

# GLOSAS DIDÁCTICAS

REVISTA ELECTRÓNICA INTERNACIONAL  
ISSN 1576-7809

## LA PASIVIDAD COMO PRINCIPAL CONSECUENCIA DE LA INFLUENCIA DE LA TELEVISIÓN EN EL PÚBLICO INFANTIL

*Ana Belén Becerra Navarro*  
*Universidad Complutense de Madrid*  
*anademurcia@yahoo.es*

*Ana Álvarez Blanco*  
*Lda. en Filología Hispánica*  
*calleazul33@hotmail.com*

### **1. La pasividad como principal consecuencia de la influencia de la televisión en el público infantil.**

Hasta finales del siglo XIX y principios del XX, la escuela no es más que una institución elitista y selectiva, bien a domicilio (nobleza) o en rústicas escuelas a las que acuden unos pocos alumnos a recibir las lecciones del maestro. Es en esta época cuando la Escuela pública se establece como sistema educacional propiamente dicho, es decir como segundo pilar educativo del que surge ya no sólo la formación del alumno, sino la base sólida de la educación.

Durante la década de los sesenta y setenta aparece un tercer pilar: la televisión. “La televisión como instrumento de difusión llega a grandes masas humanas, que son las consumidoras del mensaje a través de sus imágenes. Los medios de comunicación de masas transmiten mensajes al público, sin recibir respuestas conformando la opinión de la sociedad, de este modo se legitima una opción unilateral. En la TV el mensaje literal está supeditado a las imágenes visuales y ante los estímulos visuales no es necesario ningún trabajo o esfuerzo mental” .(VV.AA., 1992:14)

Los medios televisivos presentan estímulos audiovisuales dotados de gran atractivo al estar compuestos por imágenes en movimiento aderezadas con grandes dosis de color y amenizadas con estrofas y melodías repetitivas que enganchan a grandes y pequeños dado que se repiten de forma constante, se introduce en todos los hogares como una sorprendente novedad para grandes y pequeños, que la siguen día tras día embrujados cual roedores al

flautista de Hamelin. Los niños recurren a la televisión para satisfacer sus necesidades de distracción, reducir las tensiones y como medio para obtener información, además, la televisión forma parte de su ambiente y los padres contribuyen a afianzar la conducta de la contemplación. De esta forma, el ver la “caja tonta” es un hábito que se refuerza diariamente a través de gestos, sonrisas, y aprobaciones verbales de lo adultos, quienes ven en la televisión la forma perfecta de entretener a los pequeños y evitar que éstos den más complicaciones de las justas, especialmente después de una maratónica jornada laboral.

No obstante, los padres no dudan en criticar los métodos de educación empleados por esta particular “nanny”, o cuidadora, por considerarlos inadecuados y poco específicos a la edad de sus pequeños. Achacan, entonces, a la programación televisiva las deficiencias educativas de sus propios vástagos, sin pensar que, independientemente de la escasa calidad de los programas que se emiten en la franja horaria que coincide con el periodo no lectivo de los pequeños, existen otras actividades con las que llenar su tiempo libre destinado al ocio y recreo. Sin embargo, nada aporta tanta tranquilidad a los padres como tener a sus hijos embobados frente al televisor, limpios, callados, tranquilos y sin rasguños. Atrás queda la época en la que salir a la calle a jugar con los amigos era la recompensa a una tarde de estudio. El pánico cunde cada día diez minutos antes de que suene la campana que anuncia la salida: parece que no hay nada que hacer, la televisión gana. Una opinión que comparten los autores de un estudio sobre la determinación de hábitos televisivos en niños de 6 a 8 años realizado en Caracas, Venezuela, en 1998: “la Televisión al presentar estímulos audiovisuales, se impone sobre los otros medios de comunicación por penetrar en el hogar, en la vida diaria y llegar a formar parte del cúmulo de hábitos de cualquier persona de nuestra época”. (VV.AA. 1998:1).

Si paseamos por la tarde por cualquier parque o plaza comprobaremos la alarmante reducción del número de grupos de niños correteando, jugando con la arena o compartiendo juegos con otros que no pertenezcan a su entorno escolar, como ocurría hace unas décadas, cuando era normal compartir el tiempo del bocata con vecinos o niños del barrio. Los padres tienden a adoptar actitudes de excesiva sobreprotección con los hijos y están más tranquilos dejándolos frente al televisor que dejándoles salir a la calle. A esto contribuye el que cuando los padres llegan a casa están demasiado cansados después de la jornada laboral como para pensar en realizar alguna actividad con sus hijos, ni siquiera son capaces de recriminarles el uso que hacen los pequeños de la televisión por considerar que este es el tiempo de recreo del que los pequeños disfrutan.

Hoy en día los niños no se ensucian dado que la televisión no mancha, pero sí contamina. Y los padres parecen tardar en darse cuenta de algo que no es tan evidente a los ojos como un rasguño o una mancha de barro.

Conscientes de esta realidad, que se produce con mayor énfasis en la tierra del McDonald's, las autoridades norteamericanas han ideado una campaña denominada "América necesita Tierra", a la que presta imagen el que fuera famoso jurador de Los Orioles de Baltimore, Cal Ripken Jr.; dicha campaña nace para intentar frenar los casos de obesidad y pasividad infantil, debido a que cada vez hay niños más gordos, más diabetes juvenil y más problemas psicológicos porque se han reducido en más de un 40% las actividades al aire libre, tanto en las escuelas como en el hogar. El interesante lema escogido para estimular a los pequeños es "Levántate del sofá y ponte a hacer algo sucio". Como consecuencia de un consumo excesivo de televisión los niños cada vez muestran menos interés a la hora de descubrir por ellos mismos los entresijos del mundo que les rodea, prefieren que se lo muestren a tener que descubrir, se convierten en seres inactivos que no se esfuerzan por conseguir algo y son incapaces de tener la paciencia que exige el tener que luchar por algo día tras día, exigen inmediatez. Podemos reconocer de esta forma un nacimiento de un nuevo tipo de violencia: la agresividad individual y egoísta del yo.

La violencia impulsiva de las pedradas y las peleas comienza a tornarse diferente. Los instintos de la fuerza bruta se van sustituyendo por la propensión hacia la posesión (el "por mí, esto es mío, para mí, y si no lo consigo me violento") que no consideramos ya como primario sino como educacional.

Hoy día, existen personas que aún recuerdan que en su niñez la tele no ocupaba el centro de su vida, simplemente porque en su casa no había tele. Y sorprendentemente estas personas no recuerdan una infancia triste y aburrida. No tuvieron la ocasión de sentarse en el sofá tarde tras tarde delante de la tele; se vieron simplemente obligados a jugar a los indios, a las canicas, a las muñecas, a la comba, a la pelota y a otros inventos propios de la época.

Y es que los niños actuales disfrutan mucho más viendo por la tele cómo patinan o corren sus personajes favoritos que patinando o corriendo ellos mismos, lo cual es bastante grave.

A nuestro juicio, el problema no radica en los contenidos que emite la televisión, consideramos, por tanto, que es necesario matizar algunas cuestiones referentes al posible impacto de los mensajes violentos y de alto contenido sexual en los niños y pre-adolescentes. Quizás aceptamos ese argumento terrible y fácil para no afrontar el escalón siguiente en el descenso hacia la raíz del verdadero problema. Los padres y expertos concentran sus energías en una lucha por la calidad de la programación, en ocasiones perdiendo de vista el problema principal: los padres. Mejorar la calidad televisiva sin mejorar la calidad familiar. Pese a ello, son muchos los autores que consideran a la televisión como única responsable de ciertas actitudes y comportamientos infantiles obviando otras posibles causas que originen tal reacción.

La página web de la Telespectadors Associats de Catalunya, por ejemplo, publicó un interesante artículo del psicólogo Jesús Espinosa titulado “Los Efectos de la Televisión en los niños” en el que el autor se hace eco de recientes investigaciones y estudios norteamericanos:

“La violencia de la televisión provoca la insensibilización hacia la violencia entre personas dado que la televisión estimula el comportamiento violento y la creencia en la violencia para afrontar las situaciones y resolver los problemas. Por ejemplo, si un niño ve con frecuencia a personajes comportándose con brutalidad para conseguir sus fines, y además le gustan esos personajes y éstos obtiene lo que buscan, esta conexión entre éxito válido y comportamiento agresivo se puede afianzar en la infancia como modelo legítimo y normal de actuación. Así que nos encontramos con niños que, en la escuela y en la calle, siguen ese comportamiento para obtener lo que quieren, o ven en la violencia la forma de responder cuando algo no es como desean”. (Espinosa, 2002:1)

Gianfranco Bettetini alude a las investigaciones de Huesman y Eron quienes en un trabajo publicado en inglés sobre el desarrollo de la agresividad de los niños en diferentes culturas concluyen que “agresividad y ver escenas de violencia tienen un cierto grado de interdependencia”, y que “los niños más agresivos ven más violencia en televisión”.

La misma idea aparece desarrollada en un texto de la prestigiosa American Academy of child and adolescent psychiatry: “El ver y escuchar sobre los eventos locales y mundiales, tales como los desastres naturales, las catástrofes y los informes sobre crímenes, puede hacer que los niños experimenten estrés, ansiedad y temores.”

“El impacto de la violencia en la televisión puede ser evidente de inmediato en el comportamiento del niño o puede surgir años más tarde y la gente joven puede verse afectada aun cuando la atmósfera familiar no muestre tendencias violentas”.

“Cuando un programa televisivo cuenta con detalle y de manera fuertemente gráfica un comportamiento desviado, no refleja simplemente la violencia que hay en la sociedad: la multiplica y la introduce en los hogares de millones de personas. Así se inicia, pues, un círculo vicioso que va de la violencia real a su representación y, de ésta, a nueva violencia real.” (Bettetini, G., 2003:1)

De la lectura de estos alarmantes análisis se deduce la llegada de una metamorfosis que está convirtiendo a los niños en pequeños seres potencialmente desequilibrados que engullen y reproducen lo peor de las pantallas. La violencia televisiva se hace dueña de cuanto criatura encuentra a su paso, despojándola de todo valor moral, y sentimental e incitándolos a cometer actos atroces. Una opinión que no compartimos por considerar que la televisión no puede deformar la personalidad de un niño obligándole a realizar actos que estén contra sus principios, posturas, a nuestro juicio, extremas. Si bien reconocemos que la influencia del medio televisivo puede resultar perjudicial a sujetos que presenten un cuadro

psiquiátrico determinados. Niños con problemas emocionales, de comportamiento, de aprendizaje o del control de sus impulsos que se verán afectados por todo aquello que les rodea y que al constituir una minoría no permiten realizar generalizaciones de ningún tipo.

Las sociedades industriales avanzadas han entrado en un nuevo periodo histórico cuyos rasgos más destacables, entre otros, son la globalización de la economía, la revolución de las tecnologías de la información/comunicación y un profundo cambio cultural en los valores y formas de vida occidentales (Castells, 1994). Este cambio en los modos, usos y costumbres culturales vienen dados, entre otras causas, por el tránsito desde valores materialistas -seguridad física y económica, bienestar material- propios de una sociedad industrial hacia valores postmaterialistas -pacifismo, ecología, calidad de vida- representativos de una sociedad postindustrial, postmoderna o informacional (Inglehart, 1991).

Los cambios que experimenta una sociedad que avanza a pasos agigantados en materia de Nuevas Tecnologías, comunicaciones, y a nivel científico afectan de forma limitada a la idiosincrasia de los más pequeños. Si nos adentramos en el patio de cualquier colegio en el tiempo del recreo, observamos una realidad que después nos será confirmada por los profesores del centro educativo en cuestión: de un lado encontramos a los niños, con su incombustible espíritu futbolero, algunas veces sustituido por algún arrebato karateca o de los superhéroes del momento (actualmente Spiderman y Hulk). Aunque los juegos dotados de mayor acción y movimiento siguen siendo los reyes indiscutibles del esparcimiento masculino en el recreo, también hay temporadas en las que se juega a los *tazos*, (chapas de cartón que salen en la bollería industrial, equivalentes aproximados de las antiguas chapas) o bien a los *chaps*, (versión futurista de la peonza).

“los hombres se sienten mucho más atraídos por la violencia que por las mujeres. Uno puede suponer que, en una mezcla de predisposiciones biológicas y socializaciones del papel que desempeña el género, los hombres a menudo sienten la agresión como una recompensa. Se ajusta con su papel en la sociedad, pero puede que alguna vez también haya sido utilizada como motivación para buscar aventura al explorar un nuevo territorio o proteger a la familia y el grupo. Sin un mecanismo interno de recompensa (búsqueda de emoción fisiológica) y uno externo (status y estar en pareja), los hombres pueden preferir alejarse dejando a los suyos desprotegidos. Pero además de la agresión “funcional”, la humanidad ha desarrollado una agresión “destruktiva”, asesinatos masivos, tortura hedonística, humillación, que no pueden explicarse en términos de supervivencia. A menudo son éstos los que reciben amplia difusión a través de los medios de comunicación. Los medios de comunicación en sí mismos difieren en su impacto. Los medios audiovisuales en particular son más gráficos en su representación de la violencia que los libros y diarios; dejan menos libertad en las imágenes individuales que los espectadores asocian con las historias. A medida que los medios se perfeccionan con la introducción de la tercera dimensión (realidad virtual) e interactividad (juegos en la

computadora y multimedia) –y como siempre están disponibles y son universales (video e Internet) –la representación de la violencia “se fusiona” considerablemente con la realidad. (Groebel, 2002).

Por otro lado están las niñas, que según la época, juegan en masa al elástico, a la comba, a los cromos, o a las diferentes versiones de los dibujos de moda (por ejemplo, una de ellas hace de mala y todas las demás, sean cuantas sean, de Supernenas), También inventan juegos basados en personajes tradicionales, como las brujas o las hadas, e intercambian pegatinas para algún álbum. En determinados periodos se producen oleadas de niñas que juegan a ser las protagonistas de la telenovela de actualidad, así como a imitar a las cantantes de moda, recordemos el furor que causó Operación Triunfo y el hecho de que a partir de ahora todas las niñas de primaria jueguen a ser la niña andaluza ganadora de la versión *junior* de Eurovisión.

Además, por supuesto, siempre hay un hueco en el recreo para el famoso “pillao”, juego que desde tiempos remotos cuenta con una participación común y en similares porcentajes de niños y niñas. El “corre que te pilló” es un juego muy dinámico donde todos se involucran y luchan desenfrenadamente por pillar y no ser pillados.

Para nuestra sorpresa, durante la media hora diaria de tiempo libre en la escuela, nada parece haber cambiado, los juegos del clásico recreo perduran en la memoria popular. Han sobrevivido a través de los años por ser considerados como los más divertidos para los más pequeños. En este ámbito infantil la influencia de la ficción televisiva como tal no parece a primera vista ser más incisiva que en otros tiempos. Desde los lejanos indios y vaqueros, hasta el Zorro o Superman, los personajes de fantasía siempre han poblado los juegos infantiles, tanto individuales como colectivos.

El mundo infantil consta de dos ambientes: escolar y el familiar. Ya hemos expuesto anteriormente lo que sucede en el tiempo de descanso del colegio, pero, ¿qué ocurre cuando los alumnos llegan a sus hogares? En este otro espacio fundamental de desarrollo del niño, la televisión inunda el espacio vital, y es aquí donde comienza la verdadera hipnosis del menú televisivo. El sujeto infantil cada tarde queda expuesto a los programas del corazón, *reality shows* de complejo entramado, telenovelas e incluso resúmenes de espacios de “vida en directo” que se emiten de madrugada, siendo significativo la escasez de programas infantiles y la no reposición de programas educativos que validan su calidad con el reconocimiento del público al que iban dirigidos y las decenas de premios a ellos otorgados. Programas tales como Barrio Sésamo, la Bola de Cristal, y Los Fragels que permanecen amontonados en los archivos de Televisión Española, cadena que posee en exclusiva los derechos de emisión y que no los emite, algo que consideramos especialmente grave dada su responsabilidad como servicio público. Es debido a esa ausencia de programación infantil por lo que los menores se entusiasman ante series como “Ana y los siete”, “Los Serrano”, “Mis adorables vecinos” y

demás tele comedias que se emiten desde las diez hasta pasadas las once y media de la noche. “Operación Triunfo, Gran Hermano y Ana y los siete han sido los programas más apreciados por los niños según un informe realizado a mediados de los años 90 por la Asociación de Telespectadores y Radioyentes”. (E-consumer, 2004: 2). Series y *realities*, a todas luces, no recomendadas para los pequeños tanto por lo surrealista de las tramas por ellos planteadas como por la franja horaria en la que se produce su emisión. Es por eso por lo que los menores, al no tener una programación diseñada en base a sus necesidades se ven obligados a compartir merienda y cena con una televisión que les ofrece una programación orientada a un sector de público que no los contempla como televidentes. Los niños se han terminado acostumbrando a ver la programación adulta como propia convirtiéndose en seres incapaces de distinguir entre la televisión destinada a ellos y la dirigida a adultos. Y esto es debido a que un sin fin de contenidos contradictorios y confusos pasan a formar parte de la gran esponja que conforma cada mente de la audiencia infantil.

No es que la televisión se haya impuesto a la base educativa de la familia por superioridad de fuerzas, sino que el vacío familiar que ha desencadenado la vida moderna ha sido fácilmente ocupado por un aparato que nos entretiene sin pedir ningún esfuerzo mental a cambio, no exige ningún trabajo intelectual lo que a la larga perjudica a los más pequeños. La televisión nos proporciona una información en el acto, nos enriquece con imágenes, se potencia el pensamiento visual, intuitivo y global. Por el contrario otros medios de información como la prensa o los libros requieren mayor capacidad de abstracción, ya que el lector se enfrenta a un mundo abstracto de conceptos e ideas, además la lectura requiere una dosis de concentración cosa que la televisión no demanda.

En la sociedad actual se va perdiendo la transmisión oral del cuento al mismo tiempo que la literatura gráfica, lo cual es sustituido por las series y películas de dibujos animados, en los que se incluyen las voces e imágenes de los personajes, en las que el niño no precisa poner de su parte ninguna dosis de creatividad, ya que todo le llega imaginado de antemano.

Las horas que pasamos frente al televisor contribuyen de manera determinante al desarrollo de la pasividad que inunda progresivamente el mundo postmoderno.

Los niños son consumidores, personas que deciden y con los que hay que contar (Mariet, 1993:27). Llama la atención el hecho de que hoy en día todos los niños del país conocen a la perfección a cada uno de famosos y famosillos que desfilan ante nuestro salón, mientras un considerable número de ellos, según los profesores consultados para elaborar este artículo, no saben quién es Caperucita Roja. La revista especializada en temas de consumo Consumer advertía en un artículo publicado en el mes de noviembre de 2004 sobre la necesidad que sienten los pequeños de conocer cada uno de los personajes que pueblan la actualidad rosa para poder debatir sobre ellos:

“los psicólogos infantiles advierten de que en los patios de los colegios y en las escuelas es obligatorio conversar sobre el programa que se ha visto la víspera. Para quien no pueda hacerlo, sólo queda el espacio del silencio y de una cierta marginación, algo que los padres tratan de evitar a toda costa”. (E-Consumer, 2004: 1)

Por todos es bien sabido que durante la primera fase de formación, el aprendizaje infantil radica en la imitación. Desde la repetición de sonidos hasta la copia de conductas, los niños captan y reproducen todo cuanto ven.

Alrededor de los cinco años, los niños comienzan a integrar la realidad en su mundo. Observan aquello que tienen a su alrededor y quieren ponerlo en práctica empleando la imitación, y de esta forma adquieren conocimientos y habilidades. La imitación es la base del aprendizaje, así el niño va haciéndose partícipe de distintas situaciones y las integra en su conocimiento.

De este modo, el problema evidente del incremento de la fuerza que ejerce sobre los niños el modelo televisivo es a su vez consecuencia de otro, a nuestro juicio, mucho más grave: la progresiva debilidad que actualmente viene sufriendo el modelo familiar.

Según una monografía sobre agresividad y aprendizaje realizada por Elena Lara Molina, Cecilia Martínez Fernández, Karin Pernoz Celis y Gabriela Pino Hidalgo, la teoría del aprendizaje plantea que la agresividad no es una condición innata del ser humano, sino el resultado de la observación e imitación de la conducta de un modelo agresivo, sin necesidad de que existan estados de frustración. El aprendizaje observacional se valida como principal mecanismo de aprendizaje de conductas agresivas en relación a la familia; dado que en estos casos el sujeto expuesto a la observación y vivencia constante de modelos agresivos, termina identificándose con ellos en función de la fuerte relación afectiva del observador con el modelo. En todo este proceso intervienen otros procesos como los atencionales, cognitivos, motivacionales, entre otros, los que vendrían a fundamentar los alcances y efectos últimos según sea la capacidad de equilibrarlos.

Una opinión que comparte el sociólogo Andrés González, experto en estudios sobre el impacto de los medios audiovisuales en el comportamiento juvenil

“los contenidos actuales ensalzan la competitividad y la agresividad en detrimento de los valores familiares, pero no por ello tienen que llevar a los niños a imitar conductas violentas, algo que sólo se da en caracteres psicopáticos y en momentos de crisis agudas. El verdadero problema es que los niños ven la televisión solos y cuentan cada vez menos con el filtro de la opinión adulta para distinguir la ficción de la realidad. Los jóvenes se auto-educan entre ellos mediante la televisión y los videojuegos”.

Para el reputado sociólogo, “esta forma de socialización les hace ser subjetivos e impulsivos en extremo, no aceptar la frustración y dejarse vencer muy pronto. El resultado es



que los jóvenes son más manipulables por los líderes, piensan menos, se convierten en maquinas de repetición de la publicidad, en consumistas y cómodos”. (E-consumer, 2004: 3).

De la experiencia en las aulas de numerosos profesores se extrae un curioso dato al respecto: en la mayoría de los casos, los niños más agresivos del centro no son los que más horas de televisión ven, sino los que viven en un entorno familiar violento. Estos últimos datos son confirmados por un estudio realizado en octubre de 2003 según el cual “lo que más estresa a los menores de entre 9 y 13 años es la violencia en los informativos de televisión”. El mismo informe asegura que los chicos y chicas pueden distinguir fácilmente si la violencia es real o ficticia, siendo las noticias dotadas de mayor dramatismo las que les afectan, especialmente si se ven implicados menores o han pasado cerca del lugar en el que viven. Al niño le inquieta aquello que repercute en su núcleo familiar. Son muchos los estudios que confirman que el hecho de que el superhéroe de turno emplee sus mágicos poderes para luchar contra el enemigo no producirá secuela alguna en el pequeño ni lo convertirá en un potencial asesino en serie.

Más que la agresividad, lo que nos inquieta es el incremento alarmante de la pasividad infantil. Según diversos estudios, ver televisión es la segunda actividad a la que dedican más tiempo los jóvenes, después del sueño. Pasan más tiempo frente a la “caja tonta” como sentados en sus pupitres, tal y como constatan estos estudios:

- Según el *Libro Blanco: la Educación en el entorno audiovisual* realizado por el Consell de l' Audiovisual de Catalunya: “los niños de entre 4 y 12 años pasan unas 990 horas al año delante de la televisión, frente a las 960 horas que están en la escuela”. (<http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/lbcast.html>).
- Por su parte, la Confederación Española de Organizaciones de Amas de Casa , Consumidores y Usuarios, CEACCU, asegura en un informe recientemente publicado sobre los “Hábitos de Consumo de Televisión y Nuevas Tecnologías de la Infancia y la Juventud que los niños ven la televisión una media de 218 minutos diarios, unas 3 horas 40 minutos, lo que contrasta con l jornada escolar de 300 minutos. El estudio revela asimismo que 800.000 menores de catorce años ven la televisión después de las diez de la noche, y el 10% de los menores de seis años está delante del televisor después de las 21:00 horas. (<http://www.ceaccu.org/docspdf/sondeohabitosconsumotfnewtecnologias.pdf>).

Todos los informes e investigaciones consultadas coinciden en afirmar que el consumo ilimitado de la televisión inevitablemente dejará poco tiempo para el estudio o incluso para el descanso nocturno lo que redundará en un agotamiento en el pequeño quien, sin estar suficientemente descansado pierde concentración y presenta menos iniciativa para hacer otra cosa que no sea apoltronarse frente al aparato televisivo a seguir engullendo dramones de post sobremesa.

## **2. Las medidas del Gobierno: La creación del Código de Coregulación.**

Según los datos que recientemente dio a conocer el propio director de TVE, Juan Menor, en el Congreso de los Diputados, casi medio millón de niños entre 4 a 12 años está frente a la pantalla pasada la medianoche." El Foro Nacional "Entorno Familiar, Menores, Educación y Televisión" ha presentado hace menos de un mes su campaña "Aprende a ver la tele", una campaña en la que durante más de un año expertos del Ministerio de Trabajo y Asuntos Sociales, Radio Televisión Española, la Secretaría de Estado de Servicios Sociales, Familia y Discapacidad y la dirección general de las Familias y la Infancia se han dedicado a concretar el número de horas que ven la televisión los niños; el horario en que suelen verla, así como la comparación con el tiempo que dedican a otras actividades, como la lectura o el juego. Los resultados de la investigación arrojan dos datos alarmantes:

"el número de horas que los niños de entre 4 y 12 años pasan frente al televisor se asemeja al número de horas que permanecen en la escuela. En lo que se refiere al tipo de programación que suelen ver, sólo el 25% de esos espacios televisivos son infantiles". (Mujer de Murcia, 2004:7).

Alarmados por el mundo esperpéntico que los menores españoles contemplan a través de los rayos catódicos de la pantalla plana, representantes del gobierno, Televisión Española y las cadenas privadas ultimán un código ético que evitará la telebasura durante el horario infantil. Este Código de Corregulación, firmado el pasado 9 de noviembre velará por el respeto del horario infantil, de seis de la madrugada a diez de la noche, además de incluir franjas de superprotección e impedir que se incluyan programas que contengan violencia que pueda perjudicar física o moralmente a los menores de edad. Todos los directivos de las cadenas de televisión implicadas en la creación del Consejo Superior Audiovisual están de acuerdo en alcanzar un pacto que vele por la salud emocional de los pequeños, si bien alguno de ellos ha lanzado un interrogante sobre el consenso de los padres a la hora de proteger a sus hijos ante ciertos contenidos, de esta forma podemos leer las declaraciones realizadas por Maurizio Carlotti, consejero delegado de Antena 3, al diario ABC el pasado 26 de noviembre: "ningún niño quiere ver las peleas de los famosos en la televisión porque son sensatos, y si lo ven es porque sus padres les obligan porque les interesa a ellos". Además Carlotti explicó que dos tercios de los niños que ven programas que algunos denominan "telebasura" lo hacen porque lo ven sus padres. "Podemos superproteger a los niños pero si los padres no creen que esto sea un problema, será problema de educar a los padres y no a los niños", concluyó. (ABC, 2004: 52).

A Modo de conclusión queremos resaltar esta idea y es que, en nuestra opinión, los padres deben de preocuparse no sólo de controlar el tiempo que sus hijos dedican a ver la

televisión sino también deben convertirse en un referente para ellos en este punto intentando que el aparato emisor de rayos catódicos no sea el centro del hogar y lo que es mucho más grave, de la familia. Debemos impedir que la tele sea la que más hable y esto lo podremos conseguir cuando entendamos nuestro tiempo ante este medio como una oportunidad para propiciar la comunicación en familia, comentando cada uno de los temas que sean de actualidad o merezcan nuestro interés. Los padres son los primeros responsables de lo que ven sus hijos.

### 3. Bibliografía.

ALBERO, M. (1984): *La televisión didáctica*, Barcelona, Mitre.

América necesita suciedad, <http://www.americanneedsdirt.com/cause.html>, site consultado el 7 de noviembre de 2004.

American Academy of Child and Adolescent Psychiatry, *Los niños y la violencia en Televisión, Informe nº 43*, web disponible en español y consultada a fecha 22 de noviembre de 2004 <http://www.aacap.org/publications/apntsFam/violence.htm>.

BETTETINI, G. (2004): *La Televisión, ¿espejo o cristal de aumento?*, Revista Humanitas, nº 8, disponible la versión on line y consultada a fecha 2 de diciembre de 2004 <http://humanitas.cl/biblioteca/articulos/d0190/>.

CASTELLS, M.: *Flujos, redes e identidades: una teoría crítica de la sociedad informacional*. En AA.VV.: Nuevas perspectivas críticas en educación. Paidós Educador, Barcelona.

Consell de l'Audiovisual de Catalunya, *Libro Blanco, La Educación en el Entorno Audiovisual*, Quaderns del CAC número extraordinario, disponible en la página web de dicha institución y consultado a fecha 24 de noviembre de 2004, <http://www.audiovisualcat.net/publicaciones/lbcast.html>.

El Mundo, *Las Televisiones reforzarán la protección de los niños de 8 a 9 de la mañana y de 5 a 8 de la tarde*, Artículo publicado en el diario El Mundo del Siglo XXI, Sección Comunicación, 2 de diciembre, p.54, disponible en la edición digital <http://www.elmundo.es/elmundo/2004/12/01/comunicacion/1101932723.html>.

ESPINOSA, J; *Los Efectos de la Televisión en los Niños*, artículo disponible en el site de la Telespectadors Associats de Catalunya, y consultado a fecha 16 de octubre de 2004, <http://taonline.net/articulosdefondo/efectos.htm>.

FERRÉS, J. (1995): *Televisión y educación*, Barcelona, Paidós.

- GARCÍA, B. y PERALES, A., (1998): *Jóvenes, violencia y televisión*. Revista de Estudios de Juventud nº 42. Injuve, Madrid.
- GARRIDO, A. P.; *La Influencia de la Televisión en los niños*, Artículo publicado en la publicación Mujer de Murcia, número 1, 19 de Noviembre de 2004, p.8.
- GROEBEL, J. *La violencia en los medios*. Estudio global de la UNESCO, disponible en el site [http://www.infoamerica.org/documentos\\_pdf/violenciatv.pdf](http://www.infoamerica.org/documentos_pdf/violenciatv.pdf).
- INGLEHART, R. (1991). *El cambio cultural en las sociedades industriales avanzadas*. Madrid. CIS y Siglo XXI.
- LARA, E.; MARTÍNEZ, C.; PENROZ, K. y PINO, G.: *Agresividad y Aprendizaje*, Monografía realizada por alumnos de Psicología de la Universidad de Concepción, 2001, consultada a fecha 17 de noviembre de 2004 y disponible en el site <http://www2.udec.cl/~ivalfaro/apsique/trabajos.php>.
- L. Rowell Huesmann-Leonard D. Eron, *The Development of Aggression in Children of Different Cultures: Psychological Processes and Exposure to Violence*, en L. Rowell Huesmann-Leonard D. Eron, *Television and the Aggressive Child: a Cross-National Comparison*, Lawrence Erlbaum Associates, Hillsdale, New Jersey (1986).
- MARIET, F. (1993): *Déjenlos ver la TV*, Barcelona, Urano. Ministerio de Sanidad y Consumo, *Sondeo sobre los hábitos de consumo de televisión y de Nuevas Tecnologías de la infancia y la juventud*, disponible en la web de la Confederación Española de amas de Casa, consumidores y usuarios, consultado a fecha 15 de noviembre de 2004, <http://www.ceaccu.org/docspdf/sondeohabitosconsumotfnwtecnologias.pdf>.
- Ministerio de Sanidad y Consumo, *Sondeo sobre los hábitos de consumo de televisión y de Nuevas Tecnologías de la infancia y la juventud*, disponible en la web de la Confederación Española de amas de Casa, consumidores y usuarios, consultado a fecha 15 de noviembre de 2004, <http://www.ceaccu.org/docspdf/sondeohabitosconsumotfnwtecnologias.pdf>.
- PERALES I ALBERT, A. y GARCÍA, B. (1998): *Els espectadors i la violència televisiva. Una atracció fatal?*. Revista Trípodos. Universitat Ramon Llull. Barcelona.
- PERALES I ALBERT, A. (1999): *La violència com a valor afegit*. CAC nº2, Consell Audiovisual de Catalunya, Barcelona.
- PÉREZ, C.L.; RODRÍGUEZ, M. A.; NAVAS, S.; POLYECSKO, M.; (1998): *¿Porqué los niños ven televisión?. Determinación de hábitos televisivos en niños de 6 a 8 años*. Hospital Militar "Dr. Carlos Arvelo". Caracas. Disponible en el site <http://www.intec.edu.do/~cdp/docs/porqueventelevisión.html>.
- Redacción ABC, *Carlotti dice que los niños ven la telebasura instigados por los padres*, Artículo publicado en el diario ABC, Sección Comunicación, 26 de noviembre, p.52,

disponible en la página web del centenario diario y consultado a fecha 29 de noviembre de 2004.

<http://www.abc.es/abc/pg041126/prensa/noticias/Comunicacion/Comunicacion/200411/26/NAC-COM-088.asp>

ORIZO, F. A. (1991): *Los nuevos valores de los españoles*, Fundación Santa María-SM. Madrid.

SOLER, L. (1988): *La televisión: una metodología para su aprendizaje*, Barcelona, Gustavo Gili.