

Televisión

*Tomado del artículo- La Crianza y los medios de comunicación social
Electrónicos Álvaro Posada Díaz – Pediatra puericultor – Profesor de la
Universidad de Antioquia*

De los MMCS electrónicos el más difundido y el que más influencia tiene es la televisión. Desde su masificación se ha planteado la necesidad de analizar su influencia en niños, adolescentes y adultos; en casi todos los países hay estudios al respecto.

La televisión es un medio de comunicación social que no requiere que el agente receptor sepa leer, se emite en forma continua y permanente, ha acercado de manera impresionante el mundo y es de muy bajo costo, casi solamente la inversión inicial en la compra del televisor; otra de las comodidades es que para disfrutarla no hay que salir de casa, todo lo cual ha hecho que ella, uno de los grandes inventos del siglo XX, esté en gran cantidad de hogares en casi todos los países del mundo. Se puede decir, sin temor de equivocación, que es el acompañante obligado y a veces único de los niños y los adolescentes.

El análisis de la influencia de la televisión parte de la premisa universalmente aceptada de que sus funciones son: informar, entretener y educar. La tarea analítica es sumamente difícil, pues los resultados no han sido medidos a largo plazo y los instrumentos de evaluación son endebles desde el punto de vista científico. Este análisis se ha caracterizado por dos visiones irreconciliables: la que afirma que todos los males se deben a la televisión y la que hace caso omiso de las relaciones complejas y difíciles de interpretar que se dan entre el medio televisión y los receptores de sus mensajes.

El análisis que atribuye todos los males a la televisión plantea al televidente como un sujeto pasivo, en cuya mente la televisión inscribe todo lo que se le ocurre emitir, sin posibilidad de defensa y por tanto con una influencia que se califica de nefasta para el desarrollo de los niños. Estos estudios son de corto plazo, con poco número de sujetos expuestos a la influencia y numerosas especulaciones, difíciles de sostener científicamente, que han llevado a que sus resultados sean ridiculizados, sobre todo por los apocalípticos y los indiferentes.

Otro grupo de investigadores tiene su adalid en el autor François Mariet, quien en 1989 publicó el libro *Laissez-les regarder la télé*, conocido en su versión española de 1993 como *Déjenlos ver la televisión*, en el cual asegura

que este medio de comunicación social es inocente de todos los males que se le imputan y que, por el contrario, tiene grandes cualidades que les ayudan a los niños y a los adolescentes a desarrollar habilidades que les permiten discurrir mejor por la vida moderna, en especial por la escuela; y ello independientemente de las horas que se le dediquen.

Para Mariet, lo único que hace la televisión es sacar a flote los problemas existentes, originados por otras causas, y, eso sí, producir determinados efectos, en determinadas circunstancias, a determinadas personas. El autor critica a los investigadores integradores diciendo que sus resultados son fruto de interpretaciones acomodadas.

Ni una ni otra manera de hacer el análisis parece válida si se tiene en cuenta la tríada que constituye el problema: las características sociales, reflejadas en la forma política de la televisión; la calidad de lo que se emite y las características de los niños y los adolescentes televidentes. En este último aspecto es fundamental el conocimiento claro y preciso de su crecimiento y desarrollo y de las etapas de este según las edades.

La influencia de la televisión en las personas se produce de dos maneras: la primera, por el hecho físico de la emisión de ondas electromagnéticas captadas por la vista y el oído, y la segunda, por las características del emisor y de lo emitido.

Desde el punto de vista físico, la televisión consiste en la transmisión y recepción a distancia, por vía electrónica, de imágenes de cosas fijas o móviles, con una frecuencia de emisión de veinticinco a treinta imágenes por segundo, para aprovechar la capacidad de la retina para retener imágenes. Cuando las ondas electromagnéticas de la televisión son captadas por los ojos y los oídos, son trasladadas por los nervios correspondientes a la corteza cerebral, en la cual producen efecto hipnótico, que es la base de la influencia para inducir al consumismo, esto es, el consumo de toda suerte de cosas innecesarias.

Otra acción bien conocida sobre la corteza cerebral, en el momento de ver televisión, es la creación de un estado mental menos alerta que el ordinario, con la posibilidad de producir disminución de procesos de atención, análisis y memoria inmediata, entre otros. Al ver televisión se limita el uso de algunos de los órganos de los sentidos y se da privilegio al uso de la vista y la audición, lo que produce desconexión respecto del ambiente, de los demás y de sí mismo, es decir, todas las posibilidades sensoriales quedan al servicio de la recepción de la influencia de la

televisión.

Existe una relación inversa entre el tiempo que se pasa frente al televisor y la actividad eléctrica de la corteza cerebral, lo que dificulta el pensamiento organizado; también hay cambio de los procesos de asociación selectiva por procesos de asociación no selectiva y sin propósitos, lo cual se traduce en reacciones más lentas ante emergencias en el momento de ver televisión; se especula que en niños y adolescentes que usan excesivamente la televisión este se pueda convertir en el modo de reacción usual cuando no están viendo televisión.

Una de las grandes preocupaciones sobre la violencia es la de que los niños escolares consideren que el mundo violento de la televisión sea el retrato de la vida cotidiana y que, por lo tanto, el mundo en que les toca vivir sea un mundo malo, con la correspondiente desesperanza.

Las imágenes televisivas son emitidas tres veces más rápidamente que lo que las puede procesar la corteza cerebral. De aquí surge la hipótesis de la existencia de un *banco de memoria cerebral* en el que se almacenarían imágenes que podrían ser las responsables de patrones de respuesta ante situaciones ocurridas con posterioridad.

Este es uno de los asideros para explicar en parte los comportamientos violentos de los que usan excesivamente la televisión y que, además, tienen predisposición a la violencia; en los que no tienen tal predisposición, por el contrario, la violencia emitida podría servir de catarsis (salida imaginaria a tendencias agresivas) mediante procesos de identificación y proyección.

Se puede resumir diciendo que la televisión produce en la corteza cerebral un efecto de formateo, para usar la analogía con la informática, es decir, prepara la corteza cerebral para recibir la información.

Por otra parte, el *flicker effect* (efecto titilante) ha sido señalado como desencadenante de convulsiones, pero se ha observado que esto solo sucede en niños predispuestos que no estén en tratamiento.

La televisión disminuye el tiempo y modifica el patrón normal de sueño de los niños y los adolescentes; se le ha atribuido aumento de las pesadillas, con contenido similar al de los programas que ven.

Se analizará la influencia de la televisión en el crecimiento y desarrollo de los niños y los adolescentes.

Influencia de la televisión en el crecimiento de niños y adolescentes

En el campo del crecimiento las influencias más notorias de la televisión son sobre la postura corporal y la marcha y sobre la calidad de la nutrición. La costumbre de ver televisión en posición boca abajo (acostados sobre sus rodillas y sus codos) por largo tiempo, puede dificultar el proceso de adquisición de la postura normal en niños y adolescentes. La posición ergonómica para ver televisión es la de sentado con las rodillas más altas que las caderas y la columna recta.

Los alimentos chatarra, o comidas rápidas, que son de un alto contenido de grasas, azúcares y sal y de bajo contenido de elementos menores, son los favoritos de los niños, adolescentes y padres para consumir frente al televisor, lo cual puede distorsionar el patrón alimentario y convertir el comer, no en el acto placentero que debe ser, sino en un vulgar acto de engullir con el único propósito de llenar y con la posibilidad de malnutrir.

Los estudios sobre el hábito de ver televisión y la posibilidad de adquirir obesidad son contradictorios: si se piensa en un grupo de gordos con gran cantidad de refrescos y *snacks* al frente de un televisor, parecería fácil suponer que el abuso de la televisión (teleabuso) lleva a la obesidad, pero probablemente las mismas causas del teleabuso, como el no tener otras cosas que hacer, son las de la obesidad. Lo que sí es claro es que el teleabuso, como otros usos abusivos, conduce al sedentarismo, que es el principal problema de salud de los humanos en el siglo XXI.

Algunos estudios han pretendido atribuir daños a la visión por ver televisión en exceso, pero ninguno de ellos ha podido demostrar nada distinto al cansancio que se produce cuando la vista se fija por un largo tiempo en un punto. Es necesario recordar que los niños solo adquieren la agudeza visual normal del adulto a los cinco años, por lo cual, antes de esta edad se tienen que acercar mucho al aparato receptor; cuando este acercamiento es excesivo, podría ser indicador de un defecto visual.

La audición normal se da en un rango de hasta 85 decibelios, frecuencia de una calle congestionada, que raramente es sobrepasada al ver televisión, por lo que es imposible el daño del nervio auditivo, con sordera, por este mecanismo, excepto en el caso de los adolescentes que ven los canales musicales de la televisión por cable con audífonos, con volumen de discoteca (más de 110 decibelios) y sin el descanso correspondiente, que debe ser por un tiempo igual o mayor al doble del tiempo de exposición, con el fin de que

el daño al nervio auditivo sea reversible.

Influencia de la televisión en el desarrollo de niños y adolescentes

La televisión tiene al niño y al adolescente como receptores de mensajes a los que les propone modelos y conductas televisivas acerca de todas las metas que deben construir y reconstruir y la resiliencia que deben tejer en todas sus etapas de desarrollo; además, los invita a la pasividad y al conformismo con preocupación por lo inmediato, como consumidores de productos y entretenimiento; ofrece implícita, no explícitamente, una determinada visión del mundo (una propuesta de vida) a niños y adolescentes, que tienen una estructuración determinada en la casa y alimentada por la cultura correspondiente, que a su vez es modificada por la televisión.

Cuando alguien recibe mensajes televisivos (mensajes prototípicos) hace un ejercicio de lectura de estos signos, que es lo que se ha llamado *capacidad negociadora* (manera de hacer la lectura de los signos), y que lleva a una decodificación y a un juicio moral sobre los mensajes recibidos.

El proceso de lectura de los signos implica: denotar (percepción directa del conjunto de códigos de la emisión), connotar (establecer relaciones entre los signos y asignarles un valor determinado), aprehender la realidad del signo y actuar en consecuencia (toma de posición).

La *capacidad negociadora* depende de la etapa de desarrollo por la que se discurre, del estado de construcción de las metas de desarrollo humano integral y diverso, del tejido de resiliencia y de la clase de mediadores de socialización familiares, escolares y sociales que intervienen en la recepción de mensajes (circunstancias personales, familiares, socioeconómicas, regionales, etcétera) y que en última instancia son reforzadores o debilitadores de la *capacidad negociadora*.

Mientras más sólida sea la *capacidad negociadora*, mayor es el beneficio que se podrá obtener de este medio; mientras menos sólida sea, mayor es el daño que se podrá sufrir, por lo que los niños que se consideran más influenciados negativamente por la televisión, por tener una menor *capacidad negociadora* son: los más pequeños, los más pobres, los menos inteligentes, los que tienen menos recreación y los que tienen menos diálogo con padres y maestros.

Como es claro, el motor del desarrollo y de la construcción y reconstrucción de las metas de desarrollo humano integral y diverso y del tejido de resiliencia en niños y adolescentes es el juego, por lo cual la televisión, cuando se usa en exceso, podría entorpecer esta importante actividad y modificar el desarrollo infantil y adolescente; es, pues, necesario que los adultos procuren que el niño juegue y no permitir que, como dice el comunicador colombiano José Samuel Arango, la televisión juegue con ellos.

La influencia de la televisión en el desarrollo de niños y adolescentes depende de la calidad de las propuestas televisivas, la *capacidad negociadora* de quienes reciben las propuestas y la cantidad de tiempo que se dedica a ver televisión, pues como dice José Samuel Arango, la nocividad de la televisión está en relación directa con su uso, al igual que los alucinógenos.

Televisión y socialización

La socialización del niño y el adolescente, que es la razón de ser de la crianza, es el proceso por el cual estos se convierten en sujetos culturales específicos; los agentes socializadores son la familia, la escuela y los MMCS; entre estos últimos, la televisión tiene un papel preponderante como el medio más poderoso de todos.

El agente socializador por excelencia es la familia; es en su seno en el que se establecen los valores y el criterio con el que el niño entra a *negociar* las propuestas de la televisión y de otros MMCS. A continuación se analizarán algunos de los mediadores de socialización y su relación con la *capacidad negociadora*; para el análisis, se tendrán en cuenta los criterios del investigador mexicano Mario Martínez Alvarado.

Mediadores familiares. Entre los mediadores de socialización familiares que tienen influencia en la *capacidad negociadora* figuran el patrón de comunicación familiar, la agenda de actividades familiares, el patrón disciplinario y la actitud de la familia respecto a su función mediadora en relación con los MMCS.

El patrón de comunicación familiar llamado *conceptual*, en el que predomina el intercambio de ideas y conceptos, hace que los niños vean menos televisión y que, cuando la ven, sean más selectivos en la escogencia de la programación; por el contrario, el patrón llamado *social*, en el que hay mayor receptividad a ideas y conceptos nuevos, favorece la tendencia a ver

más televisión y a centrar el diálogo sobre la programación televisiva habitual.

El patrón disciplinario llamado *inductivo* (por convencimiento) hace que los niños sean menos susceptibles a los mensajes comerciales; al contrario, el de *sensibilización* (represivo) facilita que los niños creen más lo que ven en la televisión.

La actitud familiar respecto a su función mediadora en relación con la televisión se puede clasificar en: permisiva: no hay preocupación por la influencia; de preocupación por el tiempo que los niños y adolescentes dedican al medio; activa: se toma parte activa en la recepción, y represiva: se limita en exceso o se prohíbe totalmente ver televisión. Las familias con actitud activa son las más efectivas reforzadoras en la *capacidad negociadora* de niños y adolescentes; las demás usualmente son debilitadoras de esta capacidad.

Mediadores escolares. Los mediadores de socialización escolares con influencia en la clase de *capacidad negociadora* de niños y adolescentes son: el patrón socializante, el método pedagógico y la posición de los maestros en relación con la interacción de la televisión y la escuela.

El patrón socializante autoritario (socialización para obedecer, ser respetuoso de los demás y diligente en las tareas) hace que los niños y los adolescentes le den legitimidad acrítica a noticieros, telenovelas y personajes de la televisión; lo que no sucede con los niños que se desenvuelven dentro de un patrón orientado al liderazgo.

El patrón pedagógico correspondiente a la pedagogía activa (preparación expresa para la argumentación y la *negociación*) hace que los niños refuercen notablemente su *capacidad negociadora*; por el contrario, el de la pedagogía tradicional tiende a que niños y adolescentes sean menos críticos y más débiles en su relación con la televisión.

Los maestros que propician en la clase la discusión acerca de los mensajes de la televisión, así como su opinión en esta discusión, refuerzan notablemente la *capacidad negociadora* de niños y adolescentes.

Mediadores sociales. Los mediadores de socialización son: el estrato social, la cultura, el nivel educativo de los padres y su actitud en relación con la educación.

Las familias de los estratos medios suelen ser más conscientes de la

influencia de la televisión y de la necesidad de reforzar la *capacidad negociadora* de niños y adolescentes, en estrecha relación con los otros mediadores mencionados, y con tantas variaciones que se hace imposible delinear un bosquejo general de la relación de estos mediadores por separado.

La televisión y la lectura. Uno de los campos de discusión notable en los últimos años es el daño que la televisión puede producir en niños y adolescentes que por ver televisión tienen menor posibilidad de obtener los innegables beneficios de la lectura en la socialización.

En esta discusión se suele tener en cuenta solo la comparación entre el libro y la imagen televisiva y no otros factores que impiden que la lectura de niños y adolescentes sea todo lo deseable que debe ser, como el costo exagerado de los libros y la falta de programas de inducción al hábito de lectura. No parece, pues, necesario enfrentar estos dos poderosos MMCS, sino, por el contrario, hacer todo lo posible por que estén simultáneamente al servicio pleno de los niños y los adolescentes.

La televisión y las metas de desarrollo humano, integral y diverso y el tejido de resiliencia. En la medida en que el niño avanza en su crecimiento y desarrollo, busca afanosamente la construcción y reconstrucción de metas como autoestima, autonomía, creatividad, felicidad, solidaridad y salud, con el fin de tejer resiliencia, es decir, es su propio gestor en la socialización. En relación con la televisión, según los contenidos de los programas ofrecidos, se podría fomentar o entorpecer la construcción y reconstrucción de dichas metas y el tejido de resiliencia.

Una televisión con un contenido específicamente diseñado para el efecto podría ayudar en la construcción y reconstrucción de la autoestima, si muestra a los niños y adolescentes en su dimensión de personas significativas; de la autonomía, si hace énfasis en el autogobierno; de la creatividad, si muestra la posibilidad real de solucionar problemas; de la felicidad, si muestra una visión optimista de la vida; de la solidaridad, si exalta los valores de la propia sociedad, y de la salud (meta integral) si contribuye a tener el estado óptimo para desempeñarse como personas, para ejercer plenamente el proceso vital humano.

Todo lo anterior, en función de tejer resiliencia, que es el objetivo último de todas las prácticas de crianza, de la socialización. Es claro que los mensajes *prototípicos* de programas que en su diseño no tengan en cuenta estas directrices pueden entorpecer la construcción de las metas y el

tejido de resiliencia, que es lo que parece suceder con la mayoría de los contenidos de la televisión en países como Colombia.

La televisión y la escuela. En casi todos los estudios se ha encontrado que en el mundo occidental los niños de dos a doce años ven en promedio tres horas diarias de televisión; por este solo hecho, o por los verdaderos casos de teleabuso, el bajo rendimiento escolar, cuando se da, se atribuye a la televisión, pues a su consumo se le imputa el escaso tiempo que se le dedica a los deberes escolares.

Con esta premisa se ha querido plantear un divorcio entre la escuela y la televisión, que a todas luces es absurdo, pues para el análisis no se tienen en cuenta otros factores propios de la escuela y del hogar que también inciden en el rendimiento escolar, ni mucho menos la importancia que este medio de comunicación social tiene como auxiliar de educación, cuando es bien utilizado, tanto en el entorno escolar como en el familiar.

El sistema escolar está en mora de aprovechar los inmensos recursos pedagógicos que ofrece la televisión para la transmisión de conocimientos y la inculcación de valores, además del inmenso filón que se tiene para estimular la creatividad, si los niños y los adolescentes *hacen televisión*; hacer televisión es utilizar equipos verdaderos o de imitación para hacer guiones, escenas y programas enteros que se discuten en grupo y que ayudan a reforzar la *capacidad negociadora* de los niños y los adolescentes, lo que a su vez los ayuda a ser más críticos ante lo que los maestros ponen a su consideración.

Otro aspecto primordial es dedicar un buen tiempo en la escuela para el análisis de lo que niños y adolescentes ven en la casa, no para orientar hacia determinada clase de programas, sino para el mencionado refuerzo de la *capacidad negociadora*, lo cual se constituye en una cátedra tendiente al buen manejo de los MMCS.

La televisión al servicio de la gente

En todo el mundo hay una gran preocupación por la influencia de la televisión, en especial en los niños y los adolescentes, sobre todo por el desperdicio de su inmenso potencial educativo.

Muchos estudios, con las dificultades de interpretación ya señaladas, muestran que en los niños de cinco a once años (población más vulnerable) se pueden producir efectos indeseables cuando la televisión se convierte en el

principal acompañante en el proceso de crianza, por lo que se le ha llamado niñera cibernética.

Entre los efectos indeseables que con más insistencia se le señalan al telebuso están la disminución de tiempo para actividades que requieren que los niños y los adolescentes estén en acción, como el juego, el ejercicio y los deportes, lo que los podría llevar al sedentarismo y a que conversen e intercambien opiniones con menor frecuencia.

Un análisis publicado en Holanda en 1995 muestra que diez de diecisiete estudios efectuados en los cuarenta años anteriores llegaron a la conclusión de que la televisión afecta negativamente en grado sumo a niños y a adolescentes, en especial en el campo de la creatividad.

En un estudio llevado a cabo en Colombia en el decenio del ochenta por la profesora María Josefa Domínguez, basado en entrevistas a 6000 niños de cuatro a doce años de edad, 750 padres de familia y otros tantos maestros, se encontró que los niños tienden a identificarse notoriamente con los personajes ficticios de la televisión., en comportamientos, actitudes y en vocabulario, que suele ser de mala calidad, sobre todo en los doblajes,

Además, fue llamativo el hecho de que este medio de comunicación, el preferido de los niños, no propicia la identidad personal y nacional; refuerza la agresividad; favorece la violencia; disminuye el tiempo de juego; induce al consumismo irreflexivo y presenta el dinero y los bienes materiales como valores supremos.

El investigador colombiano Gustavo Castro Caycedo ha hecho énfasis en que la televisión transmite gran cantidad de mensajes que estimulan la violencia física y psicológica, y la pérdida de la moral y los valores, lo que la convierte en reforzadora e instructora de comportamientos violentos y hasta criminales.

Los hechos negativos mencionados han llevado a que se planteen respuestas extremas como las de los que pretenden, así sea románticamente, abolir la televisión o instalar el llamado chip de censura, un dispositivo electrónico que se pone en los televisores con el fin de bloquear programas específicos (con mensajes de sexo y violencia, por ejemplo).

Si bien no se puede caer en el campo de lo impracticable, el análisis de lo perjudicial que puede ser la televisión para niños y adolescentes, así como el conocimiento de su proceso de crecimiento y desarrollo, permite colegir que son necesarias acciones dirigidas a que en todos los momentos en que estén

frente al televisor, los niños y los adolescentes saquen el mejor partido en beneficio de su desarrollo y de la construcción y reconstrucción de las metas mencionadas y de su tejido de resiliencia.

Las acciones para poner la televisión al servicio de la gente son de carácter estatal, familiar y personal y están en relación con lo que es la televisión en cada país, la calidad de lo que se emite y la clase de niños y adolescentes que se tenga y con los cuales se debe tratar de construir una pedagogía para ver televisión que conduzca a reforzar su *capacidad negociadora* en relación con los mensajes que se reciben.

Función del Estado

El Estado, que es el responsable último de la televisión, es el que mediante leyes y normas reglamenta el uso y el contenido de la misma, tarea para la cual es necesario tener en cuenta uno de los manifiestos de la *Asociación Internacional de Televisión Educativa*: *Es pues, necesario crear las condiciones adecuadas para que contribuya, de manera auténtica y activa, a la realización de los valores esenciales de la humanidad, que es, ni más ni menos, la afirmación de que la televisión sí puede y debe educar.*

Desde 1979, en algunos países, Estados Unidos, Gran Bretaña, Francia, Italia, Holanda, Canadá, Perú, Argentina, México, Alemania y España, en su orden, se han dedicado canales específicos a niños y adolescentes, con programaciones generales o especializadas, dibujos animados, por ejemplo. Del mismo modo, en la mayor parte del mundo, la televisión para los niños se emite en franjas, en horarios en que los niños no están en la escuela y que, a pesar de la reglamentación existente, son periódicamente utilizados por los programadores para otra clase de televisión.

La televisión colombiana, que se inició en 1954, es un inmenso negocio de carácter mixto, modelo en el que el Estado, propietario y administrador de las frecuencias, arrienda los horarios, los particulares hacen los programas y la publicidad los sostiene; este modelo, en el que el Estado regula y censura cada uno de los canales existentes, es todavía más sui géneris si se tiene en cuenta que la programación se otorga por franjas en las que siempre hay *enfrentados*: noticiero contra noticiero, telenovela contra telenovela, etcétera, lo cual disminuye las opciones de escogencia.

El modelo se ha visto modificado por la creación, desde 1985, de canales regionales, locales e inclusive parroquiales; por la televisión por cable y por antena parabólica; estas dos últimas, si bien no están al alcance de todos, sí

lo están para un sector de población numéricamente significativo y tienen el inconveniente de que no están sometidas a la reglamentación general sobre televisión.

En Colombia hay una notoria presión ciudadana para que se dé un viraje hacia la televisión educativa y se proteja a los televidentes de los posibles efectos dañinos de la televisión comercial. Como resultado se emitió la Ley 182 de 1995 (*Estatuto Orgánico de la Televisión*) que establece como su organismo principal al Consejo Nacional de Televisión, el cual, además de los artículos de la Ley, cuenta con recomendaciones precisas de programadores colombianos, emanadas del *Foro sobre Televisión y Responsabilidad Social*, efectuado en marzo de 1995 en Santafé de Bogotá.

La Ley, además, dio las bases para la creación de una verdadera televisión educativa, mediante la creación de un canal de cobertura nacional, que empezó a funcionar en diciembre de 1995 y pretende reforzar la clara tendencia educativa de los canales regionales.

Función de los programadores

En casi todo el mundo se ataca a los programadores de televisión por haber llegado a la confusión entre libertad de información y libertad de conducta, con lo cual han marcado una línea general de la calidad de la televisión: grandes dosis de sexo y violencia para vender los productos que sostienen económicamente esta televisión.

En Colombia, la calidad de los programas se ve afectada por el modelo en sí, que no es tan rentable como en países como Brasil, con modelo de televisión privada, lo que disminuye notablemente las posibilidades de inversión, en desmedro de la calidad. La programación de la televisión no tiene articulación orgánica discursiva, sino que en ella se salta de un programa a otro, dependiendo siempre de las encuestas de sintonía (*rating*), que miden lo que la gente ve, pero no lo que le gusta.

Esta manera de determinar lo que se emite ha llevado a que a pesar de que tiene algunos programas para niños y adolescentes, otros de humor y pocos, muy pocos, musicales, deportivos y didácticos, así como noticieros, la televisión colombiana tenga en su contenido recreativo, que es la gran mayoría de lo que se emite por los canales comerciales, fundamentalmente sexo, violencia y lo que en Estados Unidos se ha llamado *trash TV* (televisión basura), modalidad inventada allí mismo por Geraldo Rivera en la cual los personajes víctimas o victimarios de la violencia en todos los campos

exponen sus testimonios, y los presentadores y el público dan sus "opiniones" al respecto (*talk show*).

Los años finales del siglo XX y los primeros del XXI se han caracterizado por la emisión de una clase de programa llamado *realiti* (calco del inglés *reality show*), que es un formato audiovisual que ha cambiado la forma de hacer y ver televisión y se ha convertido en el mejor negocio de este MMCS.

Este formato que muestra como espectáculo distintas clases de sucesos, rarezas, tragedias, peculiaridades personales, problemas vitales, etcétera, pretende una *telerealidad* (*televisión real*) por medio de la combinación del documental con la ficción y el entretenimiento, en la que los participantes, que están en un ambiente separados de sus familias y de sus sitios habituales de vida, compiten por jugosos premios y son seguidos en todo momento por cámaras que los graban para luego ser pasada esta grabación por la estación correspondiente.

La mayoría de ellos son diseñados para adultos, pero muy vistos por niños y adolescentes, dado que se pasan a principios de la noche. En Colombia aún no se hacen estos programas dirigidos específicamente a niños y adolescentes, como sí se hacen en países desarrollados, en los que según estadísticas recientes se observa declinación en la sintonía de esta clase de programas.

Por todo lo explicado, se ve con claridad que la interacción de la televisión y los televidentes empieza antes de encender el televisor y continúa después de apagarlo. Esta situación, que se puede llamar, sin lugar a dudas, aberrante, ha hecho que padres, maestros, asociaciones de usuarios, grupos religiosos, organizaciones políticas, etcétera, propugnen por que los programadores se hagan conscientes de su responsabilidad social y emitan una televisión para la familia, que se pueda ver en común, y que, por tanto, cumpla las funciones que tiene este poderoso medio de comunicación social.

Como respuesta de los programadores, se tienen algunos casos de autocensura o de censura presionada por patrocinadores que retiran la *pauta* publicitaria en protesta por el contenido de ciertos programas; también se recurre al desplazamiento de algunas emisiones a horarios en los que teóricamente los niños no ven televisión y a emitir un aviso absurdo en el que se traslada la responsabilidad a los padres y a los adultos acompañantes de los niños y los adolescentes.

También, en el intento de asumir su responsabilidad social, las programadoras del Estado colombiano se han preocupado por hacer promoción y prevención de la salud mediante la utilización de comerciales y del formato de telenovela. Esta experiencia, que hace parte de los proyectos de educación y comunicación del Ministerio de Salud, se hizo en 1994 y resultó altamente positiva; fue premiada internacionalmente y acogida por la Televisión Educativa Iberoamericana, por lo cual la telenovela se emitió en España y otros países latinoamericanos. La ciudadanía espera con gran expectativa la continuación de esta experiencia piloto.

Pedagogía de la televisión

Como las acciones del Estado y los programadores no son suficientes para que la televisión esté al servicio de la gente, pues en muchas ocasiones van en su detrimento, y dado que los televidentes tienen *capacidad negociadora* en relación con los mensajes televisivos, es necesario establecer además una pedagogía para ver televisión.

Esta pedagogía busca que los televidentes puedan defenderse de los mensajes negativos y aprovechar los positivos, mediante el reforzamiento de la *capacidad negociadora* (competencia comunicativa), y propende a que quienes ven televisión se conviertan, como dice María Josefa Domínguez, en *activos, creativos, propositivos y críticos*.

El fin fundamental de la pedagogía de la televisión es la modificación de la lectura de los signos emitidos; la modificación consiste en hacer que esta lectura sea dinámica y consciente. No es, pues, una simple tecnología educativa: es un medio de re-crear la realidad en un contexto sociocultural determinado.

TIT3Lectura dinámica de los signos

La lectura dinámica de los signos consiste en propiciar que los mensajes *prototípicos* que emite la televisión se conviertan en conceptos lógicos útiles para la construcción y reconstrucción de las metas de desarrollo humano integral y diverso y el tejido de resiliencia, así como de los valores objetivos de convivencia social y de la nacionalidad de niños, adolescentes, adultos y viejos.

Como ya se mencionó, el primer paso en la lectura de los signos es la denotación, concepto objetivo; la lectura dinámica denotativa mediante el ejercicio de los sentidos hace que el mensaje televisivo sea visto con detalle

y en su totalidad, con lo cual se tiende a la educación para la objetividad, con la realidad real, no la televisiva, como marco de referencia.

El siguiente paso en la lectura de los signos es la connotación, concepto subjetivo; la lectura dinámica connotativa implica que la percepción de la realidad del signo emitido por la televisión se hace en consonancia con la etapa de desarrollo y el estado de construcción de las metas y el tejido de resiliencia de los niños y los adolescentes. Con esta forma de lectura se tiende a una educación para la subjetividad, con la cual los niños y los adolescentes podrán justipreciar los hechos positivos y los negativos, sin dejarse imponer la connotación que les ofrece la televisión.

En la lectura de los signos, luego de denotar y connotar, se reflexiona; la reflexión dinámica permite analizar la realidad en todos sus aspectos: origen, causas, relaciones, etcétera, con lo cual los niños y los adolescentes podrán descubrir la verdadera intención del emisor, sin limitarse a decir "me gusta", "es bonito" o "es horrible", para avanzar a descifrar la razón de sus manifestaciones espontáneas y rectificar sus juicios instintivos; así podrán desechar las inducciones entorpecedoras y aprovechar los mensajes que tienden a favorecer la construcción y reconstrucción de sus metas de desarrollo y el tejido de su resiliencia.

Cuando se ha hecho la lectura denotativa, connotativa y reflexiva, se pasa a tomar un compromiso, se entra en acción, se toma una posición que, si surge de un ejercicio dinámico de lectura, no es necesariamente la que ofrece el emisor. Con esta acción comprometida, asumida libremente, los niños y los adolescentes pueden ejercer su función de agentes de cambio y construir sus metas de desarrollo, en especial la creatividad.

De todo lo anterior surgen numerosas recomendaciones para los adultos, tendientes a asegurar que la televisión sirva a niños y adolescentes, y no estos y aquellos a la televisión, de tal modo que sean los adultos, no los niños y adolescentes, quienes impartan las reglas y manejen el control. A continuación se exponen algunas de las más útiles:

- Tener muy en cuenta que la gran mayoría de las experiencias valiosas se dan cuando se está en actividad y en convivencia con otras personas
- Dada la necesidad de evitar que el niño se distraiga de su gestión en el desarrollo en los primeros cuatro años, no es recomendable que vea televisión durante esta época
- Participar en todas las instancias necesarias para ser los líderes en la definición de políticas de televisión, como por ejemplo, en asociaciones de televidentes que cumplan labores de vigilancia de la calidad

- Enseñar a los niños desde pequeños otras actividades para los ratos de ocio, como lectura, pintura, juegos, ejercicio y deportes
- Hacerse cargo de su función en la socialización de los niños y los adolescentes y no permitir que la televisión lo haga por ellos
- Limitar el tiempo que los niños y los adolescentes dedican a ver televisión y a utilizar juegos de video a máximo el 50% del tiempo libre, no más de noventa minutos diariamente, e inducirlos a utilizar el tiempo libre en otras actividades individuales y familiares Lógicamente, esta limitación debe ir paralela con la misma limitación que se deben autoimponer los adultos: muy difícil hacer niños y adolescentes televidentes conscientes en medio de adultos que usan excesivamente la televisión
- Procurar que los niños no vean televisión, sino programas de televisión, siempre acompañados con adultos que estén en posibilidad de reforzar su *capacidad negociadora*, mediante el diálogo permanente alrededor de lo que se ve, es decir, ejerciendo la lectura dinámica de los signos, para lo cual es imperativo que los adultos se eduquen para tal menester
- Mirar televisión activamente, jugando Por ejemplo, cuántas veces se usa la palabra amor o cuántos disparos hay en un programa
- Con toda la seriedad del caso, asumir la tarea de defender la postura corporal actual y futura de los niños y adolescentes, induciéndolos a que no adopten posiciones anormales para ver televisión
- Inducir a los niños y a los adolescentes a parpadear con frecuencia y a desviar la vista de la pantalla periódicamente
- Ser conscientes de la importancia de que los niños y los adolescentes coman y duerman bien y en el sitio pertinente, con el fin de que el ver televisión no se convierta en generador de hábitos inadecuados para estas actividades, por lo cual no se debe permitir que los niños vean televisión inmediatamente antes de dormirse ni, mucho menos, utilizarla como inductora de sueño
- Comprometerse en la labor de la escuela con los niños y hacer que el uso de la televisión vaya al lado de la responsabilidad escolar, sin que la sustituya
- Cuidarse de utilizar la televisión como medio para otorgar premios o imponer castigos
- Cuando los niños tengan capacidad de hacerlo, escoger con ellos los programas que se van a ver en conjunto Se debe tener en cuenta que el contenido de los programas sea favorecedor del discurrir por las distintas etapas de desarrollo y de la construcción de las metas de desarrollo humano integral y diverso y el tejido de resiliencia de todo niño y adolescente. Para poder hacer esto, es necesario que haya un solo televisor para la familia, pues de lo contrario, es imposible
- Aprender a sacrificar los adultos sus programas favoritos cuando estén con los niños y adolescentes y sean de los que están en los canales u horarios inconvenientes para ellos

En las relaciones de los niños y los adolescentes con la televisión se trata pues, de no mirar este medio de comunicación social como un enemigo, ni

mucho menos como un enemigo al que se necesita vencer. Se trata de que mediante la acción mancomunada del gobierno (tipo de televisión), las programadoras (calidad de lo que se emite) y sobre todo del agente socializador por excelencia, la familia (clase de televidente), se logre encontrar el equilibrio exacto para obtener los beneficios que la televisión tiene y evitar sus potenciales daños.