

men sistemático, o por lo menos un índice detallado al final del libro, como hemos dicho para el método anterior.

4. La representación de los autores clásicos es nula en las 79 lecciones de la primera parte y muy escasa y esporádica en las 42 lecciones restantes. Un factor muy poderoso para despertar el interés de los alumnos es ver cómo avanzan en la lectura de las obras maestras. Debería subsanarse esta deficiencia dando entrada a los autores. Mucho antes y en dosis mucho más intensas. Así lo ha hecho —y con acierto— H. Oerberg en su método latín *Secundum naturae rationem*.

5. Los autores cristianos —aunque no hay que desterrarlos por sistema de los cursos de latín— tampoco deben tener en ellos la preponderancia que se les concede en este método.

6. Algunos paradigmas y esquemas gramaticales resultan bastante complicados; por ejemplo, el de las relaciones de lugar de las páginas 486 y 503.

7. El glosario debería llevar al final un índice alfabético de todas las palabras con el número

de la lección donde figura su significado. En todo método hay que contar con el fallo de la memoria del alumno.

8. Sería de desear un mayor número de ejercicios con tendencia a amenizar la tarea escolar, ya que resulta de sí tan dura en este tipo de métodos, y asimismo echar mano de aquellos recursos que sirvieran para ambientar convenientemente a los alumnos.

9. Una variedad mayor en los tipos de letra y en la presentación general del método contribuiría a hacerlo más atractivo.

10. Por lo demás, hace muy bien el autor en insistir en el uso de la lengua latina por parte del profesor; por más de que en muchos casos este desiderátum será difícil de conseguir, por falta de profesores bien preparados o desprovistos de la energía y entusiasmo necesarios. De todos modos el fracaso en tal contingencia no se deberá al método, sino al profesor, ya que un profesor sin entusiasmo, sin carácter, sin dominio del método hace descender en gran escala la eficacia del mismo.

## La televisión, promesa y amenaza educativas

### IV: Condiciones objetivas y metodología de la televisión educativa

JESUS GARCIA JIMENEZ

Director técnico de Comunicación Social  
en el GESTA (Ministerio de Información y Turismo)

Hasta aquí hemos venido analizando el poderoso influjo de la televisión en el desarrollo mental, síquico, afectivo del niño y en la formación de su conciencia psicológica y moral. Ello nos lleva de la mano al planteamiento de otro problema: ¿Cuál será el influjo de la televisión en cuanto a su desarrollo físico?... Evidentemente, el niño se encuentra sometido durante la infancia a influencias endógenas y exógenas de todo tipo. Es un momento singularmente propicio para sufrir el impacto del medio ambiente. De ahí que se haya discutido largo y tendido el problema de unas reales o presuntas «Patías de la Tele» (1), como si la televisión fuera la causante de una serie de afecciones y enfermedades infantiles,

(1) En una comunicación presentada por VELASCO COLLAZO, en el symposium sobre «Tratamiento farmacológico de la angustia» (Actas Iuso-españolas de Neurología y Psiquiatría, 20 septiembre 1961, suplemento) puede estudiarse detenidamente el origen del problema.

relacionadas sobre todo con sus crisis de crecimiento. Tratemos de poner orden en el campo de esta apasionada polémica.

Parece ser que entre los telespectadores, cuando se abusa de la televisión, se da un aumento real de las crisis epilépticas, hasta el extremo de plantearse clínicamente la existencia de una **Epilepsia-TV**. A ella alude la *Presse Medicale* (2) cuando dice:

Existen fenómenos de inestabilidad de la imagen y radiaciones de intensidad luminosa, que pueden provocar estas crisis en sujetos fotosensibles, singularmente al atardecer o por la noche, cuando se encuentran más fatigados, o durante ciertas fases del período menstrual, o después de un exceso de alcohol, o incluso durante la convalecencia de una gripe.

(2) Cf. *Presse Medicale*, 69, 1.581, 1961. Y periódico profesional de *Medicina e Higiene*, Génova, 15 de diciembre de 1961.

La conclusión se presenta acompañada de un aparato estadístico, consecuencia de previos análisis en diversos sujetos. Sociológicamente la conclusión, al menos en apariencia, es válida. ¿Lo será también clínicamente?...; en este sentido existe resistencia por parte de algunos siquiatras cualificados, que absuelven a la televisión, inocente, según ellos, de estas «fechorías» que se le inculpan.

Frecuentemente reunida toda la familia en torno al televisor, alguno de los niños o de los adultos se ven forzados por el espacio reducido o por los muebles a contemplar la pantalla de televisión desde alguno de los ángulos o rincones de la habitación. Se ha afirmado que la falta de claridad de la imagen televisada y esta postura violenta que exige un evidente esfuerzo de adaptación visual favorecen la tendencia a la **miopía**. El Dr. Arlwyn Griffith, especialista en esta materia, ha indicado que en el Reino Unido, millares y millares de niños menores de diez años necesitan utilizar gafas, debido sin duda a defectos adquiridos por el abuso de la televisión. Con esta opinión coincide el Dr. Mallou Labrador (3) quien afirma que «se han descrito defectos de acomodación y convergencia, una ametropía no corregida, y hasta una heterofobia, debidas al abuso de la televisión» (4).

El Dr. E. Ronselet ha efectuado algunas investigaciones en Francia, América e Inglaterra, llegando a la conclusión de que «además de las afecciones de la vista, se daña con el abuso de la televisión a la columna vertebral, debido a la forzada inmovilidad de muchos niños que permanecen horas y horas ante el televisor. Se alude también a **trastornos en la dentición**, en el caso de que los niños apoyen el mentón durante largo tiempo sobre la mano»...

En Estados Unidos han cundido los estudios e investigaciones sobre este aspecto. Los médicos se han pronunciado sobre **perturbaciones de crecimiento**, deformaciones del esqueleto, desplazamiento de las vértebras, deformación de la mandíbula, etc., etc., sobre todo cuando los niños ven la televisión largos ratos tendidos en el suelo, con la cabezita entre las manos.

Tengan en cuenta los padres que, durante la comida, hora clave para la televisión, por ser el momento en que se reúne toda la familia, y el momento de la cena, en que la televisión comienza sus programas serios de noche, en presencia de los niños, la televisión puede ser causante de trastornos que afecten directamente a la **digestión** de sus hijos. Los niños, unas veces comen muy de prisa, nerviosos, y sin masticar los alimentos suficientemente; otras se desinteresan con exceso de lo que están comiendo, absortos como están en las aventuras de la pantalla. Para que el desarrollo se efectúe con normalidad el niño debe nutrirse con calma.

A veces los pequeños telespectadores acostumburan a comer golosinas o masticar «chicle» mientras contemplan los programas de televisión. Esto, como es muy lógico, puede perturbarles el apetito. Todo ello exige una constante atención por parte de los padres, ya que la televisión, huésped de honor, miembro de la familia, puede convertirse de pronto en un cruel y larvado enemigo de la salud de sus hijos.

En este aspecto se ha producido un exceso de literatura sensacionalista, fundamentada más en opiniones arbitrarias que en conclusiones científicas.

El Dr. Bideau, oftalmólogo del hospital de Menterre, se expresa en estos términos:

Se ha pretendido que diversas turbaciones tenían su origen en no sé qué rayos misteriosos, emitidos por los tubos catódicos. El desventurado haz de electrones origen del spot luminoso que crea la imagen, es bien inocente de esas pretendidas fechorías. En una palabra: ningún rayo nocivo ha sido probado, ni existe; ninguna lesión se ha podido observar; no se trata más que de turbaciones funcionales, y, en particular, de fatiga ocular (5).

Un periodista francés, llamado Paul Guth, colaborador de «Le Figaro Littéraire», acudió para rebatir la actitud pesimista de muchos médicos e investigadores a la Asociación de Estudios e Investigaciones sobre los Problemas de la Televisión y el Niño. La respuesta de la Asociación, que, como se sabe, está integrada en el Instituto Nacional de Orientación Profesional, fué como sigue: «No existen por el momento fundamentos científicos serios para afirmar que se produzcan en el niño esos trastornos y deformaciones.»

La televisión suele retrasar en muchos casos la hora de acostarse los niños y por tanto reducir el tiempo dedicado al sueño, ya que por las mañanas deberán levantarse a la hora exacta para poder asistir puntualmente al colegio.

La Televisión Española ha facilitado a los padres su tarea en la solución de este problema, poniendo en antena el «flmet» «¡Vamos a la cama!», que es un prodigio, en belleza, de ternura y de sentido pedagógico.

Se demuestra claramente que incluso en sus efectos físicos, la influencia de la televisión está subordinada a la autoridad y el sentido de los padres y responsables de la conducta del niño.

Por el momento es consolador que los médicos más eminentes no tomen muy en serio la influencia directa de la televisión en los trastornos orgánicos del desarrollo infantil. El Departamento de Oftalmología de la Facultad de Medicina de la Universidad de Keio, en Tokio, refiriéndose a varios estudios sobre la influencia de la televisión en el órgano de la vista, ha afirmado que el hecho de ver la televisión en malas

(3) Cf. *Tele-Radio*, 122, abril-mayo 1960.

(4) Cf. *Tele-Radio*, 358, noviembre 1964, 19 ss.

(5) Cf. X. BIDEAU: «Los efectos de la televisión». *Gazete des Hospitaux*, 22 de febrero de 1959.

condiciones de angulación, definición o luminosidad, produce sin duda disminuciones temporales en la **capacidad de acomodación del ojo humano**, pero basta un reposo de treinta minutos o una hora, según los casos, para que se restablezca de nuevo la normalidad funcional (6).

Los efectos que la televisión produce en el **siquismo infantil** no son visibles de ordinario. Este hecho explica, en parte, la negligencia de los padres poco formados, que no ven en la televisión más que un medio de entretenimiento para sus hijos.

Sin embargo, estos efectos latentes encuentran sus consecuencias inmediatas en algunas **perturbaciones de los sueños del niño**.

El Payne Fund ha patrocinado un estudio encaminado a la evaluación de los movimientos realizados en sueños por 163 niños, que habían asistido a la proyección de un film entre las seis y media y las ocho y media de la tarde y se habían acostado a las nueve. Se ha podido constatar, a lo largo de la noche siguiente, un aumento considerable de intranquilidad, equivalente en varios casos al 90 por 100 sobre la situación normal. Estos efectos persisten a veces durante varias noches sucesivas. Algunos films han determinado perturbaciones equivalentes a las que producen dos tazas de café bebidas en el momento de acostarse. La profundidad y persistencia de estos efectos depende tanto de factores objetivos (naturaleza del film) como subjetivos (estabilidad síquica del sujeto) (7).

En realidad es la conjugación de estos dos factores la que determina también el conjunto de condiciones óptimas, capaces de convertir a la televisión en instrumento formativo. El conjunto de estas condiciones podría tipificarse en los siguientes aspectos: horario y tiempo de los programas infantiles, tiempo de permanencia del niño ante el receptor de televisión, condiciones técnicas de recepción del programa, contenidos de la programación infantil y otras condiciones subjetivas y ambientales de la vida de familia. Digamos algo de cada uno de estos aspectos.

La acción educativa depende siempre de un marco de condiciones objetivas, entre las cuales destacan la **economía y distribución del tiempo**. El niño necesita tiempo para el diálogo, tiempo para el aprendizaje, tiempo para la contemplación, tiempo para el descanso, etc. La recta y proporcional integración de esta pluralidad de posibilidades es la que nos da el equilibrio en los efectos de la acción educativa.

Cabe establecer primero una norma, atendiendo a la distribución del tiempo en días lectivos y días no lectivos. Parece claro que los programas infantiles deben tener lugar en días no lectivos o durante la tarde de la víspera. No podemos olvidar que, como afirma Himmelweit a propósi-

to del cine, el niño acude a la televisión siguiendo dos tendencias claras: evadirse de la rutina cotidiana y sumergirse en el mundo de los adultos. En la primera de esas tendencias es donde debe fundamentarse la metodología de la programación infantil, llevada a cabo en los días y horas en que el niño puede descargarse de las múltiples tensiones síquicas que produce en él la vida escolar.

La **duración** de los programas infantiles depende de la naturaleza y contenido de los mismos. Un programa televisado de naturaleza didáctica no debe exceder los veinticinco minutos de tiempo hábil en antena; en cambio, un programa «magazine» con variedad de espacios (curiosidades, humor, concursos, juegos, canciones, etc.) puede cubrir perfectamente los sesenta minutos de duración sin llegar a producir hastío en el niño (8).

La **periodicidad** de los programas infantiles puede, con todo, e incluso debe ser diaria. Además de los dos o tres días que en semana la televisión podría ocuparse de los niños en programas extensos, diariamente debería encontrar espacios breves, a horas de la tarde en las que el niño se encuentra en casa, antes de cenar, para dedicarle un breve espacio formativo «pensado y realizado para él».

Cada uno de estos espacios breves (no más de diez minutos ni menos de cinco) podría referirse a un aspecto de la vida: ciencia, arte, humor, deporte, información, marionetas, piedad, etc.) Los dos o tres programas infantiles semanales más extensos significarían, en cambio, una integración armónica y vital de todos los valores, hasta conseguir por medio de la televisión una formación enriquecedora, equilibrada y orgánica y no una formación rapsódica, parcial y desequilibrada.

El Código de Usuarios de Televisión de la UNDA (Asociación Católica Internacional de Radio y Televisión) aconseja que el espectáculo de televisión no pase nunca de la media hora antes de los nueve años y raras veces sobrepase las dos horas de duración en años posteriores. Nos parecen unos datos excesivamente amplios, pero que tienen una clara razón de ser, si tenemos en cuenta que existen países, como Estados Unidos, en los que el tiempo destinado a los niños llega a las cuatro horas diarias, lo cual no tiene justificación posible desde ningún punto de vista.

Pasemos ahora al análisis del tiempo de **permanencia** del niño ante el receptor de televisión.

Diversas encuestas realizadas en Estados Unidos muestran que ya a los tres años un gran número de niños permanecen durante cuarenta y cinco minutos diarios ante el receptor de televisión. En el momento en que el niño va a la

(6) «On how to view». *Annual Bulletin of the Radio and Television Culture Research Institute*, 11, 1959.

(7) S. HENSHAW, V. L. MILLER y D. MARQUIS: *Children's sleep*. Macmillan, Nueva York, 1933.

(8) Se comprende fácilmente que me estoy refiriendo a niños comprendidos entre los seis y los doce años. En niños menores habría que reducir el tiempo en una medida proporcional a la capacidad de fijación de la atención (programas para menores de cinco años no deberían exceder de los cinco minutos).

escuela (cinco o seis años), el tiempo sube casi a las dos horas y sigue ascendiendo hasta los doce o trece años, en los que ve un promedio de tres horas diarias de televisión.

En cambio, al comenzar la enseñanza secundaria el proceso se invierte y comienza un período de disminución en el interés por la televisión, de tal manera que de los trece a los dieciséis años el tiempo de permanencia ante el receptor vuelve a estabilizarse en las dos horas diarias (9).

Estadísticas correspondientes a otros países coinciden en afirmar que los niños comprendidos entre los seis y los dieciséis años de edad permanecen ante el receptor durante un tiempo medio que oscila entre las doce y las veinticuatro horas semanales. Parece que la edad en la que el niño ofrece un mayor interés absoluto por la pequeña pantalla es la edad de los doce a trece años.

El consumo global de televisión por parte de los niños y adolescentes de todos los países del mundo en los que ha tomado ya carta de ciudadanía la televisión es verdaderamente alarmante: durante los años correspondientes a la edad escolar invierten las mismas horas ante el receptor de televisión que en las tareas de la clase. Este hecho, sumado a otra de las tendencias claras que determinan el interés del niño por el espectáculo televisivo (su injerencia o su incorporación imaginaria al mundo de los adultos) nos induce a afirmar la necesidad de limitar el tiempo de permanencia del niño ante la telepantalla, para hacer de sus contenidos auténticos factores de educación. La tolerancia sistemática acarrea más inconvenientes que ventajas en el desarrollo de su conciencia psicológica y como consecuencia de su conciencia moral.

Los múltiples estudios publicados como «reports» de los cursos de televisión en circuito cerrado, organizados por numerosas universidades norteamericanas, han puesto de manifiesto la importancia que para bien o para mal revisten las condiciones técnicas de la recepción del programa de televisión (10).

Por lo que toca a las condiciones óptimas exigibles al niño que ve televisión en su propio hogar, debemos advertir, con Zenczewski, la necesidad de que el niño se siente frente al televisor, evitando que se acostumbre a presenciar los programas desde los ángulos de la habitación. En términos generales podemos aconsejar que la distancia que media entre el niño y el televisor debe ser aproximadamente la largura de la pequeña pantalla del receptor multiplicada por seis o siete. La correcta colocación del re-

ceptor exige que esté situado a la altura de los ojos, o ligeramente más alta. Deben tomarse las precauciones para que sobre la pantalla del receptor no incida otra luz ajena a ella; el televisor debe estar perfectamente reglado, sin exceso de luz ni de contraste. Es conveniente que la habitación no esté completamente a oscuras, sino iluminada con una intensidad equivalente o ligeramente inferior a la luminosidad de la pantalla.

A propósito de las condiciones de recepción ha afirmado el Dr. Barraquer: «Convendría que al llegar la edad en que empiezan a interesarse activamente por lo que ofrece el televisor, los niños visitasen a un oftalmólogo. Aunque no con demasiada frecuencia, afortunadamente, algunos tienen cierta propensión o padecen ya algún defecto que pudiera agravarse en caso de no tomar esta precaución. Por ejemplo, el estrabismo. Pero esta precaución debe tomarse en todo caso, ya que el cine o la lectura pueden producir los mismos efectos que la televisión» (11).

El niño no debe acostarse inmediatamente después de ver televisión; es conveniente dejar transcurrir un cuarto de hora como mínimo (12).

### CONTENIDOS DE LA PROGRAMACION INFANTIL

Conviene advertir ante todo que la televisión no es una técnica de transmisión de valores objetivos, sino más bien de modelos de conducta. No sería legítimo desde este punto de vista concluir sobre la necesidad de dotar a la programación infantil de unos contenidos específicos «terminados». Si es cierto que en la conducta del niño influyen factores concretos, en cuanto operativos en sus peculiares necesidades, no es menos cierto que los valores que la conducta del niño debe cultivar y perseguir no son «valores infantiles», sino «valores humanos». La natural tendencia psicológica del niño que le lleva a identificarse con los héroes de la telepantalla mayores que él y su natural interés por el mundo de los adultos, son dos claros exponentes de esta unidad natural e indisoluble de la conducta del niño y la conducta del hombre.

Las tres cuartas partes de los niños se interesan por el mundo de los adultos. Una encuesta efectuada por Mark Abrams en Inglaterra entre niños de ocho a quince años añade un nuevo dato significativo: ese interés crece en los niños de ambientes obreros, si los comparamos con los niños pertenecientes a la clase media (13).

Esto nos lleva a considerar que antes de esta-

(9) Así se concluye de los estudios de HILDE HIMMELWEIT, A. N. OPPENHEIM y PAMELA VINCE: *Television and the Child; an empirical study of the effects of television on the young*. Nuffield Fund, Oxford University Press, New York, 1958, 522, y WILBUR SCHRAMM, JACK LYLE y EDWIN PARKER: *Television in the lives of our children*. Stanford University Press, Stanford, 1961, 324.

(10) Ahora no nos interesan las condiciones del receptor en la clase, sino en el hogar.

(11) Cf. *Tele-Radio*, 358, noviembre 1964, 23.

(12) ZENCZEWSKI: «Les conditions de la bonne réception du programme de la télévision». *Rodzina i Szkoła*, 11, 1959, 7.

(13) MARK ABRAMS: «Child audiences for television in Great Britain». *Journalism Quarterly*, 33, 1, 1956, 35-41.

blecer una doctrina sobre contenidos válidos de la programación infantil es necesario distinguir correctamente entre preferencias y conveniencias por parte del niño.

Los niños que mantienen unas relaciones satisfactorias y normales con respecto a sus padres muestran la tendencia a seleccionar unos tipos de programas mucho más variados que los niños cuyas relaciones no son normales.

En Estados Unidos se ha analizado el contenido de 70 programas, muy conocidos por constituir las preferencias del público infantil, y se ha comprobado que en una gran mayoría los programas eran films de aventuras, emisiones policíacas y programas de variedades. Ciertas características, importantes para la vida cotidiana, como la honestidad, la aplicación, la buena educación, etc., no aparecían prácticamente en ninguno de los tipos analizados. En las emisiones donde intervenía un héroe de tipo agresivo, como suelen ser casi todos, el bien triunfaba invariablemente del mal, pero en la mayoría de los casos gracias a la violencia.

W. A. Hart, analizando resultados análogos, encuentra una diferencia en las preferencias de cada sexo. Mientras los niños prefieren films policíacos, westerns, películas de guerra y de resistencia, las niñas se inclinan, en cambio, por películas que reflejen la vida cotidiana, la naturaleza y los animales. En cambio, los films de carácter histórico agradan a los niños de ambos sexos por igual.

Si se da una diferenciación de preferencias por sexos, también se da, sin duda, por edades. Los niños menores de seis años hacen sus preferencias de los dibujos animados; los de seis a nueve, prefieren las marionetas; en cambio, los niños comprendidos en la edad escolar se inclinan por los films de aventuras y los niños de doce años en adelante están ya muy próximos a los gustos de los adultos (espectáculos, variedades, personajes vivos...).

Otro criterio válido en la tipificación de las preferencias es el sistema de valores del grupo de referencia al que el niño pertenece o al que le gustaría pertenecer. Este criterio constituye un factor importante de su comportamiento individual ante los sucesos que le ofrecen los «mass-media». El sistema de valores del grupo está en relación con la capacidad crítica del niño, y ésta, con la firmeza de su personalidad psicológica.

Según este criterio se ha podido comprobar que los niños que adoptan sin reservas el sistema de valores de su grupo de edad muestran una clara tendencia a las emisiones recreativas de las cadenas comerciales (acción, violencia, variedades...), mientras los niños orientados establemente hacia la vida de familia prefieren emisiones inspiradas en la realidad y films educativos.

Un nuevo elemento válido para el análisis de contenidos de la programación infantil desde

el punto de vista de las preferencias es la medida en la que el niño se identifica o es capaz de identificarse con los personajes protagonistas del programa. El entusiasmo por un programa depende de ordinario de la medida en la que el niño es capaz de llevar a cabo esa identificación.

A medida que los niños avanzan en edad va disminuyendo su interés por la televisión en general, a favor del cine y de las lecturas. Kobylanski ha podido comprobar, a propósito de la prensa, que el niño a los dieciséis años se interesa sobre todo por el humor, la sátira, los juegos de ideas, los deportes, etc. A pesar de tratarse de prensa, las conclusiones son perfectamente válidas para el caso de la televisión, en virtud de la ley que Schramm ha bautizado con el nombre de **paralelismo de las preferencias**: la predilección por determinados contenidos de televisión se acompaña de una predilección semejante en lo concerniente a contenidos cinematográficos, de prensa y en general de todos los medios de expresión. La ley de Schramm se afianza en la unidad de tendencia del ser humano.

En lo relativo al nivel de inteligencia y estabilidad síquica, los niños más despiertos y equilibrados se inclinan a escoger más a menudo las emisiones aducativas y aquellos programas de acción apasionante cuya complejidad reclama poner en juego la inteligencia del espectador.

Por otra parte, las reacciones de los niños varían en función de su estado mental probable. Para el niño esquizoide, la televisión es en realidad un refugio que le libra de múltiples contactos con personas del mundo real. Los niños que presentan tendencias a la histeria y a la disociación corren el riesgo de identificarse más fácilmente con los personajes de la televisión, de adoptar sus hábitos y revivir sus aventuras imaginarias. Los que padecen otros tipos de psicopatías, caracterizadas por una deficiencia de los mecanismos de auto-dirección y auto-control, suelen ser propensos a la rebelión y pueden hallar en la conducta del criminal de la telepantalla el prototipo de su propia conducta (14).

Hasta aquí hemos analizado las preferencias del niño. Debemos referirnos ahora a las conveniencias; es decir, a los contenidos positivos que deben implicar los programas infantiles, si queremos convertirlos en auténticos factores educativos.

Los programas infantiles de televisión deben cumplir una misión aparentemente paradójica. Sin olvidar que el niño se encuentra en el hogar, fomentarán por todos los medios una impresión de seguridad, que debe ser compatible con la evasión. Es una actitud falsa y equivocada el convertir al hogar en una prolongación del colegio, cargando a los niños de deberes. Los resultados suelen ser negativos, en perjuicio tanto del colegio como de la vida de familia. El niño necesita estar

(14) Cf. «L'influence de la télévision sur les enfants et les adolescents». *Etudes et Documents d'information*, Unesco, Paris, 1965, 22-58.

tranquilo, disfrutar de la paz y el cariño del hogar, sin agobios, sin presiones. La televisión no puede ser jamás la causante de ningún género de inestabilidad síquica.

El contenido de la programación infantil es el contenido de la vida misma, a la que el niño se abre progresivamente. Ante los ojos del niño, la televisión debe realizar un despliegue armónico de todo el esquema de valores, huyendo siempre de la abstracción y buscando la máxima simplicidad y claridad.

Los programas infantiles no deben enseñar la naturaleza de los valores, sino mostrarlos encarnados en prototipos humanos de conducta. Nunca se exaltará lo suficiente la decisiva importancia de la creación de auténticos héroes infantiles en la pequeña pantalla.

Estos héroes deben ser niños, reaccionar como niños, sufrir como niños y triunfar como niños. Es curioso observar, sin embargo, a este propósito que el niño tiende a identificarse siempre con un prototipo que le aventaja en edad. El héroe ideal para un niño de diez años es otro niño de doce.

Sería erróneo, con todo, pretender hacer de la programación un esquema cerrado de la vida. Uno de los mayores riesgos de la pequeña pantalla es el pasivismo. Las escenas que una recta programación infantil debe ofrecer deben tomar en consideración el indispensable clima de libertad que propicia siempre la verdadera educación. Los contenidos de la programación infantil son opciones de conducta que permiten al niño organizar e interpretar sus propias experiencias. De ahí que siempre deban introducirse elementos encaminados a fomentar una participación activa y creadora del niño.

Es peligrosísimo seguir fomentando el principio práctico de que la única forma de triunfar es la violencia. Siempre es más positivo y más verdadero que la virtud se impone por sí misma. El instinto agresivo del niño puede hallar cauces abiertos en mil formas dramáticas opuestas a la brutalidad.

Esa orgánica pluralidad de valores debe mostrar siempre su propia jerarquía: valores religiosos, valores morales, valores sociales, valores intelectuales, valores estéticos, valores físicos y materiales.

La quintaesencia de lo humano puede encarnarse paradójicamente, como en una síntesis de ternura y de profundidad, en las marionetas y en los animales. Los niños aceptan siempre de buen grado el mensaje inocente de las marionetas y de los animales, que representan un mundo de justicia original, acaso porque en él se da la conjugación más radical de la animalidad y la inocencia de la vida humana.

Desde las fábulas de Esopo, Samaniego, La Fontaine o Iriarte hasta los dibujos animados de Walt Disney, el mundo de los animales ha mostrado la radical diferencia que media entre la fábula y el mito. La fábula revela una autenticidad esquemática, axiológica e inalcanzable de los ver-

daderos contenidos humanos, frente a la inautenticidad y la falacia de los mitos.

Para ganar en profundidad sobre el análisis del contenido de los programas infantiles necesitamos, por tanto, referirnos a la luz y sombra del mito.

Desde Platón, el mito está cargado de una aceptación pedagógica que hicieron extensiva el Renacimiento al ámbito de la psicología y la sociedad contemporánea al ámbito sociocultural.

Pues bien, puesto que las imágenes mitológicas y su lenguaje social encarnan funciones de contenido antropológico, interesa un análisis desapasionado, una «desmitologización», como la ha llamado Geiselmann. Sin embargo, para Geiselmann, la verdadera «desmitologización» consiste en una reflexión sobre el contenido del lenguaje mitológico, a pesar de que el sistema usual de comunicación humana tenga que servirse del mito. En ese análisis encontraremos elementos válidos, que han influido extraordinariamente en los módulos de conducta y en el desarrollo del proceso cultural. Esta es una grave obligación que pesa sobre todos los responsables de los medios de comunicación audiovisual, sobre todo los «líderes» de la opinión pública y, de un modo especialísimo, los padres y educadores de recta conciencia.

Tanto Pío XII, que dictó la primera carta encíclica sobre cine, radio y televisión, como el Concilio Ecuménico Vaticano II, en su decreto sobre medios de comunicación social, han insistido hasta la saciedad en que lo verdaderamente urgente es preparar al público destinatario de los modernos instrumentos de difusión. Por nuestra cuenta añadiríamos que el objeto verdadero es la formación de una conciencia recta mediante una cabal comprensión del mito.

Esta responsabilidad moral adquiere caracteres de tragedia si se considera el carácter anónimo e irreversible del lenguaje de la televisión y, en general, de todos los medios de comunicación de masas.

Si se da una diferenciación de estímulos, ~~no~~ será con base en la misma comunicación objetiva del instrumento, necesariamente impersonal, sino con base en la cambiante psicología individual, que se encuentra tiranizada por el lenguaje mitológico, en un caso, mientras en el otro el mensaje no pasa de ser un tópico de sociedad. Pretender una homologación de los estados de conciencia mediante los medios de comunicación audiovisual sería tan absurdo como querer fabricar las pantallas con piel de camaleón.

El problema está en pie. ¡Y bien grave, por cierto!

¿Solución?... La acción responsable y conjunta de los profesionales de la televisión y los responsables de la educación en los ámbitos familiar y social.

La televisión encarna la figura del mito en los falsos contenidos humanos que la programación difunde con frecuencia. Pero donde suele revestir

especial gravedad es en el lenguaje publicitario. Examinemos algunos casos típicos.

El progreso es uno de los «mitos» de nuestra civilización, en la cual se da el fenómeno de esa elevación progresiva del pulso creacional humano que constituye, por una parte, la «aceleración histórica», y, por otra, el anhelo creciente en el ciudadano de librarse de la pesadilla de una sociedad monstruosa e infame al estilo del «Mundo feliz», de Huxley, en la cual el hombre muere de asfixia entre los carburantes y las máquinas. Todos sentimos la «prisa», una «prisa» nacida de la propia angustia de nuestra existencia, sometida por la técnica a la tentación de renegar de la estética y de la fe.

La televisión publicitaria es, de hecho, uno de los diablillos tentadores. Los numerosos «spots» se encargan de procurar que mordamos en el anzuelo del progreso un cebo bien camuflado en forma de nevera, transistor, camisas o detergentes. Es una operación calculada, mefistofélica y «fletada», invocando el dulce nombre del progreso.

Concebida sobre estas bases, el hecho mismo se nos presenta ya con las características del mito. Y, por si fuera poco, el entorno de razonamientos y de métodos forman una orquestación mitológica: juega un papel importante esa especie de fantasmagoría sonora y wagneriana, que se apoya en términos técnicos, quizá ininteligibles, pero siempre eficaces («homologación», «control automático de ganancia», «climatización», etc.), o la apelación al prejuicio psicológico del individuo o a la sociedad, que se muestra como una encarnación de la posibilidad real del contenido mitológico. Por ejemplo, Alemania y la técnica.

El mito, como decía Ortega, es el representante de un mundo distinto del nuestro. La innovación del progreso comete el crimen de callarse, intencionadamente, que ese mundo feliz y desalmado pertenece al maravilloso campo del mito.

Otro de los mitos publicitarios en televisión es el prestigio.

El personaje de «Los tiempos difíciles» grita desafortunadamente: «¡Hechos, nada más que hechos!... ¡Fuera los mitos!» Monsieur Homais lo corea. En cualquier caso, la violencia de la voz no puede ser definitiva para tratar de discutir si los «hechos» frente a los «mitos» deben ser o no el comienzo de la educación. Es más, creo que si en un orden axiológico deben ser los «hechos», en un orden metodológico, pedagógico, psicológico, deben ser los «mitos».

Los hechos no provocan sentimientos. ¿Qué sería, no ya del niño, sino del hombre más sabio de la tierra, si súbitamente «fueran alentados de su alma todos los mitos eficaces»?

El mito, la noble imagen fantástica, es una función eterna, sin la cual la vida siquiera se detendría parálitica y yerta. Es cierto que no nos proporciona el mito una adaptación intelectual a la realidad; es cierto que no encuentra el mito en

el mundo externo su objeto adecuado. Pero no cabe duda tampoco que suscita en nosotros las «corrientes inducidas de los sentimientos que nutren el pulso vital, mantienen a flote nuestro afán de vivir y aumenta la tensión de los más profundos resortes biológicos».

La publicidad utiliza el mito del prestigio, haciendo de éste un producto falaz de asociaciones objetivas y talismánicas: la camisa, los calcetines, la corbata o el reloj de pulsera son, en realidad, talismanes del prestigio y salvoconductos para el ingreso en un «status» social superior. Se da en ello un fácil halago a la vanidad del futuro comprador: «Si usted lo compra, se sentirá automáticamente admirado y envidiado por sus familiares y amigos.»

El sofisma no es tal sofisma; no actúa sobre la inteligencia; será como un vapor oloroso, como un clima tibio y amable que invadirá la voluntad, puede ser que incluso hasta el extremo de dictar al subconsciente la absurda consecuencia: «Poseer el objeto es símbolo de triunfo; carecer de él, de fracaso.»

Pudiera parecer que abogo, sin más, por la liquidación del mito, o que pienso, al menos, que el mito es en su propia naturaleza un contravalor en el sistema de las comunicaciones humanas. ¡No! No hay tal.

Concebir esta idea sería, además de utópica, contradictoria para la psicología. El mito cumple una función en el organismo social, que podría muy bien equipararse a la función de las hormonas en la estructura sicosomática del hombre.

El alborozo vital que motiva el mito, como una tibia destilación, se apoya en los colores de la felicidad, del confort, de la juventud, de la belleza y del bienestar económico. Los resortes de estos reclamos son definitivos. No es justo, siquiera, suponer que no sea lícito apelar a estas nobles aspiraciones del hombre.

El problema surge desde la dimensión negativa.

Todo el mundo que la gigantesca máquina publicitaria concibe y patrocina es un mundo auto-creado, en el que campea el instinto, como fuerza ciega y brutal, indomeñable y zalamera.

Desde este punto de vista, la publicidad es el mayor enemigo de Occidente, si Occidente existe como bloque sociocultural en el que poder concebir esperanzas de redención espiritual.

Caudales, riadas de oro, inundan el mundo; aluviones de billetes de banco, infinitamente superiores a los presupuestos del Congreso, están pagando la operación encaminada a convencer al hombre de que la meta de sus esfuerzos es una superación afanosa e impaciente de las condiciones materiales de vida, salud, belleza y economía. ¡Mentira!

Los responsables de los medios de difusión están gravemente obligados a dar un rotundo mentís a esta actitud. Una publicidad que soterradamente esté socavando los soportes mismos de la vida del espíritu; una publicidad que se limite a silenciarlos, pretextando que su finalidad es sim-

plemente vender calcetines, o neveras, o lavadoras, es dinero del diablo, encarna el programa del anticristo y vuelve a repetir aquella tentación de que «convirtamos las piedras en pan».

Un mundo que limite sus aspiraciones a la satisfacción del instinto de bienestar material es el peor, el más espantoso de los mundos.

El mito puede convertirse de hecho, es verdad, en el «condimento» de los contenidos humanos de la programación infantil. Pero es extremadamente peligroso, y sólo posible mediante una clara conciencia de las finalidades educativas por parte de los responsables directos de la formación del niño.

#### **EXIGENCIAS QUE LA PROPIA TELEVISION IMPONE A LOS PADRES PARA CONVERTIRSE EN FACTOR EDUCATIVO**

**Actitud responsable:** Sin duda, la televisión hará sentir a los padres la acuciante necesidad de una mejor y más profunda preparación, si ha de convertirse en factor educativo. Un padre bien preparado puede ver con su hijo programas que no son infantiles y puede valorar la reacción del niño, introduciéndolo con mano maestra en el misterioso mundo de los adultos, sin que por ello corra el menor de los riesgos. Un padre pedagogo es capaz de extraer oro de los guijarros y encontrará siempre ocasión para adentrar a su hijo en los misterios de la vida y de la ciencia, del hombre y de Dios. En el extranjero existen ya múltiples publicaciones destinadas a la formación de los padres con vistas a la televisión.

En España, desgraciadamente, hemos vivido de espaldas a esta necesidad. Hora va siendo ya de que algún organismo nacional de carácter familiar, o apostólico, o profesional, o docente, o privado vea con claridad el problema y acometa seriamente un programa de acción pedagógica destinado a padres y educadores. Digámoslo con letras bien grandes: nos falta la revista *Familia y Televisión*, del estilo de las publicaciones del Centro *Télévision et l'Enfant*, creado el año 1954 en París.

Es imprescindible que a la hora de seleccionar los programas que han de presenciarse en familia, con asistencia de los niños, exista un acuerdo total entre los padres. Estos deben ir acostumbrando a los niños a participar en la elección de una forma activa, constituyendo como una especie de «Consejo familiar» (previa la consulta de los padres y estando ellos de acuerdo).

Los padres deben tener en cuenta la edad, educación, evolución psicológica, carácter y medio ambiente de los niños para seleccionar sus programas. Es claro que los intereses de los niños evolucionan con su desarrollo físico y su edad biológica y mental. Otro tanto ocurre con su capacidad de comprensión, según hemos venido exponiendo detenidamente en páginas anteriores.

Es ahora de todo punto necesario mantener un equilibrio entre su natural deseo de experiencias y conocimientos nuevos y la satisfacción de los mismos. Por lo que respecta a su carácter, hay niños emotivos, inestables, serenos, nerviosos. Mientras para unos la televisión será un factor de «evasión», un «exultorio», para otros se convertirá en elemento enervante que puede provocar en ellos ansiedad o inadaptación. Pero en cualquier caso, el padre no puede ignorarlo. Para un padre responsable, que ve la televisión con sus hijos, la verdadera pantalla no es la del televisor: es el rostro, la compostura y las reacciones de sus hijos.

Real y verdaderamente, si cada uno de los que colaboramos de televisión nos parásemos a pensar en el alcance y dimensiones que el poderoso influjo de este instrumento implica en el campo de lo moral, creo que sólo nos atreveríamos a redactar nuestros guiones después de una paciente consideración ante Dios y ante nuestra conciencia. En el terreno de lo moral existen actitudes de base, que atienden a los diversos niveles que estratifican y congelan en términos generales las distintas especies del público destinatario. Estos niveles se atemperan, por una parte, a la edad mental y a la capacidad de percepción y reacción que forman la silueta de la conciencia psicológica, y por otra, al ambiente.

El primer aspecto, sin salirse del ámbito moral, incide directamente sobre la normativa didáctica del quehacer televisual. El segundo impone, sin posibilidad de elección, un ambiente dado: «la vida del hogar», con sus valores permanentes.

No pretendo escamotear la afirmación de que la vida familiar ha sufrido una transformación en su aspecto psicológico. Pero esta transformación no modifica las líneas maestras de la moral familiar e incluso completa la relación moral de sus miembros con nuevas responsabilidades. De todos modos, la figura clave que encarna un verdadero postulado para el guionista de televisión es el niño. En horas que no sean estrictamente propias de una programación de adultos, el guionista debería trabajar como si su programa hubiera de presenciarse cualquiera de sus hijos menores de edad.

Naturalmente, esto no significa que todo programa de televisión deba ser aséptico, higiénico y blanco, si por asepsia, higiene y blancura entendemos la impotencia, la inhibición o la excesiva timidez para afrontar el mal moral como elemento aleccionador. El Concilio Vaticano II, en su esquema definitivo sobre medios de comunicación social, alude a la conveniencia de presentar el mal, con tal de que de él pueda deducirse una reafirmación de los valores positivos.

¿Quién sería capaz de hablar del arrepentimiento si primero no habla del pecado?... ¿Quién sería capaz de medir la hondura psicológica y humana de la pesadumbre si no hizo frente primero a la presentación del contravalor?

El problema reside, efectivamente, en que esa

presentación sea «equilibrada». Se trata de un equilibrio dinámico entre las dos fuerzas: tesis y antítesis, que deben coadyuvar por igual a la síntesis positiva, que incide directamente en la estimación de valores o en la conducta moral del público telespectador.

Puede interpretarse mi posición como si yo pretendiese que en cada uno de los espacios debe llegarse a una temperatura moral que no desdiga del hogar medio en el que presencia la televisión un menor de edad. ¡No! Entiendo que esto sería exagerado en el caso de los programas nocturnos, por ejemplo: Cuando hace años se debatía en Estados Unidos el problema de los códigos morales de televisión, los moralistas advertían que a esas horas la responsabilidad de los programas de televisión se reparte, cargando el acento en los padres de familia. El caso de la presencia del niño en esos programas—decían—representa el mismo caso que el de la asistencia del niño a las salas de proyección cinematográfica. En definitiva, son los padres los que les dan el dinero y, en el caso de la televisión, los que toleran culpablemente su presencia en programas expresamente destinados a los adultos. Excepto en estos casos, el guionista, vuelvo a insistir, ha de hacer del hogar una bellísima, radiante y sugestiva hipótesis de trabajo.

En el año 1958, la UNDA (Asociación Católica Internacional para la Radio y Televisión) adoptó en Friburgo un Código Internacional de Televisión, que podríamos denominar el «Código de los padres». Transcribimos íntegros sus siete puntos:

1. Los niños no deben contemplar la televisión más de dos horas al día como tiempo límite.
2. Los programas de horror (sobreexcitantes, escenas de crueldad, etc.) deben ser prohibidos en cualquier edad.
3. Se debe promover la idea de que todos los miembros de la familia no tienen igual derecho para ver la televisión. A los niños se les debe instruir convenciéndolos de que algunos programas son sólo para mayores.
4. La televisión no se debe encender durante el tiempo de la comida.
5. Los padres se deben poner de acuerdo de antemano sobre los programas que ellos consideran convenientes para sus hijos. Deben desconectar el televisor cuando los programas son inconvenientes y explicar a los niños por qué obran así.
6. Padres y educadores deben protestar contra los programas censurables e insinuar a los productores aquellos que son dignos de elogio por su calidad.
7. Los padres deben exigir para sus hijos un horario de programas que respete el orden de la vida familiar, emitidos antes de la hora de acostarse los niños.

En cuanto sea posible e incluso a costa de sacrificio, los padres deben procurar estar presentes cuando se ilumina la pantalla de televisión

para dirigirse a sus hijos. Los niños necesitan constantes explicaciones. Los comentarios de los padres, si son breves y seguros, serán de inmensa utilidad.

Por otra parte, la televisión suscitará temas de conversación de los niños entre sí y entre los niños y los padres, que ayudarán notablemente a conocerse mejor. Sin estar presentes los padres o alguna persona mayor no conviene que los niños dispongan libremente del televisor. Las intervenciones de los padres deben ser breves, sin distraer con exceso la atención del niño y sin ahogar su espontaneidad, respetando sus reacciones personales, de gran valor sintomático y expresivo para su ulterior misión educativa. Frente a la pantalla, y gracias a ella, los padres responsables pueden hallar la fórmula mágica para un «reencuentro» interior con sus hijos. Bien merece la pena.

Los médicos y los psicólogos aconsejan no acostar al niño inmediatamente después que acabaron los programas de televisión infantil. Ese momento de calma que sigue al cierre del programa vale un imperio. Es una vuelta al mundo de la realidad. Es el momento justo, propicio, para que los padres escuchen de labios del niño sus puntos de vista. Con toda seguridad el padre deberá precisar, juzgar, comparar y encajar sus conceptos. Aludirá a sus conocimientos de la escuela y tratará de salvar el abismo entre ciencia y vida, insondable para el niño; comprenderá hasta qué punto distingue entre ficción y realidad, cómo clasifica y jerarquiza los valores, cómo reacciona ante situaciones dadas, que implican una referencia a lo moral y lo religioso, qué grado de sensibilidad posee y qué caracteres presenta su fisonomía espiritual.

Cuidado con los «dogmatismos». No se trata de imposiciones. Se trata de diálogo, el único medio posible y eficaz para que vuestros hijos transvasen a la vuestra su propia alma. Apagad entonces el televisor. No temáis que se acuerden de la bruja o sueñen con el bandido desalmado. Esta noche dormirán tranquilos porque «encontraron a su padre».

Para concluir nuestro trabajo, con una llamada a la concordia de todas las responsabilidades (familiares, educativas, sociales y profesionales) que de un modo o de otro inciden sobre la educación del niño por medio de la televisión, nada más oportuno que citar unas palabras de Pío XII: «La buena voluntad y la honrada actividad de quien transmite—dice—no son suficientes para asegurar el pleno aprovechamiento de la técnica televisiva, ni para apartar todos los peligros. Es insustituible la prudente vigilancia del espectador. La moderación en el empleo de la televisión, la discreta admisión de los hijos, según su edad, a los programas, la formación de su carácter y de su criterio recto sobre los espectáculos que han visto, y, finalmente el apartarlos de programas no aptos para ellos, pesa como un grave deber sobre la conciencia de los padres y educadores.

Caigamos en la cuenta de que especialmente este último punto podrá crear situaciones delicadas y difíciles, y de que el buen sentido pedagógico exigirá frecuentemente a los padres dar ejemplo, incluso con el sacrificio personal de renunciar a determinados programas. Pero... ¿acaso será pedir demasiado que los padres se sacrifiquen cuando está en juego el bien supremo de sus hijos?...

Habrà de ser, por consiguiente, más que nunca

necesario y urgente formar en los fieles una conciencia recta de sus deberes de cristianos en el uso de la televisión, para que ésta no se preste a la difusión del error o del mal, sino que llegue a ser un instrumento de información, de formación y de transformación» (15).

---

(15) S. S. Pío XII: *Encíclica «Miranda Prorsus»*, del 8 de septiembre de 1957, Ed. Tipografía Poliglota Vaticana, El Vaticano, 1957.