Las prefe--rencias de los niños parecen ser un claro termómetro de lo que sucederá con los dos candidatos.

La posición de Renny Ottolina es significativa, y el tercer puesto que le asignan los niños con respecto a otros Candidatos nacionales trajinados en el quehacer político, es un claro producto de la influencia de los medios, particularmente de la televisión donde Renny Ottolina desarrolló campaña con respecto a normas de tránsito, comportamiento ciudadano, pago al Ince.

Los niños han señalado en el cuarto lugar a José Vicente Rangel, con un 7 % de sus simpatías. Pero llama mucho la atención la posición de Américo Martín, 27 % de

las opiniones, frente a otros Candidatos Nacionales más antiguos y de más trayectoria que han logrado muy escasas menciones. Las simpatías hacia Américo Martín se hacen notar más en los sectores populares D-E, con un 3 % frente a los de las clases AB-C, apenas en un 1 %. Los niños han sido igualmente un termómetro en señalar el ascenso político de Américo Martín.

14.- Lo que entienden por Nacionalización del Petróleo

El 36 % de los niños entendió la nacionalización en esta expresión: "El Petróleo es nuestro". Este contenido agrupa naciones afines como "petróleo en manos venezolanas", "riqueza propia", "independencia petrolera", "ya no es de la OPEP", "ni de las transnacionales"... Un 8 % entendió la nacionalización del petróleo como "asegura el futuro de Venezuela", con expresiones afines, tales como, "el futuro es nuestro", "asegura el desarrollo futuro", "buen futuro quehay que economizar"... Un 6 % lo entendió como libertad de venta; "Venezuela vende ahora su petróleo a quien quiera"; "Como es nuestro, el billete será de Venezuela".

15.- Qué entiende por Corrupción Administrativa

El 23 % de los niños entienden la corrupción administrativa como robo en la administración pública. Los niños se expresaron con estas frases: Robo al tesoro Nacional, estafa al país, ladrones que es--

tán en el gobierno, robo en masa y nadie sabe, el Consejo de Petare, Chantaje y robo público, personas que aceptan pago ilegal, malos hábitos políticos y económicos, el despelote, el desperdicio del dinero, sobornos. Desde el punto de vista del sexo los varones están más claros en la apreciación corrupción administrativa, - 26 % que las hembras, 20 %. Desde el punto de vista de la edad, como es obvio, los de mayor edad (11 y 12 años), están más claros sobre el mismo tema, 29 % que los pequeños entre 8 y 10 años que constituyeron un 16 %. Con relación a los sectores, es pertinente que en los sectores AB-C con 27 % haya habido más criterios sobre el particular que en los sectores D-E, que acumularon un 20 %.

Finalmente, es aceptable, el 77 % de los niños que no saben lo que es la corrupción administrativa, porque -- precisamente, el conocimiento que han tenido de ello los niños lo han logrado a través de los medios y no de la sistematización escolar, y muy especialmente en estos últimos años debido a las denuncias sistemáticas y espectaculares que se han hecho por prensa, radio y en menor grado en televisión.



NIÑOS: LOS GRANDES MARGINADOS
DE LA CULTURA LITERARIA EN VENEZUELA

Cuando Guttemberg inventó la imprenta, seguramente no lo hizo pensando en los niños. Sin embargo, quinientos años más tarde, la situación no ha variado --- gran cosa. En plena era de los viajes espaciales y transmisiones por satélite, los pequeños continúan siendo los -- grandes marginados de la cultura literaria.

Mientras las grandes casas editoras y distribuidoras lanzan al mercado venezolano miles y miles de títulos al año, ofreciendo al lector adulto una variedad tal que se hace difícil, por no decir imposible, mantenerse al día en el último best-seller, nuestros niños deben conformarse con una que otra reedición de los grandes clásicos de la literatura infantil. De la producción nacional, con autores venezolanos, mejor ni hablar.

La falta de literatura apropiada para ---

nuestra infancia es un problema sumamente grave si se toman en cuenta sus consecuencias inmediatas: escaso interés por el hábito de la lectura; riesgo de analfabetismo funcional, en caso de abandono de la escuela; y una entrega excesiva a la T.V. con todos los efectos negativos que ello acarrea.

Pero.... ¿a qué obedece este aparente desinterés por la lectura infantil?..... ¿Es que acaso los niños no tienen derecho a la cultura, tal y como lo expresa la declaración universal de los derechos del hombre...?

Editar para niños: un mal negocio

Una de las principales causas de la escasez de literatura infantil en Venezuela hay que buscarla directamente en el problema económico. Es decir, en la rentabilidad que ello representa para las casas editoras y distribuidoras.

En una rápida encuesta por las distribuidoras más importantes de Caracas, se pudo constatar que la mayoría concede insignificante importancia a los textos para niños, sean traídos del exterior o editados en el país.

"Representa poca facturación, por debajo del dos por ciento de las ventas", es la respuesta casi invariable de sus administradores.

De nueve distribuidoras consultadas, sólo dos -ambas importadoras directas del exterior- tienen cerca del 10 por ciento de sus existencias dedicadas a los ni

ños. Una tercera, también editora, consagra el 90 por --- ciento de sus títulos a los niños, pero en su gran mayo-- ría bajo la forma de textos escolares adaptados a los pro-- gramas del Ministerio de Educación, lo cual significa co-- locación segura en el mercado.

Y es que la edición de libros infantiles en Venezuela, por autores venezolanos, constituye un dra-- ma y a la vez una odisea.

En primer término, son muy escasos los -- escritores que dedican parte sustancial de su producción a la infancia. Además de Rafael Rivero Dramas, Carmen De-- lia Bencomo_o Jesús Rosas Marcano, para citar algunos de los más conocidos, se pueden contar con los dedos quienes dedican su talento a incrementar la cultura de nuestros - niños.

Pero eso es sólo una cara del problema. - La otra, también de índole económica, es que los costos - de los libros producidos en el país son tan elevados que no pueden competir en pie de igualdad con los importados.

Nelson Martínez, directivo del Banco del Libro, señala que el texto importado es generalmente de mayor calidad en cuanto a impresión, encuadernación e ilus traciones, y de menor precio que el nacional. Ello es fac tor determinante para el padre de familia de escasos re-- cursos, que sopesa todos esos aspectos antes de decidir - su compra. "Los niños venezolanos no leen, no porque no - quieran, sino por que no tienen acceso a los altos costos

de nuestros libros", apunta con razón.

Los factores arriba señalados traen como consecuencia que el material de lectura infantil de mayor circulación en Venezuela provenga, en su gran mayoría, de España, Argentina y México, con todos los problemas que ello implica: inadaptación en el lenguaje, distintos contextos socio-económicos y culturales, etc.

Mención aparte merece, por lo preocupante, el caso de la revista Tricolor. Esta publicación, que llegó a tirar 250 mil ejemplares y era quizá la única capaz de competir con el material que viene del exterior, en cuanto a contenido, ha confrontado tradicionalmente tantos problemas económicos y organizativos que en la práctica está desaparecida. Recientemente se habló de su reorganización y reaparición regular, pero los números atrasados se siguen acumulando en la imprenta.

Todo lo dicho configura un panorama desconsolador para nuestra literatura infantil y mueve a pensar que elaborar lecturas para nuestros niños, de calidad, amenas y adaptadas a la realidad de Venezuela, es tan productivo como arar en el desierto.

Comics, Julio Verne y Cosmopolitan

Pero si nuestros niños carecen de material de lectura adaptado a su realidad, amenos y de calidad, entonces..... ¿qué pueden leer?.

Una interesante pregunta y muy compleja para ser respondida en las pocas líneas de un reportaje.

Para los efectos de este trabajo, por lo pronto podemos diferenciar claramente dos tipos de lectores entre los niños cuyas edades oscilan entre los 7 y los 12 años: los de lectura controlada, una minoría que acude a las bibliotecas públicas y privadas, que solicitan cierto tipo de libros y pueden ser orientados por los bibliotecólogos; y los de lectura no controlada, que son aquellos niños que leen todo lo que cae en sus manos, sistemática o esporádicamente.

En un estudio exploratorio sobre los niños usuarios de tres bibliotecas públicas de Caracas y -- servicio de bibliobuses, realizado por el Banco del Libro por los sociólogos Alvaro Agudo y Verónica Uribe, se lograron establecer ciertos parámetros de intereses de lectura en los niños usuarios del servicio.

El estudio exploratorio se llevó a efecto durante una semana típica del período lectivo, en las salas infantiles de las bibliotecas Mariano Picón Salas, -- San José del Avila y La Urbina, así como en el servicio -- de bibliobús a los barrios, en base al análisis de:

- a.- Las peticiones hechas por los niños a los encargados del servicio, fueran éstas satisfechas o no.
- b.- Los libros prestados en la sala.
- c.- Las fichas del préstamo circulante.

Los datos arrojados por el estudio demues

tran que de un total de 804 niños que utilizaron el servicio, 321 (el 40 %) solicitó libros recreativos, entendiéndose por esta categoría los cuentos clásicos universales (de autores como Julio Verne, Mark Twain, etc); los cuentos tradicionales venezolanos (Tío Tigre y Tío Conejo; Panchito Mandefuá, de Pocaterra; y cuentos basados en personajes de los medios de comunicación (Heidi, los de Walt Disney). También se cuentan dentro de esta categoría las narraciones de aventuras, misterio, ficción y otras.

Un 37 por ciento de las solicitudes (295) fueron sobre textos utilizables para la realización de las tareas escolares. El 23 % restante (188) fueron en busca de información sobre temas específicos como contaminación, ecología, petróleo, deportes, etc.

En el caso particular de los libros recreativos, cabe destacar que las solicitudes satisfechas se reparten de la siguiente manera: 24 % de autores clásicos; 11,5 % de escritores venezolanos; 8,4 % de lecturas basadas en personajes de los medios de comunicación. El 53,3 % restante se reparte entre otras subcategorías recreativas tales como aventuras, misterio y cuentos sobre animales, sobre todo provistos de abundantes gráficas.

La notoria diferencia entre la subcategoría de recreativos venezolanos y las restantes --apuntan -- Agudo y Verónica Uribe se debe precisamente a la escasez de literatura infantil venezolana en cantidad y variedad suficiente para responder a la demanda de los usuarios.

Y señalan como una de las conclusiones: -
"....la carencia en el mercado de cuentos tradicionales -
venezolanos **publicados**, viene a corroborar la falta de de
sarrollo de la industria editora nacional, especialmente
en lo que se refiere a las ediciones para niños....".

En cuanto a los niños que no acuden a las
bibliotecas, denominados en este trabajo "de lecturas no
controladas", se hace sumamente **difícil** tipificar sus in-
tereses dada su heterogeneidad de edades, grado de ins---
trucción, estrato social del que provienen y otras varia-
bles.

No obstante, resulta fácil inferir que --
además de los libros de consulta para sus deberes escola-
res, lean cuentos clásicos universales, aventuras, cuen-
tos venezolanos, etc; pero que a falta de orientación, el
grueso de sus preferencias se dirigen hacia el comic y la
televisión, cuyos efectos sobre la mentalidad infantil
han sido suficientemente estudiados por Santoro, Mattelart
y otros autores. Se calcula que más de 300 mil ejemplares
de comics son exportados mensualmente a Venezuela desde -
México, España, Argentina y Colombia.

También serían dignos de una investiga---
ción profunda los efectos que sobre la mente de las niñas
y adolescentes producen cierto tipo de revistas femeninas,
a su alcance en muchos hogares venezolanos. Además de su
contenido eminentemente frívolo, que no despierta ninguna
crítica entre sus lectores, ni siquiera entre los adul

tos, contienen toda una intención de sus editores de "vender" a sus compatriotas latinoamericanos los gustos, puntos de vista y estilo de vida netamente norteamericano. - Esa intención es evidente tanto en las crónicas y reportajes, como en las recetas de cocina y decoración.

Conclusiones

Después del panorama que a breves rasgos se ha querido mostrar de las posibilidades y realidades de la literatura infantil venezolana, las conclusiones se van dibujando nítidamente.

La primera de ellas es que se hace indispensable fomentar una infraestructura editorial netamente venezolana, que sea capaz de competir, en cuanto a lecturas para niños se refiere, con las casas distribuidoras -- del exterior. Para ello es necesario el estímulo del Estado tanto a escritores como editores, a fin de asegurar una producción literaria cuantitativamente extensa, de costos accesibles para todos los sectores de la población, y de buena calidad. Así se podrá tener la seguridad de que el producto sea formador y no deformante de nuestra infancia.

En segundo lugar, se hace necesario crear conciencia entre los padres sobre los beneficios de la lectura en sus hijos. Sólo de esta forma se puede contrarrestar la tendencia cada vez mayor de aquellos padres que prefieren mantener a sus hijos delante del receptor de televisión, para ellos poder ocuparse de sus tareas domésticas o

una filosofía pragmática a través de una serie de materiales científicistas o fórmulas para el aprendizaje escolar. A raíz de los 25 años de "Tricolor", Rosas Marceno en "El Nacional" observaba que "la revista no vibra entre nosotros, a pesar de la excelente calificación de sus contenidos, hecha por la Modern Language Association of America....no hay participación masiva de los niños - en la elaboración de los contenidos...." (5). La revista desaparece a finales de 1976.

"Pico Pico", fundada por el escritor Manuel Felipe Rugeles. Apenas alcanza a diez números. Su contenido consistía en poesías, temas científicos e históricos y partituras musicales en forma sencilla para los iniciados en las artes musicales. "La era del niño" (1966), editada en el Estado Carabobo. Esta publicación constituye quizás la mejor idea, aquí en Venezuela, de lo que debe ser un periódico infantil. Editada en tamaño tabloide y contenía colaboraciones de los mismos niños y columnas dirigidas a ellos y a los padres. Apenas dura dos años.

"Churum Meru" (1967) destinada a "niños y jóvenes". Fundada por el humorista Gabriel Bracho Montiel. Colaboraban intelectuales como César Rengifo, la escritora Carmen Delia Bencomo. También participaban los niños en la redacción de muchas de sus páginas. "Uyapar" (1966), editada por la Corporación Venezolana de Guayana (CVG). Estaba destinada a niños de quinto y sexto grado

y al primer y segundo año de bachillerato.

En la actualidad no existe ninguna de estas publicaciones infantiles. Todas ellas fueron desapareciendo por problemas económicos. La publicidad aliviaba -- las cargas editoriales, pero ella se fue retirando cuando observaron que la televisión era más rentable. Solamente "Tricolor" y "Uyapar" se pudieron mantener hasta los años setenta y por ser publicaciones oficiales que disponían -- por tanto, de un presupuesto permanente. Pero a pesar de -- ello, constituían esfuerzos que no llegaban por su contenido y distribución al público infantil.

El mercado impreso está acaparado por las tan conocidas historietas o "comics" (6). Walt Disney lanzará al estrellato sus propias versiones cinematográficas. Desde Méjico se nos invade con toda clase de personajes-hé roes que "luchan por el bien y la justicia". Walter Lanz -- con su "Pájaro Loco", "Conejo de la suerte", etc. Siguen -- cosechando buenas horas de lectura el archi conocido "Su-- permán", "Batman y Robin" y toda la gama de superhéroes. -- También están "La Pequeña Lulú", "Ton y Jerry", "Henry", -- "Benitín y Eneas", "Lorenzo y Pepita", etc. que ya son cong cidos por todos nosotros.

Hasta hace pocos años estaban en el merca-- do dos revistas con dimensión continental y ambas editadas en la Argentina: "Anteojito" y "Billiken". La segunda más conocida que la primera. En los finales de los años 60 de

sus labores en la calle.

Es asimismo importante hacer ver a los padres la conveniencia de que ellos mismos orienten a los niños sobre las lecturas más interesantes, desde el punto de vista educativo informal y de cultura general. En caso de no poderlo hacer personalmente, debe procurarse inculcarles el hábito de visitar las bibliotecas.

Finalmente, debe fomentarse la creación y desarrollo de organismos como la Asociación Venezolana de Literatura Infantil y Juvenil, Avelij, (la cual se ocupa, de manera científica, de explorar todo cuanto sea provecho dentro del campo de la literatura infantil), Banco del Libro (particularmente de su editorial infantil "Ekaré"), etc.

La literatura infantil venezolana está pasando en la actualidad por momentos críticos. Cada día se hace más difícil hallar textos venezolanos escritos especialmente para nuestros niños, lo cual empuja a los pequeños hacia la televisión, el comic y otras lecturas no precisamente formadoras. Sería conveniente aprovechar este Año Internacional del Niño que se inicia para tomar las medidas correctivas indispensables. Sólo así nuestros niños dejarán de ser los grandes marginados de la cultura en Venezuela.

Jorge Villalba.

DOCUMENTOS

EVOLUCION DE LAS INVESTIGACIONES
SOBRE EL NIÑO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL
EN VENEZUELA

El objeto de esta reseña bibliográfica es el de sintetizar los principales estudios que se han efectuado en Venezuela sobre el Niño y los Medios de Comunicación Social, indicando su enfoque, método y resultados.

Hemos preferido desarrollar un orden cronológico para que sea posible percibir los cambios que se han operado en la escogencia de temas y en la aplicación de métodos. Los subtítulos tan sólo pretenden enunciar el tono dominante de los estudios en un determinado período, pero no tienen un carácter estrictamente clasificatorio.

Dejaremos obviamente para el final la indicación sumaria de los aspectos que se han investigado y - las lagunas existentes.

Las motivaciones para esta síntesis son - muy variadas. Además de la celebración coyuntural del año 1979 como "El Año Internacional del niño", nos ha movido - principalmente el hecho del desconocimiento actual de la - producción teórica latinoamericana entre los mismos inves- tigadores de la región.

No deja de ser sorprendente, por ejemplo, que un estudio como el de Pedro José Arenas "La televisión y nuestra conducta cotidiana: sus efectos sobre niños, adolescentes y adultos", publicado en Argentina el año 1975, afirme que al averiguar la clase de efectos educativos de los programas masivos específicamente no educativos comprobó que más del 90 % de las investigaciones experimentales se habían realizado en los Estados Unidos, que otras tres investigaciones capitales fueron realizadas en Japón y Gran Bretaña, pero ni siquiera mencione un sólo estudio latinoamericano en su extensa bibliografía.

Entre los 151 títulos recogidos por el P, J. Arenas no aparecen el estudio, por ejemplo, del venezolano Eduardo Santoro "La televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño", publicada en 1969, ni el de - Carlos Muñoz "Sequential effects of frustration and reward in the possible rol of public television programmes as cause of hightened aggression in children: an exploratory

study, London University, de 1973.

En los mismos tomos de Ciespal "Comunicación y Desarrollo: Compendios de Investigaciones sobre América Latina" (T. I-II), que recoge 700 referencias, son evidentes algunas ausencias, explicables por otra parte, dada la dispersión de los esfuerzos investigativos.

Nos daríamos, pues, por satisfechos, si con esta síntesis tendemos un lazo de comunicación mayor entre los educadores, comunicadores e investigadores latinoamericanos, empeñados en analizar la temática compleja del niño y los medios de comunicación en una región - cuya población mayoritaria es infantil y juvenil.

El tiempo libre de los niños y la exposición a los medios (1960-1968)

Al margen de los "ratings" y de los sondeos de mercado, la investigación comunicacional de nivel académico en Venezuela se inició con los análisis de programación y contenido de los diversos medios.

Ya en 1962 tenemos un estudio primerizo de José Miguel Salazar, presentado en un Foro sobre la Televisión Venezolana: "Televisión, Actitudes y Propagandas" (CEHE, U.C.V., Caracas). Se centra particularmente en el diagnóstico de los temas, valores y personajes de los telefilmes según las siguientes categorizaciones:

Tema:	violencia.....	55 %
	policíacos.....	43 %
	educativos.....	3 %
 Valores:		
	dinero.....	79 %
	fuerza bruta.....	52 %
	astucia-engaño.....	45 %
 Protagonista:		
	héroe americano.....	100 %
	villano americano.....	78 %
 Clase social:		
	media-héroe.....	75 %
	media-villano.....	15 %
	proletario-héroe.....	15 %
	proletario-villano.....	45 %

Estos resultados movieron la preocupación general hacia un estudio más comprensivo de la programación como vía para un análisis ulterior de efectos.

En 1963, Antonio Pasquali, manteniendo la misma línea, aunque esta vez de forma más totalizante, desarrolla análisis descriptivos sobre la programación de radio y televisión, considerando que una investigación bien cuantificada de la programación global "constituye la motivación previa de cualquier estudio posterior sobre motivaciones y fines, contenidos y efectos", ya que "la pura frecuencia de un tipo de mensaje, su predominio sobre otro y su fin

dice de presencia en la programación total, son datos de por sí altamente significativos, capaces de prefijar el rumbo y los criterios de toda investigación ulterior" (Comunicación y Cultura de Masas, EBUC, Caracas)

Los resultados de estos estudios, confirmados después por otro en 1967 del mismo Antonio Pasquali (El aparato singular: un día de televisión en Caracas, -UCV), arrojan por primera vez una información sistemática sobre la preponderancia de los programas importados y la ausencia de programas educativos en la televisión venezolana.

Aunque todavía no se desciende al análisis de la composición de los receptores, en la categorización de los programas hay una referencia implícita a los públicos infantiles bajo la clase "dibujo animado infantil". Pero todavía se habla en forma intuitiva de la audiencia, sus preferencias según diversas variables, y el posible impacto de los programas.

Por primera vez en 1966 se publica un estudio que aborda el problema del público infantil. FIPAN (Federación de Instituciones de Protección y Asistencia al Niño) financia una investigación con respecto a las actividades que en el tiempo libre realizan los pobladores del área metropolitana.

Dos años antes FIPAN estaba interesada en determinar los alcances de la implantación del medio tur-

no escolar en las actividades del niño, sobre la hipótesis de que "durante el medio día libre los escolares no se dedican a actividades recreativo-formativas necesarias para el desarrollo de la personalidad".

Utilizando una muestra de 549 niños en -- edad escolar de aquella época, se comprobó que el 52,7 % - ayudaban a las labores hogareñas, el 50,3 % veían televi-- sión y el 20,5 % de dedicaban a actividades de rutina diaria. De los niños encuestados que veían televisión un 37 % prefería programas de "violencia, muerte y guerra". Entre otros resultados significativos habría que destacar que só lo un 16,5 % de los menores realizaban actividades de tipo formativo (leer, pintar, tocar instrumentos musicales, visi tar bibliotecas...) y que un 10 % de los menores trabaja-- ban, a pesar de las disposiciones contrarias del Estatuto de Menores.

Poco después, en 1967 se concluye una inves tiguación en el Estado Zulia, bajo la dirección de Sergio An tillano y Martha Colomina, Este nuevo estudio, titulado "El huésped alienante" (Universidad del Zulia, Maracaibo, 1968), al determinar la audiencia de radio-novelas y telenovelas en las clases populares, indaga que en los barrios humildes existe mayor preferencia por las novelas (61%) en compara-- ción con una baja preferencia en la clase media alta (1 %), y simultáneamente descubre que la participación de los ni-- ños en la audición de novelas es mayor en las clases humil-- des, y que estos imitan sus personajes e introducen a menu--

do sus temas en las conversaciones ordinarias.

La influencia de los medios masivos en los niños (1969-1974)

El convencimiento generalizado de que la televisión es el sistema audiovisual de mayor impacto - (absorción del tiempo libre, eficacia educacional y recordativa, participación emocional.....) y el uso irracional de la programación global (preponderancia de programas importados, contenido de violencia, excesos publicitarios.....) motivan a Eduardo Santoro para analizar el mensaje transmitido por la televisión venezolana y obtener información acerca de los estereotipos existentes en una muestra de niños relacionados con la televisión - (1969).

La hipótesis general de su investigación planteó que "la televisión presenta y crea estereotipos sociales en los niños venezolanos, influyendo en las actitudes hacia nacionalidades, grupos étnicos, posiciones sociales, profesiones y valores".

La verificación abarcó el análisis de contenido de la televisión de Caracas y de una muestra de audiencia infantil (938 alumnos de 6to. grado de primaria).

La discusión del análisis de los resultados está en la dirección de la hipótesis. En la semana esdiada el 37 % de los programas fueron dedicados a aventu-

ras, violencia, guerra, policíacos, oeste, etc., sólo el 0,6 % correspondió a programas culturales y el 0,2 a educativos (jardín de infancia y sexto grado por televisión).

Respecto al uso de la televisión por parte de los niños, el 88 % de los niños estudiados poseían TV - en el hogar y el 80,9 % la contemplaba diariamente. Los programas más vistos eran justamente los presentados en mayor cantidad: aventuras (53 %), humor (18 %), novelas y otros tópicos. Ningún niño escogió programas culturales y sólo el 0,2 % indicó entre sus programas preferidos el "6º grado por televisión", el cual no era transmitido por la emisora oficial.

La segunda parte de la encuesta constituida por técnicas semiproyectivas de dibujo y creación libre comprobó que el 35 % de los dibujos referidos a la TV fueron de contenidos "violentos", es decir, que implicaban la destrucción, lesión o daño a personas, animales u objetos. Los contenidos restantes, también contenían dosis de violencia (por ejemplo, los de humor, delictivos o competencia).

El 63 % de los dibujos contenían expresiones lingüísticas extranjeras. Los móviles de la acción fueron: el 32 % la posesión de bienes materiales, dinero, riqueza, tierras, etc.; el 18 % prestigio, posición social. Sólo el 4,1 % fue asignado a obtención de conocimientos. Un porcentaje elevado a diversión: 21,6 %.

La mayor parte de esas historias se desarrollaban según los niños en Estados Unidos (54 %); sólo el -

24 % en Venezuela.

Hubo un mayor porcentaje de malos identificados en base al color negro y a la pobreza económica.

Aun admitiendo críticas de la investigación de Eduardo Santoro (a veces falta univocidad en las categorías, existen ciertas restricciones derivadas del instrumental utilizado.....) no eliminan la legitimidad de los resultados en dirección de la hipótesis.

Hoy más que nunca es absurdo contraponer los survey con sus posibles inexactitudes a los estudios experimentales supuestamente asépticos, ya que por una parte tienden a complementarse y por otra parte la relativa esterilización de las condiciones de laboratorio supone unas condiciones tan ajenas a las interacciones reales, que puede derivar en resultados irrelevantes.

Tratando de precisar más algunas hipótesis medias de Eduardo Santoro sobre las actitudes del niño hacia la televisión venezolana, Borden y Fernández (1971) realizaron en el área metropolitana de Caracas una investigación con una muestra de 149 escolares entre 8 y 10 años de edad, ampliando así el perfil de edades, reducido en Santoro a los de 6º grado.

Según sus resultados el 42 % de los niños veían televisión a partir del primer y tercer año de vida. Al 55 % le gustaban las comiquitas, el 20 % películas de guerra y a otro 20 % las de misterio.

Coincidiendo con el sondeo efectuado por Martha Colomina en el Zulia, un 66 % mostró preferencia - por las novelas.

Ese mismo año una tesis de grado de Marca no y Moncada (1971) sobre el contenido de violencia en el mensaje televisivo dirigido a la infancia venezolana, arroja resultados en la misma dirección de las hipótesis verificadas anteriormente por José Miguel Salazar (1962) y - Eduardo Santoro (1969). En la programación semanal de nuestra televisión encontraron un 68 % de programas con contenidos significativos de violencia. Para los días sábado y domingo el porcentaje de programación con contenido violento alcanzaba al 83 % y al 76 % respectivamente.

Pero el avance notable en la investigación descriptiva de programación y contenidos no conllevó un desarrollo paralelo del análisis de los efectos correspondientes a tales mensajes masivos.

En noviembre de 1973 se realizó en Puerto Ordaz el Vº Congreso de la Sociedad venezolana de Psiquiatría sobre "Medios de Comunicación y Salud Mental". Una de las aportaciones principales, que presentó Carlos Muñoz, se centró en el tema de la "Televisión, Violencia y Agresión", y fue posteriormente publicado con ese título en 1974.

En ella recoge las conclusiones de las investigaciones internacionales más reconocidas y en particular menciona su estudio "Sequential effects of frustration

and reward in the possible role of public television programmes as cause of heightened aggression in children: an exploratory study" (1973). Según explica el mismo autor, intentó reconciliar las diferencias obtenidas entre los estudios basados en la teoría de catarsis y los estudios que le señalan un rol estimulante de agresión a la violencia televisada.

Para la investigación experimental empleó niños de escuela primaria entre 9 y 11 años de edad. Examinó los efectos secuenciales de frustración-premio (utilizados para manipular niveles transitorios de agresividad) sobre el posible efecto de programas violentos de televisión como causa contribuyente al aumento de la agresión.

La exploración efectuada por el autor lo llevó a las siguientes conclusiones: el nivel de conducta agresiva de los niños tiende a incrementarse como resultado de la observación de un programa de la televisión de contenido violento. Sin embargo el rol de la frustración premio no fue claramente establecido.

En el mismo Vº Congreso Venezolano de Psiquiatría fue presentado otro estudio sobre "lo que quieren y lo que hacen los niños de Caracas" (véase una síntesis en la revista "Orbita", n.7: "La influencia de los medios de comunicación masiva", por Leoncio Barrios Barreto).

Es una investigación exploratoria que

trata de determinar cuáles son las actividades que los escolares caraqueños realizan en su tiempo extra-escolar. -- Siguiendo la ruta marcada por los estudios de FIPAN y -- Eduardo Santoro, se explora el tiempo que dedican a exponerse a mensajes dirigidos a la masa a través de la televisión, la radio, el cine y medios impresos (periódicos, suplementos, revistas, literatura etc.) y por fin se detecta cómo los mensajes masivos inciden para que sus aspiraciones se configuren sobre valores que no corresponden a su realidad socio-económica.

La muestra práctica correspondió a 242 -- alumnos de 6º grado de primaria, en escuelas públicas y -- privadas de la zona Metropolitana de Caracas.

Fue sorprendente el que un 11.0 % señalara el trabajo entre sus actividades extra-escolares, porcentaje más alto que el encontrado por la investigación de FIPAN 7 años atrás (7.0 %).

Ahora bien respecto a la exposición a los medios de comunicación se obtuvieron los siguientes resultados:

- Exposición a la TV.: un 95,3 % dijo haberla visto el día anterior; la media correspondió a 2.30 horas.
- Asistencia al cine: un 34,5 % va una o más veces a la semana.
- Audiencia de radio: un 63,0 % dice haber oído el día anterior; el promedio alcanzó 2,1 horas diarias.
- Lectura de Periódicos: 43,7 % todos los días.

- Suplementos: el 75,7 % los lee con un promedio de 3 semanales.
- Libro que no es texto de estudio: el 56,5 % manifiesta haber leído al menos uno.
- Fotonovelas: el 36,6 % dice leerlas con un promedio de 2 semanales.
- Revistas: el 74,5 % lee al menos una cada quince días.

Si bien la muestra perdió la aleatoriedad propuesta y hubo posible fuente de error al considerar a los niños de las escuelas públicas y privadas como dos grupos socio-económicos distintos, en líneas generales el nivel de aspiraciones de los niños de las escuelas públicas resultó ser tan alto como el de los niños de las escuelas privadas.

En sus conclusiones críticas el autor señala que, dada la cantidad de información colateral, se hace cada día más imprescindible la realización de investigaciones interdisciplinarias.

La función ideológica de los mensajes para públicos infantiles (1974-1978)

Aunque los primeros trabajos de Antonio Pasquali plantean la alienación general de los medios masivos (1963-1967), sólo a partir de la década del 70 se inician exploraciones sistemáticas sobre el uso ideológico de los mensajes masivos.

En una ponencia presentada al Primer Congreso sobre Dependencia y Neocolonialismo (Cabimas, 1970), María del Pilar Quintero esbozó unos lineamientos sobre "la colonización cultural a través de la literatura infantil".

Una preocupación semejante conlleva el "Análisis de contenido de la programación infantil de la Televisión Venezolana", realizado por Diana Pinedo de Betancourt y María Auxiliadora Arias. Además de comprobar que la programación televisiva presentaba estereotipos que no se ajustaban a nuestra realidad y que correspondían a situaciones idealizadas, constataron la ausencia total de programas educativos, artísticos e informativos adecuados para los niños. (El estudio realizado en 1971 se encuentra reseñado en Orbita, n.11, Julio 1975).

Sin embargo, es, sobre todo, Ludovico Silva, quien con sus ensayos sobre "Teoría y Práctica de la Ideología" (1971) va a sentar un marco teórico adecuado en la perspectiva marxista para el análisis de la función ideológica de los mensajes masivos. Su concepción sobre la plusvalía ideológica y sus primeras tentativas de aplicación - el análisis ideológico ("los comics y su ideología, vistos del revés" e "ideas sobre televisión, subdesarrollo, ideología") constituyeron en su momento valiosas aportaciones intuitivas que motivaron estudios en otras direcciones. Decimos intuitivas porque aún apenas se habían desarrollado y difundido las aportaciones metodológicas de la semiótica y la lingüística estructuralista para operativizar análi-

sis de los procesos de la producción y comunicación de -
signos.

La prioridad otorgada por el análisis marxista a la variable económica y las dificultades derivadas de la operativización de la función ideológica y su impacto, orientaron los esfuerzos investigativos hacia el área de la producción económica de los mensajes.

Así, por ejemplo, el Laboratorio Educativo de Caracas dedicó tres números consecutivos de su publicación "Cuadernos de Educación" a los siguientes tópicos: "Educación y Medios de Comunicación" (n.14); "Televisión infantil y dominación" (n.15); "Los textos escolares en primaria" (n.16). En estas entregas es ya notable el influjo de los planteamientos de A.Mattelart y E.Verón, aunque no hay un avance metodológico significativo en los análisis que aplican. Precisamente el número 15 pertenece al mismo A. Mattelart, quien por esas fechas había iniciado la denuncia de la penetración norteamericana a través de la programación infantil ("Sesame street").

Ante la difusión de la versión adaptada de Sesame Street en Venezuela bajo el título de "Sopotocientos" (Feb.1973-Marzo 1974), se elaboraron dos trabajos casi simultáneos: uno de Igor José Molina (1973) que constituía un estudio exploratorio sobre el contenido de un programa de televisión, concretamente "Sopotocientos", y otro de Coral Delgado Orama (1974) que buscaba también una "Interpretación de los valores transmitidos por el

programa Sopotocientos".

El primero de ellos, realizado como requisitos de grado en la Universidad Central, y presentado como aporte ante el mencionado VQ Congreso Venezolano de Psiquiatría, analiza desde el punto de vista sico-social los roles dominantes en una muestra de 75 capítulos de los 130 (58 % del total).

Los resultados del análisis del presentan los siguientes juicios valorativos sobre los roles: ser -- conforme es bueno; ser inconforme es malo; ser egocéntrico es malo; alcanzar el éxito es malo.

En tono al reforzamiento de las conductas manifestadas se abría una doble alternativa, ya que los roles presentados en el programa eran de inconformismo o de conformismo. En el primer caso, había de ser siempre castigado, mientras que en el segundo había de ser siempre recompensado; todo ello era ubicado dentro del marco de los grupos primarios.

Por su parte Coral Delgado en un estudio similar, pero de carácter más sociológico, aplicó la metodología del análisis de contenido de Berelson para detectar las líneas de fuerza ideológicas del mismo programa. Aunque sin aplicar categorías estructuralistas, el estudio es una comprobación de cómo es posible detectar indicadores de la función ideológica dominante a través de un análisis frecuente.

Sus observaciones le llevaron a la siguiente

tes verificaciones: la frecuencia relativa a la sub-categoría de "actitudes individuales" predomina en todos los niveles (juegos, aprendizaje, etc.), en contraposición a la sub-categoría de "actitudes sociales". Por otra parte la insistencia en los aspectos competitivos, sobre todo en las situaciones de trabajo, juegos, aprendizaje y posesión de bienes materiales favorece actitudes competitivas en la línea burguesa del lucro individual como fin.

Tampoco estos análisis de contenido fueron seguidos por las correspondientes observaciones de efectos en los públicos infantiles, aunque obvia decir la dificultad metodológica inherente a una evaluación -- instantánea de los procesos ideológicos que operan sobre todo en el subconsciente y a largo plazo en los sistemas de codificación interiorizados por los niños.

En torno al uso de los resultados investigativos en las políticas de programación, no está de más comentar que si bien "Sopotocientos" dejó de salir al aire en marzo de 1974, hoy a los cuatro años nos encontramos diariamente en pantalla con la versión original de "Plaza Sésamo", que ni siquiera goza del mérito de la adaptación.

En este mismo período, aunque su difusión corresponde a 1977, fecha de la publicación de "La Celestina Mecánica", se realizaron varios estudios en la Universidad del Zulia sobre la utilización del tiempo libre de los habitantes de Maracaibo, y el consumo de revistas,

periódicos y subliteratura especialmente femenina.

Prácticamente el estudio se centró en las conductas de los adolescentes comprendidos entre los 15 y 24 años de edad, pero consideramos importante tener en cuenta la continuidad que se opera entre el nivel infantil y adolescente, sin una ruptura fundamental de los hábitos de exposición a los medios masivos. Tengamos en cuenta que los psicólogos sitúan operativamente la adolescencia entre los 10-18 años para las hembras y los 12-20 para los varones.

Según los estudios mencionados es significativo el que aun antes de los 15 años se encuentren consumidores de subliteratura pseudoamorosa y revistas ilustradas femeninas que tienden a configurar los estereotipos sociales sobre la feminidad y el papel social de la mujer -- con una función ideológica encubierta.

Pero esta problemática remite a su vez a otros subtemas de investigación, aún inexplorados, como es el de la exposición e influencia de los mensajes, difundidos para los adultos y asimilados por los adolescentes y niños; la incidencia de la mediación de los adultos en la percepción de los mensajes por grupos infantiles; la selección de la programación infantil en los medios electrónicos, abiertos a todos los públicos, etc., que ofrecen nuevos horizontes a los investigadores.

Nuevas vertientes en la investigación (1976-1978)

Sobre todo a partir de 1975 y conjuntamente con la preocupación por el impacto ideológico de los medios masivos en el público infantil, se inicia un proceso de diversificación de los estudios.

Por una parte se amplía el foco de la atención a otros medios distintos de la televisión (comics, literatura infantil, cine etc.), habida cuenta de la importancia de analizar el fenómeno ideológico de forma cada vez más comprehensiva en todo el subsistema de los medios masivos. Por otra parte se manifiesta la necesidad de profundizar sobre los impactos específicos de los medios en la configuración de diversos estereotipos y hábitos conductuales: opinión política infantil, pautas de consumo etc.

En la primera vertiente la socióloga Moriacira Vecchini abordó entre 1975-1976 una investigación exploratoria sobre la aceptación del público hacia las tiras cómicas, la influencia de la edad en la preferencia por determinados géneros y por fin la incidencia de las tiras en la ecogencia de los juegos infantiles (Véase: "Un estudio sobre tiras cómicas", en *Orbita*, n. 17, oct. 1976, pp.77-79).

La muestra estratificada de 160 elementos correspondió a las 16 zonas geográfico-administrativas del área metropolitana de Caracas.

La cantidad de lectores de tiras cómicas llegó al 88,4 % de la población total, siendo entre los niños el medio impreso de su preferencia (50 % suplementos, 30 % libros, 15 % el periódico, 5 % revistas). Los adultos, a su vez, prefieren el diario como medio para la lectura - de tiras cómicas.

El tiempo dedicado por los niños a la lectura de tiras es muy amplio, ya que el mayor porcentaje de respuestas señala la lectura a diario y muy frecuentemente el medio escogido para la lectura resultó ser el de suplementos más que el de los diarios.

De la comparación sobre preferencias entre niños y adultos se observó que en los niños hay una mayor aceptación hacia las tiras del tipo exótico, y los protagonistas de éstas son sus personajes preferidos, tanto para jugar con ellos como para disfrazarse (Supermán y Batman totalizan las tres cuartas partes de las respuestas). Los adultos prefieren el género crítico ya que lo consideran instructivo (Carlitos, Mafalda....).

Casi simultáneamente con M. Vecchini, dos estudiantes de la Escuela de Comunicación de la Universidad Católica Andrés Bello, Ma. Elena Ramos y Ricardo Martínez, realizaron una investigación comparativa sobre los códigos del comic y del anti-comic o comic crítico (Véase en "Comunicación", nº 9, Agosto de 1976). Su objetivo era detectar las posibles diferencias semiológicas e ideológicas, basándose en una muestra comparativa de Pepita-Lorenzo (co

mic) y Mafalda (comic crítico), como representativos de ambos géneros.

El valor del estudio es fundamentalmente metodológico, ya que trata de obviar la distancia entre el mero análisis cuantitativo de contenido y el análisis estructural ideológico. Aunque en una primera instancia no arroja resultados referidos a efectos sobre determinados públicos, sus consideraciones metodológicas son importantes para analizar los mecanismos de significación que operan en la comunicación de mensajes integradores o críticos.

Otro tanto cabría decir de la investigación de Rosalba Pereira Morales sobre "Literatura infantil e ideología" (veáanse: *Orbita*, nº 17, octubre de 1976 y *Orbita*, nº 18, febrero de 1977).

En ella se trata de descubrir y explicar las significaciones presentes en cinco cuentos de hadas según versión de niños venezolanos: "Blanca Nieves y los siete enanitos", "Caperucita Roja", "Rapunzel", "La Bella Durmiente del bosque", y "Cenicienta", aplicando los planteamientos de A.J. Greimas sobre el análisis estructural del relato.

Descubre en dichos cuentos la isotopía fundamental de los mitemas: todas las narraciones giran en torno a la alienación o pérdida de la vida (vida vs. muerte), relacionado directamente con el tema (poder vs.

valores sociales). En otras palabras, reduciendo a enunciados su significación: "quien está en una condición social débil, de pobreza, tiene el riesgo de la muerte, es decir, la alienación de la vida". De ahí que lo esencial es la -- búsqueda de poder y la obtención de riquezas, a través del mecanismo sugerido del matrimonio con alguien en el poder, según la cosmovisión burguesa del amor.

Este desentrañamiento de los mecanismos de significación es imprescindible para no caer en la descripción atomizada o anecdótica del influjo de los medios masivos y para construir nuevos mensajes alternativos.

Aunque estos estudios son aún incipientes constituyen una contribución notable en el campo de la investigación venezolana, ya que el mayor aporte de la semiótica está precisamente en el proporcionar instrumentos para describir e interpretar las construcciones ideológicas.

Queda aún abierto, sin embargo, el análisis de objetos semióticos mucho más complejos (teatro, cine, TV), así como el afinamiento cada vez mayor en la deco-dificación de los campos, de los universos semánticos, de la organización semántica y también de las técnicas de manipulación del universo semántico, que constituyen la plataforma necesaria para una "semiótica de las culturas".

En la segunda perspectiva mencionada de -- profundizar sobre otros impactos específicos de la televisión merecen mencionarse tres estudios: uno relativo a la actividad lúdica del niño y otros dos referidos a la inci-

dencia de la publicidad comercial y de la propaganda política.

El primer estudio de Rebeca Blanco, Mery González y Sonia González, evalúa la influencia del contenido televisivo, manifestada a través de la actividad lúdica que este realiza. El proyecto se llevó a cabo entre octubre de 1973 y Julio de 1975, y el resumen del informe final apareció en la revista *Orbita* (n.13, Diciembre de 1975).

Se tomó una muestra de 110 escolares entre 8 y 12 años de edad, de ambos sexos, localizados en los Institutos "Carlos Delgado Chalbaud" (público, de -- clase media baja) y "Rondalera" (privado, de clase alta).

Limitándonos a las conclusiones más sobresalientes del estudio nos encontramos con que el promedio de exposición diaria a la TV. por parte de los entrevistados llega a 4 horas diarias (promedio significativamente superior al arrojado por anteriores investigaciones: 2 horas y media).

La preferencia por los personajes se concentró en la categoría de "películas" (41,8 %) y casi la totalidad de los encuestados manifestó imitar personajes de televisión. A través de la observación se pudo apreciar que casi la mitad de la muestra estudiada realizó - juegos "deportivos", en el recreo; quedando la otra mitad concentrada básicamente en los juegos de "persecución", inspirados en la películas y personajes de la te-

levisión.

Si bien existía, pues, una incidencia de la televisión en las modalidades de los juegos, se constató una relación inversa entre horas dedicadas al juego y horas de exposición al medio televisivo.

Naturalmente, dado el carácter de la muestra, sólo es posible hacer inferencias sobre la población escolar urbana.

Los otros dos estudios tienen un doble interés, derivado de la búsqueda de otros motivos y de su actualidad en el tiempo.

El informe "Las preferencias políticas de los niños de Caracas" constituye la primera investigación sobre la opinión política de los niños, que conozcamos en el país. El proyecto, dirigido por Jesús Rosas Marcano, ha puesto al descubierto el influjo de la publicidad política en el período preelectoral. Dado su interés, en este mismo número del Boletín, puede encontrarse el informe final completo con sus características metodológicas y los resultados (1977).

Aunque los resultados de la Campaña Electoral 1978 dan a entender que la publicidad política no determina el voto del electorado adulto, sin embargo es importante constatar que su influjo por vía del conocimiento emocional en los niños sobre todo más pequeños es decisivo para configurar sus simpatías y antipatías. Los niños entre 8 y

10 años hubieran dado, sin duda, el triunfo a Piferúa, "Pifita", "el hombre de la Pifa", "el hombre que va a dar Pifa" (29 % frente al 22 % de Luis Herrera "Bigote Herrera" o "el Gordo del Bigote").

El último estudio sobre el que hemos tenido información fue efectuado en la Universidad Central con motivo del "Seminario de Investigaciones de la Publicidad y de las Relaciones Públicas", de la Escuela de Comunicación Social.

La investigación dirigida por Adolfo Herrera tuvo un carácter exploratorio con el objeto de detectar "La incidencia de la televisión en la formación de hábitos de consumo en los niños escolares" (1977).

Partiendo de los criterios de Watzlawick, Piaget y Wallon sobre la implicación conductual de la comunicación y la génesis mimética del niño a partir de los dos años, se podría predecir, según el estudio, la orientación de las pautas de consumo.

La muestra estadística quedó conformada por 275 niños del área metropolitana que cursaban desde el tercer grado hasta el sexto, en escuelas de tres niveles socio-económicos: familias de altos ingresos (más de 5.000 bls.), familias de ingresos medios (de 1.500 a 5.000 bls.) y familias de bajos ingresos (menos de 1.500 bls.).

La primera parte del estudio analizó la

composición de audiencia en el núcleo familiar (audiencia promedio por receptor: 3,5 personas; con la siguiente composición: 1,5 niños de 2 a 14 años, 1,2 mujeres, 0,8 hombres); los horarios de audiencia de los niños (7.00 am. - 11.30 am: 12,7 %; 11,30 am - 2,30 pm. - 11.00 pm.: 21,5 %); la situación o contexto de la audi-visión (71,6 % en el hogar; 18,1% en la escuela, el restante 10,3 % con sus hermanos; 19,6 % con los amigos y 10,3 % sólo).

Respecto al gusto por las cuñas (los niños llaman propoganda a los comerciales) un 61,4 % contestó favorablemente, un 26,5 % en contra y un 12,1 % no respondió.

Un cuadro sobre orientación del consumo revela que de los niños encuestados un 70,9 % conoce los productos a través de la TV., un 19,6 % en los abastos, supermercados etc., y un 6,5 % por influencia de las personas.

Ya antes hemos indicado el carácter exploratorio y preliminar de este estudio que requeriría una compleción con el análisis de las pautas de consumo infantil. Además habría que ampliar la investigación hacia la observación de pautas de consumo inducidas más bien por las series telefilmicas, y en general los géneros de ficción, ya que, si bien no mencionan marcas específicas, proponen pautas en el uso y consumo de productos, asociadas a personajes con quienes los niños se identifican emocionalmente.

Balance final sobre las investigaciones

Desde el punto de vista científico el resultado del esfuerzo realizado es considerable, sobre todo si tenemos en cuenta que no se estimula la investigación de los medios masivos que no ofrezca efectos inmediatos de carácter comercial (mercadotécnico) y político (campañas electorales).

Los resultados confirman para la situación venezolana las tendencias de la programación, contenidos, exposición a los medios y algunos efectos, verificados dentro de las configuraciones culturales capitalistas (Véase en documentos: Efectos de la TV.). La especificidad viene marcada tanto por la dependencia de la programación, en su mayor parte importada (incluso la dirigida a los niños como "Sesame Street", "El Chavo", "Chapulín Colorado", "Comiquitas" etc.), como por la incidencia desintegradora de la identidad nacional (reforzamiento de la división social y de los estereotipos racistas, imitación de pautas de consumo discordantes con las prioridades nacionales, pérdida de las tradiciones culturales válidas....).

Estos resultados negativos, que de ninguna forma contradicen la incidencia positiva en lo que respecta a un incremento general de la cultura de los niños (mayor información, dominio del lenguaje etc.), son tanto más peligrosos cuanto que se producen en el inicio de la socialización de los niños venezolanos.

A lo largo del trabajo hemos señalado algunas deficiencias y lagunas en la investigación que ahora recogemos en forma resumida. La mayor parte de los estudios reseñados corresponden a tesis de grado con las correspondientes limitaciones económicas, metodológicas y humanas. En este sentido es significativo, por ejemplo, que las muestras obtenidas de exposición a los medios y sobre los efectos de la televisión están localizadas casi en su totalidad en zonas urbanas y particularmente en el área metropolitana.

Si bien han proliferado en alguno ámbito -denuncias graduelocuentes, apenas existen análisis ideológicos metodológicamente rigurosos sobre el contenido y efectos de los medios masivos. Todavía no se han aplicado sistemáticamente los avances de la semiótica al análisis de contenido de los diversos mensajes dirigidos a los públicos infantiles con la subsiguiente exploración de las configuraciones ideológicas interiorizadas por los niños. No parece que se ha tenido suficientemente en cuenta que la relación en término de efecto entre los mensajes y la audiencia carece de sentido sin un previo análisis de la estructura de los mensajes.

A este déficit sobre todo metodológico habría que añadir la reducción de los estudios al medio televisivo (sin negar que es el más importante para el público infantil) y la ausencia de pesquisas sobre la incidencia de otros medios en complementariedad con el medio televisivo.

vo. Faltan análisis intertextuales de mensajes procedentes de diversos medios.

Si bien se han iniciado las investigaciones sobre el perceptor infantil, aún son susceptibles de ampliarse atendiendo a las diversas variables de edad, sexo, nivel educativo, clase social, factores de personalidad (inteligencia, normalidad, actitudes), contexto cultural (rural o urbano) etc.

No se han precisado todavía los factores que determinan en el niño venezolano la motivación para utilizar un medio u otro, o escoger entre diversos mensajes o programas, y apenas se han investigado los hábitos diferenciales de la audiencia infantil para programaciones específicas con su correspondencia incidencia conductual.

Quedan por ampliarse y profundizarse las investigaciones sobre efectos, que hasta el presente casi se han reducido a la problemática de la violencia y de los estereotipos sociales en el sistema televisivo sin contemplar los efectos varios sobre salud física y mental, conocimiento, valores y otros aspectos de la conducta social (integración familiar, escolaridad, actitudes psicosociales.....).

Naturalmente a esta serie de lagunas y limitaciones habría que añadir las deficiencias propias de toda investigación comunicacional de efectos por la dificultad de procesar la multitud de factores (variables) --

que actúan simultáneamente y la crítica general que se ha hecho a muchos de los estudios por su carácter transversal, sincrónico y a corto plazo.

Este camino recorrido recomienda que investigaciones de este tipo sean llevadas a cabo por un equipo integral de investigadores en diferentes disciplinas. Esto es tanto más necesario cuanto que la prioridad de los survey sobre los experimentos de laboratorio obliga a considerar en el trabajo de campo un conjunto enorme de interacciones cognoscitivas, efectivas y conductuales que requieren interpretaciones más complejas y diacrónicas.

Como colofón de este balance podemos concluir que hay una información básica suficiente sobre programación, contenidos y algunos efectos de los medios masivos, para poder orientar políticas comunicacionales específicas para los públicos infantiles.

Pero esa misma información básica, casi recurrente y repetitiva en sus resultados (porque no varían las políticas) demuestra que hasta el presente siguen sin corregirse los defectos de la importación abusiva de mensajes que difunden estereotipos distorsionadores y que no responden a los requerimientos culturales del niño venezolano.

En este sentido podemos afirmar que la efectividad de los resultados de la investigación ha sido prácticamente nula para orientar políticas culturales y comunicacionales, atendiendo a los niños .

Al menos queda para los investigadores el saldo positivo arrojado por una actividad que va sembrando progresivamente una conciencia nacional sobre el problema.

NOTA.-

La información sobre fuentes puede encontrarse en la --
guía bibliográfica venezolana.

Jesús María Aguirre.

EFFECTOS DE LA TELEVISION SOBRE LOS NIÑOS

El siguiente documento es un recuento sintético de todas las conclusiones que se infieren de las investigaciones experimentales analizadas por Pedro José Arenas y publicadas en su estudio: "La televisión y nuestra conducta cotidiana" (ED. Cuarto Mundo, Bs.As. 1975). Aunque la muestra de 151 investigaciones de referencia es fundamentalmente estadounidense, resultado explicable por la abundancia de investigaciones efectuadas en ese país, sin embargo en tales hallazgos aparecen muchas similitudes con el proceso

y efectos de nuestra televisión.

- 1.- La mayoría de los Canales se dedican a transmitir - programas de entretenimiento para adultos y muy pocas veces transmiten programas específicos para niños en las horas en que la mayoría de ellos están en las casas.
- 2.- El período de mayor aprendizaje de programas de televisión no educativos viene antes que el niño haya aprendido a leer por su cuenta.
- 3.- El niño que tiene televisión lleva a la escuela una provisión mayor de conocimientos generales y está capacitado para aprender más rápidamente lo que se le enseña, que el niño que no tiene acceso al medio. No obstante, esa ventaja desaparece al llegar ambos a 6to. grado.
- 4.- La televisión beneficia y estimula en mayor medida a los niños atrasados y débiles mentales leves, así como a los brillantes y superdotados, que a los niños normales.
- 5.- Los niños pobres y también los segregados raciales miran televisión con el fin de tomar modelos de conducta social en mayor medida que los hijos de familias de clase media y alta.

- 6.- El 75 % de los niños normales menores de 12 años representa en sus juegos y comportamientos cotidianos las historias violentas que ha visto en la televisión, e imita a los personajes principales.
- 7.- Los niños menores de 8 años recuerdan hasta un 60 % de los hechos observados en las películas y que un adulto normal recuerda. Los que tienen edades entre 8 y 12 años recuerdan hasta un 80 % de los hechos.
- 8.- El contacto accidental con una ocupación o profesión a través de la televisión resulta una poderosa fuente de información donde la mayoría de los niños aprende aspectos incidentales relacionados con roles profesionales de adultos.
- 9.- Debido a las características de los contenidos de los programas, la mayoría de los niños ha adquirido una buena imagen de las ocupaciones de la clase media alta (profesionales y hombres de negocios) y cree que el éxito en la vida depende primordialmente de la inteligencia, astucia, autoconfianza y coraje.
- 10.- Los niños que ven programas que pintan características sociales de otros países, reproducen posteriormente las formas de actuar de los modelos extranjeros, difundidos, aunque ésto no significa que en to-

dos los casos la tendencia continúe a través del tiempo .

- 11.- Los niños con poca o ninguna información sobre algún tópico específico encarado por programas de televisión, manifiestan cambios de actitudes duraderos en el sentido inducido por tales programas.
- 12.- Aunque los niños no ven muchos telenoticiosos, si observan una noticia por televisión suelen recordarla menos que si la oyen por radio o la leen en los periódicos.
- 13.- Respecto del aprendizaje que resulta de los films violentos, no puede concluirse nada del exclusivo análisis de los contenidos de los programas.
- 14.- Los mismos programas afectan diferentemente a niños similares (según sus datos de planilla).
- 15.- En los niños psicópatas, los films agresivos parecen actuar como estimulantes de sus tendencias psicopáticas.
- 16.- En los niños normales el programa o films violentos no produce necesariamente reacciones violentas, pero respecto del aprendizaje, el niño ha visto y en casi todos los casos retiene y puede usar en el futuro, si las necesita, las formas de ejercer la violencia que mostraba el programa.

- 17.- Los niños varones prefieren los films o programas de televisión violentos, en mayor medida que los adolescentes y adultos, y que las mujeres de cualquier edad.
- 18.- El grupo etario que ve más programas agresivos -- por televisión es el de los niños varones de 12 a 16 años de edad.
- 19.- La mayoría de los niños normales que ven televisión en condiciones ambientales comunes aumentan sus respuestas agresivas luego de ver films violentos.
- 20.- Niños de 4 a 5 años de edad que observan la conducta agresiva de un adulto con quien tiene una relación efectiva, responden imitativamente reproduciendo formas agresivas similares. Esto también, se observa en mayor medida en los varones que en las niñas.
- 21.- La violencia de los programas de televisión no sólo produce respuestas agresivas en la mayoría de los niños normales que miran tales programas, sino que también "conforma el tipo de conducta agresiva" por la tendencia a imitar que poseen los niños.
- 22.- Los niños no imitan o reproducen indiscriminadamente todo tipo de conducta agresiva que sugiere un film. Ellos tienen distintas normas sociales inter-

nalizadas que les indican cuáles son los buenos modelos y el buen comportamiento, y presumiblemente, actúan como un estímulo fuertemente negativo para reproducir todo o parte de lo visto.

- 23.- El modelo adulto agresivo que cosecha éxitos en los films violentos en casi siempre objeto de imitación - por la mayoría de los niños aun cuando éstos lo calificquen con connotaciones fuertemente negativas. Por el contrario, la generalidad de los niños normales no imitan al modelo agresivo sin éxito. Es decir que la recompensa o el castigo obtenido en el film determina la imitación de la conducta observada y no el carácter moral y social de deseable o rechazable aun cuando estas características se diferencien perfectamente.
- 24.- El hecho de que el villano de un film no reciba su castigo o que el niño no lo perciba, produce un aumento de las conductas agresivas en los niños normales.
- 25.- En general, los niños están dispuestos a aprender -- cualquier cosa que la televisión les presente como ver dadero. Lo único que reconocen claramente como fanta sía son los dibujos animados.
- 26.- El 40 % del tiempo que los niños de 1er. grado dedican a la televisión lo ocupan en ver programas de adul tos.
- 27.- La interpretación de los programas de televisión por

parte de los niños está en función del grupo de amigos.

28.- Sólo el 25 % de los niños en edad escolar manifiestan que sus padres ejercen algún control sobre el contenido de programas. En general el control se refiere al tiempo de exposición y no al tipo de programas.

OPINION ADULTA SOBRE
LA TELEVISION VENEZOLANA Y LOS NIÑOS

Han llegado a nuestras manos dos estudios efectuados, el primero por DATOS C.A. sobre "hábitos y actitudes del público televidente" (Agosto y septiembre de 1977) y el segundo del Instituto GALLUP de Venezuela sobre "La Televisión Venezolana y sus programas" (Enero y febrero de 1978). Es interesante analizar algunas conclusiones a las que llegan dichos estudios de empresas privadas. Para ello solamente nos vamos a limitar a considerar aquellos apartados que tienen que ver con la "mal" llamada televisión para los niños.

I.- ESTUDIO DE DATOS C.A. (Agosto-Septiembre de 1977)

El estudio fue diseñado para obtener información sobre los hábitos y actitudes del público adulto - que ve televisión en el área metropolitana de Caracas. Como vemos la encuesta fue restringida a adultos con receptores de televisión en sus hogares, aproximadamente el 95 % de la población que vive en hogares privados.

DATOS C.A. seleccionó una muestra probabilística de 800 adultos pertenecientes a todos los estratos socio-económicos. De los encuestados el 98 % había visto - alguna transmisión durante los últimos siete días y el 90 % había visto televisión el día anterior a la entrevista. En términos de exposición hay pocas diferencias entre los diferentes grupos de la sociedad.

Ver televisión es una actividad generalmente realizada con el resto de la familia, en donde se incluyen a los niños. Únicamente el 17 % de los entrevistados - digeron que generalmente la ven solos. El hecho de ver la televisión en compañía de otras personas, entre ellos los niños, indica la necesidad de un consenso sobre qué programas se van a ver. La encuesta indicó que es el ama de casa seguido por el esposo quienes deciden lo que se va a ver. - Es bueno señalar, que este estudio de DATOS C.A volvió a -- confirmar lo que otros estudios siempre han confirmado: el período principal de ver televisión es de 7.00 á 10.00 pm.

En cuanto a los programas con más menciones

fueron:

- Programas policíacos, acción, aventuras, etc.....65 %
- Cómicos, pseudo-cómicos, musicales.....22 %
- Noticieros.....14 %
- Novelas.....38 %
- Deportivos..... 9 %

La opinión del público adulto sobre la preferencia de una canal determinado de televisión por que respecta a mejores programas de niños o para niños, fue la siguiente:

	<u>CANALES</u>			
	<u>2(RCTV)</u>	<u>4(VV)</u>	<u>8(VTV)</u>	<u>5(VTV)</u>
Mejores Programas para niños	40 %	20 %	16 %	12 %

Analícemos ahora de qué programas se trata:

<u>CANAL DOS (RCTV)</u>			
<u>PROGRAMAS</u>	<u>TIPO</u>	<u>RATING</u>	<u>ORIGEN</u>
Chapulín Colorado(+)	"Enlatado"	35 %	Méjico
El Chavo(+)	"Enlatado"	34 %	Méjico
Los Picapiedra(+)	Dibujos animados ("Enlatado")	23 %	EE.UU

Hechizada	"Enlatado"	32 %	EE.UU
Pinocho	Dibujos Anima- dos ("Enlatado")	33 %	España
Abbot y Costello	"Enlatado"	23,2%	
Inspector Toyuyo	"Enlatado"	34 %	

(+) Programas que todavía se transmiten

CANAL CUATRO (VV)

PROGRAMAS	TIPO	RATING	ORIGEN
Llanero Solitario (+)	"Enlatado"	17 %	EE.UU
Flipper (+)	"Enlatado"	15 %	EE.UU
Dibujos Animados-Va- rios (+)	"Enlatado"	13 %	EE.UU y Japón
Starky y Hutch (+)	"Enlatado"	35 %	EE.UU
SWAT (+)	"Enlatado"	31 %	EE.UU
Hombre Nuclear(+)	"Enlatado"	29 %	EE.UU
Mujer Biónica(+)	"Enlatado"	29 %	EE.UU
Perdidos en el espa- cio (+)	"Enlatado"	21 %	EE.UU
El Zorro	"Enlatado"	24 %	EE.UU
El Show de los Muppets	"Enlatado"	25 %	EE.UU
Kojak	"Enlatado"	31 %	EE.UU

(+) Programas que todavía se transmiten

Observamos que las series de tele-films y dibujos animados, en menor grado, son las que más abundan y también las que se consideran por el adulto como "programas Infantiles" porque entretienen a los niños. No existen programas de verdadero corte infantil, aún cuando el Canal 2 es quien más se acerca a esa denominación. En cuanto al origen de la programación, cobran los comentarios. Está de más indicar lo que los empresarios afirman sobre el contenido de la programación: "...el contenido es como es, debido a que no otra cosa es lo que el público espera y solicita". Está visto que los empresarios saben lo que el público espera ver y lo que solicitan. El problema radica en que la empresa privada de televisión no ha dado otro tipo de contenido, desde que inició sus labores por allá en 1958.

Es interesante comparar esto último con la determinación real del público para ver televisión. Utilizando una escala de siete puntos donde el "uno" indica desacuerdo y el "siete" acuerdo, encontramos las siguientes respuestas:

- Se deben pasar más programas culturales..... 6.62
- Con la TV uno aprende muchas cosas nuevas..... 5.37
- La TV sirve principalmente para entrenar a los niños 5.37
- La TV es la mejor manera de distraerse..... 4.71
- Se pierde mucho tiempo viendo TV..... 3.97
- Las novelas son verdaderamente interesantes..... 3.12

II.- ESTUDIO DEL INSTITUTO GALLUP DE VENEZUELA (Enero-Febrero de 1978)

Durante el mes de enero de 1978 el Instituto Gallup de Venezuela llevó a cabo en la ciudad de Caracas y Zona Metropolitana un estudio de opinión sobre el tema de la Televisión Venezolana. Se efectuaron una serie de preguntas (diez en total) a los encuestados, investigando su parecer fundamentalmente sobre "el eventual perjuicio que pueden causar ciertos programas de TV en la moralidad y formación de los niños y los adolescentes, las horas hasta las que los niños ven TV, programas más perjudiciales según los adultos para los niños, intervención del gobierno a manera de censura en la programación, etc.

El estudio consideró una muestra de 600 adultos, los cuales fueron entresacados de los distintos estratos socio-económicos. Los resultados a algunas de las preguntas que nos interesan fueron:

El nivel moral de los programas

¿"El nivel moral de los programas de TV - que se transmiten actualmente, es perjudicial para los niños, muy perjudicial, poco perjudicial o nada perjudicial?"

En general, se consideró, como era de esperarse, que el nivel moral es más perjudicial para los niños que para los jóvenes. Así vemos que el 80 % y el 90 % de los encuestados pensaron que el nivel moral es en alguna medida "muy perjudicial". Y, entre quienes pensaron que el nivel es perjudicial, se manifestaron por "mu-

perjudicial" un 58 % (para los niños) y un 46 % (para los jóvenes).

El horario de los niños para ver TV

Con respecto al horario límite de los niños de la casa para ver televisión las respuestas se concentran en su mayoría alrededor de las nueve de la noche (25 %), encontrándose al género de la población entre las ocho y las diez (63 %). Con respecto a la asociación de horarios de los niños y el nivel socio-económico se aprecia que, antes de las nueve de la noche hay la relación siguiente: a medida que bajemos de nivel los niños ven más TV, mientras que para después de esa hora prácticamente sólo los niños de las clases medias ven TV. Es alarmante en el estrato socio-económico B el porcentaje de hogares donde los encuestados no saben hasta qué hora ven TV los niños (8 %). Véase el cuadro siguiente:

HORA HASTA LA QUE LOS NIÑOS VEN TELEVISION

NIVEL SOCIO ECONOMICO

<u>HORARIO</u>	<u>TODOS</u>	<u>A</u>	<u>B</u>	<u>C</u>	<u>D</u>
7	10 %	18 %	14 %	7 %	10 %
8	21 %	9 %	22 %	25 %	13 %
8	25 %	32 %	22 %	25 %	30 %
10	17 %	14 %	16 %	18 %	16 %
11	2 %	-	1 %	2 %	2 %
12 o más	2 %	-	2 %	2 %	-
No ven TV	4 %	5 %	3 %	2 %	13 %
No sabe	4 %	4 %	8 %	1 %	4 %

No hay niños	15	18 %	12 %	18 %	12 %
TOTAL	100	100 %	100 %	100 %	100 %

Programas no recomendables para los niños

La pregunta fue: "¿Qué tipos de programas, si es que los hay, entre los programas que se están emitiendo actualmente, considera UD. que son más perjudiciales para los niños?. Puede mencionar hasta dos (le pedimos el tipo de programas y no el nombre del programa)"

Una abrumadora mayoría piensa que los más perjudiciales son los programas de Tele-novelas y comedias (55 %). El segundo lugar de desfavor lo ocupan los temas policiales, con un apreciable porcentaje (17 %). En tercer lugar las tiras cómicas (5 %). El 15 % de los encuestados no saben indicar qué tipo de programas son más perjudiciales - para los niños, porcentaje que alcanza a casi el 23 % en la clase A y a más del 9 % entre los universitarios.

El control gubernamental sobre el nivel moral de los programas.

Hay en este caso una pronunciada tendencia por la intervención estatal: 57 % cree que el gobierno debería prohibir los programas perjudiciales y 29 % piensa que debería obligar a las emisoras a calificarlos y anunciar su calificación. Sólo el 12 % preferiría la no intervención gubernamental.

Control gubernamental y opinión sobre el nivel moral

Dado que sería muy interesante saber cómo respondieron a esta última pregunta los diversos grupos de de opinión sobre si el nivel moral es perjudicial para los niños, hemos procedido a cruzar ambas preguntas. Los resultados pueden apreciarse en el siguiente cuadro:

PARTIDARIOS DE INTERVENCION ESTATAL O NO, SEGUN SU OPINION SOGRE LOS EFECTOS DE LA TV EN EL NIVEL MORAL DE LOS NIÑOS

<u>LA TV ES PARA LOS NIÑOS</u>	<u>MUY</u> <u>PERJUD.</u>	<u>POCO</u> <u>PERJUD.</u>	<u>NADA</u> <u>PERJUD.</u>
<u>EL ESTADO DEBERIA</u>			
No intervención	9 %	16 %	17 %
Calificación del Programa	24 %	30 %	59 %
Prohibición por parte del Estado	66 %	51 %	25 %
No sabe	1 %	3 %	-
<u>TOTAL</u>	<u>100 %</u>	<u>100 %</u>	<u>100 %</u>

Observamos que quienes consideran en principio negativo para los niños el nivel moral de los programas son en su mayoría de tendencia marcadamente más intervencionista (a favor de la prohibición o al menos de la calificación obligatoria de parte del Estado). Así es por ejemplo entre quienes piensan que el nivel moral es "Muy perjudicial" se encuentra la gran mayoría de los que pien-

san que el Estado debe intervenir (66 %).

La opinión sobre el nivel moral de los programas y la hora de ver TV por parte de los niños

Si cruzamos nosotros las preguntas referidas a la opinión moral de los programas y aquella que se refiere al horario de los niños para ver TV obtendremos el siguiente cuadro:

HORARIO DE LOS NIÑOS PARA VER TV Y EL NIVEL MORAL DE LOS PROGRAMAS

NIVEL MORAL DE LOS PROGRAMAS	MUY PERJUD.	POCO PERJUD.	NADA PERJUD.
HORA LIMITE DE VER TV			
7	11 %	9 %	14 %
8	22 %	22 %	14 %
9	24 %	28 %	17 %
10	17 %	15 %	17 %
11	1 %	2 %	2 %
12	2 %	1 %	-
No ven TV	5 %	2 %	7 %
No sabe	3 %	5 %	9 %

Aquí tenemos las tres distribuciones porcentuales de horarios (sólo para quienes tienen niños, por eso no suman 100 % para cada uno de los tres grupos de opinión sobre el nivel moral de los programas, y encontramos que las

opiniones son contradictorias y poco consistentes: hay poca relación entre la opinión sobre el perjuicio moral que cierta programación le puede causar al niño y la hora hasta la que se le permite ver TV. Esto es así, si consideramos que la programación de series de policías, aventuras, y en general aquella programación de violencia y telenovelas y programas cómicos se transmiten en ese horario -- comprendido entre las 7 y las 10 de la noche.

UNA REFLEXION FINAL

Aun cuando ya hemos ido interpretando y sacando conclusiones a lo largo de las respuestas a los diferentes tópicos que tanto DATOS C.A y GALLUP de Venezuela plantean, creemos necesario hacer unas conclusiones finales de carácter general.

Tal como afirma Frederic Wetham (Psiquiatra norteamericano y estudioso del efecto de los medios en el niño), estamos haciendo que nuestros niños sean cada vez más teledirigidos. "El niño está perdiendo su espontaneidad emocional y adquiere una desviación de las actitudes naturales hacia actitudes cínicas, hostiles, duras, así como una insensibilidad que se expresa tanto en acciones reales como en sus mismas fantasía y sueños". Y todo esto, tal como lo señalan los dos estudios presentados bajo el "consentimiento" de los adultos. Sin embargo, surge otra vez un interrogante ¿cómo impedir o minimizar los efectos de la TV. Se impone la necesidad de elaborar una "praxis" contra la inoculación de la TV.

Se da una contradicción en los adultos entre la programación que más prefieren y a su vez el juicio moral que ella produce; es lo que Ludovico Silva llama el "sueño insomne". Se debe exigir de los adultos la creación de mecanismos de "contra-información", "contra-distracción", "contra-educación" que cancelen o minimicen el sistema de comunicación predominante. La labor de los padres debe ser "heróica", es decir "eliminar o reducir el uso de la TV y crear una actitud crítica en el niño". Lo primero se logra implementando actividades substitutivas más atractivas, más formativas y de mejor calidad que la TV. Se debe dedicar más tiempo al niño o igual que a la TV. Renunciar a la cómoda situación de un niño que permanece tranquilo frente a la pantalla, mientras los padres hacen lo mismo u otra actividad. Hay que enseñarle al niño a dudar, razonar y discutir críticamente. Tarea difícil, pero la única.

Marcelino Bisbal E.



GUIA BIBLIOGRAFICA

EL NIÑO Y LOS MEDIOS DE COMUNICACION

Como la información bibliográfica sajona es relativamente accesible (véanse por ejemplo los apéndices de los libros "Televisión, Violencia y Agresión" de Carlos Muñoz, Universidad Central de Venezuela, Caracas, 1974, o "La Televisión y nuestra conducta cotidiana" de Pedro José Arenas, Ed. Cuarto Mundo, Bs.As., 1975) hemos preferido seleccionar en dos apartados exclusivos la bibliografía venezolana y latinoamericana. La enumeración se ha hecho siguiendo el orden cronológico de publicación de los estudios.

I.- ESTUDIOS VENEZOLANOS

1966 - FIPAN: El doble turno escolar y el tiempo libre. - FIPAN, Caracas.

1969 - Santoro, Eduardo: La Televisión venezolana y la formación de estereotipos en el niño. Universidad Central, Caracas.

- 1970 - Quintero, María del Pilar: La colonización cultural a través de la literatura Infantil. Ponencia presentada al Primer Congreso sobre Dependencia y - Neocolonialismo. Cabimas, 1970.
- 1971 - Borden y Fernández: Las actitudes de niño hacia la Televisión Venezolana. Tesis de grado. Esc. Sociología. Universidad Central, Caracas.
- Marcano y Moncada: Contenido de violencia en el mensaje televisivo dirigido a la Infancia venezolana. Tesis de grado. Esc. Sociología. Universidad Central. Caracas.
- 1974 - Muñoz, Carlos: Televisión, violencia, y agresión. Colecc. Esquema. Universidad Central. Caracas.
- Colina, Igor José: Un estudio exploratorio sobre el contenido de un programa de televisión: Sopotocientos, en *Orbita*, n.7, p. 65-77.
 - Delgado Drama, Coral: Interpretación de los valores transmitidos por el programa "Sopotocientos". Tesis de Grado. Escuela de Ciencias Sociales. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas. Reseñado en el *Boletín de Comunicación*, N. 13.
 - Cuadernos de Educación: Educación y Medios de Comunicación, n. 14. Abril, Caracas.
 - Cuadernos de Educación: Televisión infantil y Dominación", n. 15, Mayo, Caracas.
 - Cuadernos de Educación: Los Textos Escolares en Primaria, n. 16. Junio, Caracas.

- Barrios Barreto, Leoncio: Lo que quieren y lo que hacen los niños de Caracas, en *Orbita*, Enero--Febrero., pp. 5-39.
- 1975 - Diana P. de Betancourt, María A. Arias-G.: Análisis de Contenido de la programación infantil de la Televisión Venezolana, en *Orbita*, Julio, pp. 35-49.
- Rebeca Blanco, Mery González, Sonia González: Estudio exploratorio sobre la televisión y la actividad lúdica del niño, en *Orbita*, Dic-Feb., pp. 47-70.
- Martínez Ricaron, María Elena Ramos: De la semiología a la ideología. Tesis de grado. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.
- 1976 - Marta Colomina de R.: *La Celestina Mecánica*. Ed. - Monte Avila. Caracas.
- Rosita Adriana Nobile y María Felisa Trillo de G.: Televisión Educativa. Tesis de Grado. Escuela de Comunicación Social. Universidad Católica Andrés Bello. Caracas.
- Marialcira Vecchini Z.: Un estudio sobre tiras cómicas en *Orbita*, Octubre, pp. 77-99.
- Rosalba Pereira Morales: Literatura Infantil e ideología, en *Orbita*, Octubre, pp. 99-133.
- 1977 - Jesús Rosas Marciano: Los niños y su opinión política", Escuela de Comunicación Social, Universidad

Central. Véase el informe en el Boletín de Comun
cación, n. 21.

.- ESTUDIOS LATINOAMERICANOS

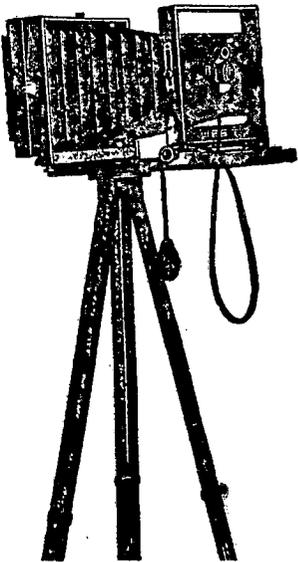
- 1961 - Bavasso Ruffo, Juan Carlos: La televisión y los niños. Uruguay: Universidad Libre del Museo Social Argentino. 11 hojas - xer.
- 1962 - Dora Pastoriza: El cuento en la literatura infantil. Ed. Kapelusz, Bs.As. Argentina.
- 1963 - Jesualdo Sosa: Literatura infantil. Ed. Losada. Buenos Aires.
- 1964 - Fryda Schülz: El mundo poético infantil. Ed. Ateneo. Bs.As.
- 1966 - Antunes Alves, Marília: Función y responsabilidad de la radiodifusión en la formación del niño y su posición frente al problema de la conducta antisocial de la juventud. Quito. CIESPAL, 11 p. - off.
- 1968 - Núñez López, José A.: Ponencia de la Secretaría Auxiliar de Salud Mental a la Comisión de Artes y Cultura del Senado de Puerto Rico sobre violencia y medios de comunicación-televisión. Puerto Rico, - 11 hojas - off.
- Lewinsohn, José: Medios de Comunicación Social en relación al menor. Santiago de Chile: CONICYT, 372p., anexos - min.

- León Martínez, Enrique: Los efectos de los medios masivos de comunicación en la niñez mexicana. - Ponencia a la Reunión Nacional de Trabajo sobre protección al menor, convocada por el Instituto Nacional de Protección a la Infancia. 19 hojas - xer.
- Cirne, Moacy: Mafalda, práctica semiológica e práctica ideológica. 8 p. - imp.
- Communication behavior in potencial conflict situations: a comparison of story completions by school children of Germany, Brazil & The U.S. - Michigan State University, East Lansing. Department of Communication, 56 p. - xer.
- 1969 - Cremoux, Raúl: La televisión y el alumno de secundaria del Distrito Federal. México: Centro de Estudios Educativos, A.C., 132 o. - imp.
- Louzán, Magda: Adolescentes y cine. Trabajos de las 5tas. jornadas uruguayas de psicología (1964). 446 p. - imp.
- 1970 - Fryda Schültz: Nuevas corrientes de la literatura infantil. Ed. Angel Estrada, Bs.As.
- 1971 - Ariel Dorfman - Armand Mattelart: Para leer el Pato Donald. Ed. Universitarias de Valparaíso. (Ed. Siglo XXV).
- Gaston, Enrique: La propaganda dirigida a los niños. Ediciones Universitarias de Valparaíso. Chile.
- Almendros, Herminio: Estudio sobre literatura infan-

t11. Nueva Biblioteca Pedagógica, México.

- 1973 - Boggio A., Riofría G., Roncagliolo R.: La ideología en los textos escolares peruanos. En "Comunicación y Cultura", n.1., pp. 102-115.
- Nethol y otros: El libro de lectura de la escuela primaria en Argentina. En "Comunicación y Cultura", n.1, pp. 115-146.
- 1976 - Benavides, Roberto: Efectos de películas agresivas sobre la conducta de los niños. Revista del Centro de Estudios Educativos. Vol. VI, n. 1, p.53.
- Merino, Jorge: La violencia en los programas de televisión. Chasqui, n.14, pp. 33-43. Quito.

EQUIPO COMUNICACION



"PAIS PORTATIL":
CIEN AÑOS DE VIOLENCIA

"País portátil" es una película definitivamente importante. No parece necesario insistir en que nos encontramos frente a una de las más maduras y logradas producciones del cine nacional. La crítica a este respecto ha sido unánime. Nos parece, con todo, que una ciertamente muy comprensible emoción ha llevado esta vez a algunos críticos, habitualmente sobrios, a formular elogios desmedidos y a salirse de una perspectiva justa. El cine nacional ha recorrido en breve tiempo un largo camino. - Ello es muy cierto y "País portátil" lo demuestra. Pero no es menos cierto que al cine nacional le queda aún un largo camino por recorrer. Pensamos que eso también queda evidenciado en la película que comentamos.

"País portátil" es, antes que nada, un serio ensayo indagatorio sobre los móviles de una violencia consubstancial a la historia de Venezuela. Concretamente, los cien años de violencia que protagonizan los Barzarte

representan, de alguna manera, cien años de violencia en la Vida de Venezuela toda. Inspirándose y recreando para - el cine la novela de Adriano González León, Iván Feo y Antonio Llerandi parecieran sugerir que la violencia en Venezuela va en la sangre misma de los venezolanos. Una violencia hereditaria, muchas veces irracional, siempre confusa. Violencia que, al final de cada ciclo y antes de comenzar el siguiente, termina en tregua o en pacto con el enemigo. Enemigo cuyo perfil, curiosamente, nunca aparece con nitidez en la película. Por algo se trata de una violencia de todos contra todos y de todos contra nadie.

Frente a ese ciclo fatal de violencia que nunca se detiene, Salvador Barazarte representa la conciencia lúcida del venezolano que busca la razón de la sin razón y se pregunta casi obsesivamente por la secreta coherencia de ese destino que hilvana misteriosa y trágicamente el presente con el pasado y el futuro. Andrés Barazarte, activista también de una revolución inexplicable o por lo menos inexplicada, acaba por entrar finalmente en el marco de un destino familiar y nacional del que en realidad nunca salió. En el sentido que venimos apuntando, "País portátil" es un inteligente intento explicativo de la frustración del presente o de un pasado reciente desde la perspectiva de la frustración de un pasado lejano. "La noche de los Barazarte podrá darte un amanecer mejor". Intento explicativo inteligente y, por supuesto, discutible. En cualquier caso, importante.

Esa es la violencia que se ven impulsados a

decestar los hombres. No menos interesante, ni menos frustrante tampoco, es la violencia que padecen las mujeres. A lo largo de la película, las Barazarte desfilan ante nuestros ojos como almas en pena, dolientes y afligidas, aprisionadas entre un pasado triste y un futuro sin horizonte. Ellas son doblemente víctimas de una especie de -- destino cruel que abraza a todos y parece no perdonar a nadie. Compañeras del hombre y sin embargo distantes, sometidas, espiritualmente estériles, frustradas, tristes, casi mudas. Espectadoras pasivas de una violencia que protagonizan los hombres, ellas mismas sufren los resultados del absurdo de esa violencia. Cien años de violencia también para ellas.

Más allá del interés que despierta su planteamiento temático, "País portátil" es una película valiosa por la reconstrucción brillante y la evocación precisa de ambientes, personajes y costumbres de un pasado muy -- nuestro, algo alejado en el tiempo pero vivo y latente todavía dentro del alma nacional. En ese difícil arte de la evocación de recuerdos nos ha parecido percibir algún influjo de Carlos Saura, si bien a la dirección de Feo y -- Llerandi le faltan aún la madurez y la sobriedad expresivas del director español. Cierta afán esteticista y un excesivo barroquismo empañan un tanto la limpidez narrativa de este sobresaliente filme venezolano.

A pesar de que se aprecia un guión cuidadosamente trabajado, nos queda aún la impresión de que el mismo se cifre excesivamente a la novela que le sirvió de --

inspiración. Esta dependencia de un estilo más literario que fílmico se refleja, por un lado, en la abundancia y largura de monólogos y parlamentos dentro de la película. También en una interpretación marcadamente teatral, sobre todo de ciertos personajes. Todo ello le resta fluidez y le añade una innecesaria lentitud a la narración fílmica.

A propósito de la falta de fluidez, es preciso hacer notar que tampoco en "País portátil" se logra superar del todo una falla que es característica de muchas de las más recientes películas nacionales. Una película de cine no es un mosaico de escenas, por bien realizadas que estén todas y cada una de ellas. En "País portátil" hay escenas memorables por su perfección formal, pero el guión en su conjunto pierde a ratos el ritmo y la cadencia fílmicas. El defecto queda en parte paliado por el excelente trabajo de montaje a cargo de Alberto Torrija y -- del propio Antonio Llerandi.

Iluminación, fotografía, sonorización, maquillaje y musicalización se adaptan rigurosamente (al tema y al espíritu de la película). (En ella todo está preparado con cuidado. Nada se deja a la improvisación. Pensemos que ése es precisamente uno de sus méritos ejemplares.

El público como siempre ha respondido y -- respaldado con fervor a este nuevo esfuerzo del cine nacional. Creemos que una parte de ese público queda inicialmente sorprendido al encontrarse con un tipo de cine al que -- no está acostumbrado, un cine comercial sin concesiones, --

un cine serio, un cine difícil, un cine que hace pensar,
 un cine que en corto tiempo ha empezado en ser adulto.

José Ignacio Rey.



*X aeternam
 invenit.*

*Curret pecunia licet, tantum vix scribitur anno,
 Quantum uno reddunt praeta Batava die.
 Addidit inventis aliquid Germania tantis.
 Hollandus cepit. Tunc ut peregit opus?*

*veldj.
 sculp.
 P. Scriverius?*

INFORMACIONES

EL REGRESO DE SUPERMAN

Próximamente se estrenará en Caracas el último producto de la técnica cinematográfica norteamericana: "Superman". El periodista Clark Kent regresará para proteger el impoluto sistema establecido de villanos de la más diversa especie. Ahora bien; ¿dónde inscribir este nuevo producto? ¿En la misma órbita de "La Guerra de las Galaxias" y "Encuentros cercanos...."? ¿O una perentoria necesidad de ídolos que estén adaptados a la era especial?

Resucitar a Superman mediante los 35 millones de dólares que costó producir la película pareciera no tener otros fines que los de cualquier inversión en un nuevo tipo de cosmético, si no fuera porque trae todos los visos de "bluff" publicitario dirigido a inyectar nuevas energías a super héroes de reconocida trayectoria pero de actual avejentamiento y anquilosamiento, tales como Batman

El Avispón Verde, Mandrake, El Fantasma, Flash Gordon, Spiderman y pare Ud. de contar. Por otro lado, los suplementos y la televisión ya se han saturado, y ahora el cine ofrece rentas más fructíferas, aunque con mayores inversiones, se entiende. Así que después de Superman, es de esperar una avalancha de esos héroes que se las saben todas y que le aplican una de super-poderes al villano que se les cruza por el frente.

Un cable publicado en El Nacional el 13-12-78, relata algo sobre los inicios del mito, en 1938, cuando "...dos jovencitos de Ohio se dedicaron a dibujar sus aventuras". Luego dice que "Era la época de la depresión y en medio del hundimiento económico de Estados Unidos, Superman se convirtió pronto en un héroe popular, capaz de superar -con fuerza e imaginación- cualquier crisis".

De modo que si Superman tuvo éxito en su primera aparición, se debió en parte a las circunstancias sociales que imperaban en aquel tiempo. Lo malo es que ahora no sabemos a qué clase de crisis obedece este exitoso resurgimiento a fuerza de publicidad. Quizás Jerry Siegel y Joe Schuster se lanzaron a una verdadera aventura hace 40 años, y no midieron los alcances de su creación ni supieron nunca muy bien por qué había tenido tanto éxito.

Pero estamos seguros que la Warner sí ha medido perfectamente el terreno que pisa, y ha sopesado con cuidado algo más que las posibilidades de ingresos en aquella. Habría que ver por qué se trata de resucitar un persona

je que en su nacimiento contribuyó a paliar, en su medida, una crisis.

Vemos otro punto: poner a Superman en la misma onda de John Travolta pudiera parecer dislocado, pero de alguna manera hay que llenar el vacío de ídolos que sufre la juventud de hoy. La necesidad de identificación con un modelo que el niño o el joven consideren ideal, no solo es una realidad psicológica legítima, sino un incentivo en la evolución personal del individuo. Ahora bien - la frustración cuando nos damos cuenta de que nunca seremos unos héroes como Superman, Batman, o Travolta, puede provocar consecuencias imprevisibles, de una parte, y de otra; en este género las diferencias entre el bien y el mal parecen limitarse a ser dos fuerzas fácilmente detectables y muy bien delineadas: los malos son requetemalos, feos y vulgares, y los buenos, archibuenos, lindos y bien peinados. Y esto no es sino un ejemplo del trastocamiento de valores que subyace bajo cada una de esas historietas. Es cierto que con Travolta este último punto es menos patente, y si se quiere no es lo que caracteriza la carga ideológica del nuevo personaje, pero valga la comparación con Superman en lo de la necesidad de un mito para consumo y consecuente adormecimiento de las masas.

ASOCIACION LATINOAMERICANA DE
INVESTIGADORES DE LA COMUNICACION

Desde 1974 se había proyectado la creación de la recién fundada Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación. Sin embargo sólo la creación progresiva de asociaciones nacionales -como la de la AVIC en Venezuela- ha permitido llegar a través de un proceso -internacional a la integración de la ALAIC en noviembre de 1978.

Entre sus objetivos está el presentar una respuesta latinoamericana a los problemas de la comunicación a través de una serie de metas más precisas: promover actividades de investigación, desarrollar una conciencia -profesional sobre la necesidad de reorientar la enseñanza de la comunicación como instrumento básico para los planes de desarrollo nacional y regional. Crear cuadros de investigadores, propiciar la investigación conducente a los cambios que las sociedades latinoamericanas requieren, especialmente en problemas estratégicos como el Nuevo Orden Informativo Internacional y el desarrollo de las políticas de comunicación que beneficien a los sectores mayoritarios. Defender los valores de las culturas nacionales y regionales y fomentar la participación de sus asociaciones en los procesos de tomas de dediciones nacionales, regionales o mundiales sobre la comunicación.

Para Venezuela tiene una significación parti

cular el hecho de que tanto para la fundación como para la sede inicial se haya elegido a la ciudad de Caracas y entre sus miembros figuren dos venezolanos. La Junta Directiva quedó constituida de la siguiente forma: Presidente, -- Luis Aníbal Gómez (Venezuela), Vicepresidente, Hernando Bernal (Colombia); secretaría de promoción, Luis Gonzaga Motta (Brasil); de formación y documentación, Marco Ordóñez (Ciespal); de relaciones e informaciones, Fernando Reyes Mata (Chile); administración y finanzas, Alejandro Alfonso (Avic, Venezuela) y coordinador del Consejo Consultivo, Josep Rota (México).

La Federación Latinoamericana de Periodistas (Felap) y la Asociación Latinoamericana de Periodistas para el Desarrollo (Alocode), representadas por Eleazar -- Díaz Rangel y Rafael Roncagliolo respectivamente, auspiciaron la creación de la ALAIC.

Es de esperar que este nuevo organismo latinoamericano propicie una liberación progresiva no sólo de las instancias investigativas sino también de los organismos estatales y docentes que tienen su cuota de responsabilidad en el marco de un continente incomunicado y sometido a profundos desequilibrios.

CONFLICTO DEL CNP CON "EL NACIONAL"

A mediados de noviembre el diario "El Nacional" daba un salto al futuro con la edición de Occiden-

dente. Dicho salto al futuro consistía en que nuevos equipos electrónicos realizaban la transmisión del periódico en forma facsimilar y a gran velocidad de Caracas a Maracaibo. Este avance técnico permitía a los habitantes del Zulia, -- Falcón, Mérida, Táchira y Trujillo leer "El Nacional", en su propia casa, a la misma hora que los caraqueños.

A primeros de diciembre un aviso de la C.A. Editora "El Nacional" difundía en primera plana la versión de que el día 5 de diciembre la Junta Directiva del Colegio Nacional de Periodistas había ordenado a sus afiliados que no continuaran empleando las máquinas electrónicas, lo cual trajo la paralización de la impresión de "El Nacional" para Occidente. Según la C.A. Editora era absurdo que los dirigentes del Colegio Prohibieran usar a sus afiliados unas máquinas que ya en Venezuela están siendo usadas por los bancos y otras instituciones. Por otra parte, según la misma empresa, no había comprobación médica de que los terminales electrónicos de composición (VDT) causaran grave daño en la vista de los usuarios. Las otras razones que se esgrimieron en la nota correspondían más bien al giro agresivo de todo conflicto, pues insinuaban entre líneas cierto trogloditismo de los dirigentes del gremio periodístico así como su insensibilidad al prohibir el uso de tales máquinas a los periodistas y proponer su empleo a unas operadoras.

Sin embargo los lectores de "El Nacional" no tuvieron oportunidad de escuchar los motivos del razonamiento del Colegio Nacional de Periodistas para exigir la prohibición, ya que el Colegio ni mediante la noticia o el comu-

nicado, ni aun a través de remitidos pagados a la tarifa ordinaria de la prensa escrita pudo comunicarse. También los otros periódicos, exclusión hecha de "El Universal" - violaron el compromiso contractual de publicar en espacios predeterminados los comunicados, informaciones y noticias del SNTP (Sindicato Nacional de los Trabajadores de la -- prensa).

El origen de la oposición por parte de los dirigentes del gremio periodístico radicaba en la decisión unánime de la II Convención Nacional de Periodistas, reunida del 22 al 24 de julio (1978) en el sentido de prohibir a los colegiados el uso de las máquinas mencionadas por -- cuanto se sumarían a las funciones propias previstas en la Ley de Ejercicio del Periodismo, otras dos que les son ajenas y contradicen dicha Ley, como son las de corrección y composición.

A raíz del seminario sobre "Periodismo electrónico" para adiestramiento en el uso de las máquinas VDT, promovido por la Sociedad Interamericana de Prensa -- (Asociación empresaria), el Colegio había previsto ya los posibles conflictos y asentado su posición inequívoca. Además, al margen de la discusión médica sobre los efectos -- (argumento devuelto "ad hominem" por la Editora), en diarios como "El Universal" de Caracas estas máquinas eran manejadas ya por opererías especializadas y no por periodistas.

En resumen el Colegio insistía en que los

periodistas no podían ser obligados a trabajar en ellas ya que la empresa quería agregarles dos nuevas funciones de - composición y corrección de textos al mismo tiempo, además de la función propia de buscar y redactar informaciones, - lo que significaba recargar al periodista, desmejorando -- sus condiciones de trabajo y desplazando a dos operarios - de su puesto.

Tras una campaña de presiones mutuas, por fin el 23 de diciembre (1978) se suscribió un acuerdo entre el Colegio Nacional de Periodistas y la C.A. Editora "El - Nacional". En la segunda cláusula del acuerdo se especifican las condiciones para el uso de las máquinas en la plan- ta de Maracaibo. Además del Jefe de Redacción y del Jefe - de Información, los cinco secretarios dispondrán para su - uso de sólo tres máquinas electrónicas VDT, pudiendo aumen- tarse o disminuirse dicho número de terminales electróni-- cos de acuerdo con los requerimientos técnicos de la empre- sa. En este último caso, aunque los secretarios de redac-- ción operarán dichas máquinas, en las funciones inherentes a sus cargos, la empresa conviene en poner a disposición - de los referidos secretarios los operadores auxiliares no periodistas cuyo número y tiempo de labores será determi~~n~~ada por la necesidad misma del movimiento operacional.

Si bien se ha tratado de descargar en el - Colegio toda la culpa de la paralización de "El Nacional" de Occidente, no está de más aclarar que el gremio acordó antes del estallido al conflicto un nuevo plazo pa-- ra que la empresa contratara operarios, y que diversas fallas

tónicas de coordinación se debieron al apresuramiento por elegir el día 18 (La Chinita) todavía en período pre-eleccional.

El conflicto ha revestido un amplio interés nacional no sólo por la importancia de las partes, sino por su significación dentro del proceso de desarrollo venezolano dislocado entre los requerimientos de una industrialización gradual y la compulsión por unos avances tecnológicos sofisticados con su correspondiente costo social.

CINE VENEZOLANO EN HUELVA

La necesidad de abrir un espacio económico ha obligado al cine venezolano a presentar sus realizaciones en festivales internacionales. Hace veinte años esta participación era esporádica como en el caso de "Araya" en el festival de Cannes. Pero ahora el esfuerzo se ha sistematizado y, aunque con un éxito exiguo, nuestro cine se está afirmando. A las posibles ventajas comerciales hay que añadir la configuración de un cine con una identidad nacional que cada día se perfila más en contraste con otras cinematografías.

Por estas razones nos parece importante recoger la retroalimentación provocada por nuestro cine en los festivales internacionales y en esta oportunidad en la "Semana de Cine Iberoamericano", celebrado del 4 al 14 de

diciembre en Huelva (España). El crítico cinematográfico - Manuel Alcalá, colaborador de las revistas "Reseña" y "Vida Nueva", señala que el festival ha revestido "calidad y buen gusto".

Después tras reseñar las retrospectivas dedicadas a Luis G. Berlanga, F. Arrabal y Leopoldo Torre Nilson, continúa:

"Dentro del concurso propiamente dicho, o - en la sección informativa sobresalieron las películas venezolanas: "País portátil", especie de saga revolucionaria, - de I. Feo y A. Llerandi, y "La empresa perdona un momento - de locura", interesante análisis de las relaciones capital trabajo, lleno de habilidad, acierto y resonancia social. - Su director M. Wallerstein logró el premio de aceptación popular".

Estos juicios positivos, antecediendo a películas como "El recurso del método" de M. Littin, "Lluvias de verano" de C. Diegues, o "Una mujer, un hombre, una ciudad" de O. Cortázar, son un indicio esperanzador para un cine nacional, - que se pretende silenciar dentro de las fronteras del país con la excusa de su mala calidad.

Pareciera que para afirmar nuestra personalidad cultural tuviéramos necesidad de ser descubiertos por los extranjeros. ¿Cuántos éxitos externos se requieren para que se afianza la política crediticia del Estado y se abra un -- mercado interno favorable a las realizaciones nacionales?

CHRISTIAN METZ Y LA SEMIOLOGIA DEL CINE

A fines de noviembre pasado fue invitado a Caracas por la Nueva Academia de Ciencias y Artes del Cine y la TV., el profesor Christian Metz. Aprovechando la misma oportunidad la Escuela de Artes de la Universidad Central programó dos conferencias sobre el lenguaje cinematográfico.

Desafortunadamente su presencia fue muy desaprovechada sea porque Metz se niega a las entrevistas periodísticas, aduciendo que los periodistas le tergiversan, sea porque el termómetro cultural de la ciudad no está a la altura de los ingresos petroleros. Según la periodista Ma. Josefa Pérez de "El Nacional" (1-diciembre-1978), alguno de los asistentes a la conferencia había comentado que realmente no había entendido nada de lo que planteaba Metz, "no sabía si por incapacidad suya o por que el propio Metz hacía una mañana de las cosas que en realidad son simples". La misma periodista reforzando esta segunda interpretación señaló que el "resultado de la charla fue simple, casi predecible, pero inmerso en el enredo del análisis".

En realidad estas opiniones reflejan la discusión sobre el valor de la semiología, que para algunos no pasa de ser una logomequia sobre cosas simples. Por eso la periodista subtítulo en tono irónico su artículo como "metafísica del metalenguaje".

Estamos de nuevo ante un caso semejante al huevo de Colón, pues es indudable que la semiología parte de cosas obvias, pero que a nadie se le ocurrieron, hasta que Ferdinand de Saussure asentó sus bases. Hoy nadie puede negar que gracias a la semiología se han refinado las técnicas y los métodos de investigación, anclados hace -- tiempo en un empirismo cuantitativo, y que su desarrollo ulterior ha instrumentado el análisis en el desentrañamiento ideológico de los mensajes masivos. El trabajo de europeos como Violette Morin o Humberto Eco y también de los latinoamericanos Eliseo Verón o Luis J. Prieto es una buena muestra de ello.

Dentro de esta perspectiva ha sido fundamental el trabajo de C. Metz para conferir un carácter más científico a una crítica cinematográfica, varada casi siempre en unas apreciaciones rayanas en la mística inapreciable o en el panfleto político. Su obra continúa, a partir de las discusiones de Pesaro sobre "Ideología y lenguaje cinematográfico" durante los años 1966-1967, ha sido la búsqueda sistemática en torno al lenguaje cinematográfico. Sus estudios han aparecido en la revista francesa "Communications" (núm. 4,7,8,11,15...) y han sido traducidos en unas publicaciones paralelas de la Editorial Tiempo Contemporáneo de Buenos Aires. Su obra más conocida, aunque ya superada, ha sido "Ensayos sobre la significación en el Cine", publicada por dicha editorial.

Mal se puede, pues, minusvalorar de un plumazo la significación de su obra, en razón de una entrevista

ta fallida, sin haber analizado y evaluado sus aportaciones.

EL NIÑO COMO FACTOR SENSACIONALISTA

El tratamiento sensacionalista dado a dos recientes crímenes en los que aparecen involucrados menores de edad (asesinato de una niña por un menor de 14 -- años, y violación seguida de asesinato de otra niña) ha obligado al Instituto Nacional del Menor a elevar una protesta pública.

Por su parte el Colegio Nacional de Periodistas consideró necesario publicar un remitido "ante el surgimiento de una tendencia sensacionalista que no se compadece con el correcto ejercicio de la profesión" (23 de enero de 1979).

En estas circunstancias en que el Bloque de Armas y la Cadena Capriles reanudan sus métodos amarillistas, el Colegio, consecuente con la Declaración de -- Naiquatá, reitera la "categórica posición de rechazo a la política que practican algunos propietarios de medios de comunicación colectiva, quienes toleran o propician conductas editoriales reñidas con la ética por puro afán lucrativo".

Particularmente, refiriéndose a acontecimientos más recientes, condena las formas "tanto del pe--

riodismo que difama, saltando por encima de las disposiciones y normas establecidas, como del que persigue hacer de la infancia objeto de escándalo público desconociendo leyes y reglamentos de la República dirigidos a proteger el valioso patrimonio de la niñez".

Por fin el comunicado finaliza ratificando "su disposición terminante de vigilar estrictamente (...) la libertad de expresión (...), derecho éste que el profesional del periodismo impone, no obstante, el más celoso - cuidado para orientar su ejercicio de acuerdo a las normas éticas que rigen las actividades del Colegio y sus afiliados".

"EL DIARIO DE CARACAS": LA CONQUISTA DEL ESTE POR EL SUR

Todo está preparado para que el próximo 15 - de marzo aparezca en los kioscos de Caracas y del resto del país "El Diario de Caracas", tabloide de 32 páginas, a cinco columnas, que seguirá los lineamientos estilísticos de - "El Día" o "El País".

En el editorial del NQ D, se lee que: "A - partir de la gravitación alcanzada por Venezuela, el periodismo local ya no puede consistir en llenar los espacios que quedan entre los avisos; en mandar a imprimir los cables tal cual llegan del exterior; en limitarse a reproducir declaraciones y comunicados. Hace falta un periodismo que investigue, analice e interprete".

Si realmente toman en cuenta estas premisas, y mantienen día a día la calidad, tanto de contenido como de forma, mostrada en el Nº 0, sin lugar a dudas será una competencia fuerte para El Nacional.

Su directiva, se sabe, está compuesta --- principalmente por periodistas argentinos y uruguayos de larga trayectoria en sus países de origen, y aunque solo ha aparecido oficialmente el nombre del Dr. Alejandro Tinoco como presidente de la publicación, ya es seguro que cuenta con gente como Tomás Eloy Martínez, Pancho Graells y Luis Britto García.

Dirigido a los públicos de clase A y B., - parece concebido para conquistar el este de la ciudad, -- donde precisamente está situada su redacción, exactamente en La Urbina.

Para concluir esta breve nota, diremos que obviando las implicaciones políticas que pueden achacársele, y que por ahora no son otra cosa que especuaciones -- prematuras, "EL DIARIO DE CARACAS" abre una brecha dentro del panorama de estancamiento que sufre nuestro periodismo ya que sin ninguna intención sensacionalista, promete valorizar la calidad por encima de la cantidad, y ser un periódico "con memoria", es decir, capaz de relacionar unos hechos con otros.

NARRATIVA INFANTIL: PREMIO PARA UN VENEZOLANO

Dos venezolanos acaban de ganar el Premio

Casa de las Américas en las modalidades de novela y narrativa infantil.

A Luis Brito García, ya muy conocida en el ambiente cultural caraqueño por su obra ensayística y narrativa, se le ha adjudicado el Premio por su novela "Abrapalabra", con la que abre el ciclo sobre los "demagogos".

Al decir de Brito, ya el ciclo de novelas - sobre los dictadores viene a su término ("Yo el absoluto" - de Roa Bastos, "El recurso del método" de Alejo Carpentier, "El Otoño del Patriarca" de G. García Márquez, "Oficio de Difuntos" de A. Uslar Pietri etc.) y se inicia el del "gran demagogo", cuyo lenguaje se caracteriza por su inversión - "para no decir nada mientras se pudre de soledad y corrupción, mientras se afirma en el poder".

Pero sin duda el premio de Armando José Sequera por su cuentos "Evitarle malos pasos a la gente", constituye un motivo de gozo mayor en medio del panorama desértico de la narrativa infantil venezolana.

A.J. Sequera, periodista graduado en la Universidad Central, es un especialista en suplementos de comiquitas, y sólo desde hace un año escribe literatura infantil, cuentos para niños.

"Evitarle malos pasos a la gente", con ilustraciones de Elsa Morales, está escrito para reivindicar la personalidad del niño, sometido a un lenguaje mediocre y estupidizante.

No quisiéramos terminar esta nota sin recoger una denuncia de Sequera, aparecida en el diario "El Nacional" (1 de Febrero): "Hay gente que nos cierra las puertas y precisamente por eso no tenemos fondos para iniciar nosotros la editorial en la Asociación Venezolana de Escritores de Literatura Infantil y Juvenil. El gobierno se precia de participar en el Año Internacional del Niño, como pude ver por la presentación de un documental con Peter Ustinov en un canal de TV., donde aparece el Presidente Pérez con los niños de Latinoamérica y, sin embargo, el Consejo Venezolano del Niño solicite un presupuesto para la editorial y otros proyectos y apenas le otorgan menos de la cuarta parte de lo pedido".

PERSIGUEN A PERIODISTAS, SUELTAN HAMPONES

El "Lápiz de Rojas" presentó una caricatura de dos hampones abrazándose efusivamente con motivo del Año Nuevo. Los dos hampones llevan sendos periódicos, cuyos titulares informan: Eliminarán 16 delegaciones de la P.T.J.; botarán a 300 PTJS; persiguen a periodistas; sueltan hampones; operación inhibición.

La caricatura es ilustrativa del desempeño casi caótico de los responsables del poder judicial. - Unos periodistas tratan de explorar el intríngulis de uno de los asesinatos más sonados de estos últimos años, en el que están enredados en forma diversa desde la Policía

Técnica Judicial hasta los criminólogos más afamados. Los jueces hacen deporte de inhibición. Nadie suelta prenda. La ciudadanía exige cuentas claras a las instancias responsables de las averiguaciones, pues cada día parece haber más ilustres complicados. Los expertos en defensa y -contradefensa oscurecen más las pesquisas. ¿Habrá materia para otra novela sobre el quinto poder?. ¿No basta con --cuatro para explicar el caso?.

Los periodistas siguen en su empeño, mientras los abogados del conflicto comienzan una guerra de -intimidaciones. Las informaciones públicas rompen, según unos, el secreto sumarial. El lanzamiento de hipótesis para explicar el nudo gordiano es considerado por otros como difamación e injuria. De pronto se libra boleta de encarcelación contra los periodistas José Campos Suárez y -Angel Velarde de la revista "Alarma" por un reportaje titulado: "La otra cara de Carmona". El abogado acusador recurre a la Policía Metropolitana para que capturen a los periodistas.

Por fin, como por magia de un brujo avezado, la lucha contra los abusos policiales y los delincuentes de cuello blanco se transforma en una caza de "fablistanes". Los asesinos de la vida real y los bandoleros de la administración pública suelen ser amparados en base al código penal mientras no hay sentencia en firme. En cambio los periodistas son acosados y encarcelados por presunta infamia, difamación o vilipendio.

Por eso es válido, según "Leña y Cariño".
el consejo de un tío a su hijo que busca una profesión:
"... Y no estudies nunca para periodista, porque podrías caer preso.....".

¿No será ya hora de reformar el Código Penal?

COMUNICACION

ESTUDIOS VENEZOLANOS
DE COMUNICACION

Números Publicados

1. Comunicación e ideología (agotado)
2. Comunicación y cultura (agotado)
3. Comunicación y publicidad
4. La cultura popular (agotado)
5. Prensa y Ley del periodismo
6. Cine nacional (agotado)
7. Escuelas de comunicación social (agotado)
8. Ética y comunicación (agotado)
9. El cómic y la comunicación (agotado)
- 10 y 11. Políticas nacionales de comunicación (agotado)
12. Marginalidad y comunicación
13. Comunicación y educación
14. Medios de comunicación en la provincia venezolana
15. Empresa privada: "políticas" de Comunicación
16. Comunicación y opinión pública
17. XXV años de la televisión venezolana
18. Comunicación transnacional
- 19 y 20. Campaña Electoral 1978
21. El niño y la comunicación

CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL

Apurto 20133
Caracas 102 VENEZUELA
Telf 42 40.01

REVISTA DEL CENTRO DE ESTUDIOS EDUCATIVOS

MEDIOS DE COMUNICACION Y TECNOLOGIA:

Una mirada a su papel en los programas
de educación no-formal

(VOL. VII, NUMERO 4, 1977)

I. INTRODUCCION: ¿POR QUE EDUCACION NO-FORMAL?

- A. Definición de términos: ¿Cuál es la diferencia entre educación formal, no formal e informal?
- B. Estructura de los sistemas de aprendizaje.
- C. ¿Por qué el uso de medios y tecnología?

II UNA REVISIÓN SELECCIONADA DE TECNOLOGIA EN EDUCACION NO FORMAL

- A. Dónde y cómo se han usado los medios y la tecnología
- B. Tipos de medios actuales en uso:
(Televisión, Radio, Video-tape, Audio-tape, Instrucción programada, Medios tradicionales, Medios de juego, Utilización de Multimedia)

III. CONCLUSIONES TENTATIVAS

Planeación, financiamiento y evaluación

Los medios

El contexto

El papel del auditorio como objetivo.

Suscripción y pedidos a.

Revista del Centro de Estudios Educativos
Ave. Revolución 1291
México 20, D.F.

PRECIOS DE SUSCRIPCION

Correo ordinario: 12 dls.

Correo aéreo: 22 dls.

NUMEROS SUELTOS Y ATRASADOS

Correo ordinario: 3.50 dls.

Correo aéreo: 6.00 dls.

(Está disponible a este último precio la colección
completa de la Revista, iniciada en enero de 1971)

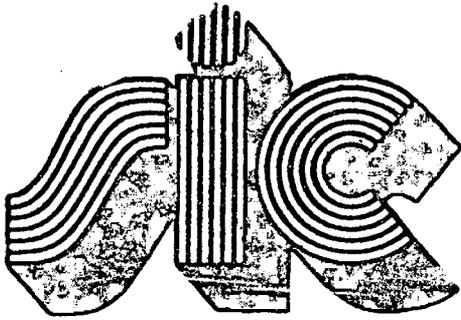
EDICIONES



La UNIVERSIDAD CENTRAL DE VENEZUELA además de su extraordinario fondo editorial de libros científicos y humanísticos, ofrece con motivo del AÑO INTERNACIONAL DEL NIÑO los siguientes títulos de obras apropiadas para esta celebración:

- Carossa, Hans (y otros)
CUENTOS DE ANIMALES
69 págs. ₡ 2,00
- Hebel, Johann Peter
EL CUFRECILO DE TESOROS
45 págs. ₡ 2,00
- Burk, Ignacio
COPERNICO (1473-1973)
172 págs. ₡ 8,00
- Plaza, Juan Bautista
EL LENGUAJE DE LA MUSICA
280 págs. ₡ 12,00
- Schildburger
EL LIBRO DE LOS ESQUILDANOS
61 págs. ₡ 2,00
- Codazzi, Agustín
LAS MEMORIAS
(traducción: Marisa Vannini)
208 págs. ₡ 12,00
- Ritter, Federica
DOCE NOVELAS CORTAS ALEMANAS
488 págs. ₡ 28,00
- Ybarra, Tomás Russell
(Traducción: Carlos Augusto León)
UN JOVEN CARAQUEÑO
240 págs. ₡ 12,00





CENTRO GUMILLA

Av. Cristóbal Rojas, 16 – Santa Mónica
Apartado 40.225
Telfs: 661.28.40 y 661.95.15
CARACAS 104 – VENEZUELA

● León, Carlos Augusto

EL CONSEJERO DE LA JUVENTUD

O CONSEJOS INCREIBLES DE DAVID AMADOR

200 págs. ₡ 9,00

○ Rosales, Julio

PANAL DE CUENTOS

(Selección 1905-1961)

200 págs. ₡ 9,00

Adquiera estos títulos en las principales librerías del país o en la Universidad Central de Venezuela, -
DEPARTAMENTO DE DISTRIBUCION DE PUBLICACIONES, Edf-
de la Biblioteca Central, local planta baja. Telé--
fonos 61 98 11 al 30, extensión 2130 y 3116. Ciudad
Universitaria. Caracas. Apartado 59004, Los Chaguara
mos.

LABORATORIO EDUCATIVO

le ofrece

COLECCION COMPLETA

CUADERNOS DE EDUCACION

NUMEROS: 1 AL 50

VALOR: Bs. 250,00

CUADERNOS DE PEDAGOGIA

NUMEROS: 1 AL 10

VALOR: Bs. 50,00

CARACAS: ENVIO A DOMICILIO

INTERIOR: ENVIO CONTRAREEMBOLSO

Llame o escriba a:

LABORATORIO EDUCATIVO

Apartado 30.147

Caracas 103

Teléfono 513052



**CENTRO DE COMUNICACION SOCIAL
"JESUS MARIA PELLIN"**

Apartado 20133 Teléfono 42 40 01
CARACAS (102) VENEZUELA