

La influencia de la televisión en el niño

Juan Teruel Salmerón

El autor de este trabajo señala que la influencia de los medios en la población constituye una de las áreas de trabajo dentro del campo de la Psicología de los medios de comunicación. Dentro de esta parcela, se diseñó un proyecto que contribuyera modestamente a la investigación sobre el grado de influencia de los Medios entre la población. La experiencia se realizó durante el curso 1990/91, bajo la dirección de la Dra. F. Loscertales de la Universidad de Sevilla.

Como quiera que es la infancia y la juventud un sector de la población sobre el que se presume que los medios tienen una mayor influencia, se eligió el nivel de 8º de EGB para realizar un estudio sobre la posible incidencia de los periódicos en los cambios de intereses de este sector poblacional. Para ello, tomando una muestra en la barriada sevillana de «Pino Montano», se propuso a los alumnos que seleccionaran una noticia entre las tres que se proponían. Las tres noticias hacían referencia, respectivamente, a una supuesta aparición de un «ovni», a un presunto caso de tráfico de influencias y a una hipotética expropiación de fincas. La primera de las noticias se refería a un tema clásico entre los escolares; las otras dos aludían a temáticas últimamente muy frecuentes en los medios de comunicación. El resultado obtenido fue que los alumnos seleccionaron mayoritariamente el tema de los «ovnis», con un desprecio casi total a los otros dos temas, cuyas referencias resultaron esporádicas y poco significativas.

Mediante la elaboración de este trabajo, se pretendía conocer:

1. El grado de penetración del mensaje de los periódicos sobre los alumnos de 8º de EGB;
2. El grado de influencia de este medio entre la población infantil de ese nivel de edad; y
3. Si la presencia de esos medios consigue alterar los intereses tradicionalmente más frecuentes entre esa población.

Existe entre los autores divergencias sobre el papel que deben desempeñar los medios en la sociedad, y aunque esta discusión se mantiene más a nivel teórico que práctico, no hay duda de que cabe señalar las dos diferentes posiciones:

1. Para algunos, la noticia de por sí no debe intervenir en la modificación de conductas entre la población (Martínez Albertos, 1978, A. Benito, 1978), de tal manera que los periódicos, o cualquier otro medio de comunicación, deben simplemente transmitir a la opinión pública los sucesos cotidianos. Sin embargo, no cabe duda de que, históricamente, la prensa ha contribuido de forma efectiva a ciertas modificaciones sociales;
2. Sin embargo, hay otros autores que defienden una implicación de los medios de comunicación en el proceso de me-

jora de la sociedad (Sánchez-Bravo, 1985) y se llega a hablar incluso de “Educomunicación”, como simbiosis entre acción educativa y servicio informativo. Para estos autores, la prensa debería estar al servicio de las clases menos favorecidas. Independientemente de las posiciones ideológicas de los autores, no cabe dudar de que toda transmisión de noticias significa siempre un cierto grado de manipulación (Dovifat, 1959; Martínez Albertos, 1974), aunque esta “manipulación” debe evitar que el mensaje se adultere y contamine hasta el punto de ponerlo al servicio de intereses oscuros (Brajnovic, 1978; Barroso, 1984; Blázquez, 1986). De lo que no cabe dudar es de que la prensa, como cualquier otra realización humana, puede ponerse al servicio de la formación integral de la persona, y por lo mismo, puede ser llevada a la escuela para ponerla al servicio del aprendizaje y de la educación (Veira, 1957; Teruel, 1988, 1991).

Pero la cuestión que se planteó fue la de la influencia de los medios de comunicación, concretamente del periódico, en la población infantil.

La preocupación por los efectos de los medios entre la población se viene planteando desde hace décadas (Hovland, 1948; Hartley y Hartley, 1952; Scram, 1962; Tannevaum y Greemberg, 1968; Weis, 1969; Parke, 1977; Murray y Kippax, 1979; Rushton, 1979). El profesor Jiménez Burillo (1985), aborda la cuestión desde las expectativas que se suscitaron en cuanto a la repercusión de la influencia de los medios en el proceso democrático. Según Jiménez Burillo, los autores se dividían entre los que pensaban que sus efectos iban a ser negativos y los que mantenían que incluso podrían ser útiles para la misma. Las investigaciones demostraron que el análisis de las influencias de los medios era mucho más complejo de lo que parecía en prin-

cipio. Se evidenció que en los efectos generales de los medios interferían tres factores relevantes: ciertas variables del propio sujeto y sus condicionantes político-económicas, la importancia de la presentación del mensaje y las actitudes del individuo. Por otra parte se mostró que era inadecuado hablar de una influencia general común. También aportó la investigación sobre el tema el hecho de que los líderes políticos recogían los mensajes emitidos por los medios y los reexpedían con destino al público en general, por lo que eran “reescritos” por otros sujetos, en expresión chomskiana.

Las conclusiones que se obtuvieron en las investigaciones permiten señalar como efectos generales de los medios los siguientes: 1. Refuerzan las actitudes preexistentes de los individuos; 2. No alteran significativamente los gustos de la audiencia; 3. A veces, los mensajes difundidos, tienen consecuencias contrarias a las perseguidas (efecto “boomerang”).

De acuerdo con estos supuestos teóricos, se estableció la siguiente hipótesis: *El interés de los alumnos de Octavo de EGB no se vería desplazado por las numerosas noticias de prensa relativas a temas que no son de su atención preferente.*

La prensa, como cualquier otra realización humana, puede ponerse al servicio de la formación integral de la persona.

Metodología

Sujetos o muestra. Los sujetos pertenecían al CP “Ignacio Sánchez Mejías” y CP “Trajano”, ambos situados en la barriada sevillana de Pino Montano, núcleo poblacional que puede ser definido como urbano con nivel sociocultural medio-bajo.

Los sujetos sometidos a la experiencia fueron 54 alumnos cuyas familias tienen como actividad laboral predominante la de obreros, con y sin cualificar, en distintas áreas laborales de Sevilla capital. Los alumnos pertenecen a 8º EGB, con edades comprendidas entre los 13 y los 14 años. De ellos, aproximadamente la mitad son hembras.

Diseño. Se utilizó un diseño que comprende la aplicación de una encuesta, para analizar después los resultados. La variable independiente la constituyó la presentación de tres noticias para que se seleccionara una de ellas, que se supone coincide con los intereses de cada alumno. La variable dependiente fue el interés de los alumnos, que se decantaría por uno de los temas propuestos. A la selección que cada alumno hizo se le aplicó posteriormente un estudio estadístico para comprobar la significación que la suma de las decisiones de todos los sujetos tuviera para validar la hipótesis de trabajo.

Procedimiento. Se leyó a todos los alumnos de cada clase cada una de las noticias, con la advertencia previa de que deberían seleccionar una de ellas, la que más les interesara, para hacer después un comentario sobre la misma. Se aclararon todas las dudas que pudieran dificultar la comprensión de los textos. Se observaron todas las recomendaciones que se dan para la aplicación de pruebas y se puso especial énfasis en la total libertad para la elección y el uso de expresiones, asegurándoles el secreto de su lectura y la no relevancia de faltas de ortografía o de otro tipo de coerciones que, por intervenir en las calificaciones, podrían limitar la libertad del alumno.

Se dio por supuesto que los alumnos mostrarían su interés por cada uno de los temas, seleccionando la noticia que los aludiera, por lo que difícilmente iban a hacer la selección por otras razones.

La selección de los alumnos se hizo de la siguiente manera: mediante el azar, se seleccionó uno de los 12 centros de EGB donde el experimentador actúa como psicólogo. El azar determinó que fueran los colegios "Ignacio S. Mejías" y "Trajano" los selecciona-

dos. En el primero de ellos sólo había un curso de Octavo. En el segundo, hay dos cursos, por lo que se sorteó entre los dos en cual de ellos se aplicaría la experiencia. A partir de los resultados obtenidos, llegamos a las siguientes conclusiones:

1. El 85'20% de los encuestados (46 sujetos) seleccionó la noticia de los «ovnis», el 9'25 % (5 sujetos), la relativa al tráfico de influencias, y el 5'55 % (3 sujetos), la relativa a la expropiación de tierras. El posterior contraste de proporciones efectuado arrojó diferencias estadísticamente significativas entre tales porcentajes, con $X^2(2) = 65.44$, $p < .001$. Lo que indica que la mayoría de los sujetos encuestados seleccionó diferencialmente la noticia sobre «ovnis» para realizar la redacción.

2. El 88'89% (48 sujetos) de los encuestados confiesa haber conocido noticias similares a la seleccionada a través de los medios de comunicación, mientras que el 11'11% (6 sujetos) confiesa no tener noticias sobre este

tema por los medios de comunicación. El posterior contraste de proporciones efectuado arrojó diferencias estadísticamente significativas entre ambos porcentajes, con $X^2(1) = 32.66$, $p < .001$. Lo que indica que la mayoría de los sujetos encuestados confiesa diferencialmente conocer, a través de los medios de comunicación, noticias similares a la seleccionada para realizar su ejercicio de redacción.

3. Con respecto al conocimiento que estos alumnos tienen de los diferentes medios de comunicación, el 18'89% (10 sujetos) de los encuestados no cita ningún medio de comunicación, el 39'69% (21 sujetos) cita un medio; el 33'87 (19 sujetos)

cita dos y el 7'40 (4 sujetos) cita más de dos medios. El posterior contraste de proporciones efectuado arrojó diferencias estadísticamente

Las conclusiones que se han obtenido de las investigaciones señalan que los medios refuerzan las actitudes preexistentes de los individuos, con consecuencias contrarias, a veces, a las perseguidas.

significativas, con $X^2(3)=13'99$, $p<.01$. Lo que indica que la mayoría de los sujetos de nuestra muestra cita al menos un medio de comunicación cuando se pregunta los que han hojeado alguna vez. El 62'96% de los encuestados (34 sujetos), cita la TV, el 22'22% (25 sujetos), la radio y el 46'29% (25 sujetos) cita la prensa. El posterior contraste de proporciones arrojó diferencias estadísticamente significativas entre tales porcentajes, con $X^2(2)=10'34$, $p<.01$. Lo que indica que la TV es el medio más citado por nuestros encuestados.

4. El 87'04% de encuestados (47 sujetos) confiesa haber conocido, a través de los medios de comunicación, noticias similares a las dos no seleccionadas y el 12'96% (7 sujetos) confiesan todo lo contrario. El contraste de proporciones efectuado posteriormente arrojó diferencias estadísticamente significativas entre ambos porcentajes, con $X^2(1)=29'62$, $p<.001$. Lo que indica que la mayoría de los encuestados conocía noticias similares a las no seleccionadas a través de los medios de comunicación.

5. El 12'97% de encuestados (7 sujetos) no cita ningún medio; el 33'33% (18 sujetos; categoría 2 en el gráfico 5 cita dos medios y el 16'66% (9 sujetos) cita más de dos medios. El contraste de proporciones efectuado posteriormente arrojó diferencias estadísticamente significativas entre tales porcentajes, con $X^2(3)=9'25$, $p<.05$. Lo que indica que la mayoría de los encuestados conocían noticias similares a las no seleccionadas a través de los medios de comunicación.

6. El 59% de los encuestados (32 sujetos) cita la televisión como medio por el que conocen las informaciones. El 48'14% (26 sujetos) cita la radio y el 64'81% (35 sujetos) cita la prensa como medio a través del cual reciben las

informaciones. El contraste posterior de proporciones no indicó diferencias estadísticamente significativas entre tales porcentajes.

7. El 100% de encuestados (54 sujetos) cita la prensa de carácter general como medio leído aunque sea ocasionalmente, en tanto que sólo el 55'55% de los encuestados (30 sujetos) ha hojeado alguna vez algún periódico deportivo. El contraste de proporciones efectuado posteriormente arrojó diferencias estadísticamente significativas entre tales porcentajes, con $X^2(1) = 6'85$, $p<.05$. Lo que indica que los sujetos encuestados conocen más la prensa de información general que la deportiva.

Juan Teruel Salmerón es doctor en Psicología, ldo. en Ciencias de la Información y orientador de Equipos de Apoyo en Sevilla.

Referencias bibliográficas

- BARROSO, P. (1984): *Códigos deontológicos de los medios de comunicación*. Madrid, Paulinas.
- BLÁZQUEZ, N. (1986): *Cuestiones deontológicas de periodismo*. Madrid, Instituto de Filosofía.
- BRAJNOVIC, L. (1978): *Deontología periodística*. Pamplona, Universidad de Navarra.
- DOVIFAT, E. (1959): *Periodismo*. México, Uteha.
- JIMÉNEZ BURILLO, F. (1985): *Psicología Social*. Madrid, UNED.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, R. (1978): *La Noticia y los comunicados públicos*. Madrid, Pirámide.
- MARTÍNEZ ALBERTOS, R. (1974): *El Mensaje Informativo*. Barcelona, ATE.
- SÁNCHEZ-BRAVO, A. (1985): *Nuevo Tratado de Estructura de la Información*. Madrid, Universidad Complutense.
- TERUEL, J. (1988): «Hacia un nuevo modelo de prensa escolar». Ponencia en las *IV Jornadas sobre prensa, radio y televisión escolares*, Almería.
- TERUEL, J. (1991): *Valores e Intención de Voto*. (Tesis Doctoral inédita), Universidad de Sevilla.