

UN CONSEJO AUDIOVISUAL QUE VELE TAMBIÉN POR LOS MÁS JÓVENES

JUAN CANTAVELLA

AINHOA TORRES

Universidad San Pablo-CEU

A finales de los años 70, la ciudad como fruto del desarrollismo español tuvo serias repercusiones sobre la realidad infantil. Esta ciudad concedió al niño, que representaba más del veinte por ciento de su población, menos del diez por ciento de su espacio. En aquel momento dio comienzo la progresiva expulsión de los pequeños de las calles. Esta expulsión les ha llevado a dar con su ocio en los parques infantiles, lugares donde el espacio para desarrollar sus juegos ha sido delimitado con vallas y donde la imaginación se ha visto circunscrita a ese pequeño territorio donde reina la monotonía. La calle ha perdido su atractivo y su anterior funcionalidad recreativa, y cada vez se siente como más peligrosa.

Llegados a este punto en que el niño carece de espacio material para jugar, se da también el caso de que carece de la suficiente atención cómplice de los padres. La nueva organización del trabajo y las exigencias que acarrea son en gran medida los causantes de que los progenitores no puedan estar con sus hijos de la manera que exigen las diferentes etapas del desarrollo infantil. En muchos casos los padres agradecen la ayuda que la televisión les presta para aplacar los ánimos de los pequeños, y utilizan los programas como método de entretenimiento fácil para sus hijos. La televisión aparece, en definitiva, como el máximo y más cercano exponente de las posibilidades de disfrute del tiempo de ocio infantil, garantizando, además, la continuidad, dada su disponibilidad las 24 horas al día.

La televisión se visiona durante bastante tiempo. Este hecho tiene numerosas repercusiones, y son numerosos los estudios que confirman que los niños se aíslan cada vez más.

El abuso de la televisión reduce las posibilidades de interacción del niño con sus padres, y deteriora y dificulta el establecimiento de los vínculos familiares, fundamentales para que el niño aprenda a comprenderse a sí mismo. El niño tiene la necesidad de desarrollar la capacidad para autodirigirse, de modo que se pueda ir liberando paulatinamente de toda dependencia. Durante su crecimiento y maduración el niño necesita aprender a leer y a escribir, y adquirir las técnicas esenciales de comunicación, para poder expresarse clara y fácilmente, de modo que disponga de las herramientas necesarias para desenvolverse como ser social. Sin embargo, el abuso de la televisión no favorece su desarrollo verbal porque no exige ninguna participación en ese sentido, sino solamente una receptividad pasiva.

La psicóloga Alejandra Vallejo-Nájera relaciona la alta contemplación de televisión con el bloqueo de la riqueza de vocabulario, motivada por esa unidireccionalidad de la información, que no exige respuestas, no da oportunidades para operar mental y vocalmente con las palabras y “tiende a acentuar una cierta pereza lingüística”.

Los estudios que han indagado la relación entre el retraso escolar y la contemplación de la televisión en dosis altas coinciden, según Vallejo-Nájera, en señalar como aspectos relevantes la poca atención a los detalles de lo que dice el profesor; el retraso en las respuestas, en especial para las que exigen cierta rapidez de reflejos; la escasa utilización de conocimientos anteriores; y la ausencia de un análisis sistemático “paso a paso” de los elementos que componen lo que se les enseña.

El niño precisa descubrir sus propias potencialidades y debilidades a fin de realizarse más tarde como adulto. Ver la televisión no le lleva a realizar tales descubrimientos; no hace más que imponer límites a su implicación en actividades de vida real que pudieran ofrecer a sus capacidades un auténtico terreno de ensayo.

Además, la televisión genera una dependencia tal, que en muchas ocasiones se difumina la responsabilidad del telespectador, especialmente cuando éste es menor. El problema reside en que es este momento cuando el menor está desarrollando su capacidad para distinguir la realidad de la ficción, y la televisión borra toda línea existente entre el niño y el adulto, ya que ambos reciben exactamente los mismos mensajes.

En los menores con edades comprendidas entre los dos y los cinco años, el excesivo consumo televisivo genera un gran déficit de horas de sueño y, en los más mayores ya escolarizados, contribuye de forma efectiva al mal comportamiento en las aulas, según recoge Winn.

LOS TELERRELATOS

En su origen, los cuentos solían ser narrados en encuentros colectivos en los que participaba como oyente toda la comunidad, niños y mayores, y cumplían una función de agentes socializadores. Los relatos han tenido y tienen una función civilizadora y de formación del inconsciente colectivo. En forma de relato el cuento aporta al grupo social el conjunto de creencias y valores en torno a los cuales el grupo se constituye como tal.

Los cuentos tradicionales se han mantenido vigentes a lo largo de los años, y continúan atrayendo la atención de oyentes de sociedades muy diversas, porque el sistema de creencias y valores que expresan representan simbólicamente los núcleos esenciales de cualquier principio de socialización. Despiertan especialmente el interés de los niños, porque les ayudan a superar los conflictos psicológicos profundos que caracterizan su proceso de crecimiento. Mediante las figuras y situaciones de los relatos, el niño ve expresados simbólicamente sus propios temores y sus propias aspiraciones, en una etapa en la que aún no se encuentra en condiciones de reflexionar racionalmente sobre ellos.

En la actualidad, los telerrelatos tienden a sustituir a los cuentos como formas de narración, y por lo tanto son ellos los que deberían cumplir su función socializadora. Llegados a este punto nos preguntamos: ¿pueden los telerrelatos desempeñar la función de los relatos iniciáticos encargados de proporcionar a los niños un sustrato simbólico que les ayude a madurar psicológicamente y a crecer como individuos autónomos, afrontando el reto de la incorporación al mundo adulto?

Por un lado debemos destacar que en el paso del cuento tradicional al libro hubo ya una pérdida significativa: la de la función mediadora del relator. En nuestros días es poco habitual la práctica, por parte de los padres, de ver la televisión junto a sus hijos comentando con ellos las imágenes, de modo que el adulto nunca puede jugar un papel de narrador del relato televisivo.

La mediación adulta durante el visionado permite focalizar la atención de los niños sobre los valores prosociales, además de valorar las propuestas positivas de la televisión y desarmar parte de su potencial negativo, de manera que los convierten en suyos de una manera aceptable. Una vez el menor ha adquirido de forma compartida esta actividad, se la apropia, la individualiza y se puede convertir en una actividad particular privada que alimentará de modelos al niño en el resto de su proceso de desarrollo.

El mejor medio cultural de desarrollo para el niño es aquél en el cual el objetivo educativo y moral forma parte natural de la vida cotidiana y de la programación habitual de los medios. Por ello, los padres juegan un papel esencial ya que pueden potenciar las propuestas positivas de la televisión y también rebajar la influencia negativa¹.

El mundo fantástico del cuento tradicional integra todos los aspectos problemáticos del mundo real, y ofrece a los niños la oportunidad de proyectar en él sus más profundos temores. El miedo en el relato infantil tiene una funcionalidad positiva en la formación del carácter, ya que, gracias a él, el niño se enfrenta a sus propios temores y aprende a superarlos por sí mismo. Una funcionalidad que, por otra parte, no puede ser satisfecha mediante consejos prácticos racionales, que a esa edad no está en condiciones de asimilar adecuadamente.

Frente al miedo sano o racional que ayuda al niño a enfrentarse a sus temores y superarlos, el miedo televisivo crea angustia porque sitúa al pequeño espectador frente a circunstancias y personajes que le son ofrecidos como modelos para imitar, no como instancias simbólicas sobre las que proyectarse. Esto sucede porque los mitos, los valores y los modelos de comportamiento propuestos no son universales éticos del mundo de los cuentos, sino los cotidianos propios de una cultura lejana y diferente de la nuestra, sobre la cual se apoyan sin ninguna base.

El telerrelato no acostumbra a proporcionar modelos, en el sentido de personajes y comportamientos ejemplares que se ofrecen a la imitación del niño, sino figuras y episodios cuya carga simbólica, si la interpretación psicoanalítica está bien encaminada, hablan más al inconsciente del niño que a su conciencia. El niño no se siente instado a emular a Caperucita Roja en sus enfrentamientos con el lobo feroz, sino que participa de sus temores

¹PABLO DEL RÍO, AMELIA ÁLVAREZ y MIGUEL DEL RÍO: *Informe Pigmalión. Sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia y Aprendizaje, 2001.

ante las amenazas, como una forma de liberar sus propios y confusos temores frente al indefinido peligro. Aprende a aliviarse de los temores de la protagonista, que finalmente trasmite el mensaje de que es posible triunfar en esa aventura.

Sin embargo, el telerrelato sí suele presentar héroes que el pequeño espectador acostumbra a ver como modelos de conducta. El niño tiende a emular a sus héroes porque integra su espacio cotidiano en el espacio imaginario del telerrelato, es decir, porque establece una continuidad sin suficiente distanciamiento entre uno y otro. En lo que se refiere a los telerrelatos específicamente dirigidos a la infancia, muy especialmente los producidos en Estados Unidos, el problema es que su función iniciática carece de los riquísimos potenciales que aún mantienen los viejos cuentos de la tradición oral.

El telerrelato de origen estadounidense envía a sus espectadores un mensaje en el que, por un lado, se enaltece el éxito y, por otro, el más crudo individualismo. Si esto lo unimos a la presión consumista, tenemos sin duda un cuadro indiscutiblemente empobrecido con respecto a los potenciales que advertimos en los relatos tradicionales².

REPERCUSIONES DE LA TELEVISIÓN

Los analistas observan y enjuician los procesos de comunicación desde los más variados puntos de vista, pero todos ellos coinciden en concluir que el número de horas que los ciudadanos dedican a la televisión es excesivo. Queda en el aire la duda sobre qué cantidad de atención a la televisión es calificable como adicción. La Sociedad Europea de Biosociología considera que el uso razonable de la televisión por parte de los menores no debe estar por encima de los cincuenta minutos diarios³. Sin embargo, según datos elaborados por Corporación Multimedia, a partir de los ofrecidos por TNS Audiencia de Medios, el consumo de televisión de los niños españoles de entre cuatro y doce años es de 144 minutos de media diarios⁴.

²MANUEL ALONSO ERAUSQUIN, LUIS MATILLA y MIGUEL VÁZQUEZ FREIRE: *Teleniños Públicos/Teleniños privados*. Madrid: de La Torre, 1995, pp. 188-196.

³Op. Cit., pp. 45-50.

⁴MIGUEL DEL RÍO ÁLVAREZ, MARIANO SAN BLAS y VIRGINIA MARTÍNEZ MARTÍN: *Programación infantil de televisión: Orientaciones y Contenidos Prioritarios*. Madrid: Instituto Oficial de Radio y Televisión (OIRTV), 2005.

Los planteamientos más radicales que entran a valorar la influencia de este medio no parten de la hipótesis de que el contacto con la televisión es perjudicial por sí mismo, al margen de los contenidos de las emisiones. Marie Winn, apoyándose en el estudio científico de los mecanismos perceptuales del crecimiento, atribuye al acto de contemplar televisión efectos semihipnóticos y creadores de dependencia. En una línea similar, el estadounidense Jerry Mander (1981), basándose en estudios realizados en la Universidad Nacional de Australia, afirma que el esfuerzo mental de construir cada imagen televisual a partir de los puntitos luminosos de la pantalla conduce al funcionamiento potente del hemisferio derecho y a la inactividad del izquierdo, con lo que la información se recibe, pero no se filtra, es decir, no se analiza. Por otro lado Rosenkoetter afirma que cuanto más televisión se contempla, menor es el desarrollo moral. Los estudios también relacionan la televisión con la teoría del cultivo de George Gerbner, quien sostiene que cuanto más tiempo dedique una persona a ver la televisión, más se parecerá su concepción de la realidad a la que ve en la pantalla. La conclusión de Hearold es que los efectos positivos globales de la televisión son el doble de intensos y duraderos que los negativos⁵.

Los filósofos Argullol y Trías (1992) sitúan la televisión entre las excrecencias del progreso humano derivado del potente y subyugante dictado de la razón. Acusan al medio de habernos colocado en la situación de ser meros espectadores y de alterar gravemente las posibilidades de avanzar hacia una democracia real.

En cuanto al debate en torno a la naturaleza de la televisión, el educador y filósofo canadiense Marshall McLuhan (1969), sostenía que los productos de la ciencia moderna no son en sí buenos ni malos, sino que su valor viene determinado por la forma en que se los utiliza. McLuhan aceptó con gozo lo que él denominó “prolongación de los sentidos”, habló positivamente de la “aldea electrónica” y apostó por la automatización con la cual los hombres pasan a ser en nómadas colectores del saber.

Desde unos planteamientos de arranque similares a los de McLuhan, Neil Postman⁶ consolidó una postura que diverge notoriamente de la del profesor canadiense, puesto que Postman sostiene que el nacimiento de un nuevo

⁵ PABLO DEL RÍO, AMELIA ÁLVAREZ y MIGUEL DEL RÍO: Op. Cit.

⁶ NEIL POSTMAN, *Divertirse hasta morir*. Barcelona: la Tempestad, 1991.

método importante cambia la estructura del discurso, alentando algunas funciones del intelecto al favorecer ciertas definiciones de la inteligencia y de la sabiduría y demandando un tipo específico de contenido; en pocas palabras, creando nuevas formas de explicar la verdad.

Otro alegato que ensalza el papel desempeñado por la televisión es el aportado por Jean Cazeneuve al “pretender para la televisión funciones que corresponden a necesidades más generales que, en otros contextos, pueden hallar y han hallado satisfacción a través de medios distintos a los de la pequeña pantalla; (...) lo que los mitos y los ritos realizaban mediante la sacralización, los *mass media* y, sobre todo la televisión, lo hacen quizá a base de trasponer lo real en espectáculo. (...) Igual que Prometeo, igual que el héroe del mito, que se aproxima más a la magia que a lo sagrado religioso (...) la pequeña pantalla es una especie de mediador, que, al permitir el contacto con el mundo donde se hallan arrinconados los límites de lo posible, consigue que la voluntad se cargue de poder”⁷.

TELEVISIÓN COMERCIAL

No negamos que los avances actuales hayan significado una mejora en muchas áreas y especialmente en la del conocimiento, pues gracias a la escolarización las nuevas generaciones de niños han tenido acceso a una serie de valores culturales antes reservados a la elite. Sin embargo, la nueva cultura infantil generada en nuestros días se revela como un mecanismo de control orientado en una doble y complementaria dirección: formar buenos y dóciles productores, y crear ávidos consumidores.

La televisión se perfila como el instrumento clave que orquesta esta nada inocente estrategia. No hay duda de que es uno de los motivos por los que los niños abandonan sus juegos en plazas y parques para sentarse en primera fila ante un aparato que les provee de entretenimiento sin necesidad de hacer el más mínimo esfuerzo y que, en definitiva, les priva casi de toda posibilidad de inventar su propia autonomía.

Len Masterman (1993) presenta los grandes medios de comunicación como “empresas de concienciación, que no sólo proporcionan informaciones

⁷ MANUEL ALONSO ERAUSQUIN, LUIS MATILLA y MIGUEL VÁZQUEZ FREIRE: Op. Cit., pp. 41-48.

sobre el mundo, sino los modos selectivos de verlo y entenderlo”. Masterman defiende la importancia de incluir la alfabetización audiovisual (es decir, la educación en la recepción crítica de los mensajes de los medios, e incluso en la producción activa de mensajes propios) en el currículo escolar, como un tipo de aprendizaje indispensable para la formación de ciudadanos críticamente democráticos, en una sociedad permanentemente amenazada por la manipulación ideológica, política y económica de los grandes medios de comunicación⁸.

Postman⁹ dice sobre las tecnologías relacionadas con la comunicación, que imponen una forma de entender y conocer el mundo. Y por ello, es relevante decidir si es bajo ese tipo de influencia o bajo alguna otra como queremos que nuestros hijos crezcan.

La publicidad y sus mensajes dominantes caracterizan el modelo comercial televisivo de nuestros días. Es tal la influencia de la publicidad, que la programación se encuentra sometida a su discurso y la vemos insertada a diario en telediarios, series, concursos, programas infantiles, etc. Las exigencias de este tipo de televisión imponen un tipo de espectador universalizado, que supone el rechazo de la programación dirigida a segmentos de la población, discriminados según la diversidad de intereses.

La televisión se ha convertido, como señala Masterman¹⁰, en una vendedora de audiencias en las que los espectadores pasamos a ser consumidores, pero sin que aún, hayamos tomado del todo conciencia de ese hecho. Es decir, no somos conscientes de que mientras miramos la televisión estamos realizando un trabajo productivo, por el cual no sólo no somos remunerados, sino que ni siquiera se contempla nuestro derecho a serlo.

Un rápido vistazo a la parrilla de las programaciones nos permite ver que existe un amplio predominio de productos estadounidenses. Este hecho se debe a que este tipo de producciones se adecuan a la perfección a los requisitos del modelo comercial publicitario, pues han sido creados con ese fin, y resultan muy competitivos, ya que son rentables a corto plazo.

Se da el caso de que en la mayoría de los países europeos los resultados obtenidos por la producción nacional son buenos, lo que permite deducir que

⁸ MANUEL ALONSO ERAUSQUIN...: Op. Cit., pp. 141-144.

⁹ NEIL POSTMAN: *Divertirse hasta morir*. Barcelona: la Tempestad, 1991.

¹⁰ LEN MASTERMAN: *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid: de la Torre, 1993.

son meros criterios de rentabilización los que justifican la predominancia de la producción norteamericana¹¹.

EN NUESTROS DÍAS

Según los resultados obtenidos en la Encuesta “Actitudes y Opiniones sobre la Infancia y la Adolescencia” realizada por el Centro de Investigaciones Sociológicas del Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid el pasado mes de octubre de 2005, un 82,6 por ciento de los ciudadanos españoles opinaba que las televisiones no adaptan sus contenidos al horario infantil, y un 97 por ciento decía que las cadenas deberían aumentar la programación dirigida a este público. Paralelamente, una amplia mayoría de los encuestados, un 89 por ciento, consideraba que los padres tienen la obligación de controlar lo que ven sus hijos en televisión, los videojuegos que manejan o lo que leen¹².

En la actualidad los programas infantiles cubren el 10,8 por ciento del tiempo de televisión, según datos de Corporación Multimedia para el año 2005. De estos, la gran mayoría son programas contenedores, y suelen ocupar la primera hora de la mañana de las cadenas de televisión. Sin embargo, los niños no se sientan ante el televisor exclusivamente por las mañanas, momento en que se supone que se emiten los programas destinados a ese público, sino que lo contemplan a la hora de comer, de la merienda, de la cena..., con lo que no están accediendo a una programación pensada para ellos.

El tipo de televisión que se emite en España, como hemos comentado anteriormente es de índole comercial y se caracteriza por el desequilibrio temático, pues se tratan en especial determinados temas -seleccionados por sus intereses económicos- mientras otros más enriquecedores desde el punto de vista cultural quedan en el olvido. Además, la emisión de sus contenidos fragmentarios genera un déficit narrativo y la ausencia de un marco retórico claro que permita al niño concebir una idea “real” del mundo en el que vive.

¹¹ MANUEL ALONSO ERAUSQUIN.....: Op. cit., pp. 144-149.

¹² Sobre estas cuestiones resulta de utilidad LUIS NÚÑEZ LADEVÉZE y JOSÉ RAMÓN PÉREZ ORNIA: “Los gustos de la audiencia infantil y la producción televisiva”, en *Revista Española de Investigaciones Sociológicas (REIS)*, julio-septiembre de 2002, pp. 113-143. También, JOSÉ RAMÓN PÉREZ ORNIA y LUIS NÚÑEZ LADEVÉZE: “Programación infantil en la televisión española. Inadecuada relación entre oferta y demanda”, en *Telos*, nº 54, pp. 103-113.

Entre los contenidos más recurrentes en la programación destacan aquellos de carácter violento. La violencia se presenta de manera atractiva y asociada a los “buenos” y los “malos”, y por lo general sea quien sea el que recurre a ella, héroe o villano, no recibe castigo alguno. Tenemos que destacar que la violencia televisiva tiene un efecto acumulativo en el niño, y su impacto es mayor en los años más tempranos, especialmente entre los 7 y los 11¹³. El tipo de violencia más nocivo para el menor es aquel que viene aliñado por la doble moral, es decir, el que propone modelos violentos e inmorales combinados con modelos pacíficos y morales.

Sin embargo, hemos de aclarar que no es la televisión la que desarrolla el carácter agresivo en las personas u otro tipo de patologías sociales, sino que su consumo continuado y excluyente favorece el desarrollo de las actitudes violentas y antisociales y de la visión pesimista y paranoica del mundo. También se puede afirmar que no es el contenido en sí, sino la interpretación del mismo la que influye en cómo nos afecta la televisión¹⁴.

UNA NUEVA TELEVISIÓN

Cada sociedad debe reescribir conscientemente su modelo humano. Esto es una responsabilidad de todos e implica un constante diálogo entre los distintos agentes sociales e instituciones culturales y educativas para orientar los valores que deben regir nuestras vidas. Es necesario tener en cuenta que el mejor medio cultural de desarrollo para el niño es aquél en el cual el objetivo educativo y moral forma parte natural de la vida cotidiana y de la programación habitual de los medios. Por ello, la figura del adulto, padres y educadores, es muy importante. Su papel en la crítica y el diálogo es necesario para la descodificación y comprensión de lo que el niño ve, facilitando el desarrollo de su espíritu crítico y la construcción del pensamiento.

La dosificación del consumo televisivo, el visionado compartido de los padres con los hijos, la desmitificación de su estatus de referente privilegiado, el diálogo y la reflexión sobre lo que se ve, y la conjugación con otras múltiples actividades de ocio, sobre todo las vinculadas con la interacción

¹³ M^a DEL CARMEN GARCÍA GALERA: *Televisión, violencia e infancia*. Barcelona: Gedisa, 2000, p. 117.

¹⁴ JAVIER URRA, MIGUEL CLEMENTE y MIGUEL ÁNGEL VIDAL: *Televisión: Impacto en la Infancia*. Madrid: Siglo XXI, 2000, p. 153.

con otros, pueden hacer de la televisión un instrumento positivo y eficaz para el adecuado desarrollo y formación de nuestros niños.

Es posible hacer de la televisión un instrumento positivo y eficaz para el completo desarrollo y formación de nuestros niños y adolescentes, que informe, forme y distraiga. Para ello hay que buscar la manera de que los niños entiendan los valores en su vida cotidiana. Por ejemplo, en cuanto a la violencia, no se trata de hablar de la violencia en abstracto, sino de insertar su tratamiento en sus relaciones cotidianas para que lo entiendan: decirles las cosas que ellos puedan comprender, que, a veces, no son las mismas que las que comprendemos los adultos.

Además, es importante que la programación infantil vaya en la misma línea que el trabajo que realizan los profesores en los centros escolares, incluyendo contenidos preferentes, en su materia prima, historias, personajes y situaciones apropiadas para: fomentar el desarrollo emocional, el cognitivo y el físico de los pequeños; desarrollar la creatividad y la imaginación; ofrecer una imagen positiva de la vida: informar sobre la realidad del mundo que les rodea y la forma de vida en otros países; potenciar la conciencia crítica y autocrítica; y evitar el consumismo, analizando el significado de los anuncios, entre otros.

Los programas infantiles y juveniles deben ayudar al niño en su preparación para la vida social, de acuerdo con los principios democráticos en torno a los cuales gira nuestra sociedad. Tienen que compatibilizar valores positivos con contenidos atractivos, desde el punto de vista formal y expresivo¹⁵. En definitiva, se trata de impulsar la televisión lúdica frente a la espectacular¹⁶.

En conversación con el Defensor del Menor de la Comunidad de Madrid, Pedro Núñez Morgades¹⁷, nos manifestó que cree en la necesidad de potenciar los programas o narraciones que manifiesten la necesidad de la solidaridad, que muestren que la resolución de los conflictos debe ser dialogante, que no denoten posiciones intolerantes, que favorezcan el derecho a la igualdad de oportunidades entre hombres y mujeres, que eviten la violencia de todo tipo y los estereotipos, que promuevan situaciones donde se ponga de mani-

¹⁵ MIGUEL DEL RÍO ÁLVAREZ...: Op. cit., pp. 27-29.

¹⁶ Op. cit., p. 34.

¹⁷ Entrevista personal con Pedro Núñez Morgades, Defensor del Menor en la Comunidad de Madrid (Madrid, 12 de julio de 2006).

fiesto el respeto a los derechos de las personas y a las libertades públicas. Y propone la realización de telediarios infantiles y juveniles dirigidos a estos colectivos, en los que el lenguaje sea comprensible y participativo, de manera que se transforme el “ver, oír y callar”, por el “ver, oír, pensar y actuar”.

Asimismo, apuesta por dibujos animados y series de animación de calidad, cuidadas en contenidos, creativas y cercanas culturalmente a nuestro entorno. Según datos de la Asociación de Productores Independientes de Animación (APIA), la producción nacional sólo representa un 6,6 por ciento del total de la emisión de animación en conjunto de las cadenas de televisión, un 7,7 por ciento si añadimos las coproducciones internacionales.

Aparte de la adecuación de la programación a las necesidades infantiles, se hace también necesario enseñar a esta generación de niños nacidos en la era tecnológica a usar y entender los medios de comunicación. Y la mejor manera de trabajarlo en la escuela es, en primer lugar, incluyendo en el currículo escolar una asignatura que desmenuce los entresijos de los medios, de modo que se fomente la crítica sobre lo que aparece reflejado en ellos, y en segundo lugar, trabajando éste mismo aspecto de manera trasversal en otras asignaturas como tecnología, historia, lengua, etc. En países como Canadá, Australia e Inglaterra ya se han puesto en marcha programas de educación en los medios que están dando buenos resultados¹⁸.

Para que la educación en los medios sea completa, los padres deben superar la brecha tecnológica que les separa, en gran medida, del mundo en el que se desenvuelven sus hijos. Por ello, también necesitan la ampliación de sus conocimientos en esta materia. Sería conveniente que padres y educadores cuenten con los apoyos didácticos necesarios que les suministren herramientas para la educación de la infancia, lo que contribuirá a un adecuado aprovechamiento de los nuevos sistemas de información.

La sociedad española ha tomado conciencia de la indefensión del espectador frente a las cadenas de televisión, pues son ellas las que deciden qué, cuándo y de qué manera se emiten los informativos, programas, y películas. El profesor de la Universidad Carlos III Agustín García Matilla¹⁹, dice que España es un país atípico en el que los operadores no han sido capaces de producir programas para niños y jóvenes. Lo único que han hecho es

¹⁸ FABIOLA CRUBAJ: “Hay que sacar la televisión del cuarto de los chicos”, en *La Nación*, 6 de junio de 2006.

¹⁹ ROSARIO GÓMEZ: “La tele pierde, consolas y móviles ganan”, en *El País*, 13 de agosto de 2006, p. 33.

incorporar a niños en las series para atraer a ese público, como en *Cuéntame*. Concluye que los operadores han despreciado la opción de trabajar para niños y jóvenes.

POR UNA TELEVISIÓN DE CALIDAD

En los últimos años, la sociedad, desde diferentes plataformas de defensa del telespectador, y el Gobierno español han adoptado una actitud activa para combatir los peligros de la actual televisión, y luchar por una programación de calidad que responda a los intereses de los televidentes, y no de los grandes emporios televisivos y publicitarios.

En diciembre de 2004 las televisiones nacionales firmaron un Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, en el que se comprometían a emitir una programación adecuada para los telespectadores. El Código establecía una franja horaria (de 6.00 a 22.00), de protección a la infancia en la que debían emitir programación adecuada para los niños. Sin embargo, en los casi dos años que lleva en marcha, el incumplimiento de las normas establecidas ha sido continuo. Las más frecuentes son las de promoción de programas no adecuados de otra franja horaria, y la violencia. Según el último informe de la Agrupación de Telespectadores y Radioyentes (ATR) del 15 de junio de 2006²⁰, el público infantil está expuesto a los contenidos inadecuados de las telenovelas y al fundamento mismo de algunos programas muy agresivos en el tratamiento de la vida de las personas.

Recientemente, el 23 de mayo de 2006, el Gobierno y Radio Televisión Española (RTVE) difundieron un decálogo para el uso responsable de la televisión y de los videojuegos, que sirve de orientación a los padres para que los chavales usen bien los videojuegos y la televisión. Entre las pautas que señala, destacan algunas de las que hemos ido apuntando en las líneas anteriores: acompañar a los hijos frente al televisor, atender la clasificación por edades, establecer un consumo racional y conocer los videojuegos y los programas que consumen son algunas de las pautas del decálogo. Además, para evitar riesgos, el decálogo recomienda vigilar los contenidos que fomenten contravalores éticos y sociales.

²⁰ MARÍA DEL CARMEN GARCÍA GALERA (et alii): *III Informe ATR-Villanueva. Seguimiento del código de autorregulación. Horario de protección reforzada de la infancia*. Madrid: Universidad Complutense de Madrid, 2006.

Un día después de la publicación de este decálogo, el 24 de mayo, se aprobaba el primer Plan Estratégico Nacional de Infancia y Adolescencia 2006-2009, que, según el borrador, pretende velar por los derechos y protección de los niños en los medios de comunicación y nuevas tecnologías. Entre las doce medidas recogidas en el Plan, figura la de “reforzar el control sobre la programación televisiva”, y se propone que se responsabilice de ella la Secretaría de Estado de Telecomunicaciones. También apunta la necesidad de “facilitar el acceso responsable y generalizado a Internet a niños y jóvenes”, así como de “mejorar la seguridad de la Red mediante la potenciación de sistemas de filtrado, códigos de autorregulación y líneas de denuncia”.

En vista del poco seguimiento del Código de Autorregulación por parte de las cadenas de televisión y de lo infructuosas que son las sanciones económicas a los operadores, seguramente por los altísimos presupuestos de que disponen, el último informe de la ATR sugiere “vincular cada incumplimiento a la obligación de emitir en “negro” un tiempo determinado”.

Cada vez son más las voces que exigen la creación de un organismo estatal, independiente, de composición plural, encargado de supervisar el cumplimiento de la legislación y que tenga capacidad sancionadora. Un órgano que garantice los derechos de la infancia y de la juventud en los diferentes medios y sistemas de comunicación, que analice la labor de los citados medios, evalúe el cumplimiento de su función social, y tenga capacidad de demandar y promover la realización y difusión de contenidos adecuados para la infancia y la adolescencia. España es el único país europeo que carece de un Consejo Audiovisual.

Los Consejos Audiovisuales, como entidad reguladora, introducen en el mercado una instancia de independencia y neutralidad frente al mero intervencionismo administrativo o frente al mero autocontrol de las cadenas, que garantiza no sólo la adecuada competencia entre oferentes extendida a toda la cadena de valor, sino también la defensa de los espectadores y muy especialmente de los menores.

Desde 2001 en España existen dos consejos audiovisuales a nivel autonómico, el de Navarra, y el de Cataluña, entre cuyas funciones está la de erradicar del horario protegido los avances y la programación que pueda resultar perjudicial para los menores, pero queremos hacer énfasis en la necesidad de crear este organismo a nivel estatal.

Nosotros queremos incidir, del mismo modo que lo hace el último informe de ATR, en la urgencia de la creación de un Consejo Estatal Audiovisual

ante el incremento desmesurado de la denominada *telebasura*. Lo más adecuado sería que los consejeros que se seleccionasen para formar parte de este organismo de regulación fueran profesionales procedentes de actividades relacionadas con el mundo audiovisual: de este modo se estaría asegurando la pluralidad y objetividad de su gestión.

CONCLUSIONES

En la actualidad, los niños españoles ven la televisión una media de dos horas y veintitrés minutos al día. Son muchas las variables que se han conjugado para llegar a este punto, pero destacamos la carencia del espacio material para jugar, pues hoy en día las calles se han destinado para fines productivos, y la falta de la suficiente atención cómplice de los padres, pues la nueva organización del trabajo exige una gran dedicación, robándoles el tiempo que antes destinaban a sus hijos.

El número tan alto de horas que los menores dedican a la televisión reduce las posibilidades de interacción del niño con sus padres, y deteriora y dificulta el establecimiento de los vínculos familiares, fundamentales para que aprenda a comprenderse a sí mismo. Aunque la televisión puede entenderse como una ventana al mundo exterior, hay que tener en cuenta que posee un componente de amplificador de la realidad. El problema surge cuando el menor, que está en una etapa en la que aún empieza a conocer el mundo que le rodea y está desarrollando su capacidad para distinguir la realidad de la ficción, toma como referencia esa realidad que ve reflejada en la pantalla y construye su mundo a partir de ella.

La función de agente socializador que en la antigüedad cumplían las narraciones colectivas de cuentos, la realiza ahora la televisión, que, además, ha hecho desaparecer lo verdaderamente enriquecedor de esos cuentos, la interacción entre las diferentes cohortes generacionales. En nuestros días es poco habitual que los padres vean la televisión junto a sus hijos comentando con ellos las imágenes, de modo que el adulto nunca puede jugar un papel de narrador del relato televisivo. Hemos perdido la mediación adulta durante el visionado, encargada de focalizar la atención de los niños sobre los valores prosociales, así como de valorar las propuestas positivas de la televisión y desarmar parte de su potencial negativo.

La televisión ha hecho desaparecer el mejor medio cultural de desarrollo

para el niño, aquél en el que el objetivo educativo y moral forma parte natural de la vida cotidiana y de la programación habitual de los medios. Mientras el mundo fantástico del cuento tradicional contiene los aspectos problemáticos del mundo real, y ofrece a los niños la oportunidad de proyectar en él sus más profundos temores, el televisivo sitúa al pequeño espectador frente a circunstancias y personajes que le son ofrecidos como modelos para imitar, no como instancias simbólicas sobre las que proyectarse.

Existen teorías de todo tipo que enjuician los procesos de comunicación, pero todas ellas concluyen en señalar que el número de horas que los ciudadanos dedican a la televisión es excesivo.

El modelo televisivo actual es de tipo comercial, y su objetivo es reunir el mayor número de espectadores posibles ante la pantalla para poder venderles los productos que en ella aparecen. Esta televisión exige un tipo de espectador universalizado, que implica el rechazo de la programación dirigida a segmentos de la población discriminados según la diversidad de intereses. En definitiva, el modelo comercial borra toda línea existente entre el niño y el adulto, ya que ambos reciben exactamente los mismos mensajes.

Como señalábamos en líneas anteriores, un 82,6 por ciento de los ciudadanos españoles opina que las televisiones no adaptan sus contenidos al horario infantil, y un 97 por ciento decía que las cadenas deberían aumentar la programación dirigida a este público. Es más, en la actualidad los programas infantiles cubren sólo el 10,8 por ciento del tiempo de televisión, según datos de Corporación Multimedia para el año 2005. De estos, la gran mayoría son programas contenedores, y suelen ocupar la primera hora de la mañana de las cadenas de televisión, mientras nuestros niños comen, meriendan, cenan, etc., ante ella. También cabe destacar que entre los contenidos más recurrentes en la programación son comunes aquellos de carácter violento y de peor comprensión para el menor.

Pese a que el panorama televisivo que hemos dibujado, creemos que no está todo perdido. Es posible hacer de la televisión un instrumento positivo y eficaz para el completo desarrollo y formación de nuestros niños y adolescentes, que informe, forme y distraiga. Para ello hay que buscar la manera de que los niños entiendan los valores en su vida cotidiana.

Se tienen que crear programas infantiles y juveniles que ayuden al niño en su preparación para la vida social, de acuerdo con los principios democráticos en torno a los cuales gira nuestra sociedad. En definitiva, hemos de impulsar una televisión lúdica frente a una espectacular. Además de la ade-

cuación de la programación a las necesidades infantiles, se hace también necesario enseñar a esta generación de niños nacidos en la era tecnológica a usar y entender los medios de comunicación. Para ello deben aprender en la escuela y en casa los entresijos de los medios de comunicación de manera que sean niños críticos con el medio.

La sociedad española ha tomado conciencia de la indefensión del espectador frente a la programación emitida en las cadenas de televisión, y ha decidido tomar parte activa en la solución del problema mediante la creación de diversas plataformas de defensa del telespectador.

Por su parte, el Gobierno también ha activado diferentes iniciativas. En diciembre de 2004 las televisiones nacionales firmaron un Código de Autorregulación sobre Contenidos Televisivos e Infancia, en el que se comprometían a emitir una programación adecuada para los telespectadores. Establecía una franja horaria, de 6.00 a 22.00, de protección a la infancia en la que debían emitir programación adecuada para los niños. Pese a todo, este código apenas ha sido seguido por parte de las cadenas de televisión, y se puede decir que el tipo de programas emitidos sigue siendo el mismo. Las infracciones más frecuentes son las de promoción de programas no adecuados de otra franja horaria, y la violencia.

Asimismo, en mayo de 2006 el Gobierno y Radio Televisión Española (RTVE) difundieron un decálogo para el uso responsable de la televisión y de los videojuegos, a modo de orientación para que los padres sepan dirigir a los chavales hacia un buen uso de los videojuegos y la televisión. Tras la publicación de este decálogo, se aprobaba el primer Plan Estratégico Nacional de Infancia y Adolescencia 2006-2009, que, según el borrador, pretende velar por los derechos y protección de los niños en los medios de comunicación y nuevas tecnologías.

Todo parece indicar que la mejor manera de poner orden en esta dictadura televisiva es mediante la creación de un Consejo Estatal Audiovisual, un organismo independiente, de composición plural, encargado de supervisar el cumplimiento de la legislación y que tenga capacidad sancionadora. España es el único país que carece de este organismo, aunque las Comunidades Autónomas de Navarra y Cataluña tienen uno en funcionamiento desde 2001.