

MEDIOS DE COMUNICACION Y LITERATURA INFANTIL

Un necesario punto de encuentro

JAIME GARCÍA PADRINO

CATEDRÁTICO DE DIDÁCTICA DE LA LENGUA Y LA LITERATURA
EN LA FACULTAD DE EDUCACIÓN DE LA UNIVERSIDAD COMPLUTENSE (*)



En la sociedad actual, los medios de comunicación (prensa, radio, televisión) tienen una capacidad extraordinaria para la promoción y difusión de las creaciones literarias. Cuestión distinta es el plantear si esa capacidad se aplica y desarrolla de modo adecuado o, al menos, satisfactorio, en el campo específico de la literatura infantil. A ese respecto, parecen oportunas algunas reflexiones sobre la necesaria relación, o punto de encuentro, entre los actuales medios de comunicación y las creaciones literarias dedicadas a nuestros niños y jóvenes.

Desde una perspectiva histórica, podemos afirmar que la promoción de la literatura infantil, realizada desde las publicaciones periódicas, ha sido más amplia y más eficaz en otros períodos anteriores que la llevada a cabo en el momento actual. Más amplia, dado que contaban las creaciones infantiles con una notable presencia en las páginas de periódicos y de revistas, tanto durante el inmediato período anterior a la Guerra Civil, como en la posterior y difícil postguerra. Merecido lugar tienen, por ello, en la evolución histórica de nuestra literatura infantil los suplementos de las revistas *Blanco y Negro* —el famoso *Gente Menuda*—, *Crónica*, *Estampa* o *Cosmópolis*, y de los diarios *El Imparcial* (1921) y *Ahora* (1931). Asimismo merecen destacarse las aportaciones de la sección infantil «Nana, nanita, nana», pilotada por Carmen Conde («Florentina del Mar») en *La Estafeta Literaria* de los años cuarenta, o el intento más alicaído, pero sugerente, del periódico *Informaciones* en los años cincuenta. Sin olvidar que revistas como *Flechas* y *Pelayos*, *Maravillas*, *Bazar*,

Chicos y *Mis chicas* dieron a conocer autores y creaciones de variados valores e intereses.

Algo semejante cabe decir sobre esa función desde la radio y la televisión actuales. Corrían los últimos años de la década de los veinte, cuando los primeros programas radiofónicos con cierta audiencia incluían la narración ante los micrófonos de creaciones pensadas para los niños y niñas oyentes, a veces narrados por sus propios autores, entre los que Ramón Gómez de la Serna o Antoniorrobes son nombres conocidos. Cuando la televisión daba sus primeros pasos como poderosísimo medio de comunicación/dirección de masas, los programas infantiles —«Un globo, dos globos, tres globos»— concedían importante atención a nuestra literatura infantil. Por el contrario, cuando hoy son más numerosos y poderosos los programas radiofónicos y los televisivos, una atención similar apenas existe o no tiene una deseada eficacia.

Quizás el ejemplo más claro de la eficacia de aquella promoción de la literatura infantil haya sido la labor realizada por el antes citado suplemento *Gente Menuda*. En sus páginas nació el personaje de Celia y sin esa oportunidad de publicar es fácil pensar que Elena Fortún no hubiese llegado a ser su creadora. Algo que se repetía en la radio con la creación de *Antoñita la Fantástica*, por Borita Casas, que le facilitaba después el paso a las ediciones impresas. Y antes de ser publicados en libros los cuentos de Antoniorrobes, de Manuel Abril y de la propia Elena Fortún, vieron la luz en los suplementos infantiles de la prensa de aquellos años anteriores a 1936. La consecuencia parece clara. Si no hubiese existido esa oportunidad de publicar unas creaciones literarias dedicadas a la infancia, de promocionar unas determinadas tendencias creadoras, la literatura infantil española no habría alcanzado





los niveles de interés y de calidad que hoy podemos apreciar en aquellas creaciones.

En la prensa del hoy más cercano sólo podemos mencionar el intento de Elvira Lindo con su *Manolito Gafotas*, en las páginas de *El*

Pequeño País (suplemento infantil en el dominical del diario *El País*) (1). El proceso de creación y difusión de *Manolito Gafotas* tiene ciertas semejanzas con algunos de los precedentes antes señalados. Como *Antoñita la Fantástica*, *Manolito* ha nacido en la radio —Radio 1, de R.N.E.— y su creadora era quien daba además voz a ese personaje en un programa no específicamente infantil. Después de pasar a las páginas de un libro (Madrid, Alfaguara, 1994), las peripecias de *Manolito Gafotas* tienen continuidad en el suplemento de *El Pequeño País* y, por ello, es previsible una nueva entrega en libro de esa creación de Elvira Lindo. Confirmación de una popularidad bien ganada con esa promoción desde los medios de comunicación y de una mayor libertad para la creación.

Los ejemplos citados demuestran aquellos que consideramos, desde nuestra perspectiva, como valores básicos en una amplia y eficaz promoción de la literatura infantil desde los medios de comunicación. Primero, fomentar la creación brindando los autores una oportunidad más libre —por no estar sujeta a los condicionantes económicos de la edición en libro—, y más innovadora para llegar a sus naturales destinatarios (2). Segundo, crear una sensibilidad más afin entre los lectores y en los creadores gracias a ese contacto más continuado y más directo. Razones que permiten plantear si hoy se realiza, o si es posible o necesaria, una labor semejante de promoción orientada a dar a conocer o estimular la aparición de nuevos creadores que revitalicen las tendencias actuales de nuestra literatura infantil.

Además de ese particular concepto de promoción, hay otra gran posibilidad para la difusión eficaz de la literatura infantil desde los medios de comunicación actual: las informaciones y las orientaciones críticas dedicadas a favorecer el acceso a unas determinadas creaciones por parte de sus destinatarios naturales.

Tal posibilidad de promoción —las informaciones y orientaciones críticas— entraña una tarea con unos perfiles más com-

plejos. Primero, requiere considerar quién es en realidad el destinatario de tales informaciones y críticas: ¿el niño o joven, posible lector o receptor de una determinada creación literaria?, o, más bien, ¿el adulto —padres, familiares, educadores— interesado en realizar una oportuna labor de mediación, para lo que necesita conocer cuáles son las mejores o más oportunas creaciones para un determinado destinatario infantil o juvenil?

Decantarse por una u otra opción impone modos distintos a la hora de elaborar y presentar esas informaciones y orientaciones críticas. Y en la mayor parte de las ocasiones se acude a una simplificación que acerca esas noticias a la redacción escueta de unas notas más cercanas a las reseñas o informaciones de las solapas de las propias publicaciones, servidas con la imagen de la reproducción de sus portadas. Frente a esa práctica, más o menos habitual en algunas publicaciones, es una vieja reivindicación que tales críticas sean abordadas desde una auténtica perspectiva literaria, tal como sucede con las dedicadas a las creaciones para adultos, con espacio propio y periodicidad mínima en los suplementos literarios de la prensa general. Desde luego, el destinatario de dichas informaciones ha de ser el adulto interesado en ese conocimiento y en una responsable labor de mediación ante los lectores infantiles y juveniles.

No pretendemos más que animar una reflexión en torno a la necesidad de un mejor lugar de encuentro entre los medios de comunicación y la literatura infantil. Si esta formulación, aunque discutible, sirve para orientar otros pasos para lograr tales metas, los beneficiados seremos todos aquellos, no sólo los creadores y los receptores, que nos interesamos por la literatura infantil. ✗

(1) Antes hubo otras aportaciones aceptables, pero de corta vida en el *Mini-Ya*, dentro del dominical del diario *Ya*, y también en los primeros números del citado *El Pequeño País*, de la mano de *Lolo Rico*. No obstante, citamos de memoria y lejos del rigor de los datos incontestables, pues estas reflexiones no pretenden otra cosa que animar si es posible la polémica o bien otras propuestas, aunque disientan de lo expuesto aquí.

(2) Buen ejemplo de esta posibilidad es la labor realizada desde estas mismas páginas de *Punto de Encuentro*, que hace llegar a sus lectores la colección «Los Cuentos de la Pajarita», donde se cuida, en especial, la ilustración y se fomenta la experimentación de nuevas fórmulas expresivas para la creación plástica. Iniciativa que merece todo nuestro apoyo, pues su continuidad y afianzamiento se traducirá sin duda en una fecunda posibilidad para esa deseada labor.

(*) Jaime García Padrino es autor de *Libros y literatura para niños en la España contemporánea* (Madrid, Fundación G.S.R./Pirámide, 1992).

