

La prensa infantil española

Lectura de nuestros niños. Descripción general

ANTONIO MARTIN MARTINEZ

1. INTRODUCCION

En esta primera aproximación al tema desde las páginas de *Revista de Educación* quiero ser breve. Mi análisis será preferentemente descriptivo, dejando para mejor ocasión el estudio del porqué y cómo de lo descrito. Me refiero en mis afirmaciones al panorama del año 1964, extensible, con las variaciones lógicas a materia tan dinámica como es la prensa, a los primeros meses de 1965.

Antes de entrar en materia es preciso hacer varias notaciones: sobre el estudio de un total aproximado de 80 revistas publicadas en España para los niños y los adolescentes es preciso señalar unas excepciones que, llegando a la docena, se agrupan por su calidad lejos de las afirmaciones a que el estudio de contenido de las restantes nos llevará.

Las habitualmente llamadas «revistas infantiles», «prensa infantil», etc., no son merecedoras de tal nombre. Generalmente no pasan de ser una colección de páginas en número variable (12, 16, 32), con pastas de papel estampadas en colores, y con un predominio casi absoluto de la imagen sobre el texto, que se encuentra encerrado en pequeños globos situados en la parte superior de los recuadros llamados «viñetas». Estas viñetas no son sino imágenes dibujadas pretendiendo reflejar una acción y unos hechos imaginarios.

Hay un tipo importante de prensa infantil, quizá el más auténtico e interesante: la que los mismos niños y jóvenes escriben y hacen. Suele ser ésta la de colegios, congregaciones y la interior del Frente de Juventudes. Ahora bien, este mismo carácter de interioridad es su principal fallo; en un tiempo en que la cultura propende a unas formas masivas, este tipo de publicaciones capillistas no alcanza difusión fuera del ámbito de sus propios intereses. Socialmente, por su importancia, volumen y efectos, una publicación es tanto más importante cuanto más masiva.

2. DESCRIPCION

Observamos, en una visión de conjunto, dos sentidos de interés contrapuestos: lo comercial y lo humano. En el aspecto humano se dan valo-

raciones morales, religiosas, políticas, con interés por el bien del niño. Entendiendo por comercial, o industrial, cierto tipo de publicación que sirviéndose del niño como de un consumidor tiene por interés principal el vender. Estas dos formas de entender las publicaciones infantiles, con los matices intermedios lógicos, se concretan en tres tipos generales de publicaciones: para niños, para niñas y para todos los públicos.

I. PRENSA COMERCIAL O INDUSTRIAL

A) *Para niños.*—Independientemente del formato, el elemento dominante en las actuales revistas para chicos es la violencia. La violencia que se pretende justificar asimilándola a la acción. Una violencia no controlada sino libre, que llega al terror, entrando a veces en el sadismo destructor.

Los elementos con que los dibujantes y los guionistas están creando sus aventuras de acción son unos héroes, colocados, según unas fórmulas tipos, en una serie de situaciones de violencia y dinamismo. La historia queda falseada, la acción es instalada en un tiempo convencional, pasado o futuro, ligando a personajes anacrónicos, de un modo que acumula las aventuras en sucesión irreal e ilógica. Nunca la prensa infantil-juvenil española refleja, salvo en casos de excepción, nuestra vida de españoles, con unas datas de tiempo y espacio, con unos intereses concretos, con un tipo de vida real, un pasado y unas esperanzas de futuro.

En ese tiempo ahistórico, y de revista a revista, los ingredientes acumulados son los mismos: violencia (golpes, peleas, persecuciones, muertes), exotismo antipedagógico, superstición, materialismo, escepticismo, erotismo, etc., todo ello servido por «héroes» antihumanos. Los temas son trazados en un dibujo dinámico, que desarrollándose a un ritmo más que cinematográfico crean en el niño una fuerte tensión emocional. Las exigencias de tiempo y expresión actuales, al aliarse, han creado un tiempo nuevo, en él la acción avanza a saltos, requiriendo del lector un esfuerzo imaginativo, que le fuerza a entrar en la acción y ser actor de la misma. El niño se une al héroe de la revista, se identifica con él, se sumerge en la aventura, sus emociones avanzan entre paroxismos de violencia.

B) *Prensa para las niñas*.—Estas publicaciones se alimentan de conceptos convencionales, no sólo en su desarrollo, sino también en sus presupuestos teóricos; fundamento de todo relato—salvo excepciones de muy pocas revistas—es el «amor», según lo entienden los guionistas de estos relatos, en una interrelación de servicio con el deseo de prosperar económicamente, el lujo, el confort, y las necesidades de compañía y felicidad que se deducen de un planteamiento social equívoco.

Los guionistas descentran la acción hacia momentos históricos del pasado, susceptibles de ser deformados fácilmente, sin necesidad de rigor en el planteamiento. Se pierde el sentido de la realidad y se usa y abusá de un mundo de duquesas, pastorcitas, hadas, «niñas bien», príncipes y coches último modelo. Con excepcional desenvoltura y tranquilidad de ánimo se abordan, y se abordan mal, temas como la esterilidad conyugal, las esposas engañadas, la traición, etc., y se resuelven todos los problemas mediante bodas de «amor». La realidad es muy otra a como la plantean, enfocan y solucionan estas revistas infantiles y juveniles femeninas. Y desde luego los problemas mal planteados subsisten, produciendo desequilibrios emocionales en las lectoras.

El amor, al cual se confía la solución de todos los problemas, es de baja calidad, y lejos de ser humano y profundo es un sentimiento que actúa de «comodin», sirviendo para todo. Este amor que se pretende solución y aspiración única para la vida de la mujer es uno de los muchos elementos antipedagógicos que hoy dificultan la formación de las niñas, es, además, un instinto que reduce a la mujer a la condición de «cosa» creada exclusivamente para el matrimonio. En su formulación y planteamiento va implícito el considerar que la mujer no tiene ningún camino de realización personal fuera del sentimental, sin ninguna otra función en la vida. Contrariamente a lo que el amor real es—sentimiento que existe por un acto de voluntad consciente, que nos exige darnos, pero sin cerrarnos a una sola persona—, este amor de las revistas femeninas no pasa de ser un sentimiento instintivo que no hace sino desvalorizar a las pequeñas lectoras.

El dibujo de estas revistas ilustradas recalca el contenido de los guiones. Un dibujo confuso, blando y noño: vulgar. Un dibujo que «afemina» los sentimientos. Un dibujo inexpresivo, amanerado, rotundamente inarmónico (por mucho que se quiera ver armonía en la blandura de las composiciones). Dibujo que se encuentra al servicio de guiones donde la fantasía ha perdido toda su calidad literaria.

C) *Prensa para todos los públicos*.—Bajo este marbete se agrupan no sólo revistas que por la ingenuidad de su dibujo y la frescura de su texto pueden ser leídas por niños de cualquier edad y sexo, sino también las publicaciones que aseptizadas en unos puntos clave de violencia se han especializado en cierta suerte de humor, en rea-

lidad más adecuado para adultos sin formación intelectual que para niños.

Generalmente, por su predominio cuantitativo, son las publicaciones de humor las que tipifican el apartado de «para todos los públicos», siendo un vulgar conglomerado donde todo tiene cabida bajo una apariencia de humor. Un humor anti-infantil, en temas y tratamiento, en situaciones y en dibujo, un humor que recurre con frecuencia al cinismo para tratar temas como la familia, las leyes, la historia...

Un humor cuya única línea de sentido es el éxito material. El éxito como felicidad, la subida del hombre hacia metas de triunfo económico, pasando con frecuencia por encima del ser humano y considerándose como fracasado al que no conquista el poder. Estas líneas comunes a todos los guiones de humor se desarrollan en forma escéptica e irónica, con un tratamiento intrascendente y retorcido y una enorme dosis de violencia.

Existen, sí, en este apartado publicaciones válidas para los niños pequeños, que por dibujo y texto pueden ser consideradas positivas. Pero estas revistas se encuentran aún en un período inicial de lanzamiento, y hasta que no arraiguen en el mercado nacional y se compruebe que perseveran en la línea iniciada no se puede valorar cualitativamente su efecto.

II. PRENSA INFANTIL DE SENTIDO HUMANO

Las anotaciones a este tipo de publicaciones han de ser por fuerza breves. Las revistas infantiles y juveniles que se confeccionan supeditando, en la intención y el planteamiento, lo económico a la calidad humana del contenido, no llegan a la docena en España. De este número la gran mayoría son revistas editadas por órdenes religiosas o por la jerarquía eclesiástica. Muy pocas corresponden a organismos estatales o para-estatales. Algún caso de excepción a editoriales comerciales, pero éstas ya han quedado aludidas anteriormente.

Lo lastimoso es que estas revistas de inmejorables intenciones suelen naufragar en un mercado saturado de productos de baja calidad. Si a ello añadimos que en muchos casos la intención no está servida por una similar capacidad técnica, y que es frecuente la falta de capitales, no puede extrañar el que estas revistas se vendan poco y en pequeño número—salvo una o dos excepciones que no son representativas respecto al resto—, con lo cual su importancia cuantitativa es pequeña y por ello su calidad, al no tener difusión, carece de representatividad en el mercado.

3. RESUMEN DE UNA SITUACION

Por la descripción de la situación puede adquirirse el conocimiento de la problemática que

aqueja a las lecturas infantiles, en su proyección de publicaciones periódicas.

La violencia que informa toda nuestra prensa está produciendo grandes desajustes psicológicos en la infancia, ya que, como el P. Vázquez ha señalado certeramente, «por las publicaciones infantiles el pequeño se impone, dominado por la imaginación, al mundo de los mayores. Es una evasión, al desvalorizar el presente para vivir por la lectura un mundo distinto al que le rodea». Por ello el niño queda perdido de sus centros de interés, de sí mismo, encadenado a una vida que por muchos años aún no debió ser la suya. Y no es que la actual prensa infantil—y siempre hablo en términos globales—introduzca al niño en nuevos conceptos de vida, con una intención sana, que con tiempo y delicadeza darían una inserción paulatina, armónica, del niño en el todo social. No, al niño se le sumerge de golpe, brutalmente, en una realidad que no está hecho para amar ni para comprender (máxime cuanto que lo que se le presenta como real es antihumano); se le obliga, por la imposición psicológica que en él produce la imagen, a vivir unos hechos que escapando de su mundo y de su comprensión no está preparado para asimilar.

Iguales dificultades para la integración social del niño en la vida crea el dibujo como el guión, la impresión, los colores calientes, las portadas efectistas, etc. Puede creerse por todo lo dicho que el panorama, hoy negativo, tiene difícil o ninguna solución. Nada menos cierto.

El niño necesita de la aventura y de la acción, del ritmo dinámico, de lo imaginado y lo fantástico en igual proporción que de lo real. Todo ello puede dársele. La acción es posible dentro de los límites de nuestro mundo, con datos de tiempo y espacio, con una fuerte dosis de fantasía, pero con elementos reconocibles fácilmente por el niño. La aventura puede ser humana, pensada para las inteligencias y psicología a que va destinada, con guiones morales pero no moralizantes, con guiones activos pero sin recreos morbosos en la violencia y el terror.

El dibujo que exprese estos guiones de calidad habrá también de ser de calidad. Cuanto menor sea la edad del niño lector, tanto más importante será el dibujo en calidad y extensión sobre el texto. Al servicio de guiones de acción el dibujo deberá ser claro, expresivo, dinámico, humano, armónico, estético. Es preciso, además, el mejorar la intención de las revistas en su contenido y en su apariencia. En la apariencia hay que abandonar los formatos anticuados, utilizar mejor papel, cuidar la impresión, la confección, matizar mucho la composición de las portadas: el dibujo, la acción, y sobre todo los colores, abandonando la gama de los calientes o recurriendo a la retícula para aminorar el impacto de agresividad que en el que los contempla producen.

Todo ello sólo es viable si los intereses y los criterios económicos dejan de considerarse lo más importante. Queda este tema fuera de lo propuesto para esta breve descripción. Y será necesario volver con más extensión sobre el problema.