



Esta televisión es mala maestra

Marisa Regueiro*

¿Entonces simplemente debemos permitir que nuestros hijos escuchen cualquier historia que se le ocurra a alguien y que reciban así en sus mentes ideas que a menudo son muy opuestas a las que pensamos que deberían tener cuando crezcan?

(Platón, *La República*)

MUCHAS son las voces de advertencia y de denuncia contra el poder que ejerce la televisión en las jóvenes generaciones. Voces tan distintas pero tan coincidentes en su común objetivo como las K.R. Popper, U. Eco, G. Sartori o Juan Pablo II, entre otras. Aunque es uno de los fenómenos más investigados desde diferentes marcos teóricos, la polémica sobre los efectos de este invento del siglo que se acaba sigue abierta. Quienes abogan por su carácter benéfico argumentan su poder para acercar a millones de individuos a la cultura, proporcionar entretenimiento, informar sobre los acontecimientos relevantes ocurridos en el

* Doctora en Filología Hispánica. Especialista en Didáctica de la Lengua y de la Literatura. Editora. Madrid.

mundo, y hasta como catarsis liberadora de tensiones dañinas. Sin embargo, cada vez más padres, educadores y estudiosos coinciden en señalar los datos negativos, sobre todo con la oferta televisiva actual, en los resultados escolares y en las modificaciones de actitudes y comportamientos de niños y jóvenes: reducción del interés cultural y en especial del hábito lector, aumento de la tasa de delincuencia; falta de creatividad; deterioro moral e intelectual; tendencia a la superficialidad y al consumo desmedido. La televisión ejerce varios efectos de forma simultánea. La negación de los mismos en el comportamiento de los televidentes es, a la vista de los millones gastados en publicidad, una respuesta hipócrita.

Ver televisión: una recepción demasiado prolongada

VER televisión ha llegado a ser tan habitual como dormir o comer, proximidad determinante para su influencia. En España, según el CIS, el 99,8% de hogares cuenta con televisor, con 2,2 aparatos por vivienda: 60,4% en el cuarto de estar, 54,9% en el comedor, el 30 en los dormitorios y el 12,9 en la cocina. Se ve televisión en la cena (61,3% de hogares), mientras se come (47%); se enciende como ruido de fondo mientras se charla (30%) o se realizan labores domésticas (16,5%), o desde la cama (22,3%). Pocas veces los niños ven televisión junto a sus padres (59% de ocasiones) o con toda la familia (24,3%). El 32% de la población española pasa frente al televisor de dos a dos hora y media diarias; 30%, más de tres horas en días laborables; y en los fines de semana la proporción aumenta al 48%. La Fundación para la Cooperación y Educación demuestra que los niños españoles le dedican más de la mitad de su tiempo libre y más horas que las destinadas a sus clases escolares: como promedio, cerca de tres horas diarias, unas 937 horas anuales, 37 más de las que pasan en el colegio (A sus sesenta años de edad, de ocho a diez años de su vida). F.Savater atribuye a la televisión la función *educadora* que padres y sociedad delegan en ella: entretiene al modo de una criada; pero se trata de una criada desleal, porque maleduca, transmite «valores» muy distintos a los que los padres desearían. Y sus efectos son tanto más intensos en los niños cuanto más débil y anómica sea la educación familiar y social. Se quejan de las horas que los niños destinan a la televisión, a costa de otras actividades más provechosas —en primer lugar, la lectura—; pero esos mismos padres, muy ocupados y con

poca convivencia familiar, ven también demasiada televisión y leen poco. Los lectores regulares (leen libros con cierta frecuencia) constituyen el 32% de la población; los ocasionales (leen libros de vez en cuando), 18%; y los no lectores (raras veces o nunca), 50%. En estas cifras inciden los niveles de escolaridad, las condiciones socioeducativas, pero en especial y muy negativamente, el hábito de ver la televisión: *el extremo de máxima lectura (63%) corresponde a los que apenas ven la televisión; el polo opuesto (11%) responde a los que dedican más de cuatro horas a la televisión*, según el estudio del MEC. Las narraciones que contaban los abuelos, en las familias mononucleares de hoy con ambos padres trabajadores, son reemplazadas por las historias engañosas, incoherentes, de la televisión. El primer factor negativo de su influjo en los niños es el del tiempo de exposición: les impide leer, moverse, jugar al aire libre con sus amigos, integrarse en las pautas culturales de convivencia de su grupo social, imaginar o crear. Incluso el psicólogo Rojas Marcos, para quien *la televisión no es ni tan poderosa como unos advierten ni tan apocalíptica como otros temen*, admite que *el mayor daño que causa la televisión no se debe tanto a las imágenes que transmite como al valioso tiempo que roba a otras actividades socializadas y creativas tan necesarias durante los primeros años de vida*.

Escuela de violencia

ANTES de morir a los 92 años de edad, Popper, que en su juventud fue profesor y colaboró con Alfred Adler y su Sociedad de Psicología Individual, dejó grabada como tarea de última hora, una seria e inteligente advertencia sobre los perniciosos efectos de la televisión en niños y adolescentes. Lamentablemente, su preocupación es ya realidad:

Estamos educando a nuestros niños para la violencia y, si no hacemos algo, la situación necesariamente se deteriorará, porque las cosas se dirigen siempre por la dirección que presenta menor resistencia.

El incremento de la violencia en la vida es evidente, en número de actos delictivos, en la crueldad de sus formas y en la cada vez menor edad de sus protagonistas. Los asesinos aumentan seis veces más rápidamente que la población (en Estados Unidos se pasó de 25.000 homicidios en 1991 a 35.000 en 1998); no obstante y a pesar de que cada vez más criminales reconocen haberse inspirado en la pantalla chica, el gran público norteamericano no cree que las escenas de brutalidad televisadas sean causa de los horro-

res reales. La exculpación es un mecanismo de defensa, sutilmente alimentado por las grandes cadenas, que suelen estar detrás del patrocinio de los investigadores. Hasta los informativos caen fácilmente en la explotación de la violencia porque atrae audiencia: emitidos en las horas diurnas o de la cena familiar, a menudo se tiñen de sangre, muestran cadáveres y –lo más espectacular hasta que suframos el *efecto* de habituación o desensibilización– ejecuciones y eutanasias, amputaciones y crímenes *en directo*. Imágenes que atraen la curiosidad morbosa, al modo de los viejos tabloides de sucesos, sustituidos en el gusto del público por la televisión: ésta ofrece más realismo, escenas más impactantes y, como valor añadido, no exige el esfuerzo de decodificación que pide la lectura. Las imágenes del sufrimiento humano que –según algunos defienden– nos ayudan a solidarizarnos con las víctimas, recibidas en el confort del hogar, llevan a la creencia de que los sucesos pertenecen a un teatro remoto o que no existen. La televisión presenta la violencia como el medio principal y más expeditivo para resolver problemas y lograr objetivos. Un niño estadounidense presencia un promedio de 8.000 homicidios y 100.000 actos violentos antes de cumplir los catorce años. Esta exposición es especialmente perniciosa porque los niños tienen un deseo instintivo de imitar los comportamientos observados, pero no pueden valorar *a priori* si un determinado comportamiento se debe imitar o no. Cuanto más pequeño, más difícil es para el niño la delimitación entre realidad y fantasía: se implica emocionalmente y se identifica (*efecto identificación*) con lo que ve en la pantalla, sin la mediación de la razón diferenciadora, por lo que no es difícil que se den otros efectos, como los de *imitación* o de *activación* de la violencia. Sólo de once a catorce años tiene capacidad de juicio suficiente para que resulte menos influenciable; pero para entonces, la teleadicción es ya un hecho en muchos pequeños. R. Slaby habla incluso de varios efectos específicos de la violencia televisiva sobre el niño: un *efecto-agresor* (el aumento de la probabilidad de tener un comportamiento violento); en los más jóvenes, también un *efecto-víctima* (aumento del temor de ser víctima de la violencia); y un *efecto-espectador* (el aumento de la indiferencia hacia la violencia sufrida por otros). Este último lleva a los responsables de la elaboración de dibujos animados, de películas y de series para jóvenes a intensificar sin límite la velocidad de acción, las continuas peleas, con efectos especiales cruentos, como en los video-juegos, su competidor cómplice. La estética del terror y de la muerte influye en los gustos infantiles por historias de pesadillas y demás horrores, que algunas editoriales explotan e incrementan; y el efecto se intensifica por la repetición. No se puede negar la distorsión estética y ética conseguida desde estos medios audiovisuales: trivialización de la muer-

te y de la agresión en sus formas más escabrosas forman parte la oferta al joven consumidor.

Existe, además, otro aspecto de la relación televisión-violencia. Los impactos publicitarios —en Estados Unidos, se calculan en 50.000 los reclamos recibidos por los niños antes de los catorce años de edad— ofrecen como deseables productos asociados a un bienestar consumista que, en audiencias socialmente marginadas para las que son materialmente inalcanzables, desencadenan frustración y ésta puede generar agresión. La teoría de Dollard de que la agresión es consecuencia inevitable de la frustración, parece confirmarse en relación con el alto nivel de criminalidad en los grupos marginales; y a pesar de haber recibido muchas críticas, entre ellas, la de Feshbach. Éste afirma que la frustración puede llevar a ejercer conductas diferentes a una respuesta agresiva, como la depresión o la actitud pasiva de evitar problemas; en última instancia, dos resultados perniciosos de fácil constatación si analizáramos cuidadosamente la relación de los hábitos televisivos con la creciente patología infantil, o con el *pasotismo juvenil*.

Los peligrosos paradigmas de comportamiento

LA extensión y universalidad de la televisión han llevado a la globalización de usos y costumbres, a la aceptación de paradigmas sociales comunes y al mismo tiempo lejanos. La *neotelevisión* que triunfa en España —y en el mundo— en los últimos años ofrece los peores ejemplos para la educación ético-social de las jóvenes generaciones. Esta *televisión-espejo* potencia conscientemente la *identificación*: en la búsqueda de grandes audiencias, el protagonista deja de ser el emisor en aras del destinatario, con sus defectos, escándalos y miserias. Es la televisión *basura* de los *anti-héroes*, de la vida transformada en espectáculo sensacionalista que divierte con el mínimo esfuerzo y modifica los gustos y exigencias del público adulto, tanto más los de los niños. Incluso éstos y sus familias aparecen en pantalla concursando por el coche de papá, mostrando un ingenio en ocasiones procaz, recibiendo la sorpresa de poder besar al cantante idolatrado... Bordieu tiene razón cuando afirma que esta televisión pone en peligro la producción cultural (arte, literatura, ciencia, filosofía, derecho, etc) porque supone la negación de la racionalidad, del pensamiento diferenciado y creativo en beneficio de la irracionalidad, de la emoción y del sentimentalismo

generalizado, masificado e instantáneo. Y en el mismo sentido Sartori, cuando advierte que, al proporcionarnos una imagen que se agota en sí misma –y en estos programas es evidente el agotamiento inmediato–, sustituye la comprensión de la realidad mediante la palabra por otra de pura visión. Del *homo-sapiens* pasamos al *homo-videns*, una especie de adulto-niño incapaz de discriminar, elaborar o intervenir racionalmente en la realidad.

La televisión determina, con su enorme poder, *la educación* de los gustos del público y lo sabe; pero lo hace según los intereses de las firmas anunciantes, de los empresarios, de las productoras que buscan el máximo beneficio económico. Mandan la competencia y los niveles de audiencia: así se han ido forjando famosos nada ejemplares que, a pesar de ello, se transforman en paradigmas sociales francamente peligrosos por los efectos de *identificación, proyección o imitación* que pueden desencadenar en los niños. Los nuevos *héroes* son los mismos de la prensa del corazón –doce millones de lectores semanales–, modelo del escándalo mediático. No pocos niños piensan que triunfar en la vida no depende de estudiar ni de esforzarse en ser mejores desde el punto de vista cultural, profesional o humano. Es más fácil *ser famosos*, es decir, *salir en la tele*. Si conocieran las cifras que las hijas de famosos-as, los condes, etc. cobran por cada aparición en las 625 líneas, casi nadie querría estudiar. Además, como la televisión pone prematuramente a los niños frente a los problemas y valores de los adultos, y como las acciones y narraciones presentadas son incoherentes, sin una clara delimitación de ficción y realidad, –la imagen de grupos y tipos sociales aparece distorsionada, más cerca del estereotipo que del retrato– se incrementa la confusión *des-educadora*.

Escuela de valores ambiguos y poco recomendables

LA distorsión más grave para la personalidad infantil es la moral: el «bueno» tiene a menudo comportamientos violentos y crueles. La peculiar percepción emocional del mensaje televisivo determina que se acepten comportamientos inmorales –robo, extorsión, engaño, homicidio– si los adopta un personaje simpático. Esta ambigüedad se percibe también en los mensajes de rechazo a las drogas, que quedan limitados o anulados por su proximidad con anuncios que animan al consumo de fármacos o de drogas legales –alcohol y tabaco– para tener amigos, triunfar

en el grupo o sentirse mejor. Cabe preguntarse qué grado de responsabilidad tiene la televisión y su *efecto motivacional* en el preocupante incremento del consumo juvenil de drogas. La información sexual, que exige el máximo cuidado y la mayor delicadeza, se ofrece en formas casi o decididamente pornográficas, de modo inoportuno, entrelazadas con historias, series y «debates» que nada tienen que ver con la verdadera formación. En un estudio realizado en 1986 en Estados Unidos, se demostró que el espectador adolescente estaba expuesto en promedio a 2.500 referencias al sexo en un año, tratadas además casi siempre en contexto violento o cómico. No pocos piensan que este tratamiento fomenta la actividad sexual irresponsable entre los jóvenes.

La televisión es un medio publicitario y, como tal, potencia sus efectos *persuasivo* y *manipulativo* fomentando valores que inducen al espectador de todas las edades al consumo, y que pueden llevar a pautas de conducta verdaderamente insidiosas para la formación infantil. Los valores instrumentales más citados son los referidos a ser *bellos, juveniles, sexys y atractivos, astutos* y los menos, *ser valerosos, saber perdonar, ayudar a los demás*. Entre los terminales, la *felicidad* es subrayada como valor egoísta y ocupa el 60% de los mensajes; y el *reconocimiento social*, el segundo. Mucho más escasos resultan *la igualdad, la amistad o la solidaridad*. Los pequeños reciben así una información sobre el mundo —que apenas conocen de verdad— engañosa y negativa; y no cuentan con recursos suficientes para comprenderla racionalmente: se introduce por la vía emocional y sensorial del sujeto pasivo y desprotegido. Anulando funciones racionales, el proceso se completa con la posibilidad de imitación o activación de conductas y patrones indeseables. Los niños imitan lo que ven. Y lo que ven no es bueno: violencia, sexo en sus manifestaciones más procaces, insolidaridad, consumismo, individualismo, materialismo...

El debilitamiento de capacidades cognitivas

LOS niños que ven mucha televisión leen y juegan menos, se mueven menos. La televisión ejerce un *efecto narcotizante* porque crea una ilusión de participación y contacto con la realidad mediata; y si le dedican lo esencial de su ocio, la fuerza de sugestión es tal que puede llevar al embotamiento de las facultades de atención y al debilitamiento de los controles psíquicos. A este efecto se une el de *evasión*, alienante, que es especialmente poderoso porque la pantalla reduce todas las imágenes a una

misma cualidad visual: atrocidad y diversión alternan en el mismo rectángulo de cristal. Bailyn demostró que cierto tipo de niños muestra una tendencia a evadirse de un ambiente doméstico restrictivo al identificarse, por ejemplo, con héroes agresivos. El tipo de aprendizaje por observación incidental que realiza el niño frente al televisor provoca también un deterioro cognitivo general, sobre todo en habilidades relacionadas con el razonamiento lógico. Los conocimientos adquiridos sin esfuerzo y en el estado de relajamiento que acompaña al ocio no enriquecen al sujeto: resultan inconexos, fragmentarios, en una especie de *cultura mosaico* muy alejada del conocimiento sistemático, estructurado. Si aceptamos lo que filósofos y psicólogos afirman acerca del papel de la memoria en la construcción de la personalidad, incluso del propio ser, las imágenes televisadas y asimiladas por los niños, precisamente cuando su memoria es más plástica y dúctil, los daños que se avizoran son más graves aún.

Además de robarles el tiempo y la voluntad para desarrollar tareas necesarias para su formación, el contenido de la publicidad y de los programas influye en las actitudes y en las creencias infantiles y juveniles. Las encuestas ofrecen indicadores preocupantes: entre las actividades de ocio más frecuentes, sólo un 14,5% incluye *leer libros*, frente al 76,5% de *ver la televisión*; a la cuestión de *dónde piensas que se dicen las cosas más importantes para orientarse en la vida*, un escaso 20% responde que en los libros. Los valores formativos de la literatura —desarrollo de la imaginación, acercamiento a modelos lingüísticos prestigiosos, estimulación de la creatividad y del espíritu crítico, educación moral y estética, etc.—; la ejercitación de las funciones cognitivas que implica la lectura —observación, discriminación, análisis, abstracción, decodificación, generalización, interpretación estructural, automatización ortográfica, enriquecimiento del léxico activo, etc.— es sustituida por la recepción simple e inmediata de las imágenes televisadas. En esta recepción fragmentaria, no discursiva, irracional y pasiva, interviene, en activo, un escaso diez por ciento de sus facultades intelectuales, precisamente cuando más estimulación se precisa para su desarrollo: el déficit en el lector infantil tiene sus consecuencias difícilmente subsanables, que comprometen de forma definitiva todo proceso de aprendizaje posterior. El misterio de los juegos y la curiosidad por desentrañarlos, la creatividad de la actividad lúdica, el contacto con otros compañeros de juegos y con la naturaleza, tan importantes para la formación de la personalidad, y el movimiento corporal que contribuye al desarrollo psico-motriz, son olvidados por los héroes de la pantalla, por las historias creadas y resueltas por otros. Esfuerzo, intelecto y voluntad se adormecen en los pequeños teleadictos. Como dice Rojas Marcos, muchos

programas son sustitutos de la imaginación y de la iniciativa, *un manjar poco nutritivo pero altamente adictivo*.

A modo de conclusión: ¿qué hacer?

LA respuesta a la pregunta que Platón formulaba en relación con los malos poetas, debe ser siempre *no*. La primera medida de los padres de los pequeños televidentes es tomar conciencia del poder inmenso del *medio*. Comenzar a actuar es no permitir la prolongada exposición a sus efectos y seleccionar los programas que beneficien, descartando los que dañen. La mediación adulta es imprescindible por la inmadurez de la percepción infantil, que no es capaz de discriminar lo conveniente respecto de lo pernicioso; y porque todo proceso formativo —y la educación del televidente crítico, consciente, lo es— exige su participación responsable. En la soledad de muchos niños ante el televisor, los adultos que realizan los programas no tienen intenciones educativas: el niño necesita del padre, de la madre o del adulto próximo que oriente, que comente, que critique y seleccione contenidos y formas. Los padres deben también hacer suya la recomendación de la FUNCOE de sustraer al menos dos horas diarias al televisor, tiempo que debe destinarse al juego, que *contribuye al desarrollo de la persona, de sus habilidades motrices, del pensamiento creativo, las capacidades interpersonales y su autoestima*.

La responsabilidad no es exclusiva de los padres. Popper sitúa el problema de la relación «televisión/infancia» en una dimensión mucho más amplia que nos compromete a todos: *los niños vienen a este mundo estructurados para una tarea, la de adaptarse a su ambiente... en considerable medida, su evolución mental depende de su ambiente, y lo que llamamos educación...significa influir en su ambiente de tal modo que puedan prepararse para sus futuras tareas: la tarea de convertirse en ciudadanos... Como generación anterior, tenemos la responsabilidad de crear las mejores condiciones ambientales posibles. El hecho es que la televisión es parte del ambiente de los niños, parte de la que somos obviamente responsables, porque se trata de un ambiente hecho por el hombre*. Esta responsabilidad incluye a los profesores, a la administración educativa y, sobre todo, a los responsables del medio. La televisión debe respetar los derechos humanos de los ciudadanos, como obliga el artículo 20.4 de nuestra constitución, frente a los imperativos de audiencia y de beneficios económicos. Una vía efectiva es la autorregulación de los propios medios de comunicación; como el ejemplo francés,

con el convenio suscrito por todas las televisiones públicas y privadas y el Consejo Superior del Audiovisual, que lleva a la señalización de los programas para indicar a padres y maestros su adecuación a las distintas edades infantiles. Esta solución está en la línea de lo que propone Popper, aunque éste la trasciende: la creación urgente de una comisión de control de los contenidos televisivos creada por el Estado y formada por los mismos profesionales del medio de todos los niveles y jerarquías, en la que se les enseñara, en cursos especiales y obligatorios, a ser conscientes de su papel de educadores, y a conocer los procesos mentales de los pequeños espectadores. *Quien realice televisión debe saber tomar parte en la educación de unos y otros* —dice—, y sugiere incluso el retiro de la licencia profesional a quien no cumpliera con las recomendaciones de la comisión.

Además de medidas imprescindibles de autorregulación ética, creemos que, conscientes del extraordinario poder de la televisión y de sus múltiples efectos, debemos utilizarla para buscar el logro de los objetivos educativos deseados que otros agentes del ambiente no consiguen por su culpa. No se trata de demonizar la televisión sino de aprovechar su innegable capacidad educadora. Popper reconoce que no es fácil encontrar gente que produzca material de calidad durante 20 horas al día, y cuantas más son las estaciones emisoras, tanto más difícil. Pero si no se puede abarcar la totalidad, hay que trabajar específicamente con programas infantiles y juveniles, lúdicos y de calidad, realizados de modo tal que, en ellos, la televisión ejerza todo su *poder de persuasión y sus efectos de activación, proyección, imitación y motivación* pero orientados hacia fines positivos: estimulación de la lectura, de la creatividad, de la actividad racional y constructiva; educación literaria y artística, humanística; cultivo de los buenos valores y patrones de comportamiento. Dada la magnitud de la tarea, en la misma deben ser integrados y apoyados los docentes que luchan en vano por despertar el sentido crítico frente al mensaje televisivo, por descubrir a su alumnado el placer lector, por su educación estética y literaria. Se trata de invertir la tendencia para aprovechar los efectos positivos a largo plazo de la TV: factor de acercamiento entre las clases sociales y entre las naciones; de difusión cultural a lugares cerrados a ella; de participación universal en los valores fundamentales de la civilización. Y de evitar los negativos, que llevan al triunfo de la facilidad sobre la disposición al esfuerzo, a la disminución de todos los valores hasta la mediocridad, a la renuncia a la personalidad en provecho de la masa, a la manía embrutecedora que la transforma en el verdadero opio del pueblo. Al menos por ahora, la parrilla de las televisiones públicas y privadas está mucho más cerca de los segundos que de los primeros; pero la tarea, aunque difícil, es posible. *Esta*

televisión, la que al menos por ahora padecemos, es muy mala maestra; pero tiene la posibilidad y la obligación de transformarse en una excelente educadora.

Bibliografía

- Bordieu, Pierre: *Sobre la televisión*. Barcelona, 1997. Anagrama.
- Cazeneuve, J.: *El hombre telespectador*. Barcelona, 1977. Gustavo Gili. *Sobre la televisión*. Barcelona, 1977. Anagrama. *Sociología de la radio-televisión*. Buenos Aires, 1967. Paidós.
- Clemente, M. y Vidal, M. A.: *Violencia y televisión*. Madrid, 1996. Noesis.
- Díaz, Lorenzo: *Informe sobre la televisión en España (1989-1999) La Década Abominable*. Madrid, 1999. Ediciones Grupo Zeta.
- Eco, Umberto: *Apocalípticos e integrados*. Barcelona, 1995. Tusquets.
- Ferrés, Joan: *Televisión y educación*. Barcelona, 1994. Ed. Paidós.
- García Silberman, Sarah y Ramos Lira, Luciana: *Medios de comunicación y violencia*. México, 1998. Fondo de Cultura Económica. (Las referencias a autores y estudios norteamericanos han sido tomados de esta obra).
- Ministerio de Educación y Cultura: *Los españoles y los libros. Hábitos y actitudes hacia el libro y la lectura*. Madrid, 1997.
- Pastoriza, Francisco R.: *Perversiones televisivas. Una aproximación a los nuevos géneros audiovisuales*. Madrid, 1997. Instituto Oficial de Radio Televisión Española.
- Popper, Karl R. y Condry, John: *La televisión es mala maestra*. México, 1998. Fondo de Cultura Económica.
- Sartori, Giovanni: *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, 1997. Taurus.