



Mans menudes

MANUAL PER A PERIODISTES SOBRE LA PROTECCIÓ DE LA INFÀNCIA EN ELS MITJANS DE COMUNICACIÓ

Petra M^a. Pérez Alonso-Geta

Universitat de València

ÍNDEX

1. INTRODUCCIÓ
2. ELS EFECTES DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ SOBRE LA INFÀNCIA
 - a) *Efectes cognitius*
 - b) *Efectes emocionals*
 - c) *Efectes comportamentals. Coneixement de la realitat social*
3. A L'HORA D'INFORMAR: CONVÉ SABER
4. COM TRACTAR ALS XIQUETS I XIQUETES EN LES NOTÍCIES
5. COM TRACTAR LA INFORMACIÓ DIRIGIDA A XIQUETS I XIQUETES

1. INTRODUCCIÓ

Els tres principis bàsics recollits a la Convenció sobre els Drets del xiquet de 1989 són els de *protecció, provisió i participació*. Fins aleshores, la representació social sobre la infància se centrava en la idea dels “encara no capaços” enfront dels adults, els “ja sí capaços”. Els xiquets preocupaven més com a futur que com a present. Per això, una de les novetats de la convenció és que, per primera vegada en la història, es reconeix a tots els xiquets i xiquetes l’exercici de la ciutadania com a subjectes de drets. D’aquests drets, el que assoleix en la consciència social un major consens és la necessitat de protegir i proveir als menors de drets socials, econòmics i culturals. Tanmateix, en referència als mitjans de comunicació, la idea d’“encara no capaços” fa que el dret a la protecció no sempre s’haja tingut en compte, en considerar, de vegades, que els xiquets estan protegits davant dels mitjans de comunicació, ja que “encara no són capaços” d’entendre determinats continguts, encara que, en si, es consideren inadequats per a ells.

Amb aquesta guia pretenem, precisament, apropar-nos a alguns coneixements i idees del binomi infància-mitjans, que poden traduir-se en “pràctiques de comunicació” estimulants per als xiquets, alhora que salvaguardar un dels seus drets fonamentals, el dret a *la protecció*.

Ens centrarem, prioritàriament, en la perspectiva infantil, és a dir, analitzarem i desenvoluparem el tema des de la comprensió i interpretació que els xiquets fan dels missatges que reben dels mitjans de comunicació. Aquesta perspectiva considera a xiquets i xiquetes com a autèntics protagonistes del seu desenvolupament i com a actius constructors de la realitat que els envolta. Els missatges que reben dels mitjans no són sinó part dels missatges socials que han de construir al llarg del seu desenvolupament, comprendre’ls i assimilar-los. Per això, no són mers receptors de missatges, sinó que els construeixen d’acord amb les seues possibilitats (capacitats, context, etc.).

En la recepció dels missatges pels xiquets cal comptar amb el procés de comprensió. La *comprensió* és l’exercici d’enteniment, la presa de consciència analítica

i sintètica d'allò en què es té centrada l'atenció. Els mitjans, ja siguen en forma de lectura d'un text, la ràdio, o la TV, requereixen la capacitat de comprensió.

Es poden assenyalar dues components del procés de comprensió: la percepció més o menys precisa i la seua acceptació, assimilació o rebuig, en el qual entren en joc aspectes cognitius, emotius, etc. Directament vinculats al procés de comprensió estan els efectes que els mitjans de comunicació tenen en el desenvolupament infantil.

2. ELS EFECTES DELS MITJANS DE COMUNICACIÓ SOBRE LA INFÀNCIA

a) *Efectes cognitius*

En relació a la percepció del missatge, algunes pràctiques, que en principi poden semblar correctes des dels mitjans, poden ser inadequades per als xiquets per la seua escassa *legibilitat*, ja que poden no captar el contingut o el sentit de sàtira o de crítica que contenen, com és el cas dels Simpson. La precisa percepció pels xiquets dels missatges depén de la seua claredat i redundància. A més, sempre ha d'estar contextualitzada amb la finalitat de facilitar la comprensió d'una realitat complexa.

La *comprensió* del missatge està també mesurada pel seu desenvolupament cognitiu, per la qual cosa no es pot esperar una percepció igualment precisa a totes les edats. La presentació del missatge amb músiques, gràfics, mapes i esquemes, ajuda a la seua comprensió.

L'acceptació del missatge depén de què el perceben com a "apropiat" i proper i de què es genere en un clima estimulants i atractiu. En definitiva, de què s'establisca un intercanvi actiu entre el xiquet i el mitjà. La variable edat juga, també ací, un important paper.

Tanmateix, si bé tots els mitjans contribueixen a modular la seua mentalitat, no tots els mitjans de comunicació influeixen d'igual manera. Les imatges que serveixen de suport a la comunicació són molt diferents, segons es tracte d'un relat amb suport escrit, auditiu (ràdio) o de la TV.

La TV té en l'emissió d'imatges una enorme mobilitat sobre la receptivitat visual i auditiva, que activa fortament l'estructura cognoscitiva i mental dels xiquets. El sistema nerviós es veu afectat i condicionat per les imatges, com ho demostra el cas extrem dels cinc-cents xiquets japonesos, que reaccionaren d'igual manera davant d'un estímul televisiu. En comparació amb el text imprès, el ritme ràpid de la TV, no deixa temps a l'espectador per a reflexionar. Veure la TV és una activitat estimuladora cerebral, en la que la imatge té una immediatesa i una totalitat descriptiva que precisa de poques evocacions mitjanceres. Per això, és un mitjà molt més pobre que altres per a alguna cosa, tan fonamental en la infància, com és el desenvolupament de la imaginació. Ací, la cèlebre frase d'"una imatge val més que mil paraules" s'inverteix, ja que per a la riquesa cognitiva, per al desenvolupament de la imaginació és molt més pobre "la imatge" que eixe milió de paraules. La TV estimula el nostre cervell, les seues imatges són enriquidores sempre que se'n faça un bon ús d'elles, però la lectura dels mitjans impresos té una altra dimensió.

La mecànica de la lectura té una projecció funcional estimulativa i imaginativa, que no és indiferent a la funcionalitat sinàptica de les neurones. Eixa mateixa experiència contribueix a fer més eficaç el sistema. Fa més capaç i intel·ligent el cervell. Sòcrates ja advertí que els contes infantils donen forma a la ment dels xiquets.

Els xiquets no separen contextos i experiència que pot donar-se en diferents àmbits, perquè no comprenen les situacions en tot el seu abast. Els adults poden passar d'un pla a un altre sense dificultat. Els xiquets no, perquè tenen una visió més unitària del que perceben.

La TV està, hui, omnipresent en la vida dels xiquets i adolescents des de que naixen, però ofereix una visió panoràmica, no experiencial, de la realitat. Els models i la representació que s'ofereix des de la TV estan presents, però no són palpables. Són imatges fictícies, parcial o totalment, però arriben a actuar com a reals en la mesura en què hom les creu reals. En ocasions, pot ser l'única font d'informació de què disposen els més xicotets per a establir judicis i extraure conseqüències de la vida social. Oferten una visió nova de la realitat que els permet botar les barreres de l'espai i del temps, veure i escoltar-ho tot encara que no experimenten res. Aquesta visió panoràmica no

experimental de la realitat, els fa viure, en ocasions, simultàniament en dos móns, el de la realitat i la ficció, entre els que mantenen un intercanvi actiu encara que es desenvolupen en plans distints. La TV els ofereix ambients que els serveixen per a conèixer i aprendre.

Les imatges posen en marxa, de forma natural en els xiquets, processos que aconsegueixen un paper fonamental en el desenvolupament de la “comprensió” de la realitat social en general i de la seua construcció en particular. Serveixen, per exemple, a la comprensió infantil de la complexitat dels sentiments, la comprensió de l’engany o la importància de les regles culturals. La forma com es construeix està influenciada pels esdeveniments socials, els estímuls culturals i el context concret en el qual es desenvolupen. Té a veure amb les respostes que han anat donant a les experiències que van tenint dia a dia en la família, la classe, el grup d’iguals i el que veuen a través dels mitjans de comunicació. Els relats i les imatges dels mitjans els permeten aprendre més que els arguments teòrics. Els ensenyen a comportar-se i el que cap esperar de la conducta adulta. La part adequada d’aquest aprenentatge depèn del contingut que ofereixen.

b) Efectes emocionals

Tots els xiquets naixen amb capacitat de produir expressions facials corresponents a les diferents emocions (por, alegria, etc.). Tanmateix, les situacions que les provoquen poden variar culturalment. És més, les reaccions emocionals no sorgeixen simplement com a resultat d’un programa biològic sinó que comptant amb eixa possibilitat s’activen per la influència i mediació dels models en el seu entorn social.

No hi ha res més humà que els sentiments i les emocions. Podran ser adequats, incontrolats, i fins i tot destructius, però hi són i els mitjans de comunicació, per a bé o per a mal, contribueixen a la seua configuració. Tenen efectes emocionals. Bona part de la màgia de la TV consisteix en què a través de la seua pantalla es viuen emocions. De fet, hui, gran part dels programes d’alta audiència, que veuen freqüentment els xiquets,

tenen forts continguts emocionals, servits en format narratiu, bé siguen els relats de ficció dramàtics (sèries, pel·lícules) o els programes de realisme social (contemplar les emocions reals de persones en viu i en directe).

L'*emoció* fa referència a conductes, respostes fisiològiques i sentiments. L'estructura cerebral responsable de les nostres emocions és l'*amígdala*, que és l'encarregada d'organitzar les respostes conductuals, automàtiques i hormonals, davant d'una diversitat de situacions emocionals com són l'alegria, la por, la tristesa, l'ira, etc. Quan ens emocionem, les neurones de l'amígdala s'activen i aquesta activació té efectes en els nostres estils cognitius. Per això, per a bé i per a mal, recordem més el que més ens va emocionar.

Els éssers humans comuniquen les seues emocions mitjançant canvis posturals i expressions lingüístiques i facials. Aquestes expressions exerceixen funcions socials, indiquen als altres com ens sentim i, encara més important, el que és probable que fem (que estem irritats, o que ens sentim trists i agrairíem que algú ens oferira consol).

Els sentiments i emocions es reconeixen mitjançant la visió i l'audició. Per això, els mitjans de comunicació tenen molt fort contingut emocional, aconsegueixen emocionar als xiquets amb els mateixos ressorts que ho fa un bon "contacontes" amb els seus gests, el seu to de veu, etc.

La TV i altres mitjans aconsegueixen emocionar utilitzant un llenguatge que acostava l'expressió emocional, l'emfatitza i recrea amb una intensitat extraordinària. Aquest llenguatge dels mitjans és entès pels xiquets des d'edats molt primerenques, sense especial esforç. Cosa que fa a aquests mitjans molt eficaços com a productors d'emocions. Tanmateix, per a xiquets i xiquetes, l'encontre emocional no s'estableix amb persones properes, familiars, amics, etc., sinó amb personatges representats, llunyans i a través d'un llenguatge mediàtic. Aquesta capacitat d'emocionar-se amb allò aliè és un fenomen social relativament nou, producte dels nous mitjans de comunicació de masses, encara que ja siga habitual per als xiquets. L'atractiu que exerceixen sobre ells aquests programes, que els permeten observar els sentiments aliens, va més enllà del moment puntual de l'observació i constitueix un tema quotidià de conversa entre ells en les escoles, patis, etc.

Els mitjans són una escola d'emocions, en la que els xiquets aprenen quan, com i per què els éssers humans s'emocionen els uns amb els altres; o quines situacions produeixen por perquè representen una amenaça per a les persones.

Els xiquets, davant de la por, de manera instintiva generen conductes d'evitació, fugida, inhibició, agressió, etc. En aquestes conductes són molt configurants els models que s'oferten des dels mitjans. Ofereixen pautes de com es dóna eixida a les diferents emocions, com ara l'alegria, la satisfacció o la frustració i l'enuig. Tanmateix, els mitjans no acostumen a presentar models de com aconseguir alguna cosa tan bàsica per al desenvolupament infantil com és l'*autorregulació emocional*.

L'autorregulació emocional és un aspecte essencial que permet a l'ésser humà controlar la situació i no estar a mercè de les demandes de l'entorn. Ens ensenya a "esperar" quan les coses no poden obtindre's immediatament, "variar" les estratègies quan aquestes no funcionen i "evitar" comportaments inadequats (ira, agressions, etc.).

Emocions bàsiques del nostre bagatge emocional, com la por, l'ira, etc., són també mecanismes de supervivència que no es poden desconnectar o evitar, però es poden conduir i canalitzar de manera socialment adaptada. La component biològica emocional pot ser canalitzada per formes de comportament apreses i culturalment acceptades. Controlar l'impuls, superar la frustració sense derivar-la en agressivitat, etc., és fonamental per al desenvolupament de la vida social.

Sintetitzant, les emocions i sentiments bàsics com la por, l'ira, l'ansietat, l'alegria, formen part de l'equipament emocional bàsic, estan biològicament presents en la nostra naturalesa. Tanmateix, és la cultura, de la que els mitjans de comunicació formen part, la que subministra el vincle entre el que es té possibilitat d'arribar a ser en el camp emocional i el que realment arribem a ser com a membres d'un grup cultural. En el si d'una determinada cultura s'aprén a manifestar o controlar sentiments i emocions d'acord als significats, valors i pautes culturals de grup. Els mitjans configuren la resposta emocional dels xiquets i xiquetes.

c) Efectes comportamentals. Coneixement de la realitat social

La neurona no madura en el buit sinó en l'ambient cultural on es pot ser selectivament criat per a l'altruisme i la cooperació o per a l'individualisme, la violència o l'agressió, perquè tots són biològicament possibles. Es configura en el context social.

Els mitjans àudio-visuals constitueixen hui un dels dominis del coneixement social, que xiquets i jòvens han de construir, de la mateixa manera que ho fan amb la cultura d'allò imprès.

Gran part dels efectes positius i negatius tenen a veure amb el nivell d'alfabetització que els xiquets han assolit en els mitjans àudio-visuals. Aquests tenen una importància fonamental en la construcció social de la realitat de xiquets i adolescents. Contribueixen, d'una banda, a modular la forma d'entendre la realitat i, de l'altra, a construir el coneixement de la mateixa realitat.

Els mitjans de comunicació introdueixen els xiquets en una activitat social vicària, perquè estan, quasi constantment, confrontant les seues vivències amb les representacions d'altres persones, que actuen i realitzen diversos tipus d'interaccions, moltes vegades noves per a ells. Els introdueixen en la comprensió del món social.

Aprenen, a través dels mitjans, que les persones tenen motius i intencions que poden portar-les a elegir una conducta o una altra i que les persones interactuen, és a dir, responen quan s'actua sobre elles. Així, a través dels mitjans, aprenen, per exemple, hui que les possibilitats de joc són escasses, la comprensió del que significa ser un amic.

La TV i d'altres mitjans són transmissors d'una realitat social a la que contribueixen a construir, ofereixen importants models d'identificació social. Tanmateix, encara que tots els xiquets i adolescents es veieren exposats als mateixos models, no tots resultarien afectats, ni els seus efectes serien els mateixos individualment. Xiquets i adolescents no reproduïxen de manera mimètica els modes de conducta que se'ls oferta. La imitació i seguiment dels models depén de com d'adequada o no siga la conducta que s'ofereix en el seu grup de pertinença, i de la proximitat i eficàcia que l'actuació conforme a eixe model comporte per a ells.

La televisió exerceix major influència que d'altres mitjans, ja que per una part no cal traduir el missatge a esquemes mentals, com passa amb els mitjans auditius o impresos (texts, relats, etc.). D'una altra, les imatges que apareixen a la TV, encara que s'elaboren al marge de la seua experiència, quan són ambients propers i atractius, per aprenentatge vicari, a través de la repetició, poden interioritzar-les com a pròpies.

Pel temps d'exposició, és lògic que la TV actue per a xiquets i adolescents com agent de socialització i contribueixca, per a bé o per a mal, a potenciar i regular conductes, actituds i valors que abans majoritàriament rebien de la família, l'escola i el grup d'iguals com a font de socialització primària. Això la converteix en una font d'informació de les conductes més convenients, els gusts, valors i normes adequades, com també de conductes inadequades. Per això, cal que els models que s'oferten siguen respectuosos amb els drets humans i els valors del nostre entorn democràtic de justícia, igualtat, llibertat, solidaritat, etc.

3. A L'HORA D'INFORMAR: CONVÉ SABER

1. Que la mitjana de temps que dediquen els xiquets i les xiquetes espanyols a veure la TV diàriament se situa en més de 3 hores.
2. Que més del 39% tenen TV en el seu propi dormitori, pel que en la pràctica tenen accés a qualsevol programa sense cap tipus de restricció, ni mediació familiar. El 49,7% veuen la TV sols.
3. Que són poques les famílies que programen el temps dels xiquets dedicat als mitjans de comunicació i més concretament a la TV, pel que pràcticament tots els programes poden ser observats per xiquets.
4. La major part de l'oferta de comunicació són programes que no estan pensats ni preparats per a ells, però als que els xiquets accedeixen en major o menor mesura.

5. Un dels efectes més rellevants de l'exposició sistemàtica a la TV, com mostren nombrosos estudis, és la modificació de l'experiència perceptiva que comporta, a la vegada, una modificació dels processos mentals. Hom privilegia la percepció sobre l'abstracció; allò sensitiu, intuïtiu i emocional sobre allò conceptual i racional. Conseqüentment, les respostes que provoca són més de caràcter emotiu que racional.
6. Els mitjans impresos obliguen a exercitar-se en la dilatació de la gratificació, en la satisfacció retardada. El gaudi del text escrit prové del significat, no del significat. Contràriament, les imatges dels mitjans àudio-visuals potencien el sentit de la immediatesa, ofereixen una gratificació derivada del propi significat. Hi ha una hiperestimulació sensorial que incrementa la gratificació instantània no mediada.
7. Els xiquets s'impliquen emotivament, viuen en dos plans, el de la realitat i el de fantasia, necessiten viure relats com si foren reals perquè només així poden implicar-se afectivament.
8. Posen en marxa el mecanisme psíquic denominat *suspensió de la incredulitat*. Malgrat saber, per exemple, que els monstres dels relats de terror no existeixen en la realitat, ni podrien existir mai. Accepten com a real la seua presència fins al punt de què els provoquen emocions profundes. És una dinàmica semblant a la que es viu en els somnis.
9. Els continguts que serveixen els mitjans poden ser molt traumàtics per als xiquets, que de forma natural s'identifiquen amb els personatges que viuen aquestes situacions. Pensen que els pot passar a ells, o en el seu cas, recordar-los vivències traumàtiques passades.
10. Davant les escenes que els produeixen por molt pocs abandonen. Ploren, tanquen els ulls, es commouen, no poden dormir per la nit, etc., però els interessa i romanen allí.

11. Els mitjans àudio-visuals projecten sobre xiquets i xiquetes una imatge idealitzada del món i de si mateixos, els ofereixen de manera atractiva el que volen veure (models adults, famílies felices, xiquets jugant, etc.). D'alguna manera s'alimenta la seua pròpia imatge però idealitzada, el que volen o voldrien ser. Amb freqüència la reproducció de la realitat que fan els mitjans de comunicació resulta per a ells més gratificant que la pròpia realitat.
12. Els mitjans tenen un gran poder per als xiquets de legitimar i autenticar la realitat. Es considera més real allò que apareix en els mitjans.
13. Els mitjans de comunicació no es limiten a reproduir la realitat, amb freqüència la produeixen. De vegades volen que la seua realitat s'asemble a la que veuen a la TV, ja que la seua pot ser decebedora, mentre que la TV compleix amb les seues expectatives de com han de ser les coses.
14. Investigacions realitzades a EEUU mostren que els xiquets que pertanyen als grups minoritaris i a famílies amb menor nivell socioeconòmic i cultural són més vulnerables a la influència de la TV en la formació de la seua pròpia visió de la realitat.
15. És innegable que la TV és un poderós instrument de comunicació davant del qual els xiquets no poden evitar aprendre. Allò preocupant és que, per les dades recollides en la nostra investigació, un major consum de televisió no comporta aprenentatges pro socials adequats sinó que prescriu conductes de major agressivitat, violència i fins i tot, contràriament al que caldria esperar, provoca menys sentiments de felicitat.

4. COM TRACTAR ALS XIQUETS I LES XIQUETES EN LES NOTÍCIES

1. - La llei 1/96 (Llei de protecció del menor) dictamina que l'interés del menor, tant espanyol com estranger, preval en tots els casos. Són menors els que no han complert 18 anys.
 - Es considera intromissió il·legítima qualsevol imatge o informació que pugja perjudicar la seua reputació, el seu honor o la seua intimitat, encara que ho haja consentit ell mateix o el seu representant legal.
 - Mai no es poden prendre imatges de menors imputats en un cas judicial. Ni difondre imatges o dades que puguen permetre la identificació del menor, ni dins ni fora de la sala.
 - Tampoc no es poden obtindre imatges que puguen identificar-lo quan compareguen com a víctimes o testimonis d'un judici, encara que pares o tutors ho hagen autoritzat. Només poden gravar-se o fotografiar-se de manera que siga impossible reconèixer-los (d'esquenes, ocultant la cara abans de difondre la imatge, etc.).
2. - La Fiscalia de menors assenyala que no s'haurien de captar imatges de menors en el moment de cometre delictes o infraccions, perquè són contràries a l'interés dels xiquets.
3. - En el tractament informatiu de menors les preguntes només poden fer-se als xiquets en presència dels seus pares, representants legals, tutors o professors del col·legi. Amb xiquets malalts, a més, s'han de valorar el tractament de la notícia, sense perjudicar la seua intimitat, autoestima, etc.
4. - En entrevistar i informar sobre un menor, han de prevaldre abans de res els seus drets a la intimitat i confidencialitat; i a ser protegits enfront del perjudici i les represàlies reals o potencials.
5. - Els interessos dels xiquets han de prevaldre sobre qualsevol altra consideració, fins i tot quan es tracte de denunciar qüestions d'injustícia que afecten a la infància, o de promoure els seus drets.

6. - No es pot, en cap cas, ferir la sensibilitat dels xiquets. Cal evitar preguntes, opinions o comentaris que els jutgen, els humilien, deteriorenen la seua autoestima, revifenen el seu dolor o siguen insensibles a les seues creences o valors culturals.

5. COM TRACTAR LA INFORMACIÓ DIRIGIDA ALS XIQUETS I XIQUETES

1. - La informació per a xiquets i xiquetes no ha de realitzar-se aïllant-la del context. Cal vincular els actes a les conseqüències. És molt important la contextualització de la notícia perquè puguen comprendre una realitat, moltes vegades complexa.
2. - La informació per a xiquets ha d'ensenyar-los a llegir i valorar la realitat. Facilitar als xiquets la comprensió de molts dels *per què* i *com* de les notícies emeses, promovent la reflexió.
3. - Cal explicar les notícies amb paraules i imatges abordant tot tipus de temes, de manera simple i directa, ja que ells escolten parlar de tot, però evitant ser tenebrosos, escabrosos, recrear-se en detalls morbosos i incidir en el sofriment i el dolor. No només presentar els problemes, sinó també aportar elements amb els quals donar solució. Per exemple, davant d'una catàstrofe incidir en què als ferits els han portat a l'hospital i els van curar.
4. - La informació per a xiquets ha de ser veraç, objectiva, però no pot ser neutral. No és adequada la clàssica *neutralitat informativa*, que posa tot en el mateix pla, quan es tracta de xiquets. Per la seua immaduresa han de presentar-se els drets humans, els valors i les conductes socials de manera atractiva i positiva, diferenciant-les clarament de les asocials, cap a les quals s'ha de mostrar indignació i rebuig.
5. - La informació per a xiquets ha de portar implícita no només la idea d'informar objectivament, sinó també la de fomentar en valors com la tolerància, la solidaritat, el gust pel saber, per l'estètica, per la cultura.

6. - Especial atenció cal atorgar al tractament de la diversitat (raça, sexe, ideologia, religió, etc.) fomentant actituds que fomenten el respecte a la diferència i el desenvolupament de la igualtat. Oferint models alternatius de cooperació i de compartir tasques i temps d'oci. En especial quan la realitat informativa genere notícies oposades a aquests principis.
7. - La informació per a xiquets ha de ser especialment combativa amb els estereotips de gènere. Els mitjans de comunicació neguen la realitat, quan la redueixen a estereotips. Els estereotips falsegen la realitat perquè la simplifiquen o deformen. Per exemple, quan la major part dels papers rellevants de les sèries estan reservats a personatges masculins, quan les dones representen el 51% de la població. A més, en general se'ls assignen tasques de servei, cura, atenció als altres, etc. Especialment greu és quan se'ls presenta com a reclam sexual.
8. - Qualsevol programació provoca en els xiquets i les xiquetes reaccions de tota índole. Si senten por és d'alguna cosa o algú. Si senten agressivitat és contra algú. Si senten compassió és per algú. Els professionals de la informació han de prendre consciència d'aquesta realitat i entendre que la comprensió que fan els xiquets és un acte afectiu-intel·lectual al que cal atendre tenint en compte que són espectadors en formació. És especialment negatiu que conductes asocials, com ara agressions verbals, agressions físiques, es presenten en els continguts dels mitjans com a accions eficaces, i que els autors mostren satisfacció per la seua acció.
9. - Els xiquets poden ser molt cruels amb d'altres xiquets promovent la insolidaritat i l'exclusió. Quan es tracte d'informar als xiquets han de presentar-se aquestes conductes com a detestables i contràries a qualsevol principi ètic.

10. - En ocasions la informació fa referència a la crueltat que poden portar a terme els xiquets amb d'altres xiquets. Es tractarà la informació posant en relleu que es tracta de conductes detestables, que no tenen cap justificació, posant l'accent en les conseqüències que aquestes conductes comporten per a l'agressor i per a la víctima. Posar de manifest que l'agressor acaba sentint-se molt malament, per haver fet mal als altres. En especial cal posar de manifest que l'agressió mai no constitueix una acció eficaç per a manejar la situació o aconseguir objectius.
11. - Són molt perniciosos per a la seua formació i contraris als aprenentatges escolars, programes que, encara que amb format d'adults, els xiquets accedeixen amb independència de la franja horària d'emissió i en els que es mostren conductes entre els participants, en els que els insults, menysvaloracions, falta de respecte, etc., se sumen a continguts inadequats i comportaments en els que s'infringeixen les més elementals normes de diàleg, com ara parlar pausadament, permetre parlar a l'altre sense interrupció, etc., ja que xiquets i xiquetes pertanyen a segments de la població per naturalesa acrítics i incapaçs de valorar les conductes en tot el seu abast.
12. - Els mitjans àudio-visuals funcionen psicològicament per a xiquets i xiquetes en un primer nivell com a espectacle, com a evasió. Però, a aquesta primera gratificació que els satisfà, cal afegir la necessitat de potenciar la reflexió. Tractar d'enriquir la seua experiència, però sense negar la diversió. Facilitar una lectura reflexiva dels mitjans, però sense eliminar els aspectes sensorials i emocionals d'ella.

* * *



Finalment, hem de concloure que el dret a la *Protecció* suposa instrumentar els mitjans necessaris perquè els xiquets i xiquetes puguen desenvolupar-se física, mental, moral, espiritual i socialment, i com siga que, en la interacció “mitjà-xiquet”, s’obri un procés configurador i mitjancer de les seues experiències, motivacions, i aprenentatges, el dret a la protecció dels menors ha de resoldre’s en els diferents àmbits i suports que defineixen hui els mitjans de comunicació: programes per a xiquets i que veuen els xiquets.