

Artículo de revisión

Los medios de comunicación y el niño. ¿Son realmente seguros? Primera parte

Enrique Mendoza López *

* Web máster: CONAPEME Coordinador Nacional del Seminario de Pediatría, CIBERPEDS-CONAPEME

Resumen

Los medios electrónicos han entrado de lleno a la vida de nuestros niños y adolescentes, ocasionando un choque cultural entre padres e hijos y haciendo difícil la forma de abordar este tema. Se requiere conocimiento sobre los avances de la tecnología y sus repercusiones en la conducta de la población pediátrica. En este trabajo brindamos una orientación a los pediatras y profesionales de la salud acerca de los riesgos de los medios en la edad en que los niños están en formación y son vulnerables, requiriendo la vigilancia paterna y de los profesionales de la salud. Al final se expresan algunas propuestas para padres, pediatras y todos los involucrados en los medios y su relación con los niños.

Palabras claves: Medios electrónicos, niños, información.**Abstract**

The electronic media has entered fully into the life of our children and adolescents, causing a culture clash between parents and children, making it difficult to address this issue. It is required knowledge of the advances in technology and its impact behavior in the pediatric population. In this paper we provide guidance to pediatricians and health professionals about risks of media in the age at which children are in training and are vulnerable, requiring parental monitoring and of health professionals. Finally we expressed some proposals for parents, pediatricians and all involved in the media and their relationship with the children.

Key words: Electronic media, children, information.**LOS MEDIOS**

Los medios de comunicación son el instrumento a través del cual se establece comunicación con otros individuos. Del latín «medium», el plural es «media».¹

Los medios pueden ser individuales o masivos, y su evolución ha sido extraordinaria desde la edad prehistórica, en la cual sólo los signos y señales servían para expresar ideas. Posteriormente, la evolución de la informática, las telecomunicaciones, los medios electrónicos y la globalización, han abierto un camino extraordinariamente rápido, amplio y efectivo para la comunicación humana.

Los medios son los siguientes: historietas, revistas, teléfono, radio, televisión, computadoras, tabletas, móviles e Internet.

Los medios electrónicos han evolucionado vertiginosamente. Del papel y la tinta, de preponderancia innegable durante siglos, se ha pasado en pocas décadas a las nuevas tecnologías del ciberespacio, cuya complejidad tecnológica es cada día mayor (*Figura 1*).

¿QUÉ PASA EN INTERNET EN UN MINUTO?

Es increíble la cantidad de información que fluye a través de este medio por el mundo en un momento dado. Por ejemplo, cada minuto hay seis millones de visitas a Facebook, una transmisión de 639,800 GB globales, dos millones de búsquedas en Google, etc.⁴

El número de personas que accesan a Internet de 1996 a 2012 ha tenido un incremento sustancial, donde podemos ver que los medios electrónicos ocupan un lugar preponderante en la vida moderna, aunque aún hay grandes diferencias entre países desarrollados y en desarrollo.

El número de personas que tienen acceso a Internet es cada vez mayor por la facilidad de adquirir equipos de cómputo, por los cambios a los móviles que actualmente tienen acceso a Internet y la infinidad de gadgets de uso común que también tienen acceso como los PSP, Xbox, tabletas, etc.

El idioma usado en Internet es el inglés, seguido por el chino y el español; si una persona tiene nociones de inglés y español tendrá acceso al 35% de la información de Internet publicada en el mundo.³

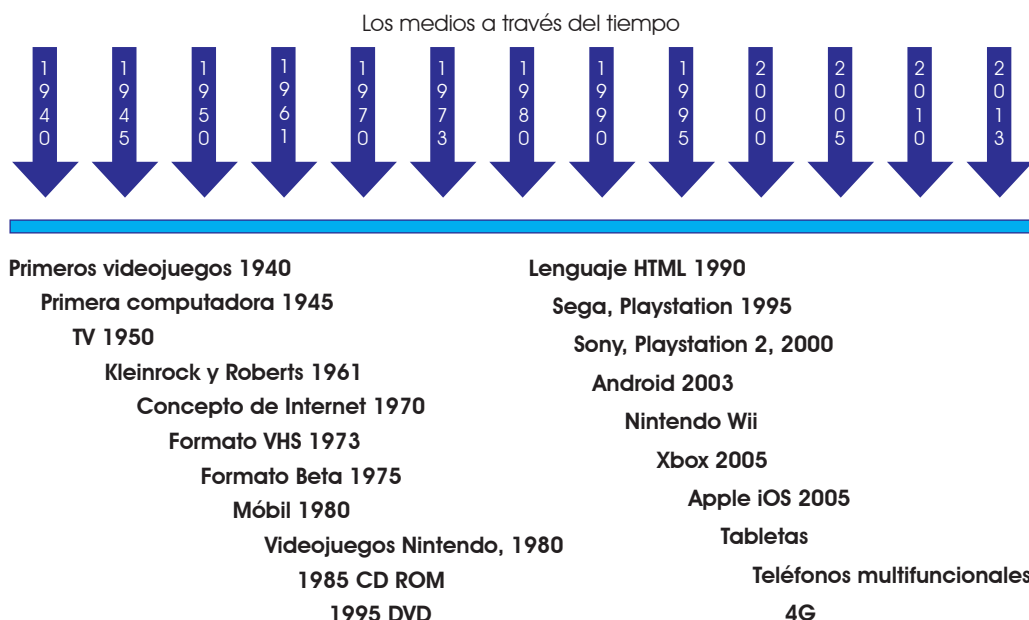


Figura 1. Los medios electrónicos han evolucionado desde mediados del siglo pasado con la aparición de los primeros videojuegos, hasta los móviles que son ya computadoras portátiles.

¿QUÉ SUCEDE EN NUESTRA POBLACIÓN PEDIÁTRICA CON RELACIÓN A LOS MEDIOS?

Una encuesta realizada en Monterrey en el 2012 con 175 chicos de secundaria cuyas edades van de 12 a 15 años proporcionó datos que podrían reflejar una realidad en muchos lugares del país y que concuerdan con lo recopilado en la literatura estadounidense.

Uso de computadora: El 93% de los chicos tiene computadora en su casa; 89% tiene laptop; el 82% no tiene supervisión de sus padres cuando está usando la computadora; el 58% tiene la computadora en su dormitorio; esto permite el uso de la PC sin vigilancia parental (Figura 2).

En relación al uso de Internet: El 48% tiene acceso a Internet los siete días de la semana, el 63% de 3-5 horas diarias, el 96% tiene correo electrónico, el 80% tiene acceso a Internet por teléfono móvil, el 63% envía mensajes de texto en el móvil. El 90% usa las redes sociales, el 44% tiene blog o website, el 20% conoce a alguien que acosa. El 28% recibe fotografías de todo tipo.

En cuanto a la privacidad del uso de Internet: El 20% accede a lugares de contenido sexual, el 79% dice saber más que sus padres de computación, sólo el 21% de los padres conoce sus direcciones y contraseña, y un aspecto muy importante con relación a la supervisión: solamente existen candados de Internet en el 20% de los casos.

En cuanto al riesgo: Ha sido acosado el 10%, el 20% conoce a alguien que acosa, el 30% ha enviado mensajes con comentarios contra sus profesores, el 40% vio mensajes ofensivos contra sus maestros.⁵

¿Cómo afectan los medios a los adolescentes? Los medios pueden ser poderosos «educadores» de los adolescentes, delineando sus actitudes, creencias y conductas. A continuación se menciona una serie de teorías explicativas del fenómeno:

- Efecto de desplazamiento:** Ven medios en lugar de tener actividades al aire libre, leer un libro o realizar actividades con amigos o sus pares.
- Teoría del aprendizaje social:** Los chicos, de acuerdo al aprendizaje social, aprenden viendo e imitando roles de modelos atractivos, que ven en TV o en películas, especialmente cuando son muy realistas o cuando son recompensados.
- Teoría del guión o esquema:** Esto es muy importante para el adolescente, ya que se representa al joven en guiones comunes sobre cómo comportarse en situaciones en las que no está familiarizado.
- Teoría de súper par:** Los chicos reciben de los medios una extraordinaria presión para que se involucren en situaciones representadas como conductas normativas, tales como tomar alcohol o fumar en una fiesta. Si los pares influyen en los medios, se comportan como superpares.

Más de 2,000 investigaciones en la literatura, desde 1950, concluyen que la exposición del niño a la violencia en los medios incrementa la conducta agresiva, tanto de éste como del adolescente.^{2,6,7}

RIESGOS EN LA RED

Los medios representan una influencia poderosa en el desarrollo y salud de los adolescentes. Más de 50 años de investiga-

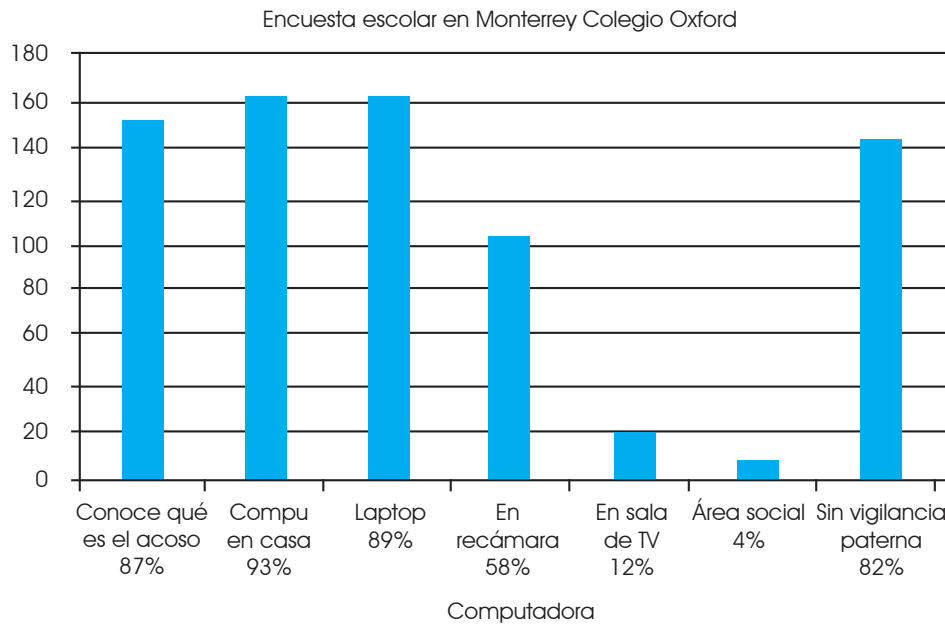


Figura 2. Describe el resultado de una encuesta en Monterrey donde se muestra el número de niños que tienen computadora y los que la usan en su habitación.

ción han demostrado el grado de preocupación de padres y médicos en relación al comportamiento de los jóvenes, como son: conducta agresiva, desorientación sexual, consumo de drogas, desarrollo de obesidad, desórdenes en la alimentación, depresión y suicidio. Aunque no se les puede acusar de ser la causa directa de estos problemas socioculturales sí contribuyen sustancialmente a su desarrollo.

Existen muchos riesgos en la red. Analizaremos en forma resumida la mayoría de éstos, y que pueden sufrir los niños y adolescentes que pasan más tiempo frente a los medios.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN ANTIGUOS:

- NTVS (estudio nacional de violencia en TV). En 1995 se examinaron 10,000 horas del 95-97 años, donde el 61% mostraba violencia interpersonal.
- Películas para niños con violencia. Se analizaron películas de 1997-1999 y el 100% muestra violencia de algún tipo (catálogo G).
- Películas para adolescentes catálogo PG13. El 90% contiene violencia. En 2003, más del 10% de adolescentes de 10-14 años vieron 40 de las películas más violentas.

Los jóvenes pueden fácilmente acceder a medios violentos que sus padres catalogan como inapropiados. El incremento del contenido violento de las películas hizo que se tuvieran restricciones para ser vistas por niños y adolescentes por los consejos de clasificación de *Motion Picture Association of América*; sin embargo, no existen investigaciones que muestren si se llevan a cabo estas recomendaciones.

MEDIOS DE COMUNICACIÓN NUEVOS

Dentro de las mejoras tecnológicas acerca del alcance de los medios, están la movilidad y la intimidad, lo que propicia el encuentro más íntimo con el usuario, como el dormitorio del niño y sitios fuera del alcance de los adultos, lo que permite la visualización de contenidos violentos dentro de nuevas plataformas:

- Un estudio demostró que de 1,500 niños de 10-15 años el 38% estuvieron expuestos a escenas violentas en Internet.
- La mitad de los juegos de video contienen violencia, inclusive 90% de los juegos clasificados como apropiados (E10+T ratings). Nombres de videos que mimetizan asalto sexual (*RapeLay*) o la masacre de Columbia (*School shooter*) permiten torturar al enemigo (*Soldier of fortune*), buscar con perros las cabezas de sus víctimas asesinadas (*Postal 2*), cortar a sus víctimas en dos con sierra de cadena (*Madworld*) o asesinar brutalmente a su víctima (*Man-hunt*), (*Call of Duty*). Estos últimos, aparentemente, son usados en el ejército norteamericano para desensibilizar a los soldados.
- Los videojuegos violentos son muy populares entre adolescentes, quienes usan videos clasificados M, en chicos de cuarto a sexto, y primero y segundo de secundaria. Recientemente se demostró que jugar juegos que describen violencia contra la mujer se asocia a actitudes negativas contra las mujeres en el mundo real.
- El *cyberbullying* es un problema reciente con poco conocimiento de su práctica, alcances y comprensión de

sus elementos, pero se ha demostrado que entre el 9 y 35% de gente joven ha tenido experiencia de agresión electrónica.

- Los niños acosados electrónicamente usualmente no reportan el evento, y son acosados más que otros chicos de manera física.²

En un estudio de tres años, entre 2006 y 2008, se encontró que en 1,500 niños de 10-15 años de edad existió un incremento del acoso en más del 20%, a través de mensajes de texto.

¿CÓMO HA EVOLUCIONADO LA EXPOSICIÓN A LOS MEDIOS Y SUS CONSECUENCIAS?

Rothenberg describe, en una publicación de 1980, el panorama en ese año. Un niño promedio ve TV un tiempo de 15,000 horas hasta que se gradúa en la preparatoria, contra 11,000 horas de educación formal en el salón de clases. Vio en la TV un total de 18,000 horas de asesinatos, además de un número no determinado de robos, contrabando, bombas, golpes, etc. Había seis veces más violencia en una hora de TV dirigida a niños que en la de adultos. La Dra. Anne Somers menciona que esta *cultura de la violencia* es el mayor riesgo de salud, un problema que hay que enfrentar. *Recibimos una dosis diaria de violencia y crimen simbólico.*

La violencia en los medios se considera como el factor causal número 1 de la violencia y agresión en la vida real. Existen numerosas acciones de parte de diversas organizaciones médicas, entre ellas la publicación de declaraciones sobre la realidad de que los medios juegan un rol en la agresión de los niños o adolescentes entre sí. El FBI menciona que los medios son un factor de riesgo para los eventos con disparos de arma de fuego en las escuelas.^{6,7}

Los niños menores de ocho años no discriminan entre fantasía y realidad y pueden ser más vulnerables por estos procesos de aprendizaje con medios violentos. Aunque esta conducta también ha sido vista en jóvenes y adultos, es interesante cómo se aprecia la violencia de manera glamorosa en películas, caricaturas y series de TV, donde aparece de manera elegante y hasta permitida. Es importante tratar de evitar esta interpretación o darle el valor que realmente representa.⁷

Con relación a los comerciales, un chico ve por TV 350,000 de éstos hasta que cumple los 18 años de edad; de tales anuncios, 55% son de comestibles y «65% de alimentos azucarados».⁸

En lo relativo a la información para la Salud en los medios, la TV muestra un bajo porcentaje del tiempo dedicado a mensajes de salud. En un estudio en Detroit, se revisó una semana de programación de televisión de 130 horas, de las 6.30 am a la 1.05 am y se concluyó que:

La televisión es una herramienta (medio) muy poderosa de comunicación, e implica una gran responsabilidad pública informar a la población sobre tópicos de salud y manejarse en forma responsable y eficaz. En este estudio se muestra que sólo se utilizó para este fin el 7% del tiempo al aire y muy pocas veces en horas de alto rating. El estudio también propone el uso del 5% de tiempo al aire a programas de salud en todos los momentos de transmisión.⁹

Los niños americanos de 8 a 18 años dedican un promedio de seis horas diarias en los medios (TV, videos, comerciales, películas, videojuegos, material impreso, radio, música grabada, computadora e Internet). Los niños de 6-8 años utilizan dos horas en los medios (TV, películas y computadoras). La TV está en su dormitorio en el 68% de los niños de más de ocho años. El tener la TV en su cuarto incrementa el tiempo para la exposición en una hora diaria extra.⁶

La TV en el dormitorio aumenta el número de horas que los niños visualizan los medios, incluso hasta 11 horas por día; se incrementa el riesgo de obesidad a 31% y de tabaquismo al doble; disminuyen las horas de sueño y hay menos participación en actividades domésticas como lectura o pasatiempos. Muchos hogares tienen prendida la TV a lo largo del día sin que nadie esté sentado viendo algún programa en especial.

Uno de los cambios más significativos con el advenimiento de nuevas tecnologías en relación a los medios es que no necesariamente todo requiere verse por TV, ya que los adolescentes pueden descargar shows y programas a su laptop, Desktop iPhone, iPad, Móvil, iTouch. Sólo menos del 30% menciona que haya reglas parentales para ver TV. La tecnología ha hecho cambiar esta disponibilidad de gadgets.

Hace seis años, sólo una tercera parte de chicos de 8-18 años tenían acceso a Internet y computadora en su cuarto, y ahora esto se ha incrementado a más de la mitad.²

NUESTRA REALIDAD EN RESUMEN

- El 39% de los niños de ocho años o menos viven en un hogar donde la TV está prendida la mayor parte del tiempo, aunque no haya nadie viéndola.
- En niños menores de ocho años, el 42% tiene TV en su cuarto, la mayoría tiene computadora (72%) y el 68% con acceso a Internet de alta velocidad.
- El 52% de las casas con niños pequeños tienen teléfonos inteligentes, video, iPod, iPad, o tableta. De los padres, el 25% ha bajado una aplicación App para sus hijos aunque muchos padres admiten no saber qué es una aplicación App.
- Un chico de 18 años pasa un promedio de 40 horas por semana en línea desde su computadora en casa y ve un promedio de 5.5 horas de video.

- De los adolescentes, 93% actualmente usa Internet; en 2009, una encuesta mostró que el 80% tenía iPod o consola de juego de video.
- 8 de 10 adolescentes, entre 12 y 17, años han visitado redes sociales o blogs.
- El 75% de adolescentes entre 12 y 17 años tiene su propio celular (en 2004 sólo el 40%) y cerca de 88% mandan mensajes de texto.
- Los adolescentes hablan menos por teléfono en la actualidad que ningún otro grupo de edad, excepto ancianos, pero esta actividad ha sido sustituida por envío de mensajes. De 13-17 años envían en promedio 3,364 mensajes por mes; la mitad de los adolescentes envía un promedio de 50 mensajes de texto por día y 1 de 3 hasta 100 o más por día. Esto indica que la principal vía de comunicación de los adolescentes no es hablar sino «chatear» a través de los mensajes de texto.
- Los varones envían y reciben 30 textos por día y las niñas 80 por día.
- De 12-17 años, el 28% menciona haber sido cibera-menazado o acosado por mensajes de texto o llamadas telefónicas; el 4% ha enviado su propia imagen desnuda o semidesnuda a alguien y el 15% ha recibido esta información.
- La mitad de los chicos de 15 a 17 años que tienen teléfono móvil, menciona hablar por teléfono mientras maneja.
- Virtualmente, todos los adolescentes tienen equipos portátiles que tocan MP3 y los usan en volúmenes altos. El 40% de chicos de primero a tercero de secundaria son multitarea, 43% tienen el MP3 en la oreja, el 40% están en la computadora y viendo TV durante varias horas al día. Realmente no se sabe el impacto de la multitarea en el desarrollo cerebral del adolescente.⁶

El ciberacoso es una modalidad de violencia, con tecnología electrónica, a la que están expuestos nuestros niños. Hay mucha información sobre este tema en la cual se describen los medios electrónicos como las armas a través de las cuales los niños pueden ser dañados. El ciberacoso consiste en una amenaza o burla en el monitor de la computadora, un mensaje electrónico, un mensaje de texto, una fotografía comprometedor, hasta en videos con secuencias de palizas. El desenlace de este tipo de actividades son niños que sufren emocionalmente por esta modalidad de acoso, lo que puede ocasionar muerte por suicidio en casos extremos.

¿Es prevenible el acoso? Sí, porque aunque sabemos que los depredadores están en cualquier lugar, los niños deben tener instrucciones y cuidado especial al acceder a los medios. Hay muchas organizaciones que dedican parte de su esfuerzo a la prevención del ciberacoso.⁵

La violencia mostrada en los medios, los adolescentes la describen como: *graciosa, justificable, realista y sin consecuencias*. Y la exposición repetida a la violencia en los

medios ocasiona miedo y ansiedad en niños pequeños y la aceptación de la violencia como un medio conveniente para resolver conflictos ocasiona desensibilización y disminución de valores como el altruismo.

Los nuevos medios amplifican el impacto potencial de la violencia, ya que un criminal que disparó recientemente en una escuela nunca había disparado un arma más que en videojuegos. Éstos le permiten tener la experiencia y la habilidad para usar un arma de fuego, aunque nunca la haya tenido en la mano.² La exposición a televisión y películas muestra la violencia en *una sola dirección*, como testigos o espectadores, pero los videojuegos permiten *participación como perpetradores* de actos de violencia. Se estima que al cumplir 18 años, cada joven ha visto aproximadamente 200,000 actos de violencia tan sólo en la TV. En un estudio donde se analizan 10,000 horas de TV se revela que el 61% tiene representación de actos de violencia, algunos en forma glamorosa. La más alta proporción de violencia existe en los shows de niños. En una evaluación de filmes PG13, el 90% contiene actos de violencia y la mitad de ellos letales.⁶

Los videojuegos que fueron evaluados por un comité tenían contenido violento en un 50% y en juegos para niños de 10 años o más el 90% mostraba contenido violento, *por lo que la exposición crónica a tales representaciones de medios violentos probablemente traerá como consecuencia la aceptación de la violencia como medio para resolver problemas y alcanzar sus metas*.⁶

Los medios en la industria norteamericana representan a héroes exhibiendo una forma violenta de resolver los conflictos y prevalecer sobre los otros. Inclusive se presenta con glamour el portar armas y hacer uso de ellas.⁶

Esto el niño lo aprende y lo pone en práctica. Por tanto, en los juegos interactivos el joven pasa de ser un observador a interactuar y ensayar un papel conductual de provocación para de forma violenta «resolver» una situación. Es común que los chicos repitan los videojuegos para mejorar su puntuación. Esto refuerza las conductas negativas, ya que se desarrolla un patrón adictivo. *Fisiológicamente, hay disminución en la función de la corteza pre-frontal, asociada al control ejecutivo de conductas impulsivas*.⁶

¿Qué tan fuerte es el impacto por la exposición a medios en la vida diaria? Boxer analiza la exposición a los medios violentos y el moldeamiento de conductas violentas y antisociales. La «equifinalidad» se refiere a cómo las experiencias tempranas diferentes en la vida (por ej. divorcio paterno, abuso físico, abuso de sustancia paterno) pueden conducir a resultados similares. La exposición a medios violentos está asociada al involucramiento en conductas violentas.¹⁰

Hay otros datos complementarios en chicos víctimas de abuso físico o sexual, quienes pueden ser revictimizados, ya que sufren disrupción biológica, afectiva,

cognoscitiva y conductual de procesos regulatorios que impedirían ser víctimas de nuevo. Aceptar una solicitud de encuentro sexual *off-line* de un adolescente de 17 años es una conducta de exploración de su sexualidad, pero cuando esto sucede con un chico de 12 años el impacto es en extremo dañino para su estructura psicológica. El mayor problema es que ahora no sólo hay calles por donde transita la información sino grandes avenidas dentro del Internet como *Instagram*.¹¹

SEXO EN LOS MEDIOS

Ante la ausencia de educación adecuada por sus padres o en la escuela, los medios se convierten en el educador del adolescente. La exposición a medios con contenido sexual proporciona actitudes y creencias acerca del sexo; también propicia las relaciones sexuales tempranas sin conocimiento.

El embarazo en menores ha disminuido recientemente en los Estados Unidos de Norteamérica; sin embargo, aún es muy alto comparado con otros países. Los adolescentes, dentro de su crecimiento, necesitan información para el desarrollo de una sexualidad apropiada y el 30% obtiene sus conocimientos a través de Internet y revistas, ambas sin consejería y sólo el 63% lo obtiene de sus amigos, aunque también intervienen profesionales de la salud, primos, hermanos. Los padres no aparecen como informadores de los aspectos normales de su sexualidad, lo que da oportunidad a distorsionar la finalidad o bien el objetivo de esta bella cualidad del adolescente.¹²

En la manera como se exhibe el sexo en los medios (TV, Internet, películas, magazines, videojuegos, redes sociales y móviles) los últimos estudios demuestran contenido sexual en 75% de tiempo premier de más rating y sólo 14% de referencias a sexo mencionando riesgos y responsabilidades de la actividad sexual.

El contenido sexual en los diferentes medios es el siguiente: TV 75%, música 69%, Internet 16-25%. Se habla de sexo 10 veces por hora, y los programas con más escenas de sexo son los *reality shows*, los cuales son más vistos por adolescentes.

Pocos programas de adolescentes hablan de contracepción o de sexo responsable (*The Secret Life of American Teenager*).

- **Pornografía.** Es un negocio de 13 mil millones de dólares al año. El 30% de las chicas adolescentes había visto películas de pornografías *softcore* en los últimos tres meses. Otro estudio reveló que todos los chicos de 13-15 años habían visto películas de contenido erótico y para adultos, incluyendo playboy y playgirl. El 42% de los adolescentes mencionaron haber visto pornografía en Internet, pero a los 18 años 93% de los varones y el 62% de las mujeres también.

- El acceso irrestricto a Internet permite que tengan acceso a material para adultos en más del 50% «sin querer», o sea, accidentalmente.
- Las canciones tienen referencias sexuales en más de un 30%.
- Cada película clasificada R (adolescentes acompañados de adultos) tiene una escena de desnudo como preámbulo de relaciones sexuales.
- Las revistas de adolescentes dedican 2.5 páginas por revista a contenido de índole sexual.
- En comerciales, 30% de las mujeres se exhiben con vestidos sexualmente sugestivos; 13% parcialmente vestidas.

En un año, se exhiben comerciales de fármacos contra la disfunción eréctil por 350 millones de dólares.

No hay anuncios de contracepción, incluyendo la contracepción de emergencia; los anuncios de preservativos contienen material erótico y poco propenso a la educación sexual.

¿Y cuál es el desenlace de la conducta de los jóvenes sobreexposados a medios con alto contenido sexual?

- En 1,500 chicos de 10-15 años se reportó conducta sexual agresiva con la exposición a material pornográfico violento.
- Otro estudio demostró que la exposición a material pornográfico, magazines, cine o Internet, aumenta la probabilidad de tener coito o sexo oral, sin protección.
- Un estudio en NY mostró que visitando website sexualmente explícitos aumenta la posibilidad de tener múltiples compañeros sexuales y gran permisividad sexual.

Sexting: transmisión de fotos sexualmente explícitas por teléfono celular. En un estudio, el 20% de 1,300 adolescentes había postado una foto de él o de ella semidesnuda. En algunos estados de la unión americana, el enviar fotos en esta forma es un delito, debido a que se promueve la pornografía infantil.

Redes sociales: Una revisión de MySpace de 270 perfiles de menores de 18 años de edad reveló un 24% de estas conductas referidas. Pero existen referencias sexuales explícitas en otras redes como Facebook que incitan a tener intercambio sexual, con un 15% de solicitudes sexuales no deseadas en línea.

Drogas en medios de entretenimiento. En el 2009, la mitad de películas PG13 contenían escenas de uso de tabaco, por lo que la exposición a este tipo de escenas en el cine puede ser, en forma predictiva, una fuerte incitación al adolescente para iniciar con este vicio.

Con relación al **alcohol**, los adolescentes ven una escena de uso de alcohol cada 14 minutos en las películas. Programas de adolescentes como: *Teen Mom*, *16 and pregnant*, *Skins*, *Girl*, tienen cerca del doble de probabilidad de provocar el consumo de alcohol entre los jóvenes.

La música también hace referencia al uso de alcohol, especialmente el Rap. La exposición a escenas tomando en los medios principales es una poderosa influencia para el desarrollo de conductas embriagantes en los adolescentes. En muchos shows de TV o en películas se muestra el uso de drogas socialmente aceptables, sin «consecuencias», y sin mostrar alternativas de aceptación o rechazo cuando la droga se ofrece.

Uso y abuso de drogas. Aunque el consumo de drogas tiene una causa multifactorial, parece ser que los medios juegan un papel importante. Cada año mueren 400,000 americanos a causa del tabaco, más que el SIDA o los accidentes, asesinatos o suicidios combinados. El alcohol causa 100,000 muertes al año, entre ellos 5,000 jóvenes menores de 21 años. Para el último año de secundaria, el 70% de los adolescentes ha tomado alcohol, y 54% se ha emborrachado. El 21% de los de segundo año de secundaria, el 37% del último año y el 48% del primer año de preparatoria han usado drogas ilícitas, principalmente marihuana.

¿En qué forma los medios influyen? La causa más importante es por la tendencia a imitar al actor o a la actriz en los filmes de moda. Cuando se les ve en escenas fumando, tomando alcohol o usando drogas, esto resulta muy atrayente para los jóvenes. Se ve tan sencillo y tan real que «...si él lo hace, ¿por qué yo no puedo? ¡Además está de moda!»

Comerciales. Se gastan más de 20 mil millones de dólares al año en anuncios y promoción de tabaco, alcohol y drogas de prescripción médica en USA. En USA se prohibió anunciar tabaco en TV desde 1970 pero se anuncia en magazines, estadios, anuncios panorámicos, etc. El 50% de los fumadores inicia su hábito a los 13 años de edad, y para los 19 años el 90% ya lo ha hecho.

La exposición a mercadotecnia y anuncios del cigarrillo eleva al doble el riesgo de los adolescentes para iniciarse en este hábito. Se gastan cinco mil millones de dólares en USA al año para anuncios promoviendo *bebidas alcohólicas*, con modelos atractivas, escenas graciosas, animales que hablan, etc. Las bebidas tienen pocas restricciones en los medios. Los adolescentes del 2001 al 2009 recibieron más comerciales de alcohol en un 71%. Un joven ve al año 2,000 anuncios de alcohol. Los estudios han demostrado

que los anuncios de advertencias del alcohol y tabaco, paradójicamente, aumentan el riesgo de fumar o tomar; si hay más advertencia, más popular es la marca. Y es predictivo de tomar a una edad más baja.

Comerciales de alimentos: La industria gasta al año 4.2 mil millones de dólares (2009) en comerciales de alimentos, 80% en programas de niños promoviendo comidas rápidas y snack. Un chico ve al día 12-21 anuncios de alimentos o sea 4,400-7,600 anuncios por año, aunque muchos anuncios están escondidos dentro de las películas. Los niños que ven TV y comerciales de alimentos consumen más calorías, más comidas con grasas y refrescos, menos frutas y vegetales. Prefieren la marca que se anuncia en la TV.^{6,7}

El tabaco no se queda atrás; ya desde el siglo pasado la literatura insistía en los riesgos del tabaquismo y cómo incide en la conducta del joven; se menciona que el 80% de jóvenes menores de 18 años, quienes fuman su primer cigarrillo, serán fumadores regulares o habituales. El tabaquismo es una adicción. Las compañías tabacaleras saben que el producto encaja en el desarrollo de la personalidad del adolescente. En 1970 se prohibió el anuncio de cigarrillos en la TV de USA, pero la información persiste, y uno de los objetivos de la mercadotecnia son los jóvenes de más de 13 años. El cigarro se anuncia en espectaculares, en el cine, en Internet... pero es aún más influyente el observar a los actores de cine fumando durante los filmes. La promoción no siempre es con anuncios abiertos, sino que se da de manera subliminal. Se sugiere una campaña de educación en multimedia para evitar que las señales directas o subliminales de promoción del tabaco ocupen un espacio en los medios de comunicación.¹³

La percepción es que si se muestra el uso de drogas ilegales en la TV ésta sólo se realiza en algunos shows, *weeds*, *Breaking Bad*, Películas como *Harold and Kumar*, *Pineapple Express*, *Due Date*, y *Bad Teacher*. No obstante, se ha demostrado que chicos que ven películas clasificación R tienen seis veces más probabilidad de usar marihuana. Los chicos que escuchan demasiada música, reciben 27 referencias relacionadas con esta droga cada día.

¿Qué podemos hacer? En el siguiente número daremos la respuesta.

www.mediagraphic.org.mx BIBLIOGRAFÍA

1. Wikipedia. Medio de comunicación. [Internet] Disponible en: http://es.wikipedia.org/wiki/Medio_de_comunicaci%C3%B3n
2. Strasburger VC, Jordan AB, Donnerstein E. Children, Adolescents, and the Media: Health Effects. *Pediatr Clin N Am*. 2012; 59: 533-587.
3. Wikipedia. Internet. [Internet] Disponible en: <http://es.wikipedia.org/wiki/Internet>.
4. Publimetro. [Internet] Disponible en: www.publimetro.com.mx/4/04/2012.
5. Mendoza LE. Acoso cibernético o *cyberbullying*: acoso con la tecnología electrónica. *Pediatría de México*. 2012; 14 (3): 133-146.
6. Council on Communications and Media. Media Violence. *Pediatrics*. 2009; 124 (5):1495-1503.
7. Committee on public education. Media violence. *Pediatrics*. 2001; 108 (5): 1222-1226.
8. Rothenberg MB. Television and Children. *Pediatrics in Review*. 1980; 1 (10): 329-332.

9. Smith FA, Trivax G, Zuehlke DA, Lowinger P, Ngheim TL. Health information of an week of television. NEJM. 1972; 286 (19): 516-520.
10. Boxer P, Huesmann RL, Bushman BJ, O'Brien M, Moceri D. The role of violent media preference in cumulative developmental risk for violence and general aggression. J Youth Adolescence. 2009; 38 (3): 417-428.
11. Noll JG, Shenk CE, Barnes JE, Haralson KJ. Association of maltreatment with high-risk internet behaviors and offline. Pediatrics. 2013; 131 (2); e510-e517.
12. Sieving RE, Oliphant JA, Robert WM, Blum RW. Adolescent sexual behavior and sexual health. Pediatrics in Review. 2002; 23 (12): 407-416.
13. Kessler DA, Natanblut SL, Wilkenfeld JP, Lorraine CC, Mayl SL, Bernstein IBG et al. Nicotine addiction: a pediatric disease. J Pediatr. 1997; 130 (4): 518-524.

Correspondencia:
Dr. Enrique Mendoza López
E-mail: enrique@pediatramendoza.com