

- Juan Bautista Romero Carmona
Huelva

Televisión y adolescentes: una mítica y controvertida relación

Television and teenagers: a mythical but controversial relationship

El comportamiento de los adolescentes ante la televisión no está desvinculado de su comportamiento ante otras ofertas de entretenimiento, ni de los hábitos de los demás grupos sociales en la utilización del tiempo de ocio. Es esencial comprender que la posición de los adolescentes en la sociedad moderna ha cambiado en profundidad. En este trabajo se quiere reflejar que el alto grado de dependencia del televisor entre los jóvenes preocupa tanto a los educadores como a los expertos e investigadores en medios de comunicación. Bien es cierto, que entre los adolescentes existe un importante conocimiento de la oferta televisiva que les posibilita la elección de los programas que más les interesa. De todas formas, ante esta autonomía, se puede plantear el debate de si están los jóvenes formados y preparados para tener un juicio crítico y tener capacidad de elegir; y ser capaces de enjuiciar la información y los valores que transmite la televisión.

Nowadays there is a debate about the relationship we can find between teenagers and TV. Maybe sometimes we do not take into account many important aspects and we only focus on the TV contents. Teenagers' behaviour to TV and to other entertainment activities are closely related. This paper points out the importance of TV in teenagers' lives and its influence on them. That's why we should reflect from a serious and formal point of view on the curricular perspective of TV in the education system.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Televisión, adolescentes, programas televisivos y educación en medios.
Television, teenagers, television programmes and mass media education.

La discusión sobre las relaciones entre adolescentes y la televisión se efectúa, en muchas

ocasiones, de manera apasionada y quizá con apresuramiento excesivo, centrándose en los contenidos de los programas y saltando por encima de una contextualización que pensamos puede ser crucial para un razonable abordaje del asunto. Los programas juveniles forman parte de un conjunto de programas que se ofrecen en las distintas cadenas televisivas que están compitiendo por lograr cuotas de audiencia.

- ◆ Juan Bautista Romero Carmona es asesor del CEP Bollullos/Valverde (Huelva) y profesor asociado de la Universidad de Huelva (jbniebla@telefonica.net).

Los adolescentes ven los programas pensados para ellos o programados en los horarios que dedican preferentemente a ver la televisión, pero también contemplan la programación general a horas que son consideradas de adultos.

El comportamiento de los adolescentes ante la televisión no está desvinculado de su comportamiento ante otras ofertas de entretenimiento ni de los hábitos de los demás grupos sociales en su utilización del tiempo de ocio (Younis, 1994).

Adolescente proviene del latín «adolescens», participio presente de «adoleo», verbo que significa: crecer, desarrollarse, ir en aumento. En el «Diccionario de la Lengua Española», «adolescencia» es la edad que sucede a la niñez y que transcurre desde la pubertad hasta el completo desarrollo del organismo. Sus límites se fijan entre los 13 y los 21 años por lo general, con distintas oscilaciones entre los diferentes estudios del tema; y que aparece de forma distinta en el hombre y en la mujer. En la mujer la adolescencia aparece aproximadamente sobre los 12 años y en el hombre surge sobre los 13 años y llega, según las sociedades a las que pertenezca, hasta los 20 años.

Es esencial señalar que la posición social de los adolescentes en la sociedad moderna ha cambiado en profundidad. No hay que olvidar que muchos de los problemas que suscitan en esta fase de la vida están generados por una peculiar situación de las sociedades modernas. Anna Freud (1992) manifiesta que es difícil señalar el límite entre lo normal y lo patológico en la adolescencia y considera que toda la conmoción de este periodo de la vida es normal. Señala, además, que sería anormal la presencia de un equilibrio estable durante el proceso adolescente. El joven en este periodo no sólo debe enfrentarse al mundo de los adultos, cosa para lo que no está del todo preparado, sino que además debe desprenderse de su mundo infantil donde y con el cual, en la evolución normal, vivía cómoda y placenteramente, con una relación de dependencia, donde las necesidades básicas están satisfechas y los roles claramente establecidos.

Siguiendo las ideas de Aberastury y Knobel (1991), podemos afirmar que el adolescente realiza tres «duelos» fundamentalmente: 1) El duelo por el cuerpo infantil perdido: El adolescente siente que su cuerpo está cambiando ante su mirada impotente, pues no es capaz de controlarlo. Es un cambio de tipo biológico que se impone al individuo; 2) El duelo por el rol y la identidad adolescente: En este periodo de su vida tiene más independencia que en la infancia pero a la vez adquiere nuevas responsabilidades, que por desconocidas, desconciertan más; 3) El duelo por los pa-

dres de la infancia: Dificil situación tanto para los padres, que tienen que aceptar que sus hijos crecen y ellos envejecen, como para los adolescentes que tratan de incorporar a su personalidad las características de padres protectores de la infancia.

Con los cambios, los jóvenes pretenden pasar a formar parte del círculo de los adultos; el problema es que las dificultades para llegar a ser adultos les crean a ellos conflictos y a su vez a los propios adultos, ya que les enfrenta a una revisión de sus valores y logros.

Por lo dicho, entendemos indispensable situar claramente la relación de la televisión y el público adolescente dentro de un contexto donde la oferta de programas y su consumo funcionan de acuerdo con unas pautas generales.

El alto grado de dependencia del televisor, que en muchos casos se produce entre los jóvenes, preocupa tanto a educadores como a estudiosos de los medios de comunicación, surgiendo incluso el término «teleadicción».

De todos es sabido que los índices de audiencias son, hoy por hoy, el lugar común que inevitablemente acaba por aparecer en cualquier reflexión sobre las programaciones de los canales de televisión y sobre su adecuación a los intereses de unos u otros grupos de telespectadores.

Los sistemas de medida de las audiencias de radio y televisión han estado sometidos a una larga controversia que no se ha zanjado definitivamente. El Estudio General de Medios trabaja con encuestas que preguntan al público qué programas vio o escuchó el día anterior. Algunas empresas utilizan llamadas telefónicas para preguntar a los interlocutores qué es lo que están viendo en ese momento y las variaciones de sintonización. Nadie puede garantizar plenamente la exactitud de sus datos, sobre todo los referidos a audiencias segmentadas o a pequeñas poblaciones. Pero, en la actualidad, los responsables de las emisoras y de las empresas de publicidad admiten como instrumento válido de trabajo el sondeo por audímetros, existiendo una convención que les otorga el instrumento con más fiabilidad de los medios para vincular a ellas la toma de decisiones. No obstante, siempre es conveniente contrastar más de una estimación siempre que resulte posible.

El porcentaje de españoles que cada día contempla la televisión ha ido aumentando gradualmente en los últimos años. Sin embargo, en el desglose que muestra el tiempo dedicado a la televisión por ciudadanos de diferentes grupos de edad, es significativo que el menor tiempo de consumo televisivo está en el tramo de edad entre 13 y 24 años.

La programación, como articulación temporal de formatos y contenidos de las emisiones de un canal de televisión, debe tender (teóricamente) a proporcionar la máxima utilidad o satisfacción al conjunto de la audiencia potencial o posible, que no es otra que la totalidad de los ciudadanos que puedan sintonizar la cadena que la elabora y emite. Mientras más satisfactoria sea una cadena para los ciudadanos, mayor será su contacto con ella, tanto a través de los programas ya conocidos y considerados interesantes como a través de la atención a las novedades de programación.

Hay unas parcelas de la programación en las que las cadenas de televisión actúan como meros canales de conducción. Hablamos de las películas o las retransmisiones de espectáculos (competiciones deportivas principalmente), soliendo contar con gran aceptación por parte del público. La atención de los canales de televisión a este respecto se centra en la selección de títulos y en el logro de derechos de retransmisión, con la colocación subsiguiente de los productos en los horarios de máxima atención por parte de los ciudadanos. En las producciones propias es donde los canales de televisión han de comprometerse directamente y esforzarse por poner en pie y emitir programas atractivos y satisfactorios para la audiencia, y en hacerlo con fórmulas más eficaces que las que sus competidores adopten. Es aquí donde el arma de la iniciativa programadora muestra su inquietante doble filo en las dos caras de la alternativa: innovación, con la ventaja de lo distinto u original y con el riesgo de lo extraño, o estereotipo, con la baza favorable de lo aceptado y con el riesgo de lo ya visto, de lo imitativo.

Ante el siempre dilema de lo educativo y televisivo o televisivo y educativo, llama la atención el carácter de divertimento que actualmente plantea la televisión. Los aspectos de tipo formativo y educativo se pierden en los horarios de menor audiencia y hay canales de televisión en donde ni siquiera aparecen. Y es que lo que el adolescente busca en la televisión es, sobre todo, distraerse, olvidarse de todo lo que tiene que ver con su vida cotidiana, que es lo que realmente le preocupa. Así incluso los telediarios se convierten a pesar de sus imágenes en ocasiones atroces, en parte de una película, de un espectáculo, que ayuda a olvidar lo

cotidiano, lo que preocupa, lo que llena la cabeza y tengo que vaciar. Y al mismo tiempo, llena de capacidad de referencias al mismo tiempo libre.

La programación televisiva no es recibida por igual entre los adolescentes, mientras los más jóvenes están más cerca de la televisión, los más mayores se sienten menos atraídos por ella. Puede considerarse que en la actualidad la programación de las televisiones no responde a lo que los adolescentes esperan de ella. No hay una identificación positiva con los distintos programas que las televisiones ofrecen para satisfacer por completo a las expectativas de los jóvenes, con los que ellos se sientan plenamente identificados y además sean conscientes de la truculencia de la televisión.

Incluso el expresar la insatisfacción, la crítica, ante los programas televisivos, constituye un rasgo hasta esperado entre los adolescentes y jóvenes. Mostrar desapego, es utilizado como símbolo de madurez, de

En la actualidad la programación de las televisiones no responde a lo que los adolescentes esperan de ella. No hay una identificación positiva con los distintos programas que las televisiones ofrecen para satisfacer por completo a las expectativas de los jóvenes, con los que ellos se sientan plenamente identificados y además sean conscientes de la truculencia de la televisión.

superioridad, por parte de los jóvenes. Por ello el discurso de los jóvenes es muy monocorde, muy poco propenso a mostrar satisfacción con programas concretos; eso es casi una traición a la edad, a su posición de joven.

Los adolescentes se encuentran más cercanos a aquellos canales de televisión que les dedican más atención; de tal manera que la programación de Antena 3 y La 2 son bien estimadas, aunque su preferencia no está centrada en cadenas específicas sino en programas concretos.

Los programas que les recuerden su infancia son en general rechazados, no importa en qué cadena se pongan, no olvidemos que los programas o series se mantienen para un tipo de público determinado y, sin embargo, los adolescentes han cambiado en su forma de ser y de pensar.

Los momentos para ver la televisión son normalmente los cercanos a la comida y los momentos de la tarde y noche. La presencia de los padres en muchos de estos momentos es habitual y se comparten con ellos los ratos en los que se ve la televisión. En función del sexo se puede distinguir los siguientes aspectos: 1) Los chicos ven más los programas relacionados con las noticias, los deportes, las películas y los documentales; 2) Las chicas ven un espectro de programas más amplio que incluye tele-novelas, películas, reportajes y los documentales; 3) Ambos sexos además se apuntan a los «realities shows» y programas de parecidas características.

La repetición de las series de forma continuada no es algo que en general guste mucho. Las series nuevas, de reciente estreno, tienen en principio buena aceptación, se les otorga la duda y se ven en general con agrado.

Los programas concurso adquieren también relevancia, siendo bastante bien aceptados los concursos culturales.

Los programas de tipo formativo y educativo tienen asociada su imagen a comentarios como «aburrido», «tostón», etc. Sólo los programas de este carácter serán «entretenidos» si están asociados al aspecto del concurso, la competición, a los premios, al juego. Los documentales sobre animales y aspectos desconocidos y ajenos a su mundo son bien aceptados, pero en algunos casos empiezan a generar un cierto rechazo. Sin embargo los documentales referidos al mundo cotidiano o que se piensa que es conocido, generan un rechazo frontal, con marchamo de «muy aburridos».

Entre lo más destacable para los adolescentes de la recepción de programas televisivos es que lo que ven es lo mismo que ven los adultos. Una de las ventajas de crecer es el acceso a lo que ven los adultos y que ha estado «prohibido» hasta estas edades. Aunque en los primeros años hay a veces algunas restricciones por parte de los padres, es a partir de los 15 años cuando se empiezan a ver todos los programas y sin límite de tiempo. En todo caso, el control de los programas que ven los jóvenes se realiza o intenta realizar de manera indirecta mediante los intentos de control de los horarios de descansar por la noche, de la necesidad de estudiar, de controlar los programas con mucha carga de contenido erótico, etc.

Pero bien es cierto que entre los jóvenes existe un importante conocimiento de la oferta, que les posibilita la elección de los programas que más les interesan y además una utilización del «zapping» que les otorga el poder de controlar y ver toda la programación en un momento. La presencia de varios televisores dentro de

la casa posibilita que no surjan conflictos y tengan la facilidad de ver en la televisión aquello que les interesa.

De todas formas, ante esta autonomía y control por parte de los adolescentes de las emisiones en la televisión, se puede plantear el gran dilema o debate que continuamente existe entre los educadores, expertos en el mundo de la televisión, etc., referido a que si están los jóvenes educados, formados y preparados para tener un juicio crítico, tienen capacidad de elegir lo más adecuado para su formación, son capaces de enjuiciar la información y valores que transmite la televisión, necesitan una formación específica en este sentido, etc.

En este sentido, actualmente se vive a nivel mundial, una preocupación al replanteamiento crítico de la escuela en esta época, llamada «era de las telecomunicaciones». Siguiendo a Aguaded (1999) en sus planteamientos sobre la educación en la escuela y la educación en medios, resaltamos los siguientes interrogantes que plantea: ¿cuáles son las funciones de la educación formal respecto a la televisión en el momento presente?, ¿puede seguir siendo la labor informativa la tarea preponderante en el aula, cuando los alumnos viven ya invadidos por múltiples canales informativos?

Desde una óptica innovadora, el sistema escolar no puede permanecer al margen de estos acontecimientos y cambios en el ámbito de la vida diaria y tiene la necesidad, y obligatoriedad, de responder a estas nuevas y acuciantes demandas sociales.

Señalan Méndez y Reyes (1992) que la escuela no puede seguir como lo hacía hace veinte años, como si nada hubiera ocurrido a su alrededor, ya que así está abocada al fracaso: «corremos el riesgo de preparar a los ciudadanos del año 2000 como si viviéramos en el siglo de Gutenberg».

Aguaded (1999) plantea que si los medios de comunicación han tenido y tienen cada vez más una intensa responsabilidad en el cambio social que se está produciendo, también es cierto que más trascendente puede ser aún su papel para poner en práctica la nueva educación que la sociedad demanda. «¿Cómo integrar el universo de los medios de comunicación en las aulas?, ¿cómo educar ciudadanos más críticos con los medios?, ¿cómo enseñar a usar estos nuevos lenguajes de forma más crítica, creativa y lúdica?, ¿cómo desarrollar estrategias didácticas para enseñar a ver críticamente?».

La televisión se ha convertido en uno de los principales instrumentos más característicos y definidores de la actual sociedad. Es casi imposible encontrar un recurso de comunicación o un centro de interés más

odiado y alabado, y que tanta influencia y poder tiene al mismo tiempo.

Reflexionar sobre el fenómeno televisivo y su influencia en las personas, y en este caso en los adolescentes, es cada vez más una necesidad. Centenares de estudios e investigaciones se han realizado y se están realizando en muchos países sobre este medio de comunicación. Sin embargo, no son muchas las veces que estos estudios y sus resultados han trascendido a la población en general y, especialmente, han tenido una especial incidencia en las formas de consumo que la sociedad ha ido canalizando en el uso del medio televisivo.

Ante esta incidencia social de la influencia de la televisión, es necesario desarrollar, desde los foros científicos e intelectuales, investigaciones rigurosas que determinen cómo las audiencias, en su función de telespectadores, se apropian de la televisión, cómo ésta modela y configura la vida de los ciudadanos y cómo capacitar a éstos para entender el lenguaje del medio, aprovechando todas sus percepciones y rentabilizándolo para su propio beneficio personal y social. Así pues, Aguaded (1999) en su trabajo de investigación incide en la necesaria implementación de la comuni-

cación social en la enseñanza, dentro de las coordenadas del nuevo eje transversal de la «educación en medios de comunicación», y enmarca de una forma global la integración curricular de la televisión en las aulas, como objeto de estudio, auxiliar didáctico y técnica de trabajo que faciliten la lectura crítica del medio.

Referencias

- ABERASTURY, A. y KNOBEL, M. (1991): *La adolescencia normal*. Barcelona, Paidós.
- AGUADED, J.I. (1999): *Educación para la competencia televisiva*. Huelva, Universidad de Huelva.
- ALONSO, M.; MATILLA, L. y VÁZQUEZ, M. (1995): *Teleniños públicos, Teleniños privados*. Madrid, De la Torre.
- FREUD, A. (1992): *Psicoanálisis del desarrollo del niño y del adolescente*. Barcelona, Paidós.
- JUNTA DE ANDALUCÍA (1995): *Influencia de la televisión en la infancia y adolescencia andaluza*. Sevilla, Consejería de Trabajo y Asuntos Sociales.
- MÉNDEZ, A.M. y REYES, M. (1992): «Televisión contre professeurs», en BAZALGUETE, C; BÉVORT, E. y SAVINO, J. (Coords.): *L'éducation aux médias dans le monde: Nouvelles orientations*. París, CLEM/UNESCO.
- YOUNIS, J.A. (1994): *La influencia social de los medios de comunicación en la infancia y la familia*. Madrid, Ministerio de Asuntos Sociales.

Del concepto de ciudadanía se ha ido pasando, de forma casi imperceptible, al de clientela y audiencia, una actitud social que conlleva un abandono del sentido crítico y de la reflexión individual.

Mercedes Odina y Gabriel Halevi,
autores de «El factor fama»

