

Temas

Los niños y la televisión

Pablo García González

La televisión se ha convertido ya en algo inherente a nuestras vidas. Desde la cuna, los niños toman ya contacto con la pantalla televisiva que impone un estilo y modo de vivir concreto, cuyo centro neurálgico es esta «caja mágica» que atrae y fascina. El autor de este trabajo afirma que para utilizar la televisión, aprendiendo de ella, es imprescindible conocerla, descubriendo sus códigos y mensajes.

La televisión pertenece a los niños porque nacen con ella. Como el *japonesito* del anuncio nace con su cámara bajo el brazo -donde antiguamente los hijos de los campesinos traían el pan- y su primera acción es fotografiar a sus padres con la misma naturalidad y soltura con que fotografiará todo lo que encuentre en el camino de su vida turística, así los niños de la era de la televisión nacen con el televisor encendido en la clínica de maternidad donde vienen al mundo y, al llegar a su casa, encuentran el mismo cuadrilátero luminoso y colorista siempre frente a sus padres. El persistente sonido de la televisión lo dormirá y el mismo monótono sonido lo despertará. Si los bebés conservaran en el consciente las dos primeras imágenes grabadas en su retina, una sería la de sus padres mirándolos embobados, sonrientes y orgullosos, inclinados sobre su cuna, y la otra, la de sus padres sentados delante del televisor. Conforme crecen y son capaces de percibir el ambiente que les rodea, allí encuentran el

televisor. Cuando salen con sus padres a visitar a los abuelos, los parientes o los vecinos, puede que extrañen las casas visitadas, pero en todas ellas, en el mismo destacado lugar, estará la misma *ventanita* mágica del televisor. Cuando sean capaces de gatear y después andar y se pongan pesados o inaguantables, sus papás utilizarán la televisión para entretenerlos, mientras ellos disfrutan de un respiro de sosiego. Es posible, incluso, que no tarden mucho en tener un televisor (acorde con su tamaño, eso sí) en su propio cuarto. Esos niños, a cualquier edad, pasarán más tiempo delante del televisor que en cualquier otra actividad, si exceptuamos las horas dedicadas al sueño. Son los niños de la era de la televisión. «La llegada del nuevo medio tuvo por efecto cambiarles la vida a los niños», dice Vilches¹, un cambio de vida evidente y espectacular, que afecta a toda la sociedad pero que tiene a los niños como protagonistas porque han nacido con y frente al televisor.

1. La visión del mundo de los «teleniños»

Los niños adquieren a muy temprana edad y continuarán completando durante toda su vida una visión del mundo encuadrada por la pantalla de televisión, pero extraordinariamente rica y compleja. Su pequeño mundo próximo, el de su casa y su pueblo o su barrio, ese mundo reducido del que tardaban mucho en salir los niños y jóvenes de las generaciones anteriores, si es que llegaban a salir, y que la escuela tradicional ampliaba, con enorme esfuerzo, mediante los instrumentos de que disponía: la descripción verbal o escrita y las imágenes fijas o estáticas; ese pequeño mundo es ahora sólo referencia de la visión universal que los niños tienen del mundo que perciben por la televisión. Todo el mundo y todos los mundos con su variedad, su enormidad, su grandeza y sus miserias van llegando de forma anárquica, desordenada, a veces traumática, pero siempre subyugante al conocimiento de los niños. El mundo real de los programas informativos, el fantástico de los de entretenimiento y los infantiles, el irreal de los dibujos animados, el fabuloso de los espacios de animales... El mundo real que no tendrán la oportunidad de conocer directamente por falta de tiempo y los mundos inaccesibles a los cinco sentidos, pero a los que podrán llegar mediante la tecnología o la realidad virtual: el microcosmos, el *nanoespacio*, el universo, el interior de los seres vivos... Compárese esa visión cósmica con la idea que conseguían tener del mundo, con no poco esfuerzo, los niños anteriores a la televisión, mediante descripciones de sus padres y maestros y con la ayuda de enciclopedias, literatura, fotografías y grabados. Echeverría² dice que «un individuo puede estar perfectamente pro-

yectado a la universalidad sin haber salido de su estudio», gracias a los multimedia. Y el concepto cobra toda su fuerza cuando lo aplicamos a los niños que han crecido bajo la constante lluvia de información de los programas de televisión. Casi resulta tímida la afirmación de Núñez³ cuando asegura que «actualmente, el conocimiento no se enriquece ni progresa únicamente a través de los conoci-

mientos adquiridos en la escuela por los medios tradicionales de aprendizaje, sino a través del conocimiento de hechos y opiniones que se presentan a través de los medios de comunicación». Podemos aventurarnos a señalar que la televisión sitúa a sus precoces usuarios en un ventajoso puesto de salida en la carrera del conocimiento.

2. Niños y jóvenes en la televisión

Pero los jóvenes no están solo frente al televisor. La sociedad actual se caracteriza por su mitificación de la juventud y de lo joven. La juventud ha dejado de ser la enfermedad que se cura con los años para convertirse en la obsesión de los habitantes del

mundo desarrollado. El mito de la eterna juventud ha salido de la literatura y se ha instalado en la sociedad. La televisión necesita a los jóvenes para difundir su imagen, sus gustos, su habla, sus costumbres... Cientos de horas de televisión se dedican a mostrar la belleza, el amor, el sexo, el bienestar y el triunfo de chicos y chicas, supuestamente reales, pero realmente artificiales que atraen a millones de imitadores en todo el mundo. Con lo que ya no sabemos quién imita a quién. Los y las modelos que la publicidad usa para incitar a la compra de todo tipo de productos son adolescentes bellísimos y deseados. Se utiliza a los

Los mensajes contenidos en los programas de televisión están influyendo en la sociedad, sobre todo en niños y jóvenes, que no sólo no ha sabido aún situar el medio en su lugar, sino que tampoco sabe muy bien qué hacer con él. Por eso el Senado pide que se estudien sus posibilidades educativas.

niños para que los padres adquieran objetos como automóviles, casas, viajes, etc., porque de esa forma sus hijos se sentirán orgullosos y presumirán ante sus amiguitos del colegio. Los creadores de mensajes publicitarios saben que, una vez convencidos los hijos tienen ganada la batalla de los padres. La eficacia de la televisión para difundir con éxito todo tipo de mensajes, no solamente comerciales, y la escasa capacidad de la sociedad, sobre todo infantil y juvenil, para discriminar lo negativo, lo inútil o lo superfluo ha generado una viva polémica que enfrenta a defensores y enemigos de un medio que, en todo caso, está en el centro de nuestras vidas.

3. La televisión en medio de la aldea global

La preocupación que se percibe en la sociedad española por el uso que estamos haciendo de los canales de televisión se ha materializado en el ámbito político con la creación en el Senado, en noviembre de 1993, de la Comisión Especial para el estudio de los contenidos televisivos. El grupo de senadores que solicitó la creación de dicha Comisión lo hizo, entre otras razones, por «los problemas de índole cultural y educativa que ha generado la proliferación de la emisión de programas (...) de la denominada *telebasura*...». El Pleno la creó, entre otros fines, para el «estudio (...) de las posibilidades de la televisión como refuerzo del desarrollo educativo y cultural...» Como puede verse, los mensajes contenidos en los programas de televisión están influyendo en la sociedad, sobre todo en niños y jóvenes, que no sólo no ha sabido aún situar el medio en su lugar, sino que tampoco sabe muy bien qué hacer con él. Por eso el Senado pide que se estudien sus posibilidades educativas y da la clave que puede encauzar una polémica, en la que han predominado los análisis despectivos y hasta satanizadores del medio, en la primera fase del primer informe de la Comisión (*Bole-*

tín del Senado, de 11-4-95): «Las innovaciones tecnológicas son positivas, si lo es el uso que se hace de ellas, uso que depende de los usuarios y no de la técnica misma».

4. Aprender con la tele

No hay usuarios de la televisión, sino grupos o sectores que usan o pueden usar la televisión con variados fines. De todos los grupos posibles, los menos activos son aquellas instituciones que tienen la misión de educar a los niños y a los jóvenes: la familia y la escuela. Ya es un tópico decir que en los hogares la televisión se usa exclusivamente para entretenerse y para entretener a los niños. Y en la escuela, después de más de treinta años de desarrollo de la televisión, sólo algunos profesores mantienen, fuera de programa, talleres de experimentación audiovisual.

Para utilizar la televisión, es imprescindible conocerla. Para utilizarla de cualquier forma: para divertirse con ella o para aprender con sus programas. La escuela será más cómoda y atractiva cuando las imágenes complementen a los libros y a otros instrumentos educativos. Y completará el servicio que le corresponde hacer a la sociedad cuando enseñe a los jóvenes estudiantes a usar la televisión; es decir, a leer, analizar y valorar el lenguaje de las imágenes, que reciben desde que nacen pero que interpretan con dificultad y muchas veces con error.

Pablo García González es director de la «Aventura del Saber», la televisión educativa de Televisión Española (TVE).

Notas

¹ VILCHES, L. (1993): *La televisión, los efectos del bien y del mal*. Madrid, Paidós.

² ECHEVERRÍA, L. (1995): *Cosmopolitas domésticos*. Barcelona, Anagrama.

³ NÚÑEZ ENCABO, M. (1995): en *Vela Mayor*, 5. Madrid, Anaya.