

# Aumenta la distancia entre infancia y televisión

La infancia y la televisión están cada vez más lejos una de la otra. A la progresiva disminución de programas destinados a los niños, hay que añadir la inexistencia de un canal propiamente educativo en la televisión pública. Sin embargo, esto no repercute en una paralela reducción del consumo televisivo por parte del público infantil. Así, según un documento elaborado por el Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC), titulado "Libro Blanco: La educación en el entorno audiovisual" -el primero de estas características que se hace público en España-, el consumo medio de televisión entre la población infantil asciende a unas 19 horas semanales, siendo los niños de 8 a 10 años los más adictos a la pequeña pantalla.

El consumo audiovisual total por parte de niños y jóvenes es de 30 horas por semana de media aproximadamente, teniendo en cuenta que el tiempo dedicado a las videoconsolas en la adolescencia puede alcanzar las cinco horas por semana.

El objetivo principal de este Libro Blanco es contribuir a articular una política audiovisual dirigida a la infancia y la juventud, estimulando una auténtica política de comunicación educativa, y fomentar la alfabetización audiovisual.

Asimismo, pretende coordinar los mecanismos de autorregulación y las instancias de negociación y mediación, establecer criterios y mecanismos de evaluación sobre el impacto de los contenidos audiovisuales y contribuir a instaurar un clima de corresponsabilidad.

El documento responde a las preocupaciones de las madres y los padres, que se preguntan si la influencia de la televisión en sus hijos será la adecuada y positiva para su formación, al desasosiego del profesorado, que siente que el trabajo en el aula se ve contradicho a diario por la televisión, y al malestar de los profesionales de la comunicación, que se preguntan si no se habrá llegado demasiado lejos con la obligada búsqueda de audiencia masiva.

Por último, está también la preocupación de los juristas, alarmados por la pérdida del respeto en los medios al derecho a la intimidad y a la propia imagen, incluso de los niños y jóvenes.

El Libro Blanco señala que si en la temporada 1999-2000, de entre todos los programas televisivos que se emitían en España en sistema abierto, sólo el 10,3% estaba destinado a los niños, en la temporada siguiente este porcentaje descendió al 7,3%. Ni que decir tiene que estos programas se emiten en horarios de difícil acceso para el público infantil.

Otro dato destacado por el informe es que las televisiones han reducido hasta un 6% los programas infantiles de producción propia, de modo que el 50% de éstos proviene de EE.UU. y una cuarta parte de Japón. Esto significa que los niños españoles tienen muy pocas posibilidades de ver programas para ellos situados en un contexto cercano.

Por otra parte, el Libro Blanco advierte del riesgo de que desaparezcan los programas dirigidos a niños de preescolar.

Entre las causas de la desatención de que es objeto la población infantil por los programadores de televisión el informe destaca el hecho de que se trata del sector de la audiencia que menos tiempo dedica a verla (un 28% menos de tiempo que los adultos); la

búsqueda de audiencias masivas con un mayor poder adquisitivo; la idea de consolidar un franja de audiencia familiar y la existencia de cadenas internacionales, sobre todo en las plataformas de pago, dirigidas especialmente a la infancia.

Por si fuera poco, los programas infantiles son costosos y necesitan de especialistas y de un tratamiento de producción diferenciado.

Pero el divorcio existe no sólo entre la infancia y la televisión sino, como resultado de ello, entre ésta y la escuela. Tres son los factores que lo confirman: la discrepancia entre los valores que debe transmitir la educación y los que difunde y fomenta la televisión; la incapacidad de la pedagogía tradicional para suministrar métodos adecuados al entorno audiovisual y el hecho de que el consumo ilimitado de programas televisivos deja poco tiempo para el estudio en casa e incluso para el necesario descanso nocturno.

Los autores del Libro Blanco del CAC subrayan que la distancia entre la televisión y la escuela se manifiesta en que mientras la primera enseña el valor del esfuerzo, del tesón y de la constancia, la segunda potencia una visión del mundo en que cualquier deseo parece estar al alcance de la mano.

Además, la televisión fomenta un conocimiento superficial, ligero, fragmentario y apresurado del mundo, incurriendo en muchos casos en el reduccionismo y la simplicidad. Otro de sus “efectos secundarios” es que muestra ejemplos de conducta poco edificantes y su discurso no favorece ni ayuda a centrar la atención.

El Libro Blanco se hace eco del desconcierto de niños y jóvenes, asediados por mensajes mediáticos envolventes que, además del riesgo de que dañen su salud, los inducen a conductas poco encomiables, les roban tiempo para sus deberes escolares y los obligan a gastos que van más allá de sus posibilidades y las de sus familias.

El consumo de productos audiovisuales está asociado por supuesto a la facilidad para acceder a estos medios. En una casa con alumnos de la ESO, el 99% tiene televisión, un 82% vídeo, un 65% videoconsola, entre un 50 y un 70% ordenador, el 60% teléfono móvil y un 50% dispone de televisor en su habitación. Según un estudio de la Asociación para la Investigación en Medios de Comunicación, mientras en 1998 sólo un 2% de la población infantil y juvenil navegaba por Internet, en 2002 ya era un 25%. En cambio, la lectura de prensa escrita ha descendido un 22% en beneficio de Internet y revistas juveniles. Sólo lee prensa el 7,4% (la mayoría entre los 11 y los 13 años).

Sin embargo, España no está tan lejos de otros países europeos. Así, en Gran Bretaña el 98% de los niños ve la televisión una media de 23 horas semanales. El 75% tiene un ordenador en casa y de este porcentaje, el 65% posee videoconsola y el 50% conexión a la televisión por cable o satélite. El 60% tiene un televisor en su cuarto, el 45% visita museos o va al teatro y el 46% nunca lee un libro y quienes leen dedican una media de 15 minutos diarios frente a los 200 de media que dedican a la televisión.

## **Una nueva asignatura: Educación en comunicación**

El Libro Blanco sobre la educación en el entorno audiovisual considera urgente un esfuerzo y una implicación mayor de la Administración a fin de que la educación en comunicación audiovisual entre en las escuelas con un carácter menos voluntarista. En suma, se propone potenciar la introducción de un currículum oficial de educación en comunicación.

Según el Libro Blanco del CAC, una buena educación audiovisual debe tener dos objetivos inseparables: enseñar a los niños a comprender y expresarse en el lenguaje audiovisual y

formarles para que sepan dialogar críticamente con la realidad audiovisual y dosificarla racionalmente.

## **Consumo televisivo sin control familiar**

Las franjas de mayor consumo de televisión por parte de los niños son las denominadas de prime time, es decir, las que transcurren entre las 21 y las 24 horas. En cambio, la franja despertador, en la que se emiten programas infantiles, sólo la ve un 6% de la audiencia mientras que sólo un 17% ve la franja de programas que transcurre entre las 18 y las 20 horas.

La franja horaria más vista es la que va desde las 22 a las 22,30 horas. En esta media hora la audiencia infantil y juvenil aumenta al 45,2%. Los niños se han convertido en espectadores adultos porque ven programas de adultos. Los programadores se limitan a adaptar los productos televisivos a esta incorporación de los niños a la audiencia general introduciendo elementos "infantiles" con los que pueda identificarse la audiencia infantil. De ahí que algunos autores hablen de la infantilización de la programación general de la televisión.

Naturalmente, los pequeños no distinguen entre televisión destinada a ellos y televisión para adultos. Se trata de un consumo televisivo sin control familiar, intensivo y extensivo.