

La pasividad del espectador ante la pequeña pantalla

JOSE LUIS BLANCO VEGA

Siguiendo el procedimiento de yuxtaposición de textos que ya utilizábamos en el número anterior al hablar de los «pros» y los «contras» de la televisión en el medio familiar, abordamos un nuevo capítulo conflictivo o, por lo menos, suficientemente ambiguo como para estimular un trabajo de puntualización: la presunta *pasividad* del espectador y, en concreto, del espectador infantil ante la televisión.

Una primera lectura de textos sobre el tema, pone de manifiesto la necesidad de deslindar previamente algunos campos de lenguaje. No todos los autores entienden la *pasividad* en el mismo sentido, de ahí la aparición de los extremos: desde los que niegan el supuesto hasta los que lo dramatizan alarmistamente.

Será preciso, de entrada, separar estos dos conceptos: la *pasividad* como actitud del espectador generada por el medio, y el *influjo* del medio potenciado, sin duda, por esa *pasividad* pero no

necesariamente identificable con ella. De lo segundo se hablará en el próximo número de la revista.

Una vez más, por razones de espacio, nos vamos a ceñir estrictamente a los textos que oponen los dos aspectos del tema (positivo / negativo), saltándonos los que lo engloban como mera premisa de una problemática más amplia, los que podrían referirse a cuestiones afines y los simplemente anecdóticos.

Los testimonios que aquí se aducen no responden a una única fuente de información pero sí a una idéntica preocupación dirigida prioritariamente hacia el campo educativo. Puede, por tanto, ser muy útil que la Escuela de Padres elabore sus propios criterios a partir de la doble fuente de recursos que está, por una parte, en la experiencia refleja de los integrantes del grupo, y, por otra, como material de confrontación, en lo que le ofrecemos en las páginas que siguen.



Se ha dicho:

«Se trata de un mito —afirma Edgar Morin— que forma parte de algunos de los pequeños terrores de este siglo. Se cree que el espíritu de los espectadores está fabricado de una especie de cera blanda sobre la que inciden y en la que se imprimen los mensajes. En realidad, lo que existe es un diálogo, muy particular desde luego, ya que el espectador no puede responder, no puede manifestar su punto de vista a aquel que le habla desde la pantalla, pero es un hecho que el espectador reacciona.

En primer lugar, el espectador es promovido a una intensa actividad psicológica para poder interpretar lo que se le ofrece. Aunque sólo se trate del paso de un plano a otro plano, el hecho hace entrar en juego mecanismos de atención extremadamente complejos; el espectador se ve siempre constreñido a dar coherencia y lógica a lo que ve. Coherencia y lógica que no son, sin embargo, necesariamente las que creen establecer los autores de la emisión. De ahí su estupefacción al comprobar la diversidad de interpretaciones acerca de lo que a ellos les parecía tan claro.

Ahora bien, esta diversidad de opinión no quiere decir que el espectador sea estúpido, sino que el espectador interpreta en función de su experiencia mental particular. El tiene su propia actividad, y el mero hecho de no entender lo que está viendo demuestra que está activo; y si, por el contrario, lo entiende perfectamente, ello prueba igualmente que está activo. Por otra parte, esta actividad es, con frecuencia, crítica: en la medida en que la imagen, incluso la imagen de un film que parece absolutamente auténtica, no corresponda a lo que el espectador cree que es la realidad, él la va a negar, va a decir «eso está trucado, está manipulado, está amañado».

Muchas emisiones tienen un efecto «boomerang», es decir, se vuelven contra el autor en vez de tener el efecto de propaganda que se deseaba, o el de información, o incluso el de educación que era lo que se pretendía. Por tanto, no hay pasividad en este sentido.

Pero ciertamente existe una especie de pasividad en el sentido en que el espectador, psicológicamente activo, está físicamente pasivo, y eso no principalmente por el hecho de estar sentado y en pantuflas, sino porque no puede intervenir en / o sobre los acontecimientos: él contempla un bombardeo sobre el Vietnam, movimientos de masas en el Congo, pero no puede intervenir.

Son muy raros los casos en que la televisión desencadena una acción inmediata, como por ejemplo cuando la dimisión del coronel Nasser, que fue seguida, inmediatamente, por una reacción política, pero eso ya queda fuera de la televisión.

Existe una pasividad de hecho en la medida en que uno es espectador, y en la medida en que aquello que de ordinario no forma parte de un espectáculo (la vida política, la vida mundial...) se transforma en espectáculo para el televidente».

(«L' Ecole des Parents», Nebre, 1967, n.º 9)

«Los resultados de una encuesta extranjera realizada para comprobar el comportamiento del público durante las audiencias de televisión son elocuentes. Los fotogramas sacados automáticamente, por medio de objetivos ocultos en los televisores, de personas elegidas de acuerdo con unas bases preestablecidas, dio como resultado que la mayoría de los telespectadores no dedicaban una atención completa a las imágenes televisadas».

(«El fenómeno sociológico de la TV.» Jesús M.º Vázquez, en «Estudios sobre Televisión». Servicio de formación de TVE.)

«Hasta la llegada de la radio y la televisión, para presenciar cualquier espectáculo, había que salir de casa, pagar y sentarse frente al telón, escenario o coso, hasta que concluía lo que se daba. Sí, se iba para ver enteramente lo que se pagaba. Y sólo se descansaba en los cronometrados intermedios.

Pero ante los televisores, tantas horas emitiendo, no caben estos rituales. No tenemos más remedio que permitirnos libertades y desvíos imposibles en un espectáculo público: entrar y salir, hacer algo, charlar e, incluso, leer sin dejar de atender a lo que aparece en la pantalla. Esta mecánica cambió totalmente la mentalidad del espectador medio... Diríamos que nos hemos acostumbrado a no ver nada completo y, lo que es más importante: por nuestra condición de espectadores asiduos, nos hemos ejercitado para ser capaces de reconstruir por nuestra cuenta las partes de la función que no vimos... En estos tiempos hemos dejado de ser espectadores de «los todos» para serlo de las partes».

(Y.A., 16-VII-1978)

«El individuo que recibe un mensaje audiovisual, no es más pasivo que el que lee un libro; pero no son las mismas formas de actividad las que están puestas en juego. La lectura de una revista fácil no ayuda más a la reflexión que un programa de variedades; por el contrario, el auditor y el espectador pueden ser también estimulados intelectualmente por ciertos programas culturales como por un buen libro. Es, por consiguiente, bastante difícil encontrar criterios seguros para afirmar que la pasividad es más grande en un caso que en otro».

(«La radio y la TV, y su influencia en el joven». Rev. del Instituto de la Juventud, n.º 57).

«Belson, en sus investigaciones, encuentra en los telespectadores una disminución de la iniciativa y de los intereses durante los dos primeros años, pero aquellos que poseen un televisor durante más de cuatro años, reaccionan contra la pasividad y la superan».

(Ib. «Rev. del Inst. de la Juventud», n.º 57)

LOS NIÑOS

En 1978, la revista «Cuadernos para el diálogo», bajo el título «Mil niños procesan a TVE», recoge una encuesta realizada por el grupo «Nueve y medio» de Pedagogía de la Imagen. Los encuestados han sido mil niños de las provincias de La Coruña, Madrid, Murcia y Soria. Algunas de las cuestiones propuestas son las siguientes:

¿Qué te parecen los programas - concurso de TV?

¿Crees que los programas informativos de TV dan una buena información de lo que ocurre en España?

¿TV es de algún partido político?

¿TV es católica?

No podemos facilitar, aquí, las respuestas y su estudio posterior, pero sí recogemos, a propósito del tema de que estamos hablando (pasividad ante la televisión, ausencia de reacciones críticas, etc.), la siguiente opinión de los encuestados:

«Todo esto son parcelas de una única conclusión general: los menores tienen opiniones concretas, gustos concretos, espíritu exigente, no son subdesarrollados ni tontos...»

(CUADERNOS PARA EL DIALOGO, 17-VI-1978)

Pero también se ha dicho:

La americana Mary Winn, en un libro que se ha vendido por centenares de miles en USA («The Plug-in-Drug»), se pregunta: ¿La televisión es una droga? ¿Están drogados nuestros niños?, preguntas a las que la autora responde con una dramática galería de casos referidos, en concreto, a niños muy pequeños, es decir, en edad preescolar que son los que por estar más tiempo en casa y disponer del televisor durante todo el día (hay hogares norteamericanos en que el receptor funciona de la mañana a la noche), sufren más hondamente los efectos de «la droga».

«Para la autora, el problema clave, antes que la crítica de los contenidos de la televisión, es la crítica de la actividad misma de contemplar la televisión como actividad mayoritaria de la población infantil... Se trata de saber si el niño sale ganando al substituir sus juegos, sus canciones, sus exploraciones de la realidad, incluso sus conversaciones con los adultos y otros niños, por horas y horas de permanecer *pasivo* contemplando las imágenes prefabricadas de su televisor (...)

Al parecer, según los estudios manejados por Mary Winn, las imágenes televisivas actúan sobre el espectador —no solamente sobre el espectador infantil, sino sobre cualquier espectador— como una especie de droga, lo que explicaría el curioso hecho de que niños que no comprenden en absoluto lo que están viendo, permanezcan con la mirada fija en el televisor. Los creadores del programa «Sésamo Street» han llegado a hablar del «espectador zombie» por el estado en que frecuentemente se queda el niño cuando contempla un programa con un cambio frecuente de planos, el ritmo más rápido de cambio de planos se da en los sketches publicitarios y las series de dibujos animados.»

(CUADERNOS DE PEDAGOGIA, N.º 61, «TV., niño y escuela»)

A propósito del consumo de horas de programa y del inmovilismo fascinado a que necesariamente se someten, se ha dicho que los jóvenes americanos de las nuevas generaciones, las llamadas generaciones de la televisión, presentan un curioso aplastamiento del mentón, y que eso es debido al simple hecho de haberse pasado (empezando por sus jóvenes progenitores) una media de tres horas diarias, de seis a ocho en las jornadas festivas, desde su más tierna infancia, de codos sobre la alfombra, con la barbilla entre las manos, delante de la pantalla de televisión.

«...Como consecuencia particular del uso de estos medios de comunicación (sobre todo la TV.), se produce la tendencia a la *pasividad*, en opinión de algunos autores.

C. Anders acusa a la televisión de convertir en *pasivo* al espectador y llevarlo a una especie de alineación del objeto». (REV. DEL INSTITUTO DE LA JUVENTUD, n.º 57, «La radio y la TV y su influencia en el joven».)

«A diferencia de otros medios de comunicación social, la televisión presenta imágenes y sonidos muy parecidos al mundo real, pero *sin suscitar interacción alguna*. En particular, como el niño crece recurriendo a su madre y a otras personas que le atienden, el hecho de depender de la televisión como de una *nodriza* termina por plantear un grave problema».

(CORREO DE LA UNESCO, marzo 1979, «La droga electrónica y los niños», Kazuhiko Goto).

«La televisión no es una tecnología neutra: ella arrastra automáticamente al espectador a la costumbre. Sobre todo, cuando consume más de dos horas por día. Los tecnológicos pueden continuar imaginando futuras maneras de utilizarla: «bidireccional», «con pantalla múltiple», «participativa»... el espectador siempre estará *inmóvil* ante la pantalla fosforescente, hipnotizado por las señales luminosas que penetran directamente en su memoria inconsciente. Y esta *penetración pasiva* se efectúa sin la intervención de un trabajo mental selectivo y activo ante las imágenes por parte del espectador. Contrariamente a lo que pasa con la lectura, la televisión impone autoritariamente su propio ritmo de asimilación de las señales. En la medida en que los ojos o el cuerpo están inmóviles, la visualización mental del sujeto está desconectada de toda acción posible en su entorno».

(LA REVUE DES ECOLES, Junio, 1980)

Los sociólogos norteamericanos Lazarsfeld y Merton, opinan: «Las comunicaciones de masas pueden entrar entre los narcóticos sociales más respetables y eficaces. Pueden ser tan eficaces que impidan al drogado reconocer su propia enfermedad».

(«YA», 26-IV-1979, «Elegir o ser manipulados», J. M.º Vals)

«Ven (los niños) demasiada televisión. Les *inmoiliza* más de lo que conviene. Hacen grabaciones mentales perjudiciales y, en el mejor de los casos, les *serializa*».

(Angel Palomino, Encuesta del diario «YA» sobre los niños y la TV, 7-VI-1975)

«Los chicos lo ven todo, todo les deja huella. Pueden quedarse indefensos...» (El exceso de TV) «hace *pasivos* a los chicos, suprime la iniciativa y mata la creación».

(Manuel Fdez. Montoya, Ib.)

«La televisión tiene una influencia enorme por la actitud de entrega del niño, por la *hipnosis suave* que produce, que se traduce en una pérdida de personalidad del niño».

(Carmen Guirado Rodríguez, primera académica de Medicina, a «Cambio 16», 19-11-1978).

Actividades para la Escuela de Padres

07 Documentos



1.—Al igual que en la sesión precedente (ver número anterior de la revista), comenzad la reunión centrando exactamente el objetivo. Qué se entiende o cómo se entiende aquí la *pasividad*.

2.—Enumerar las posibles formas de *pasividad* a que un espectador se ve sometido por la televisión; no sólo las que figuran en los textos que acabamos de leer, sino las que, por experiencia propia, hemos experimentado con frecuencia.

3.—¿En qué grado, o con qué características (matices) las habéis experimentado?

4.—Desde el punto de vista de vuestra observación en casa, ¿en qué sentido o en qué sentidos son *pasivos* los niños ante la televisión?

¿En qué datos os apoyáis para afirmarlo?

5.—Aparte los peligros teóricos o aportados por los textos sobre los que trabajamos, ¿qué síntomas negativos, producto supuesto de esa *pasividad*, habéis observado? Casos concretos en el grupo.

6.—Leed de nuevo y discutid las propuestas en que se niega esa supuesta pasividad.

7.—Formulad las conclusiones sobre estos puntos.

PROYECTO:

8.—Elaborad un plan concreto para motivar a los niños a situarse en actitud activa ante la televisión, por ejemplo, ante los programas que más ven o que, a vuestro juicio, más pueden actuar sobre ellos en sentido negativo a causa de la falta de *actividad* (crítica, lúdica, dialogal, etc.)