



## A NUESTROS LECTORES:

Del 29 de abril al 4 de mayo de 1985 CIESPAL realizó un seminario de "Comunicación para niños", que reunió alrededor de 40 especialistas de diferentes países latinoamericanos para analizar programas radiales y televisivos a fin de ofrecer recomendaciones para la formación de comunicadores y de productores de mensajes para niños. Dada la importancia del certamen el presente número de CHASQUI trata tan interesante tema.

El doctor Luis A. Proaño, refiriéndose a la investigación realizada por María Josefa Domínguez Benítez, efectuada en Bucaramanga (Colombia), sobre "Los niños y los Medios de Comunicación", plantea una serie de hipótesis que pueden servir de arranque para una ulterior y más perfilada investigación. Dichas hipótesis son las siguientes: los medios de comunicación social no propician la identidad nacional; los niños tienden a identificarse con los personajes ficticios que los presentan los medios de comunicación social; los medios de comunicación social refuerzan la agresividad y la violencia en los niños; la sociedad de consumo explota la mentalidad infantil creando en los niños necesidades ficticias; y, los medios de comunicación social contribuyen a presentar el dinero como supremo valor del hombre.

En la sección Entrevista tenemos a Valerio

Fuenzalida que se refiere a la recepción activa de la televisión y a Susan Benson quien trata sobre un género infantil diferente.

En la sección Ensayos contamos con los aportes de Jorge H. Jiménez Bernal sobre la música infantil; Celso Lara Figueroa respecto a cultura y juego infantil; Gian Calvi, quien presenta recomendaciones para la producción de mensajes impresos para niños; Reynaldo Pareja que se refiere al nuevo contenido temático del comic; y, Amable Rosario quien trata sobre la Radio y los niños.

En la sección Controversia, Luis A. Tejada y Martha Dujovne, afirman que la literatura infantil existente es foránea, proveniente de otros países del mismo continente o de España.

En la sección Experiencias tenemos la participación de Martha Acevedo, Dolores Carbonel Iturburu y María Teresa Sepúlveda.

En la sección Nuevas Tecnologías dos textos sobre la informática en un mundo en transformación.

El Departamento de Documentación de CIESPAL nos ofrece Fichas y Reseñas, sobre las publicaciones relacionadas con la comunicación para niños, tema central del presente número de CHASQUI.

Cordialmente,

Lincoln Larrea Benalcázar

Jorge Mantilla Jarrín

## EN ESTE NUMERO:

### 2 EDITORIAL

- 2 Los medios de comunicación y los niños.  
Luis E. Proaño

### 4 ENTREVISTA

- 4 La recepción activa de Televisión.  
Valerio Fuenzalida  
8 Hacia un género infantil diferente.  
Susan Benson

### 10 ENSAYOS

- 10 La música infantil: algunos hechos y muchas conjeturas.  
Jorge H. Jiménez Bernal  
14 Cultura y Juego Infantil.  
Celso Lara Figueroa  
18 Mensajes Impresos para niños: recomendaciones para la producción.  
Gian Calvi  
24 El nuevo contenido temático del comic.  
Reynaldo Pareja  
28 La Radio y los niños.  
Amable Rosario

### 32 CONTROVERSIA

- 32 La literatura infantil.  
Luis A. Tejada y Marta Dujovne

### 39 EXPERIENCIAS

- 39 Radio Educación: dramatización y cotidianidad.  
Martha Acevedo  
44 Periodismo infantil: una área descuidada.  
Dolores Carbonell Iturburu  
48 Mundo Nuevo: La radio de los niños.  
María Teresa Sepúlveda

### 52 NUEVAS TECNOLOGIAS

- 52 Electrónica e Informática en Argentina.  
Comisión Nacional de Informática  
56 Lineamientos de Política Informática.  
Carlos María Correa

### 58 INVESTIGACION

- 58 Vivir y sentir la telenovela.  
Luis Jesús Galindo Cáceres

### 62 ENSEÑANZA

- 62 Comunicacao e Educacao: caminhos cruzados.  
Edvaldo Pereira Lima

### 65 ACTIVIDADES DE CIESPAL

### 69 NOTICIAS

### 72 DOCUMENTOS

### 83 BIBLIOGRAFIA

### 86 HEMEROGRAFIA

### 89 INGLES

### 90 FICHAS Y RESEÑAS

# PERIODISMO INFANTIL: UNA AREA DESCUIDADA EN MEXICO

**P**ara hacer periodismo para niños es necesario ser periodista y entender que este medio de comunicación se ocupa, a su manera, del conocimiento. Ello, a través de las preguntas y las respuestas que, tanto en el orden material como en el espiritual, hace el hombre para conocer el mundo que le rodea. Negar esta función cultural del periodismo sería como admitir que la ciencia o el arte —ambas expresiones sociales— nada tienen que ver con la cultura.

Hacer periodismo, sin importar el género o el público al que nos dirigimos, requiere VER, OIR, PREGUNTAR, CONFRONTAR E INVESTIGAR. Sin embargo, la mayoría de las expresiones de prensa infantil han preferido esquivar estas tareas para convertirse tan sólo en un mal remedo de la enciclopedia, o en una prolongación poco efectiva del libro de texto.

Con más o menos variaciones, cada uno de los diarios infantiles que proliferaron en México en la década de los 70, sufrieron un proceso que

acabó, en apenas dos o tres años (cuando mucho), con la vida de cada uno de ellos, impidiéndoles madurar. Aquellos diarios infantiles —casi una media docena— sólo fueron concebidos por la gran empresa periodística como “buenas obras editoriales”, nunca como elementos integrantes de los objetivos editoriales de la empresa.

En el medio mexicano circulan hoy dos publicaciones para niños que pueden ser calificadas como periodísticas: TIEMPO DE NIÑOS, que se incluye los viernes en todos los diarios nacionales y que patrocina la Secretaría de Educación Pública. Y CHISPA, revista de divulgación científica con cuatro años de edad, que constituye el ejemplo más acabado y maduro del periodismo infantil que se ha realizado en México en las últimas décadas.

TIEMPO DE NIÑOS es el único periódico de “información general” con que cuenta el gran público infantil en México. La publicación, que tiene una periodicidad semanal, apareció el 7 de septiembre de 1984 y por estos días

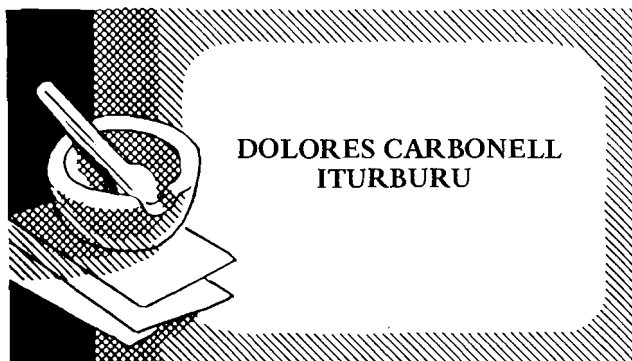
alcanza su edición número 35. Sus lectores, dado que su distribución tiene alcances nacionales, se encuentran repartidos en la capital del país y, en menor medida, en la provincia mexicana.

El periódico tiene sólo cuatro páginas. La primera, dedicada a recoger los acontecimientos de actualidad en el mundo y en México. La segunda, íntegramente destinada a juegos, adivinanzas y entretenimientos. La tercera, que incluye una sección de cartas de los lectores y otra que pretende abarcar temas científicos. Por último, la página cuatro reproduce, para los lectores capitalinos, una cartelera que les informa sobre los eventos destinados al público infantil en los medios; para los de provincia, esta página suele llenarse con diversos contenidos.

Aunque utiliza poco la entrevista y el reportaje, esos elementos esenciales en toda tarea periodística, TIEMPO DE NIÑOS está cubriendo decorosa —sino plenamente—, el lugar que dejaron en los 70 aquellos periódicos infantiles.

No obstante, su reducido tamaño apenas da oportunidad de cubrir toda la gama de eventos que podrían interesar a sus lectores (niños de entre 7 y 12 años). Su función informativa se cumple entonces muy a medias.

Por otro lado, la estructura del sistema político mexicano hace pensar que, como ha sucedido con otras publicaciones auspiciadas por el Estado, será difícil que esta publicación llegue a su etapa de madurez. En su corta vida ha sufrido ya dos o tres vaivenes debidos a cambios de funcionarios dentro de la misma Secretaría de Educación Pública, y no es aventurado suponer que un



cambio futuro podría desviar su línea de desarrollo y, aún, provocar su desaparición. En el mejor de los casos, si hay suerte, TIEMPO DE NIÑOS podrá continuar con vida en la forma en que lo conocemos ahora, hasta finales del actual régimen gubernamental, que tocará a su fin en diciembre de 1988.

A pesar de que se trata de una publicación púlcramente manufacturada (sobre todo por su contenido), TIEMPO DE NIÑOS, como las publicaciones periodísticas que le antecieron en el camino, carece de un enfoque periodístico en el estricto sentido de la palabra. Lo mismo desperdicia su primera plana tan sólo en dos notas que, si bien importantes, abordan el mismo tema que renuncia a tocar temas nacionales como la crisis económica —que sin duda el lector vive en carne propia día a día— o aquellos que se supone pueden causar cierta impresión en los lectores. TIEMPO DE NIÑOS renuncia desde este punto de vista, como lo hacen la mayoría de las publicaciones supuestamente periodísticas dirigidas a los niños, a ser un verdadero periódico.

La noticia no se trata, ni existe como tal, tampoco se percibe un criterio periodístico que oriente de alguna manera la jerarquización de las notas

dentro de sus páginas y con el que sus lectores puedan llegar a identificarse. (Tampoco existe el concepto de ocho columnas en su primera plana). Por otra parte, si el diseño ya es poco importante en los grandes diarios mexicanos, en TIEMPO DE NIÑOS es una herramienta de presentación de la información absolutamente inexistente.

También obran en contra del sentido periodístico del suplemento los enormes tiempos de producción de la publicación que llega a entregarse a la imprenta hasta dos semanas antes de su fecha de publicación. TIEMPO DE NIÑOS no informa entonces sobre los hechos de la semana, sino, y no de todos, de los de hace 15 o 20 días.

Aunque los editores del suplemento han resistido la tentación de echar un ojo a la enciclopedia para hacerse de información y llenar así el de por sí escaso espacio con que cuentan, utilizan en contadas ocasiones la entrevista y el reportaje. TIEMPO DE NIÑOS no es pues un diario en el estricto sentido del término. No cuenta con reporteros ni entrevistadores, sino casi exclusivamente con articulistas a los que, a veces, se les ocurre preguntar. Por otra parte, en las notas dedicadas a informar sobre algún acontecimiento de relevancia internacional o nacional, los “refri-

*“El periodismo es un medio que ayuda a la comprensión integral de la realidad.*

*Los lectores de prensa, sin importar su edad o sexo, merecen exactamente el mismo respeto...”*

tos” extractados de la prensa diaria diluyen las declaraciones, casi llegan a prescindir de los personajes que protagonizan la noticia y su estructura favorece poco esa intención inherente a toda nota que se autocalifica como periodística: la de atraer al lector. Primero, con un encabezado que capte su atención. Después, con una entrada que resuma lo más importante de la nota y que invite a su lectura atenta y completa.

TIEMPO DE NIÑOS pierde aquí su oportunidad dorada: la de convertirse en la incubadora de los futuros lectores de la prensa diaria que, al menos en México, cuenta hoy con pocos lectores y escuálidos tirajes en un país con más de 72 millones de habitantes.



## La primera revista científica infantil en México

CHISPA es, sin lugar a dudas, la publicación infantil especializada de más permanencia en el ámbito periodístico infantil mexicano. Fundada en 1980, esta revista mensual —que ya va por su edición número 50— no cuenta con ningún tipo de antecedentes en el periodismo mexicano de este siglo.

CHISPA surge a partir de la iniciativa de un grupo de científicos mexicanos conscientes del papel que el hombre de ciencia debe desempeñar como divulgador de su materia. Un papel que ya otros habían comenzado a asumir un par de años antes con la publicación de la revista *Naturaleza* que se dirigía a un público compuesto por jóvenes universitarios y preuniversitarios.

En el presente, CHISPA cuenta con 7000 suscripciones pagadas y distribuye otros 3000 ejemplares en tiendas de autoservicio y puestos de periódicos. El resto de su tiraje, unos 20.000 números, es distribuido por el Consejo Nacional de Fomento Educativo, accionista de la empresa Innovación y Comunicación, firma bajo la cual se edita CHISPA.

El Conafe reparte estas revistas fundamentalmente entre los habitantes de varias zonas rurales del país. En estas regiones, según se ha podido comprobar, la revista ha captado a muchos lectores entre los padres de esos niños campesinos a quienes la publicación se regala. (No hay que olvidar que el nivel escolar que prevalece en estas poblaciones no excede al cuarto o quinto año de la primaria).

La intención de ampliar su campo de divulgación científica ha llevado a Innovación y Comunicación a convertir una de las secciones de la revista (seguramente una de las más populares) en un medio de divulgación aparte. Aunque la sección del TIO BOLITA Y SUS AYUDANTES sigue incluyendo en cada número de CHISPA también ha adquirido vida propia hasta llegar a constituirse en una práctica colección de láminas que desarrollan módulos cerrados de información que contienen las instrucciones necesarias para llevar a cabo, en casa, diversas experiencias científicas.

Además del objetivo de divulgar la ciencia entre los no iniciados, CHISPA decide atacar a un segmento de la población tradicionalmente ignorado en este campo y cuya edad fluctúa entre los ocho y los trece años de edad; esto es, niños de cuarto a sexto año de primaria, y alumnos de primero de secundaria, fundamentalmente.

Para sus editores, la divulgación científica es una parte importante de la cultura y, por tanto, abarca también las humanidades. De ahí que las páginas de la revista no sólo estén abiertas a temas como la física y la astronomía, sino también a la historia, el arte y, en general, a las ciencias sociales.

Entre otros objetivos, la revista pretende responder al interés científico

*“La prensa infantil no es una rama de la pedagogía, ni una prolongación de la escuela, sino un vehículo de conocimiento que debe dar al lector la oportunidad de aprender a reflexionar...”*

del niño, entendido como lo vive precisamente el niño y no como lo experimenta el investigador. Se trata, para ser más claros, de que los lectores comprendan que la ciencia se aprende haciéndola, y que es más una oportunidad de aprender a reflexionar y a utilizar los recursos propios del individuo, que un bombardeo indiscriminado de conceptos y definiciones.

Así pues, más que ciencia, lo que interesa es desarrollar un pensamiento científico, una forma de pensar científica. Con ello, se pretende además despertar la conciencia entre los lectores de que México es un país con enormes recursos mal aprovechados y que tiene que aspirar a la autosuficiencia en la medida en que esto sea posible. Se busca así que el niño aprenda a pensar por su cuenta.

Para ello, echa mano del cuento, del reportaje (desgraciadamente, en menor medida) o de la historieta. Sin hacer concesiones y utilizando un lenguaje popular este último medio de presentación de la información busca mantener un equilibrio entre la aventura, la emoción y el hecho histórico o científico en sí mismo. Vale aquí mencionar la sección fija ACHICATE pequeña historieta en la que se narran las aventuras de tres niños que pueden volverse tan pequeñitos como deseen.

El costo de cada número de CHISPA es apenas de 200 pesos en México; esto es, menos de un dólar. Evidentemente, el precio del ejemplar no cubre ni siquiera sus costos de producción. De hecho, la revista ha logrado sobrevivir gracias a la colocación segura de más del 50% de su tiraje a través del Conafe. (La revista no cuenta prácticamente con publicidad comercial).

Con el tiempo, la publicación ha dado lugar al nacimiento de actividades colaterales que también se inscriben en el marco de la divulgación científica. Entre ellas, un programa de televisión



y la realización de los Talleres de la Naturaleza o Ecotalleres, en colaboración con la Secretaría de Educación Pública.

Quienes hacen CHISPA también están pensando en incursionar muy pronto en la radio, con un programa de divulgación de la ciencia, y en la futura edición de una revista que se dirija, esta vez, a niños menores de ocho años.

**TLAHTOL PILCAYOTL** (palabra del niño). Un periódico de niños para niños.

**H**emos insistido en que el periodismo infantil no es una rama de la pedagogía, y que su desempeño profesional debe seguir los mismos lineamientos que se imponen a la prensa en general



En otro contexto, sin embargo, la práctica del periodismo sí puede constituirse en un instrumento muy útil en la enseñanza. Me refiero aquí al periodismo realizado por una comunidad infantil cerrada (como la población de una escuela o de un salón de clases) y que algunas escuelas primarias han impulsado a través de talleres.

Tlahtol Pilcayotl —Palabra del niño en lengua náhuatl— se elaboraba en el taller de periodismo de la escuela. La colaboración de los incipientes periodistas no se limitaba a la recopilación de la información, también tenía

*“Es posible responder a las inquietudes científicas expresadas por los niños (aún en edad pre-escolar); ensanchar su mundo interior a través del contacto con temas relacionados con su entorno...”*

*“La elaboración de un periódico infantil por parte de los mismos niños constituye un verdadero recurso educativo, que favorece el desarrollo integral del individuo...”*

que ver con la manufactura del periódico y con su impresión (por sistema de fotocopiado). El coloreado de los periódicos que se enviaban fuera de la escuela se hacía número a número y a mano. Por su parte, a los alumnos de la primaria, la edición se les ofrecía mensualmente durante la hora del recreo.

En el taller de periodismo en el que se hallaban inscritos alumnos de todos los cursos, se realizaba crítica literaria y lo que los mismos periodistas habían dado en llamar “minilibros”. Las páginas de Tlahtol Pilcayotl solían reproducir también los resultados de encuestas realizadas en la comunidad —con los compañeros, los maestros y la familia— sobre temas que interesaban al público del periódico.

Se propiciaba también que sus miembros leyeran diariamente la prensa. De hecho, la actividad combinada de hacer periodismo y de informarse había producido, entre otros resultados positivos, el desarrollo de un notable sentido de pertenencia en estos alumnos, respecto de la comunidad en la que sus vidas se desenvolvían. Y es que todo indica que en la escuela primaria la información constituye un verdadero recurso educativo ya que, además del necesario entrenamiento de la expresión, requiere de un proceso de ordenamiento y síntesis que favorece el desarrollo completo del individuo ya que:

Estimula la observación. En la realización de un trabajo el niño necesita discriminar detalles, definir el proceso y las consecuencias de un hecho.

Desarrolla los mecanismos de la atención, para saber escuchar y comprender las ideas esenciales, captar los detalles y concebir la idea general del reportaje o la entrevista.

Fortalece la memoria al obligar al alumno a retener el orden de las cosas y de los datos.

Enriquece el vocabulario con nuevas palabras, giros idiomáticos y diversas expresiones para indicar una misma idea.

Precisa el orden mismo de las ideas, de los pensamientos, las oraciones y las palabras.

Y, finalmente, facilita el manejo del lenguaje al requerir claridad, método, concisión, propiedad y corrección en la expresión escrita.

La entrevista en concreto —ese instrumento sin el cual no puede darse la profesión periodística— constituye para el educando un ejercicio más de la expresión oral y escrita.

Como dijimos al principio de esta plática, la entrevista es, como el periodismo mismo, un instrumento de conocimiento y, por tanto, un medio de aprendizaje invaluable.



**DOLORES CARBONEL ITURBURU.** Mexicana. Licenciada en comunicación por la Universidad Iberoamericana, especialidad periodismo. Es colaboradora especial de las revistas Expansión, quincenario especializado en asuntos económicos y financieros, Hogar y Vida, Chispa, publicación mensual especializada en asuntos científicos. Es colaboradora también del suplemento Sábado del diario Nacional Uno más Uno. Es co-autora del libro Periodismo Interpretativo, Entrevistas con ocho escritores mexicanos, publicado por Editorial Trillas en 1981. Finalista del Concurso de la Revista Cuento en 1979, con la narración En busca de un muerto. Primer lugar en el concurso de guiones radiofónicos de la Dirección de Radio Televisión y Cinematografía, convocado en 1984. Traductora de los libros Teoría estructural de la comunicación y sociedad, de Abraham A. Moles y Elisabeth Rohmer (del francés). Editorial Trillas 1983.