

Pediatras, televisión y salud

Los pediatras estamos preocupados por la situación en que se encuentran los medios audiovisuales en relación con la infancia.

Estamos preocupados y confundidos frente a la variedad de ofertas de las diversas pantallas; a la velocidad de los contenidos y a la inmediatez de las respuestas de nuestros pacientes. El estado y las instituciones privadas han dado respuestas aisladas, fragmentadas con diferentes niveles de producción y de compromiso con esta realidad.

Advertimos la importancia de la observación, seguimiento y estudio de los contenidos de los medios de comunicación, tratando de entender sus reglas y características para participar activamente dentro de los medios en forma ética, atractiva, dinámica, y con contenidos adecuados a la época y a la problemática de nuestros niños y no con la prepotencia del marketing.

Como dice Michael Morgan en el prólogo de "El impacto social de la imagen", "la televisión une en una cultura común muchos grupos y segmentos que nunca antes han participado de costumbres, diálogos, valores y prácticas extensamente compartidos. Nunca antes en la historia humana ha habido tantas personas compartiendo tanto en común pero no teniendo al mismo tiempo casi nada que ver con su producción".

Es necesario convertir en objeto de estudio los medios de comunicación. Somos consumidores pero somos analfabetos en su análisis. Debemos alfabetizarnos nosotros y es necesario que alfabeticemos a nuestros niños y jóvenes en la lectura crítica de la televisión, la radio, los diarios, etc. La mayor parte de la información que reciben nuestros niños proviene de los medios. Los padres, la escuela y la familia deben proveer el espacio y la mediación para transformar la cruda información en conocimiento, en experiencia y reflexión.

Propongo reivindicar a la televisión

como institución cultural en lugar de colocarnos en la posición apocalíptica que la considera una caja boba, responsable de todos los males.

La televisión como igualador de información y de oportunidades.

¿Por qué debemos participar activamente en el análisis de los medios?

- Porque indigna que se vendan productos prometiendo crecimiento, cuando la familia podría lograrlo con menos costo económico y con menor riesgo en su salud.
- Porque las campañas de vacunación fuera del calendario oficial se organizan según la necesidad de vender y no según la necesidad de la población.
- Porque para los niños de sectores populares la televisión cumple una gran función social, los divierte, les enseña prácticas cotidianas y los ayuda en sus tareas escolares.
- Porque la discapacidad es tratada en los medios a través de imágenes que promueven sentimientos de lástima, beneficencia, o la colocan en un lugar de atracción circense, en lugar de transmitir que son ciudadanos con todos los derechos.
- Porque en televisión se venden desvergonzadamente antiácidos, jugo de poroto, antiinflamatorios, antihemorroidales y otras panaceas.
- Porque una publicidad ambigua sobre Alzheimer provocó un aumento desmedido de la consulta de viejitos sanos que creían estar enfermos.
- Porque existe una relación directa entre mejor rendimiento escolar y mayor cantidad de horas de televisión en niños de clase media-baja y baja.
- Porque las campañas sobre donación de órganos, prevención de las adicciones, prevención del cólera, del dengue y contra el consumo de tabaco y alcohol son erráticas, aparecen y desaparecen de los medios y no se evalúan sus efectos en la población, ni su utilidad social.

- Porque hay programas, noticieros y publicidades que deberían darse fuera del horario de protección al menor.
- Porque mostrar médicos auténticos, accesibles y humanos en el programa *E-24 horas* aumentó las consultas y la confianza en el hospital público.
- Porque la salud es hoy un "commodity" y ha entrado claramente en la lógica del mercado.

Este año desarrollamos con éxito dos encuentros con especialistas en el área: productores de televisión, sociólogos y semiólogos de medios de comunicación, directores de cine y TV, periodistas, docentes universitarios, donde juntos compartimos y discutimos cuál es la televisión posible para niños dentro de los límites impuestos por la competencia, el rating, el buen gusto, el horario de protección al menor, etc. y qué lugar ocupan los video juegos, los cybercafés en el imaginario colectivo de niños y adultos.

Oportunamente desarrollamos un trabajo¹ –publicado en Archivos Argentinos de Pediatría– que apuntaba a ofrecer un modelo para padres y pediatras en relación con el modo en el que los adultos miran la televisión junto a los niños. En dicho artículo analizamos el dibujo animado más popular en ese momento llamado "Pokémon" y remarcamos la mediación como la posibilidad de promover y acompañar el aprendizaje de los niños y de estimular en ellos la tarea de apropiarse del mundo y de sí mismos. La mediación de los adultos permite construir pistas para desarro-

llar una actitud crítica y activa frente a los medios de comunicación. El interés, la escucha, la participación, el acompañamiento y la orientación por parte de los adultos son fundamentales a la hora de mediar.

La televisión sigue siendo el medio de comunicación por excelencia y por eso es nuestro interés desarrollar dentro de la SAP un grupo de Estudio, Investigación y Acción en el área de medios de comunicación e infancia, compuesto por pediatras que aporten saberes de su propia formación e información en estos temas con organizaciones sociales y profesionales especializados en otras áreas.

De esta forma, ansiamos que en el futuro la Sociedad Argentina de Pediatría se transforme en un referente a consultar en temáticas que tanto nos preocupan como la publicidad, la violencia, la ficción, los noticieros, los contenidos dentro del horario de protección al menor y la inducción al consumo de alimentos y objetos.

Con nuestra participación en los medios y a través de documentales, telenovelas, publicidad ética, etc. podremos incidir sobre las reformas en la sociedad y en el estado modificando leyes y promoviendo su cumplimiento. ■

Dr. Enrique Silinger

1. Silinger E, et al. ¿Qué ven nuestros niños en la televisión? Arch.argent.pediatr 2001; 99: 426.

*Observar la sagrada obligación de intervenir en la enseñanza
y entrenamiento de los demás.*

JURAMENTO HIPOCRÁTICO