La infancia ante el nuevo entorno audiovisual

POR **MIGUEL ÁNGEL ORTIZ SOBRINO**

Es evidente que estamos ante un nuevo escenario audiovisual. La emisión de contenidos multimedia a través de la Red, la televisión I.P., la implantación de la Televisión Digital Terrestre (TDT) o la telefonía como soporte de contenidos televisivos son ya una realidad. El aumento de la oferta de contenidos televisivos propiciados por la progresiva consolidación de estos nuevos soportes y los considerables niveles de consumo en el *target* infantil y juvenil son razones suficientes para hacer una reflexión sobre la televisión y su impacto entre los menores y los jóvenes. No obstante, antes de hacer este análisis conviene no perder de vista en qué medida el impacto y el consumo de los medios están incidiendo en la sociedad ?en general? y, en particular, en los ciudadanos más jóvenes.

Tradicionalmente, los *mass media* han sido definidos como medios transmisores de información. Para comprender su poderosa capacidad de influencia cultural, ideológica y educativa es necesario analizarlos como instrumentos de información y conocimiento que afectan a la organización social y al modo de vida de las sociedades industriales avanzadas. Hoy, actos como oír la radio, leer periódicos, ir al cine, ver la televisión o navegar por Internet suponen ?cada vez más? parte de nuestra vida cotidiana. Esto es algo nuevo para nuestra sociedad. Hasta hace no muchos años, el único referente informativo y de conocimiento para cualquier persona se circunscribía, generalmente, a su entorno natural y social: la ciudad, la familia y el trabajo. La única fuente de conocimiento eran la escuela y las instituciones educativas. Ahora, ese panorama ha cambiado como consecuencia del impacto de las nuevas tecnologías de la información y la proliferación de medios de comunicación.

En la actualidad la influencia de los medios en sectores de la población, como los jóvenes y niños, está provocando un proceso de homogeneización en sus pautas y patrones de conducta cultural, independientemente de las variantes geográficas y sociales de las comunidades a las que pertenecen. Así, la música, las películas, las series de televisión o las marcas de las prendas de vestir son similares en cualquier ciudad del mundo occidental. Probablemente, la globalización de la economía, la multidifusión en los medios de comunicación de estereotipos

Fundación Telefónica
Telefónica

culturales y una mayor abundancia informativa tengan mucho que ver en este fenómeno.

En pleno siglo XXI, cualquier ser humano de las sociedades más avanzadas dispone de tanta información diaria que su saturación provoca consecuencias importantes en sus hábitos y comportamientos. Entre otras, la indiferencia ante el sufrimiento de los demás, debido a la constante ofertas de imágenes y noticias cargadas de tragedia: accidentes, guerras, etc. Esto es especialmente relevante en *targets* particularmente sensibles al consumo catódico, como es el caso de las poblaciones infantil y juvenil.

Algunos teóricos de la comunicación sostienen que la reiterada observación de escenas violentas en televisión repercute sobre los niveles de agresividad en el niño. Numerosos estudios confirman que el alto índice de violencia televisiva interviene como factor determinante en sus conductas violentas. En ellos se viene a concluir que, cuanto mayor sea el tiempo de exposición a programas televisivos violentos, mayor es el riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes.

Otro aspecto importante es la influencia de la televisión en el rendimiento escolar. Numerosos estudios realizados al efecto han demostrado que los alumnos que ven más de dos horas diarias de televisión obtienen rendimientos escolares más bajos. La causa de este hecho se debe al retraso del proceso madurativo y a una menor capacidad de abstracción, cuando existe abuso televisivo desde la edad preescolar. Así lo recoge el profesor Pablo del Río en su «Informe Pigmalión». De hecho, la UNESCO ha llamado la atención en el sentido de que el uso indiscriminado y masivo de la televisión puede resultar peligroso para el aprendizaje del niño, ya que aumenta la pasividad intelectual, le aparta del trabajo escolar y limita su creatividad.

Desde esta perspectiva, también podríamos hablar de otros ámbitos de influencia de la televisión, como ?por ejemplo? la adopción de diferentes formas de conductas sociales o la imitación de modelos consumistas promovidos por determinados protagonistas de programas televisivos. De hecho, de los miles de anuncios que ven los niños al año en televisión, dos terceras partes están relacionadas con alimentos de elevado contenido en calorías, grasas, colesterol, azúcar y sal. Tal vez este tipo de consumo televisivo explique el alarmante grado de obesidad infantil en nuestra sociedad.

Sin embargo, la televisión puede ser un poderoso medio de enseñanza en valores sociales. Los programas televisivos son un formidable instrumento que puede favorecer la educación, la cultura, el ocio, la promoción de la salud y una conducta que impulse la tolerancia, el respeto y la solidaridad. La televisión tiene un potencial que, bien utilizado, puede ayudar a la adquisición de actitudes y estilos de vida positivos e inculcar aspectos sociales y culturales, no sólo para los niños, sino para el conjunto de la sociedad.

La importancia de la televisión para los niños

Según el *Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual*, publicado por el Consejo Audiovisual de Cataluña, está comprobado que ver la televisión es la tercera actividad en

Fundación Telefónica
Telefónica

importancia de los niños y niñas, además de la de dormir y la de asistir a la escuela. Pero, siendo precisos, la televisión ocupa, generalmente, más tiempo que la escuela. En los datos de audiencia registrados en España durante los últimos años, el consumo anual de horas de televisión de un niño de entre 4 y 12 años es de unas 990 horas. En ese mismo periodo ?calculando 5 horas de clase al día, 1 hora de estudio, y multiplicando esas horas por unos 160 días lectivos? se deduce que los menores dedican 960 horas a la escuela.

La educación en televisión se nos presenta, en consecuencia, como un concepto clave para superar este ?divorcio? entre los universos mediático y escolar de los alumnos, ya que la adquisición de habilidades para aprender y enseñar a ver ?por parte de alumnos y profesores? la televisión favorece la conexión de la escuela con el mundo de la calle, acercando este medio ?y por ende, todos los medios de comunicación? a la realidad de las aulas. Es decir, que el mensaje de la escuela y los valores de los programas de televisión dirigidos a la infancia se complementen.

En la misma línea, podemos hablar de la necesidad de propuestas de espacios de educación para el niño en las televisiones. Agustín García Matilla, en un trabajo presentado en el Congreso Hispano-Luso sobre educación y televisión que fue organizado por la Universidad de Huelva en 2005, se refería ?en este sentido? a la experiencia de televisión pública del Reino Unido.

La cadena pública británica ha creado un canal, denominado ?Cbeebies?, diseñado para promover el aprendizaje temprano de los niños en edad preescolar. Este canal se estructura en un bloque de cuatro horas de programación cada día de la semana. La *BBC* cuenta también con una web de gran éxito que, con el título ?Bitesize Revision?, es consultada por casi dos tercios de profesores y estudiantes del Reino Unido.

De igual modo, cabe destacar ?también en *BBC-2*? un espacio titulado ?The Learning Zone? (zona de aprendizaje), que emite programación de los espacios de la Open University (Universidad Abierta), institución que ha inspirado la mayor parte de los modelos de educación a distancia en el mundo y que mantiene una asociación fructífera con la *BBC* desde hace muchos años.

Los contenidos prioritarios

En la actualidad, existe una casi total unanimidad entre educadores, expertos, padres y profesionales de los medios sobre cuáles son los contenidos de riesgo para la audiencia de televisión infantil. Es decir, aquellos que inciden negativamente en la educación de los más pequeños y que, a la larga, pueden constituir un peligro para la sociedad. En este sentido, identifican claramente como contenidos nocivos para el niño aquellos relacionados con el sexismo, la violencia, el racismo y la xenofobia, el consumismo, la pornografía, la apología de las drogas y los juegos de azar y, en general, aquellos contenidos que violan el derecho al honor y la intimidad.

Fundación Telefónica
Telefónica

Por esta razón, es apremiante que desde las televisiones se ofrezca una programación dirigida a los niños y jóvenes que impulse valores universales basados en la tolerancia, la convivencia, la integración social y el respeto a la persona. Las televisiones deben ayudar a los niños y jóvenes en su preparación para la vida social y pública, de acuerdo con los principios democráticos que rigen nuestra sociedad. En definitiva, los programas infantiles y juveniles de televisión han de transmitir valores positivos para la formación física, intelectual, emocional y ética de la población infantil y juvenil.

Fundación Telefónica
Telefónica