



FLACSO
CHILE
Biblioteca

Documento de Trabajo
FLACSO - Programa Chile
Serie: Educación y Cultura No. 41
Santiago, Septiembre 1993.

B897
EC.41
C.3.

El presente documento es parte de la serie de documentos de la Biblioteca de la FLACSO Chile, que se publica en forma de prensa. Este documento contiene información de carácter general y no debe ser considerado como un estudio de carácter científico. La FLACSO Chile no se responsabiliza por los errores que puedan contenerse en este documento.

BIBLIOTECA
FLACSO
SANTIAGO

15.589.-

S E R I E
Educación y Cultura

La Televisión y los Niños

674

José Joaquín Brunner (*)

(*) Presidente del Consejo Nacional de Televisión, Seminario Corporación de Promoción Universitaria, Santiago de Chile, 20 de agosto de 1993.

Esta serie de Documentos es editada por el Programa de la Facultad Latinoamericana de Ciencias Sociales (FLACSO), en Santiago de Chile. Las opiniones que en los documentos se presentan, así como los análisis e interpretaciones que en ellos se contienen, son de la exclusividad de sus autores y no refleja necesariamente los puntos de vista de la Facultad.

FLACSO
Santiago de Chile

FLACSO - Santiago de Chile

FLACSO - Santiago de Chile

INDICE

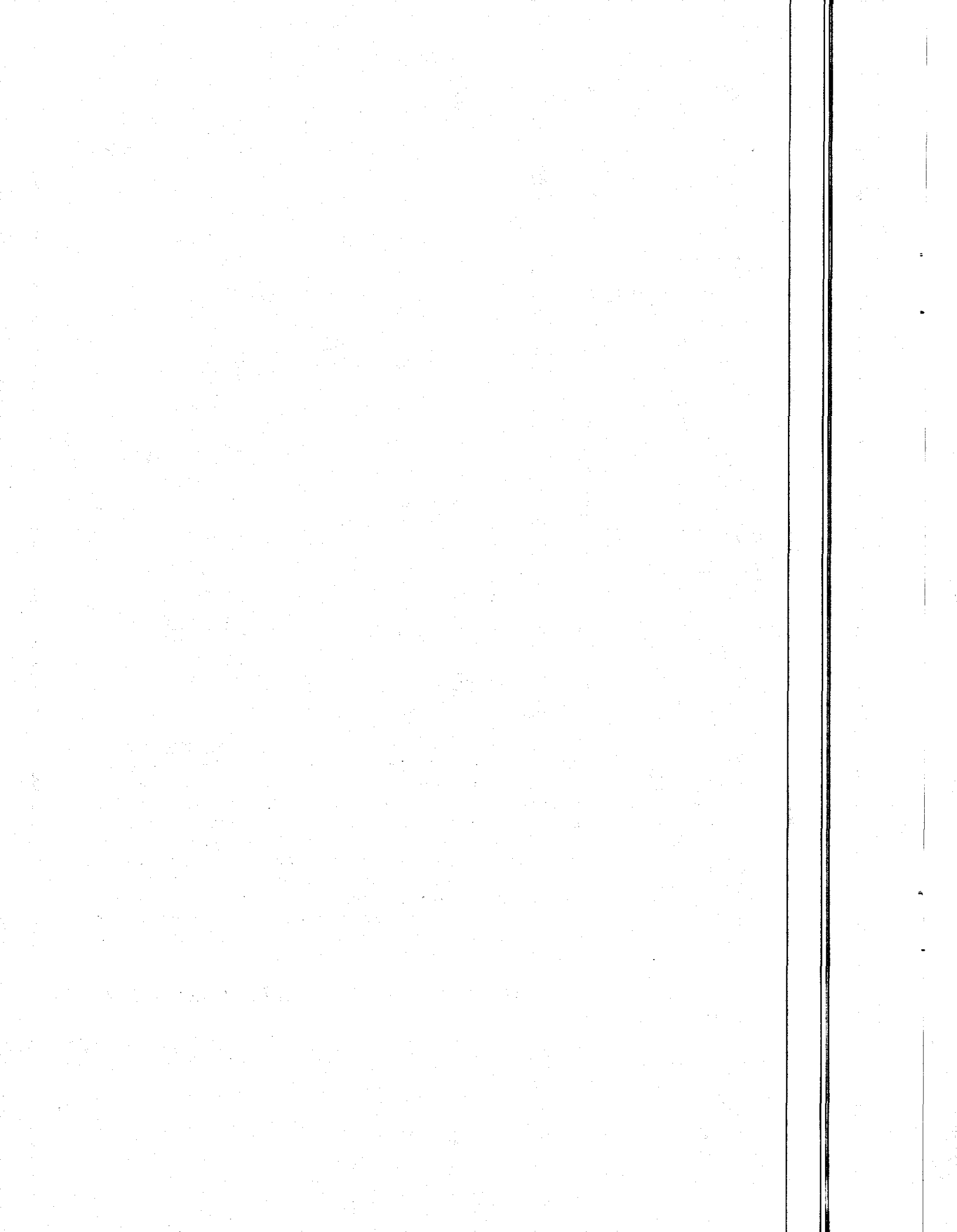
	Página
EL IMAGINARIO INFANTIL	3.
ALGUNAS CONSTATAIONES	7.
MIRAR TELEVISION	15.
LOS EFECTOS DE LA TELEVISION SOBRE LOS NINOS: LA PERCEPCION DE LOS ADULTOS	19.
LOS EFECTOS DE LA TELEVISION SOBRE LOS NINOS SEGUN LOS ESTUDIOS EMPIRICOS	23.
¿DEPENDEMOS DE LOS RESULTADOS DE LAS CIENCIAS PARA ACTUAR?	27.
BIBLIOGRAFIA	31.

U D T O A

307061

"El infierno de los vivos no es algo que será; hay uno, es aquel que existe ya aquí, el infierno que habitamos todos los días, que formamos estando juntos. Dos maneras hay de no sufrirlo. La primera es fácil para muchos: aceptar el infierno y volverse parte de él hasta el punto de no verlo más. La segunda es peligrosa y exige atención y aprendizaje continuos: buscar y saber reconocer quién y qué, en medio del infierno, no es infierno, y hacerlo durar, y darle espacio".

Italo Calvino, Las Ciudades Invisibles.



EL IMAGINARIO INFANTIL

Desde tiempos remotos y hasta hace pocos siglos, los niños crecían en un mundo poblado por las "tres Parcas inmortales": la peste, el hambre y la guerra. La vida misma era corta, brutal y dura. A su alrededor pululaban fantasmas y demonios, y "las brujas volaban de noche en el palo de la escoba o en vehículos más livianos, como espigas o briznas de paja" (Calvino, 1992:39). Recién durante el siglo XVIII "empieza a triunfar la vida sobre la muerte, adelantándose, a partir de entonces, con bastante regularidad, a su adversario" (Braudel, 1984:49). Hasta ese momento, lo efímero de los hijos era un hecho de la demografía. Escribe Montaigne: "He perdido dos o tres hijos en su infancia no sin sentirlo, pero sin gran pena". Los niños sobrevivientes se integraban prontamente a la comunidad de los adultos. Participaban en sus juegos, se mezclaban con ellos; aprendían a su amparo. Se hacían parte de sus fiestas y ritos. Como muestra el gran historiador Philippe Ariès (1973), demoró siglos hasta que la categoría de "niño" o de "niñez" -- tal como hoy la concebimos -- tomara cuerpo y se instalara en nuestra cultura. En Occidente supuso la lenta transformación de la conciencia colectiva por el cristianismo; el surgimiento de la escuela y su gradual extensión; un cambio, al comienzo casi imperceptible, de la sensibilidad de los adultos que acompañó a la caída de las tasas de mortalidad y al retroceso de los males que cotidianamente acechaban la existencia. Con el inicio de la modernidad nuestra cultura se vuelve además urbana. Se seculariza y adopta el racio-

nalismo hasta convertirse al modelo científico de conocimiento. Las costumbres se civilizan, el mundo se "desencanta". Los niños son sujetos a un cuidado cada vez mayor y, además, se transforman en objeto de estudio. Sobre todo, llegarán a ser el punto focal de toda una nueva concepción educativa. En el umbral de nuestra época está el *Emilio* de Rousseau (1762): el niño es concebido como una materia plástica, moldeable que, desde el momento de su nacimiento, debe ser educado en la razón. De su horizonte son expulsados, aunque nunca se logra del todo, los fantasmas, los gnomos, las hadas y los seres diabólicos de antaño. A medida que la cultura asciende en la escala del racionalismo, la tecnificación de la vida y la valoración de lo urbano, el entorno imaginario del niño se vuelve, él también, más racional, tecnificado, planificado. Rousseau interpela a los adultos precisamente en esos términos: "*No seréis árbitro del niño si no lo sois de todo cuanto lo rodea*". Y agrega: "*Mientras que no tiene todavía conocimiento el niño, hay tiempo para disponer todo cuanto se acerca a él, de manera que no se presenten a sus primeras miradas otros objetos que los que le conviene ver*" (p.51). El control de la imaginación infantil jugará en adelante un papel primordial. Pues como apunta Rousseau, la imaginación es la más activa de las facultades virtuales. "*Ella es la que nos marca la medida de las cosas posibles, así en lo bueno como en lo malo*". "*El mundo real tiene límites, el imaginario es infinito; no pudiendo dar ensanche al uno, estrechemos el otro, porque de su diferencia solamente nacen todas las penas que nos hacen infelices en la realidad*" (p.38). Sólo aquellas imágenes que

los padres y adultos seleccionan deben ingresar al círculo que protege la formación imaginaria del niño. Los últimos indicios de conexión con el pasado son finalmente relegados a ciertos relatos que subsisten hasta hoy y que dan testimonio de la época feudal y el universo rural: vida de príncipes y princesas, la bruja mala, la niña tragada por el lobo, el rey cruel, el campesino manco, los gigantes, la carroza del diablo.

De golpe sin embargo, y del modo menos esperado, las cosas cambian. Los seres expulsados por la civilización urbana están de regreso, sólo que ahora bajo otro ropaje. En vez de montar un caballo o un pájaro, ó transportarse en una alfombra voladora, los héroes contemporáneos vuelan en naves interestelares o impulsados por su indumentaria. El mundo infantil vuelve a "encantarse", esta vez por virtud de las imágenes animadas del cine y la televisión. Diariamente, los niños modernos entran en contacto con una nueva generación de brujas, hadas, tortugas guerreras, hombres arañas, mujeres maravilla, animales parlantes, máquinas asesinas y seres extraterrestres, etc. Su imaginación queda expuesta, de una forma sin precedentes en la historia, a la industria de la comunicación audiovisual. *"La sociedad contemporánea, mucho más que todas las que la han precedido, es icónica. En una sola jornada, el niño de hoy en día ve centenares, incluso millones, de imágenes: carteles en el metro o en las calles, historietas, libros escolares suntuosamente ilustrados, cine a veces, televisión todas las noches. Lo imaginario ya no funciona a partir de enunciados transmitidos*

oralmente o por escrito sino a partir de la ola --la metáfora no es excesiva-- de imágenes vertidas por los media" (Vincent, 1991:192).

No debiera sorprender, por lo tanto, que los adultos estemos en medio de una gran impresión. Incluso más: confusión. Recién empezamos a reaccionar ante este nuevo y masivo fenómeno: el retorno de un bestiario que creíamos desterrado para siempre de los dominios de la razón e, incluso, de la formación imaginaria de los niños. En efecto, en medio del torrente de imágenes que rodean a nuestros hijos hay muchas que son horribles, inquietantes, amenazantes, violentas, duras, impúdicas, crueles, feas, inútiles o destructivas. Las "Parcas inmortales" parecen haber revivido en medio del hogar moderno y nosotros sentimos haber perdido la capacidad de controlar la formación del imaginario infantil. Naturalmente, nos atemoriza que toda esa imagería que entra por la ventana del televisor pudiera afectar a nuestros niños y provocarles un daño.

Con todo, solemos movernos en este terreno impulsados más por esos temores, y por ciertos prejuicios, que con información y argumentos basados en conocimientos sólidamente fundados. Por eso, quizá, no hayamos avanzado demasiado ni podamos ponernos de acuerdo respecto de qué es lo que nos inquieta y cómo podemos abordar estas cuestiones. En lo que sigue procuro reflexionar sobre ellas ofreciendo, a título estrictamente personal, algunas consideraciones que espero ayuden al debate y sirvan para diseñar posibles cursos de

ALGUNAS CONSTATAIONES

Para evitar confusiones, debiéramos partir a mi juicio por preguntarnos qué televisión ven los niños de la Región Metropolitana, a qué hora ven y cuáles son sus preferencias ^{1/}.

1ª constatación: Los menores consumen de preferencia una programación similar a la que consumen los adultos. Desde los inicios de la investigación sobre la televisión se ha verificado esta observación. Uno de los primeros estudios dedicados al tema --el de Himmelweit, Oppenheim y Vance (1958), realizado en Gran Bretaña-- señala que los niños ven con placer programas destinados a todo público. En el caso de Chile, al tomar el período de un mes, entre el 10 y el 28 de marzo de 1993, se observa que de los 30 programas más vistos por los niños entre 5 y 9 años, un 50% corresponde a películas, un 17% a programas deportivos, un 10% a series, un 10% a shows, un 7% a telenovelas, un 3% a programas religiosos y un 3% a programas informativos. Sólo un 10% de los

^{1/} Los datos que se entregan a continuación han sido procesados a partir de la información proporcionada por TIME-People Meter. Agradezco a Germán Mancilla su elaboración inicial. Incluso con las limitaciones técnicas y estadísticas que pudieran tener los datos presentados, sin duda forman la base más sólida de información existente para estudiar comportamientos y tendencias de la audiencia infantil. Puede alegarse que los datos del People Meter subestiman la audiencia infantil, pues podría ocurrir que ciertos niños estén viendo televisión junto a sus padres o los adultos del hogar y no aparezcan por tanto registrados por el People Meter. Sin embargo, en ese caso debe suponerse que miran la televisión con asentimiento de esos adultos.

programas favorecidos por los niños estaban expresamente dirigidos a la audiencia infantil.

En el caso de los niños de 10 a 14 años ocurre un fenómeno similar. De entre los 30 programas más vistos durante el mismo mes, un 63% correspondió a películas, un 23% a programas deportivos, un 7% a shows, un 3% a artes y espectáculos (incluyendo programas de videoclips) y un 3% a telenovelas. De las 19 películas incluidas, 9 poseían contenidos variables de violencia y una tenía calificación para mayores de 21 años. Ninguno de los 30 programas tenía una expresa focalización en audiencias infantiles.

Vale la pena señalar, asimismo, que en ambas audiencias --de 5 a 9 y de 10 a 14 años-- hay 15 preferencias en común dentro de las 30 de mayor audiencia en cada grupo etario.

2ª constatación: Dada la alternativa de un programa típicamente infantil y opciones de programas para todo público a la misma hora, los niños de 5 a 9 años no manifiestan preferencia por el programa infantil. Para analizar este aspecto, elegimos el bloque horario entre 15:30 y 17:00 horas en que uno de los canales metropolitanos transmitía de lunes a viernes, en marzo pasado, un programa típicamente infantil. Su rating acumulado durante esos 5 días fue de 7,5 puntos. Los demás

cuatro canales sumados tuvieron una audiencia infantil equivalente a 47,5 puntos acumulados durante el mismo período. Los niños prefirieron, en otras palabras, mirar una serie familiar (22,5 puntos acumulados), una telenovela (10 puntos acumulados), un programa de servicio público (10 puntos acumulados) y una serial tipo western de aventura (5 puntos acumulados). En otras palabras, incluso en horarios que se presumen de audiencia infantil, los niños más pequeños prefieren ver programas para todo público.

3ª constatación: Los niños de 5 a 9 años miran televisión a lo largo del día y, una minoría, hasta después de las 22 horas. Si se considera la distribución de la audiencia efectiva de este grupo de edad por tramos de horas, entre el 19 y el 28 de marzo pasado, de lunes a viernes, se verá que un 22% de la audiencia mensual se ubica entre las 8 y las 13 horas, un 20% entre las 14 y las 17 horas, un 32% entre las 18 y las 21 horas, y un 26% después de las 22 horas. Si se analiza la distribución del *rating promedio* por hora a lo largo de los días lunes a viernes, para la audiencia de 5 a 9 años, se verá que el mayor *rating promedio* --en torno a 6 puntos-- ocurre justo antes de las 21 horas, para luego caer a la mitad y mantenerse ahí hasta cerca de la una de la madrugada. De hecho, de las 15 películas ubicadas entre los 30 programas más vistos por los niños de 5 a 9 años durante el mes de

marzo pasado, 12 de ellas empezaron a ser transmitidas entre las 21:30 y las 22:00 horas; 2 se ubican en la franja horaria entre 19:00 y 21:00 horas y sólo una se transmitió en el horario de las 16:00 horas.

En el caso del grupo de edad entre 10 y 14 años, de los 30 programas más vistos, sólo 5 empezaron a emitirse antes de las 21 horas. En este grupo de edad, un 33% del promedio de audiencia mensual en días laborales se ubica en el horario de 18 a 21 horas y un 28% en el horario de 22 horas en adelante. Como en el caso del grupo de los menores, el rating promedio más alto se produce entre las 20 y las 21 horas, para disminuir después de las 22 horas y mantenerse en torno a dos puntos hasta pasado la medianoche.

En conclusión, un sector importante tanto de los niños menores como los niños mayores miran televisión en horarios cuando sus padres, o algún adulto, se encuentran en el hogar. Cabe presumir, por lo tanto, que miran televisión junto a sus tutores o, en cualquier caso, con la anuencia de éstos o, en el peor de los casos, a "vista y paciencia" de ellos.

4a constatación: Un promedio de 1 de cada 5 niños entre 5 y 9 años de edad permanece frente a la pantalla después del noticiero central de los respectivos canales metropolitanos. Así

podimos establecerlo al estudiar el rating infantil de este bloque horario, de lunes a viernes, durante una semana de marzo de 1993. En promedio, dicho rating sumado de los cinco canales alcanzó a 20,2 puntos diariamente, lo que representa alrededor de 80 mil niños de ese grupo de edad cada día. Es interesante constatar, en este caso, que la distribución diaria del rating infantil por canales sigue un patrón similar de distribución de los rating por canal de los adultos, lo cual permite especular que las preferencias de los niños expresan una semejante mezcla de "lealtad" hacia determinados canales y de sensibilidad hacia la oferta programática, con su cuota de cambio y "zapping".

Las conclusiones de este estudio se detallan en el anexo B.

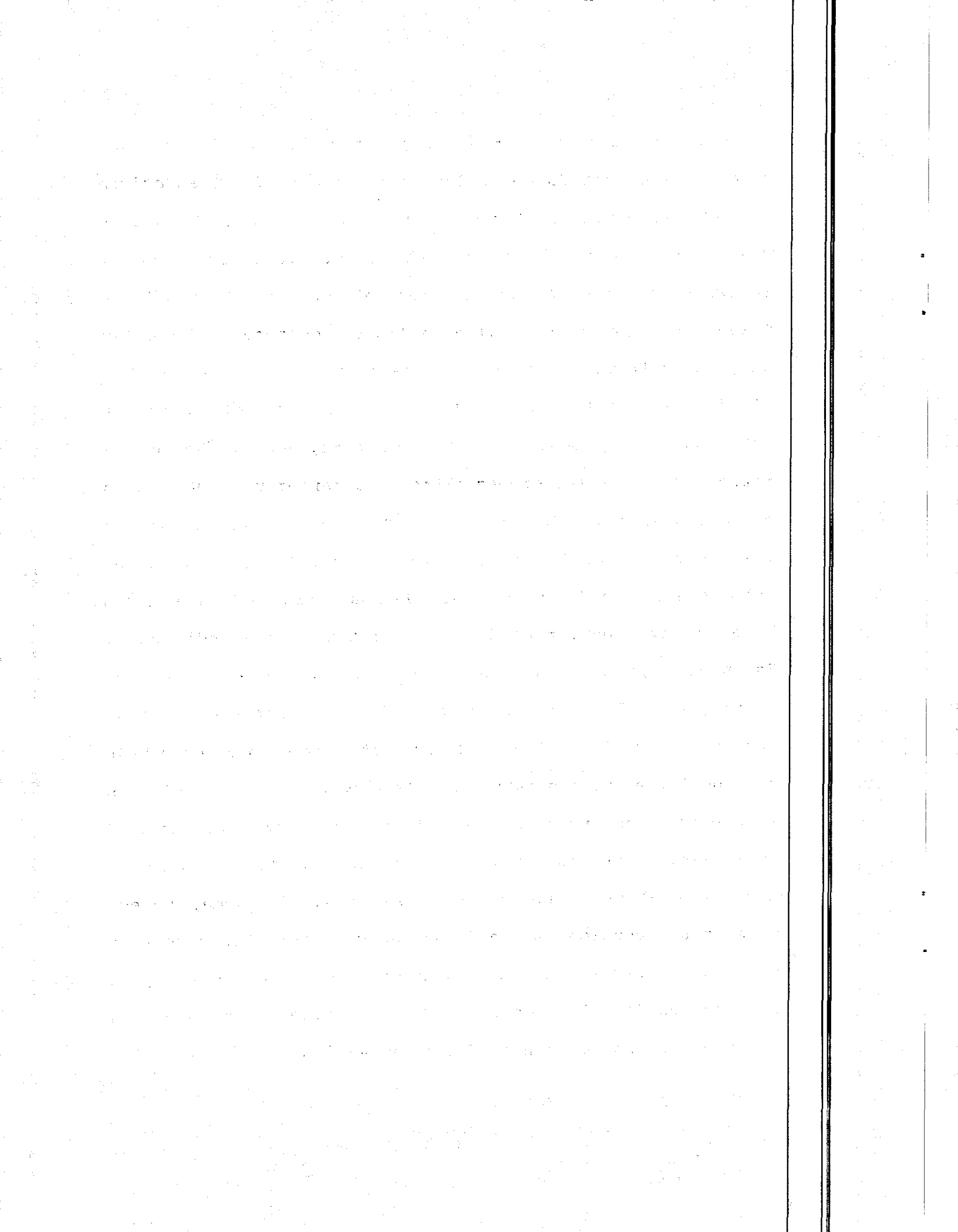
5ª constatación: Los programas de mayor atracción en la audiencia infantil, nunca superan a uno de cada 6 niños del respectivo grupo de edad. Según los datos del mes de marzo pasado que venimos empleando, se constata que únicamente los 2 programas de mayor audiencia infantil --entre los 30 registrados-- tuvieron cerca de 15 puntos de rating en el grupo de 5 a 9 años. Sólo los 7 primeros alcanzaron un rating superior a 10 puntos. De ellos 5 son películas, 1 es un programa deportivo y el otro un programa religioso dedicado a Sor Teresita de los Andes. En el grupo etario de 10 a 14 años, 23 de los 30 programas preferidos por este grupo obtuvieron un rating superior a 10 puntos, alcanzando sólo los dos primeros un

rating de alrededor de 16 puntos. Entre los siete programas más vistos, 5 corresponden a películas y 2 a programas deportivos 2/.

63 constatación: Los niños de 5 a 9 años consumen, en general, una dosis de programas con elementos variables de violencia; no los prefieren, pero tampoco los rechazan. En efecto, si se toma el subconjunto de las 15 películas favorecidas durante el mes de marzo pasado por este grupo de edad, 7 --o sea, la mitad-- poseían elementos variables de violencia. Con todo, ninguna de esas películas fue analizada por el Consejo Nacional de Televisión por estimarse que pudieran contener elementos de "violencia excesiva". En cambio, una película que durante ese mismo período sí fue examinada por el Consejo por ese concepto tuvo una audiencia alta entre los niños del grupo de edad entre 10 y 14 años.

2/ Los rating mencionados, que pudieran considerarse modestos en los respectivos grupos de edad, se entienden mejor si son relacionados con el porcentaje de televisores apagados, sobre el total, en los diversos bloques horarios a lo largo del día. Carecemos de esta información para el mes de marzo pasado. Sin embargo, si se analiza la audiencia televisiva de un día lunes de julio de 1993, se verá que ese determinado día en el bloque matinal el porcentaje de televisores apagados correspondió a un 89,2% de los hogares; en el bloque del medio día, a un 81,7%; en el bloque entre las 13:30 y 15:59 horas, a un 72,2%; en el bloque vespertino a un 69,3%; en el bloque de las teleseries, a un 54,7%; en el bloque de noticias, a un 46,9%; en el horario de la primera serie a partir de las 21:30 horas, a un 49,6%; en el horario de la segunda serie a un 54,0%, y en el bloque de trasnoche, a un 75,5% de los hogares.

72 constatación: Los niños atienden a programas con contenidos variables de violencia con relativa independencia de su origen social. Para fundamentar esta afirmación hemos analizado la distribución por estrato social de la audiencia infantil respecto de seis películas que el Consejo Nacional de Televisión ha examinado últimamente, por contener todas ellas un grado alto de violencia. Si se suma el rating de audiencia de los estratos alto y medio alto, por un lado, y de los estratos bajo y medio bajo por el otro, en tres casos el rating sumado de los grupos altos es superior y en tres casos el de los grupos bajos es mayor. Sin embargo, en el caso de las dos películas de más alta audiencia entre los niños, en ambos casos el rating comparado de los estratos bajo y medio bajo es muy superior al de los estratos alto y medio alto. Es interesante observar que, en el grupo de 10 a 14 años, en cambio, en todas las películas analizadas, con excepción de una, el rating de audiencia de los estratos bajo y medio bajo es superior al de los estratos alto y medio alto. También es interesante observar que en el caso de tres de estas 6 películas, el rating total del grupo de edad de 5 a 9 años es mayor que el del grupo de 10 a 14 años. En suma, parece necesario investigar más a fondo las características de edad y de origen social, así como los niveles educacionales y de integración familiar, de los grupos de niños más propensos a mirar programas con contenidos de violencia.



MIRAR TELEVISION

Déjenme decir ahora, brevemente, un par de cosas sobre la manera cómo ven televisión los niños. Solamente en los países industriales existen estudios empíricos o etnográficos a este respecto; en cambio, en nuestro medio, no existe conocimiento a este respecto. En general, se ha podido establecer que "mirar" TV es un proceso complejo. Ser telespectador, en efecto, es una experiencia cultural nueva, completamente distinta y aparte de aquellas determinadas por otros géneros culturales. Como dice Twitchell (1992:195), "no 'miramos' programas de televisión; seleccionamos, degustamos, elegimos, rechazamos y consumimos partes y pedacitos". Flujos ininterrumpidos de imágenes --a un ritmo de 25 por segundo-- cruzan la pantalla y nosotros nos sumergimos allí, buscando algo que capte nuestra imaginación, que tenga la capacidad de retenerla por unos segundos, minutos o horas, que nos parezca atendible o entretenido, o que nos proporcione satisfacción a un deseo momentáneo: recibir información, ver una película, seguir por un instante un debate político, conocer la suerte que corre un personaje de la telenovela, etc. Usualmente, el telespectador sigue dos o más "programas" a la vez, actitud que se intensifica a medida que aumenta la oferta de canales. La televisión es un género cultural de tiempos comprimidos y yuxtapuestos, a diferencia de la escuela, cuyo tiempo es extenso y pautado por ciertas regularidades (las materias, los horarios, las secuencias, los periodos, las pruebas y exámenes). Es una actividad de baja

intensidad y de atención intermitente. Por eso mismo, dice poco la estadística general que afirma que la gente ve en promedio dos, tres o cuatro horas de televisión. Pues, ¿qué significa "ver", "atender" o "mirar" dentro de este nuevo género cultural? Los patrones de comportamiento del telespectador son poco conocidos en general. Ni se sabe cuanta atención demandan diversos tipos de programas televisivos ni se conoce con exactitud cuanta atención efectiva le prestan distintos tipos de públicos. Las relaciones entre atención efectiva y memoria al interior del género televisivo son menos conocidas aún. Menos todavía lo son los posibles efectos de este "mirar" sobre las actitudes del observador. Usualmente la gente enciende el televisor, como el computador, a partir de un programa preferido, un "canal-de-anidación". Desde ahí inician complejos movimientos migratorios, que los angloamericanos suelen llamar "video-grazing" o "video-surfing". Hay un tiempo inicial de prospección de canales, en la búsqueda de imágenes-gancho (Chagall, 1981:48). Estas varían según los individuos, el momento del día, el estado de ánimo, el grupo de espectadores, los deseos, los niveles de cansancio, la época del año, la oferta de programas existente, etc. Incluso, una vez que se atrapan esas imágenes-gancho, nada asegura que el espectador se quedará fijado en un mismo programa por mucho tiempo. Quien posee un control remoto de selección de canales tenderá a emigrar y regresar más frecuentemente ("zapping"). En Estados Unidos, según una encuesta de televidentes, *"sólo un cuarto de los encuestados señala no poseer un control remoto. Entre quienes lo poseen, 30% intenta mirar dos*

o más programas a la vez, ya sea ocasionalmente o la mayor parte del tiempo. Mientras una mayoría de americanos (54%) señala tener un programa específico en mente al encender el televisor, un número significativo (37%) afirma que les gusta meramente revolotear en torno al dial" (Lipton, 1990:11-15). Pronto, muchos receptores de televisión vendrán con pantallas divisibles, permitiendo abrir varias "ventanas" simultáneas para mirar distintos canales a la vez. Desde los años 1960, además, se insiste en el hecho que la gente "usa" la televisión con distintos propósitos y de distintas formas. Por ejemplo, en un clásico estudio norteamericano de comienzos de los años 1970, se establecía que sólo una tercera parte de los programas se veían completos. Además, allí donde se ha filmado a las familias mientras están en el proceso de mirar televisión, habitualmente se ha concluido que "éstas hacían innumerables cosas mientras estaban expuestas a un programa en pantalla" (Vilches, 1993:43).

En el caso de los niños, ¿ocurre acaso algo muy distinto de lo descrito? Hasta donde es posible especular sobre la base de anécdotas e información parcial, parece que la manera de mirar televisión de los niños no se aparta demasiado del modelo descrito. Los niños juegan con la televisión. Siguen los programas con atención intermitente. Miran algunas emisiones con interés, otras los aburren. Suelen mirar acompañados con sus pares, a veces con sus padres. Mucho depende de si en el hogar hay uno o más televisores. Allí donde sólo hay uno, los adultos --uno o ambos-- suelen determinar

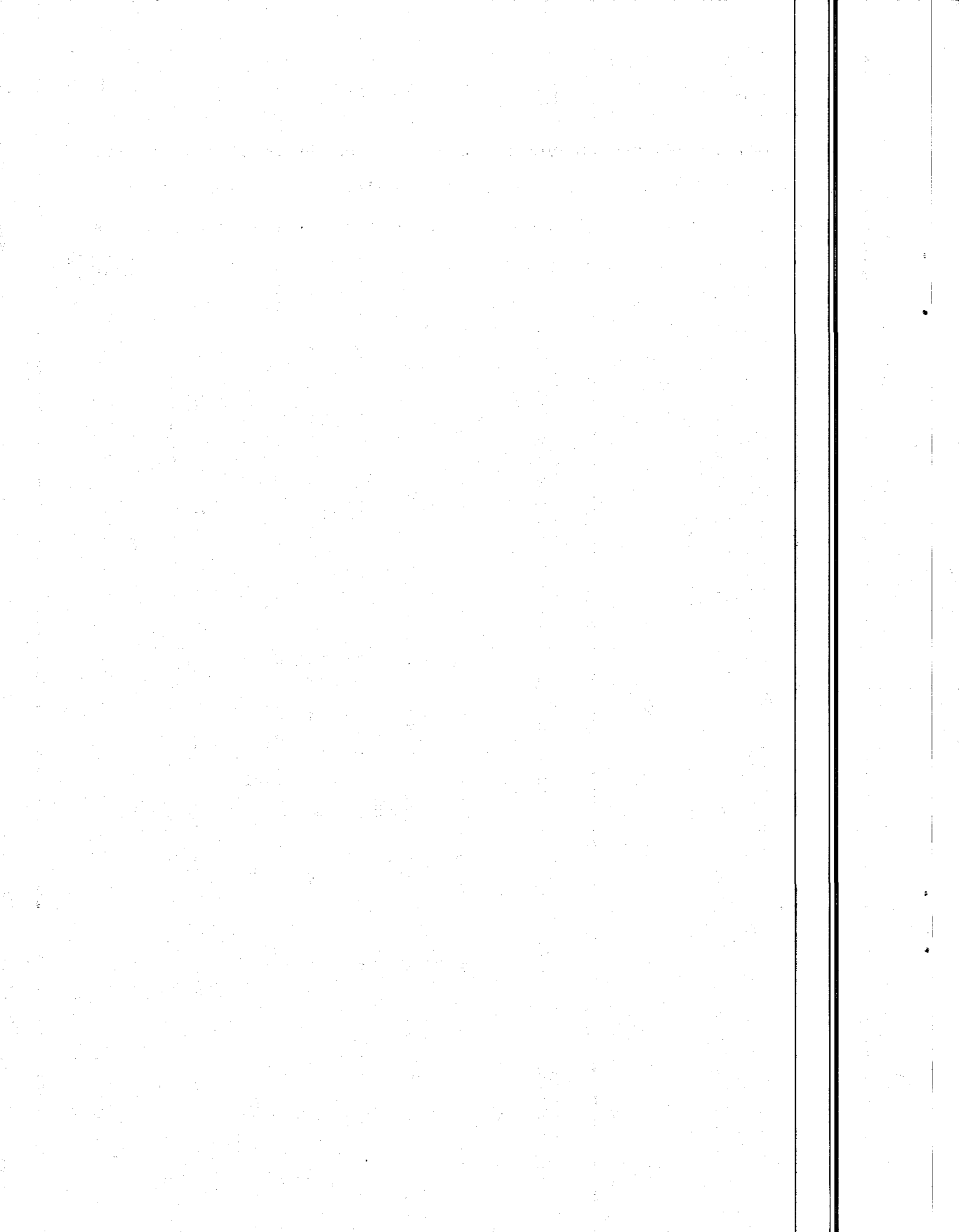
qué es lo que se ve después de las 20 horas. Allí donde no hay televisión, los niños ni muestran una mayor propensión a la lectura ni sustituyen necesariamente el tiempo por actividades culturalmente significativas. (Cumberbatch, 1989: 10, 11).

LOS EFECTOS DE LA TELEVISION SOBRE LOS NIÑOS: LA PERCEPCION DE LOS ADULTOS.

Habiendo constatado lo que ven de preferencia los niños y revisado cómo la gente mira la televisión, podemos abocarnos ahora al tema más espinudo de los efectos de la televisión sobre los más pequeños. La información disponible en Chile, a diferencia de lo que ocurre en otros países (Vilches, 1993) es escasa. Sin embargo, podemos beneficiarnos aquí de los estudios cualitativos realizados por el Consejo Nacional de Televisión sobre esta materia. ¿Qué nos enseñan los *focus-group* que el Consejo emplea sistemáticamente para conocer las percepciones y opiniones de la gente sobre la televisión, sus programas y efectos? A comienzos del presente año se buscó indagar sobre la "percepción de los padres respecto del consumo televisivo de sus hijos" (Consejo Nacional de Televisión, 1993). En relación a los más pequeños, entre 3 y 6 años, "existe consenso en cuanto a la atracción que la televisión despierta en los niños". De allí que los padres, especialmente de sectores altos y medios --y, sobre todo los profesionales-- expresen preocupación por los posibles efectos nocivos de la televisión. Según los padres, el consumo televisivo de los más pequeños alcanza en promedio a alrededor de 3 horas diarias, aumentando los fines de semana y durante las vacaciones. Los padres consideran en general que no es posible impedir que sus hijos vean televisión. Incluso, consideran contraproducente intentarlo. Sin embargo, tratan de controlar lo que ellos ven. En los sectores medio-altos y altos se quisiera apartar a los niños pequeños de escenas violentas y

truculentas. En los estratos medio-bajos y bajos la preocupación mayor expresada es en relación a los programas con contenidos sexuales. Existe una prevención compartida respecto de noticias y reportajes que pudieran contener escenas crudas de la vida diaria. En cuanto a los efectos de la televisión, la primera y más espontánea reacción de los padres es destacar aquéllos que son evaluados como negativos. Entre éstos, en primer lugar, se menciona el de incentivar el deseo de consumo por parte de los niños. Otro efecto nombrado es que los niños sentirían temores y tendrían alteraciones del sueño, especialmente con imágenes satánicas y películas de terror. Se considera asimismo que tales imágenes permanecerían largo tiempo en la memoria de los niños. También se estima que los niños reproducen conductas agresivas, pero que éstas serían pasajeras. Por último, los padres advierten una pérdida de iniciativa de parte de los niños expuestos durante largos períodos a la televisión. Por el lado positivo, los padres consideran la imitación de cantos y bailes de los shows infantiles pues se estima que eso ayuda a desarrollar la personalidad; el refuerzo que obtienen los niños para ejercer conductas ecológicamente cuidadosas, y se menciona asimismo una cierta aceleración de los procesos de aprendizaje y entendimiento. También se destaca que la televisión ayuda a veces a estimular cierta sensibilidad y emocionalidad de los niños, al recrear dramas de la vida cotidiana o ciertos eventos históricos.

En suma, la evaluación que los padres hacen de la televisión que ven sus niños es crítica pero balanceada. Se destacan efectos percibidos como negativos pero se cree que la televisión produce también ciertos efectos positivos.



LOS EFECTOS DE LA TELEVISION SOBRE LOS NIÑOS SEGUN LOS ESTUDIOS EMPIRICOS.

Los primeros estudios de largo aliento realizados sobre este tema datan de alrededor de 1960. En uno de los más citados se concluye lo siguiente. Que "para algunos niños, y en determinadas condiciones, cierta televisión es perjudicial. Para otros niños en las mismas condiciones, o para los mismos niños en otras condiciones, puede ser beneficiosa. Para la mayoría de los niños en la mayoría de las condiciones, la mayor parte de la televisión no es, probablemente, perjudicial ni beneficiosa de una forma especial" (Schramm, Lyle and Parker, 1961:13). Más tarde, en un muchas veces mal citado Informe al Surgeon General de los Estados Unidos, el Advisory Committee on Television and Behaviour, en una publicación que cubre 7 volúmenes y más de 2000 páginas, establece que de los estudios realizados, unos experimentales y los otros basados en encuestas, se desprenden conclusiones convergentes en tres órdenes de cosas: "una indicación preliminar y tentativa de la existencia de una relación causal entre ver televisión en la pantalla y comportamientos agresivos; una indicación de que cualquiera relación de ese tipo causal opera solamente en el caso de ciertos niños (que están predispuestos a ser agresivos); y una indicación de que solamente opera en ciertos contextos". (*Television and Growing Up, Report to the Surgeon General, 1971:11*). Diez años después de producido este Informe, el mismo fue revisado y puesto al día (*Television and Behavior: Ten Years of Scientific Progress and Implications for the Eighties, 1982*). En la sección dedicada

al tema de la relación entre violencia televisiva y agresividad del comportamiento, se señala en la introducción que *"la plena autenticidad del efecto --ni qué decir de su poder-- sigue estando abierta a honesta disputa"*. Concluye, asimismo, que *"extensas investigaciones empíricas, realizadas por la Comisión y por otros, no proporciona evidencias de que la exposición a materiales sexuales explícitos juegue un rol significativo en la causación de daños individuales o sociales tales como crimen, delincuencia, desviación sexual o no sexual, o disturbios emocionales severos"*.

A pesar de las conclusiones exhibidas, hay un gran número de investigaciones realizadas en los países desarrollados --que provienen del campo de la psicología, la psiquiatría y la sociología-- que parecen indicar precisamente lo contrario. Según un autor británico, probablemente tres cuartas partes de los estudios llevados a cabo durante los años 1970 y 1980 concluyen, en general, que *la violencia en los media causa violencia en la sociedad* (Cumberbatch, 1989:32). *"Sin embargo, agrega el mismo autor, en la mayoría de los aspectos la investigación ha sido inadecuada y, si se la examina de cerca, simplemente no apoya las conclusiones que de ellas obtienen los comentaristas"*. De paso, observa que la introducción de todos los modernos medios de comunicación ha dado lugar a similares preocupaciones sobre sus potenciales efectos negativos. El propio Rousseau, que antes citábamos, ataca en su *Emilio* la lectura de fábulas para distracción o aprendizaje de los niños; indica que es fácil observar que *"al hallarse en estado de*

hacer aplicación de ellas, (los niños) casi siempre la hacen contraria de lo que es el ánimo del fabulista; y en vez de enmendarse del defecto de que quiere éste curarlos o preservarlos, se inclinan a amar el vicio con que se saca ventaja de los defectos de los demás" (p.69). Reacciones similares se produjeron cuando apareció la escritura, cuando se popularizó la lectura, cuando se quiso volver obligatoria la educación primaria, y lo mismo ocurrió con el adevnimiento de la radio y del cine.

En suma, la gran mayoría de los estudios realizados sobre el potencial efecto negativo de la pantalla de televisión sobre los niños sencillamente no permite extraer conclusiones consistentes (Vilches, 1993), prestándose en cambio para una gran confusión y manipulación de los datos si acaso no se realiza un esfuerzo de extremo rigor científico a la hora de comentar los resultados de esos estudios.

THE UNIVERSITY OF CHICAGO

PHYSICS DEPARTMENT

5300 SOUTH CAMPUS DRIVE

CHICAGO, ILLINOIS 60637

TEL: 773-936-3700

FAX: 773-936-3700

WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

ADMISSIONS OFFICE

5300 SOUTH CAMPUS DRIVE

CHICAGO, ILLINOIS 60637

TEL: 773-936-3700

FAX: 773-936-3700

WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

ADMISSIONS OFFICE

5300 SOUTH CAMPUS DRIVE

CHICAGO, ILLINOIS 60637

TEL: 773-936-3700

FAX: 773-936-3700

WWW.PHYSICS.UCHICAGO.EDU

ADMISSIONS OFFICE

5300 SOUTH CAMPUS DRIVE

CHICAGO, ILLINOIS 60637

TEL: 773-936-3700

¿DEPENDEMOS DE LOS RESULTADOS DE LAS CIENCIAS PARA ACTUAR?

No cabe duda que es mejor actuar con información que sin ella; con conocimientos válidamente producidos que sobre la base de intuiciones o prejuicios. Sin embargo, en materias de regulación de la televisión no necesitamos esperar más para actuar, pues las fuentes de la acción no son sólo los conocimientos y la información sino una serie de otros factores, tales como: los valores que queremos preservar, los modelos que preferimos, la sensibilidad manifestada por el público y, en general, el tipo de cultura televisiva que queremos desarrollar. De hecho, una deficiencia de la mayoría de los estudios sobre efectos de la televisión es que, a la hora de formular y decidir políticas, suelen ser en extremo parcos, poco contundentes y escasamente iluminadores.

¿Qué podemos pedir a la TV en relación con los niños? Antes que todo, una selección cuidadosa de sus programas, particularmente entre las 20 y 22 horas. Segundo, una mayor información al público sobre la naturaleza de los programas que se transmiten, con indicación en pantalla de aquellos que no requieren, por cualquier motivo que sea, una audiencia de criterio formado. Creo que los canales están realizando un serio esfuerzo en esta dirección. A este mismo respecto cabe observar que los canales usualmente anuncian en pantalla sus mejores programas más llamativos, como suele ocurrir con las pelícu-

las, transmitiendo en horarios de todo público sinopsis o apoyos que suelen condensar en pocos segundos algunas de las escenas "más fuertes" del programa anunciado. Esta práctica podría fácilmente corregirse. Tercero, cabe esperar de parte de los canales una estricta observancia del "umbral horario" de las 22 horas, no sólo en relación a la emisión de películas clasificadas como para mayores de 18 años y la transmisión de publicidad de bebidas alcohólicas y tabacos sino, en general, respecto de cualquiera programación televisiva que suponga un público de criterio formado. Más importante que todo es que los canales decidan con rigor a la hora de transmitir películas con contenidos de violencia, limitando en lo posible la emisión de programas de escaso valor que suelen comprender escenas de una gran inhumanidad.

¿Qué podemos y necesitamos hacer nosotros los adultos, los padres de familia? Ejercer decididamente nuestra autoridad en la selección de programas, aunque no podamos llegar al extremo de ser árbitro del niño a través de "controlar todo cuanto lo rodea", como quería Rousseau. Lo anterior no excusa el mirar, además, de manera más frecuente la televisión con nuestros hijos y conversar más seguida y seriamente con ellos sobre lo que ven en la pantalla. Asimismo, cabe asumir a los padres la responsabilidad que tienen sobre la exposición de los niños a la pantalla con posterioridad a las 22 horas.

También pueden impulsar a la escuela a adoptar una actitud más educativa frente a la televisión, de modo de reforzar una actitud reflexiva frente a este medio.

Finalmente, ¿qué podemos esperar del Consejo Nacional de Televisión? Una actitud vigilante en relación a la programación transmitida en horario para todo público y un seguimiento atento y permanente examen del bloque horario más visto por los niños, entre las 20 y las 22 horas. Además, un esfuerzo serio por estudiar --y promover investigaciones-- sobre los efectos de la televisión en los niños. También cabe al Consejo definir y dar a conocer criterios de orientación en materias particularmente delicadas, como la transmisión de programas televisivos con contenidos de violencia. Creo que el documento recientemente hecho público por el Consejo a ese efecto tuvo, en general, una positiva acogida no sólo de parte de los canales sino además de los medios de comunicación y de la opinión pública. Adicionalmente, corresponde al Consejo dictar normas para impedir efectivamente la transmisión de programas con contenidos de violencia excesiva, pornografía, truculencia y participación de niños y adolescentes en actos reñidos con la moral o las buenas costumbres. El Consejo está abocado a esto. En general, el Consejo puede contribuir, a través de todos los medios que la ley pone a su disposición, a fomentar un debate reflexivo e informado sobre

estas materias, de modo que todos los actores del campo televisivo asuman sus propias responsabilidades en el mejor nivel que sea posible.

En suma, pienso que sólo mediante una adecuada autoregulación de la industria televisiva, en que participen responsablemente los padres de familia, los canales y el Consejo, en el contexto de una opinión pública bien informada y activa, podremos avanzar en la dirección de crear una cultura televisiva que sea digna de nuestra aspiración de dar a las futuras generaciones un mundo en que valga la pena vivir.

BIBLIOGRAFIA

- Ariès, Philippe* (1973), *Centuries of Childhood*; Penguin Books, Harmondsworth, England.
- Braudel, Fernand* (1984), *Civilización Material, Economía y Capitalismo. Siglos XV-XVIII; Vol.1, Las Estructuras de lo Cotidiano*. Alianza Editorial, Madrid.
- Calvino Italo* (1992), *Seis Propuestas para el Próximo Milenio*. Ediciones Siruelas, Madrid.
- Calvino, Italo* (1988), *Las Ciudades Invisibles*. Minotauro, Buenos Aires.
- Chagall, David* (1981), "Reading the Viewer's Mind". *TV Guide*, November 7.
- Consejo Nacional de Televisión* (1993), "Percepción de los Padres del Consumo Televisivo de sus Hijos"; Estudios Cualitativos de Audiencia, Informe NQ3.
- Cumberbatch, Guy* (1989), *A Measure of Uncertainty. The Effects of the Mass Media*; John Libbey, London-Paris.
- Lipton, Michael* (1990), "What You Want to See in the New Decade". *TV Guide*, January 20.
- Rousseau, Juan Jacobo* (1762), *Emilio o de la Educación*; Editorial Porrúa, S.A., México, (1972).
- Schramm, W., Lyle J., & Parker E.B.* (1961), *Television in the Lives of our Children*; Stanford University Press, Stanford, California.
- Twitchell, James B.* (1992), *Carnival Culture. The Trashing of Taste in America*; Columbia University Press, New York.

Vilches, Lorenzo, La Televisión. Los Efectos del Bien y del Mal,
Ediciones Paidós, Barcelona, 1993.

**Vincent, Gerard (1991), "¿Una Historia del Secreto?". En Historia
de la Vida Privada. La Vida Privada en el Siglo XX; bajo la
dirección de Philippe Ariés y Georges Duby. Taurus, Argentina.**

