

El contexto de recepción infantil

Luis Núñez Ladevéze y Teresa Torrecillas Lacave

La idea de celebrar un Congreso Internacional sobre televisión infantil en la Universidad CEU San Pablo, bajo el patrocinio de la S.A.R. doña Leticia Ortiz Rocasolano, surge como consecuencia natural del conjunto de investigaciones que, dentro del Instituto de Estudios de la Democracia, se vienen realizando sobre las audiencias infantiles y los contenidos de la programación. El equipo actualmente responsable del Instituto trabaja sobre estos temas desde antes de su creación, hace ahora cuatro años. En efecto, como precedentes se pueden citar varios proyectos en los que algunos de los actuales investigadores del Instituto ya colaboraron para diseñar un plan de trabajo que permitiera abordar sistemáticamente la variada y compleja temática de las relaciones entre los niños y la televisión, una cuestión que nunca ha dejado de preocupar socialmente, desde el momento en que comenzó a tomarse conciencia de la importancia de la televisión como preponderante factor de socialización de la mentalidad infantil. La preocupación por la influencia de la programación televisiva, convertida ya desde hace tiempo en un ingrediente cotidiano de las necesidades de ocio de una sociedad volcada al consumo, ha traspasado los límites de la discusión pública y forma parte de la opinión social. Cuando se trata de afrontar la relación entre los menores y la televisión, la situación se complica. La sociedad asume implícita o expresamente pautas para la protección de los menores respecto de las fuentes de agresión social, y la programación televisiva, por ser abierta e indiscriminadamente accesible a la audiencia, puede actuar de hecho como una de esas fuentes conflictivas.

La preocupación social por la dependencia del niño respecto de la televisión no ha hecho más que aumentar. El intenso debate social producido en España (1) y en el resto de los países de la Unión Europea (2) sobre la práctica erradicación de programación específicamente infantil en las cadenas de acceso gratuito y, en general, sobre la función que este medio de comunicación desempeña en el proceso de socialización del niño, puede considerarse como muestra de una extendida preocupación, confirmada por distintas encuestas tanto en España como en Europa. Es natural que la protección de la infancia para asegurar su libre desarrollo psicológico y su normal adaptación sociológica a las pautas sociales, ante los posibles excesos de la programación televisiva, hace tiempo que pasara a ser objeto de debate institucional en todos los países europeos y sobre el que se llegó al acuerdo de que necesitaba una explícita regulación (3).

La realidad es que actualmente son varias las generaciones que han sido educadas (o socializadas) (Montero, 2006) bajo la influencia de este medio, y eso es algo nuevo respecto a lo que ocurría anteriormente. La afirmación de que “mi hijo ya no juega, sólo ve la televisión” ha pasado de ser un reflejo de una situación más o menos esporádica en determinados ambientes (a veces hasta jocosa) a convertirse en una realidad extendida y que se acepta con total normalidad, como si se tratara de algo generalizado e irremediable.

Lo cierto es que el asunto de cómo abordar el tratamiento de la programación televisiva para cumplir con las vigentes directivas europeas de protección de la infancia es muy complejo, porque se entrecruzan muchas perspectivas, algunas de las cuales pretenden

ser benevolentes y pueden acabar siendo contraproducentes. Por un lado, no hay un consenso generalizado sobre el alcance y el contenido de un conjunto de “valores” que puedan calificarse de “fácilmente vulnerables”, y cuyo amparo, frente a posibles agresiones de la programación, haya de ser considerado como condición de la protección de la infancia exigida por las normas. Especialmente se tienen en cuenta los valores democráticos de igualdad y libertad, así como la exclusión de la incitación a la violencia y a la pornografía; pero tampoco están claros los límites de esos conceptos. En general, lo políticamente correcto sería llamar a los programadores a asumir su tarea con responsabilidad, buena fe y ánimo de contribuir al bien social. Las tres cosas son necesarias, pero hay que tener en cuenta que son condiciones retóricas, porque hay importantes discrepancias sociales en el diagnóstico de las causas y orígenes de la vulneración de valores e incluso de cómo pueda definirse violencia televisiva. Y esta es la cuestión de fondo, lo que hay que tener en cuenta y discutir en una sociedad democrática regida por el principio de libertad de opinión.

La “disonancia pragmática”

Alertados por este panorama, Pérez Ornia y Núñez Ladevéze propusieron en 1998 un primer proyecto sobre “audiencias infantiles” (4) que se incluyó como aportación a un proyecto más amplio coordinado por el profesor Fernández del Moral, quien también figura actualmente como colaborador del Instituto de Estudios de la Democracia, institución propulsora de esta área de investigación. Las contribuciones de esta propuesta constituyeron una auténtica renovación en España de los estudios sobre los problemas sociales y psicológicos suscitados por la dependencia del niño respecto de la programación televisiva. Se revisaron algunos tópicos y se ofrecieron nuevas categorías conceptuales actualmente imprescindibles para poder comprender mejor esa relación. Una importante aportación fue la encuesta de mayo de 2000 realizada por el CIS (Núñez Ladevéze, Pérez Ornia, 99, págs. 113.145), la primera gran encuesta sobre audiencias infantiles hecha en España cuya réplica está previsto realizar el próximo año. Algunos artículos aparecidos en la prensa especializada dan cuenta de la importancia de ese primer proyecto de investigación, en especial los dos artículos aparecidos, uno en la *Revista de Investigaciones Sociológicas* (Núñez Ladevéze, Pérez Ornia, 2002) y otro en la revista *Telos* (Núñez Ladevéze, Pérez Ornia, 2003).

De estos trabajos procede el concepto de “disonancia pragmática” que, recurriendo a la teoría festingeriana, propusieron ambos investigadores para explicar la contradicción, tantas veces detectada, entre los criterios de los tutores y responsables de la audiencia infantil acerca de la mala calidad de la programación y su conducta como responsables de los niños, que les permite ver aquello que no consideran recomendable. En realidad, se trata de un caso particular de un conflicto más amplio que permite explicar el conflicto en las audiencias entre sus valores estéticos y sus criterios morales y sus pautas de conducta como audiencia televisiva.

Puede ser conveniente especificar algo más este punto para que se entienda su alcance y las expectativas que sugiere. Si a la adaptación a la voluntad del niño se suma la indiferencia o la falta de participación activa de los responsables de su formación, quedarán reforzadas las tendencias infantiles más propensas al individualismo, que no sólo es efecto del consumo, sino también de la actitud moral predominante al menos en Occidente. Se predica la solidaridad en los discursos y se fomenta en los sentimientos, pero a partir de una moral conceptualmente individualista. En la relación del niño con el

televisor se proyecta este individualismo moral. Puede servir de muestra la inhibición paterna en la tarea educativa. Por un lado, puede ser una manifestación de esa forma de ceder al capricho del niño que, naturalmente, tiende a lo más fácil, mientras no se le enseñe lo contrario o se condicione su elección. Si fuera así, la influencia de la televisión sería una variable dependiente de, al menos, un enfoque previo sobre cómo ha de orientarse la formación de los niños y los adolescentes (5). Pero lo que queda más claro es una cierta contradicción entre unos planteamientos que tienden a exaltar los valores de solidaridad, igualdad y libertad y una forma de ejecutarlos, así como un ambiente social, que favorecen el individualismo, promueven el consumismo y fomentan el relativismo normativo.

Hay que tener en cuenta que la relación del niño con la televisión forma parte tanto de los hábitos familiares activos como de los pasivos. Si se piensa que la televisión se ha convertido en la práctica en un electrodoméstico más, encender la televisión para verla forma parte de los hábitos domésticos adquiridos. Que el niño la vea o no la vea, o que, al verla, lo haga de un modo u otro depende, pues, de muchos factores. El más importante es el relativo a la preocupación de los padres sobre lo que el niño ve o deja de ver y cuándo puede o no verlo. Dicho de otro modo, muchas de las lamentaciones que se escuchan a propósito de la perniciosa influencia de la televisión en el niño son retóricas, rituales y, en parte, resultado de condiciones previas que se han descuidado o sobre las que hay despreocupación y respecto de las cuales la televisión es un utensilio ajeno a esos efectos con los que se la relaciona (6).

Este es el núcleo de los problemas que el concepto de “disonancia pragmática” permite abordar desde un nuevo enfoque. A estos primeros trabajos siguieron otros proyectos y nuevas publicaciones que contribuyeron a ampliar las perspectivas relativas a los temas ya tratados, incorporando nuevos temas y nuevos métodos de investigación, y a puntualizar aspectos de detalle de las propuestas previamente estudiadas. De especial importancia fue la incorporación del profesor Callejo Gallego, especialista en análisis cualitativo y en el diseño de la entrevista en profundidad. Su incorporación al equipo que ya trabajaba en el Instituto de Estudios de la Democracia permitió elaborar nuevos proyectos que han venido realizándose tras la adjudicación por la Administración de las correspondientes concesiones (7).

Los nuevos estudios se orientaron a tratar en profundidad los siguientes temas:

1. El análisis de los programas catalogados como infantiles, con especial consideración de los que han tenido mayor éxito de audiencia;
2. Los criterios aplicados por los programadores de las cadenas de televisión sobre la programación infantil.
3. Las representaciones normativas de los agentes a los que socialmente se considera como los mediadores responsables entre las emisiones del medio de comunicación y la audiencia infantil es decir, padres y tutores.
4. El análisis de la correlación entre los criterios de los programadores, las representaciones normativas de los responsables y los contenidos de los programas a los que los niños resultan efectivamente expuestos.

El contexto de recepción

Teniendo en cuenta, pues, que el estudio de la televisión abarca demasiados aspectos como para poder obtener conclusiones a partir de una orientación limitada a ser sociológicamente descriptiva, pero teniendo también en cuenta que es necesario centrarse en una perspectiva concreta a la hora de establecer las condiciones de un estudio empírico, con esta propuesta se trató de completar los trabajos e investigaciones realizadas hasta entonces con un enfoque basado en la hipótesis, en gran parte ya probada, de la disonancia pragmática entre criterios y conducta con relación al uso de la televisión (ver Núñez Ladevéze, Pérez Ornia, 2002). Es importante tener en cuenta este aspecto, porque también permitirá comprender mejor el sentido de los datos, principalmente cuantitativos, obtenidos a partir de la correlación entre análisis de contenido y análisis de audiencias. Y también el estudio cualitativo, a través de entrevistas, de cómo se proyectan en los contenidos de la programación infantil los prejuicios, estereotipos y juicios de valor de los responsables profesionales o comerciales de la programación y de la producción.

Pasar de la metodología tradicional basada en los análisis segmentados al análisis del contexto de recepción significó un nuevo paso. El proyecto en que se afrontó esta temática se titula *Producción de los contextos de recepción de la audiencia infantil en España: el lugar de la familia*. Enumeramos los objetivos propuestos para esta investigación porque de su propia enunciación se desprenden las posibilidades y posibles ramificaciones de las investigaciones emprendidas:

1. Análisis de las pautas de relaciones familiares (internas) que componen los distintos tipos de familia, con especial hincapié en aquellas concretadas por los denominados nuevos tipos de familia: dos adultos ocupados en tareas profesionales o laborales y uno o dos hijos.
2. Concreción de la función que se asigna a la televisión a través de tales pautas de conducta familiar.
3. Criterios adoptados por los núcleos familiares sobre la relación deseable entre televisión y niños.
4. Condiciones de la vida familiar que interfieren, bien facilitando o bien impidiéndola, la aplicación de los criterios sobre la clase de relación deseable entre niños y televisión.

La hipótesis de partida, fundada en las conclusiones establecidas por las precedentes, se orienta a ofrecer alguna explicación de la denominada disonancia pragmática; es decir, del desajuste entre los valores pública o privadamente asumidos, y los comportamientos privados de los padres y, en general, de los responsables de la audiencia infantil. La apelación a la “hipocresía” de los adultos, que proponen un deber ser frente al televisor que luego difiere de lo indicado por los datos de audiometría, no explica, sino que simplifica y elude la explicación, las motivaciones de esa diferencia entre criterio y conducta ni los condicionamientos que la promueven. La explicación de esa diferencia resulta, en todo caso, muy compleja y en las investigaciones realizadas se concretan distintos motivos que pueden agruparse en dos direcciones a las que ahora nos vamos a referir.

Por un lado, la existencia de criterios o pautas de comportamiento de los distintos grupos familiares que son distintos del general y un tanto abstractamente asumido: se dice una cosa; pero se piensa otra. Por otro lado, la voluntad de respuesta de las familias, asumiendo la norma de referencia general, se encuentra con obstáculos que provienen de un contexto material muy condicionado por factores ajenos a sus criterios, a circunstancias concretas y limitadas en las que se encuentran las propias familias: trabajo, horarios, ocupaciones familiares, necesidades, actividades, etc.

Podemos indicar así una motivación expresada sintéticamente en lenguaje coloquial: las familias quieren, pero no pueden. Sabemos, en efecto, que las normas de referencia de las familias están compuestas por un sistema de valores que contienen la necesaria mediación directa en la relación entre niño y televisión; pero existen condiciones, especialmente en las familias que concretan la denominada nueva norma familiar (núcleo parental de dos personas ocupadas), que impiden en buena medida desarrollar tal mediación directa. Claro está, del contraste de tales hipótesis se derivan distintas posibles actuaciones de los poderes públicos para el despliegue de ayudas a las familias, ya que tal distancia entre lo que quieren y pueden las familias con respecto a la televisión de sus hijos puede constituir un síntoma de los problemas y contradicciones en los núcleos familiares actuales. Cuestiones sociales como la de la necesaria conciliación entre vida familiar y profesional se encuentran tras los conflictos señalados.

Llegados a este punto hemos conseguido disponer, a través de los distintos proyectos que se han venido realizando, de un material considerable que nos permite afrontar con base empírica suficiente el complicado tema de las pautas y hábitos familiares que regulan la relación entre padres e hijos dentro del hogar, distinguiendo modelos de hogar y de familia. Nos encontrábamos por ello en una situación novedosa, interesante y prometedora, pues disponíamos de investigaciones precedentes, de investigaciones complementarias, de conceptos explicativos y, en fin, de una nueva perspectiva desde la que abordar nuevos trabajos. Pensamos por todo ello que podía ser el momento oportuno para abrirnos a la comunidad científica y a la opinión pública, tanto para intercambiar y completar puntos de vista, como para exponer y contrastar las investigaciones realizadas y en especial las conclusiones obtenidas.

El Congreso Internacional sobre la Televisión y la Infancia, cuyas principales ponencias se presentan en estas páginas de la revista *Telos*, tiene su origen en las investigaciones y las motivaciones enumeradas. El diseño y la selección de los conferenciantes responden a la idea explícita de aportar, no sólo reflexión sobre los temas indicados, sino también contribución y debate sobre el modo de afrontarlos. Al tema concreto de la televisión se añade el de la atención de la relación del niño y la red en Internet. Este es un aspecto que no ha sido abordado temáticamente en nuestros estudios, pero que ha ido ganando terreno en el material de datos que hemos venido acumulando. Nos pareció que introducir este tema e intercambiar la experiencia acumulada sobre la relación de la infancia con la televisión con quienes vienen ocupándose de esta nueva realidad que tanta importancia ha llegado a tener en la ocupación y formación de hábitos de niños y adolescentes, y estamos sólo en el inicio de esa transformación, era una obligada referencia. La transformación viene ahora impulsada por el exponencial desarrollo de la tecnología de la Red a la que el niño viene incorporándose de un modo cada vez más natural, como parte también de su proceso educativo y, en suma, como nuevo factor de socialización. Ahora no se trata ya sólo de la televisión como electrodoméstico, sino de

la televisión y de la Red, es decir, de la pantalla como espacio visual de acceso a las nuevas modalidades de imagen y sonido.

Congreso y líneas de investigación

Entendiendo, pues, que se trata de un fenómeno creciente y el aspecto más novedoso relativo a los procesos de socialización del niño, y teniendo en cuenta el prestigio intelectual de la ponente, Sonia Livingstone, Presidenta de la International Communication Association, los organizadores del Congreso optamos porque su conferencia, «La protección del menor en el marco del *Safer Internet Plus Programme*», sirviera de lección inaugural de las sesiones.

Por lo demás, el Congreso se ha dividido en bloques temáticos diferenciados con la intención de acotar de un modo sencillo, pero sistemático, los diversos aspectos en que la investigación viene ocupándose de la relación entre el niño y la televisión. Un primer bloque sobre “audiencias infantiles”, se ocupa del aspecto más tratado por la investigación comercial en el que el niño es un *target* de un objetivo que mide un registro anónimo. Se trata, naturalmente, de evaluar las aportaciones de este procedimiento de medición y juzgar sus limitaciones. La principal estriba en la estrechez de miras de los objetivos y los datos que la propia investigación basada en la audimetría se propone indagar. Es natural que las investigaciones académicas se hayan encaminado a poner de manifiesto las limitaciones inherentes a los procedimientos de investigación cuantitativos y de usar otros métodos que puedan compensarlos, independientemente de que también puedan ser o no objeto de un enfoque comercial.

Sobre estas bases parece cada vez más necesario completar la metodología cuantitativa con la cualitativa, si se quiere profundizar en los aspectos dinámicos de la relación entre el niño y la televisión, que también son especialmente útiles para dar más penetración al análisis de los contenidos. Un enfoque en el que estamos conjuntamente interesados es la ampliación de los estudios al análisis de los contextos de recepción, especialmente al hábitat familiar. Estas cuestiones van más allá de la comprobación de la aceptación efectiva de los programas medida por los procedimientos audimétricos convencionales. Hay que explicar las limitaciones y condicionantes de las mediciones, que sólo aportan datos sobre decisiones sin atender a la diversidad de motivaciones intencionales que las producen. Es importante, pues, ampliar la metodología complementando los datos obtenidos por métodos cuantitativos, estadísticos y de medición con los cualitativos como el análisis del discurso, como los grupos de experimentación, las entrevistas en profundidad y la búsqueda de correlaciones entre los análisis de audiencia y los de contenido y programación. Y junto a esta ampliación de la metodología, también una ampliación de los objetivos. En nuestra línea de trabajo esta ampliación se concreta en el estudio de los contextos de recepción de la programación por el niño.

Resumiendo, las líneas de investigación que se han ocupado de estos problemas se han orientado principalmente a:

- Establecer las dimensiones de la audiencia infantil.
- Estudiar las representaciones de la programación infantil de éxito por sus responsables (medios de comunicación) y posibles mediadores (padres, tutores).

- Analizar los condicionantes que en el ámbito familiar dificultan a los responsables de los niños responder a sus propios criterios de responsabilidad.
- Estudiar del contexto de recepción, haciendo especial hincapié en la función de la familia.
- Fomentar el papel de la televisión pública en la producción de contenidos orientados a la programación infantil de calidad.
- Diseñar una estrategia de protección de la infancia en relación con valores cívicos fácilmente vulnerables por la programación.

Estas distintas líneas de investigación están distribuidas en las áreas temáticas del Congreso. A la consideración de las audiencias infantiles en el primer bloque temático, que comienza con una conferencia de Roberto Farné, profesor de la Università di Bologna, se añade un segundo bloque sobre “Programación y consumo infantil”, que se inicia con la conferencia de Piermarco Aroldi de la Universidad Sacro Cuore de Milán; un tercer bloque sobre “Uso y recepción infantil” que introduce el profesor Luciano Elizalde de la Universidad Austral de Buenos Aires, y un cuarto bloque, que sirve de cierre del programa del Congreso, sobre “Televisión educativa”, en el que actúa como ponente Cecilia von Feilitzen, coordinadora científica del *The International Cleringhouse on Children, Youth and Media*. Tratamos este tema desde la perspectiva de cómo pudieran objetivarse las pautas de exigencia de una televisión “de calidad”, asunto complejo sobre el que existen varias propuestas y que merece un debate pormenorizado. Sobre este último aspecto, se puede añadir que hay cierta propensión a reducir el concepto de “televisión” al uso de un medio técnico para fines comerciales, cualesquiera que sean estos. Pero la noción de “medio televisivo” es distinta de la del uso social preferente del medio. Como instrumento de comunicación, como artefacto tecnológico, la televisión puede ser usada de muchas maneras, y una de ellas es la “televisión para fines educativos”. Lo que nuestra ponente pueda decir sobre este particular queda, por definición, excluido de este comentario pues el lector puede leerlo en la ponencia adjunta. Y no es nuestra intención tratar de emparejar los conceptos de “calidad” y “televisión educativa”, sino comprender que puede haber relaciones entre ambos aspectos y que, en todo caso, vale la pena indagar si una noción integral de “televisión de calidad” para el niño no requiere como condición imprescindible que, al menos, no sea desorientadora.

Conclusión

Somos conscientes de que el estudio de la televisión puede afrontarse desde diversas perspectivas y que la sociológica y cuantitativa, aunque sea la más extensa, no es en sí misma la más importante ni la más profunda, pero tiene un insustituible valor instrumental para dilucidar esas grandes cuestiones implicadas. Sin observación, sin experimentación, sin datos, la imaginación queda a expensas de la erosión de las grandes palabras. Sin duda, en la medida en que estamos ya socializados por el medio, en gran parte la información sociológica que obtenemos a través de las investigaciones no deja de ser siempre una información provisional y, a veces, excesivamente acumulativa y demasiado prolija y próxima. Sin embargo, muchos de los datos con que podemos contar, incluso para internarse en las abstracciones profundas, en parte irrefutables por inverificables, sólo pueden proceder de esta especie de investigaciones.

Llegar a conclusiones sin acudir a tales cimientos empíricos puede ser precipitado. Por ejemplo, hay una cierta tendencia, no por simplificadora infrecuente, a encontrar en la programación de la televisión la fuente de todas las malas causas pedagógicas. Muchas veces se dice, basándose en la mera intuición o en la limitada experiencia personal, que el aumento de la violencia, de la agresividad, de la promiscuidad sexual va ligado a la programación televisiva. Este tipo de comentarios encierran parte de verdad, pero el problema concreto es determinar el *quantum* de verdad que encierran para separarlo de la mera generalización, de la simplificación y de la ligereza. Ni la televisión ni la Red son el demonio para los niños, pero pueden serlo y en muchos casos lo son. Tampoco son la panacea, pero podrían ser un importante factor de cooperación para un proceso de la socialización en valores cuya base está en el hogar, primero, y en la escuela, después.

Las principales ponencias y comunicaciones del Congreso se publican, gracias a la hospitalidad de su director, Enrique Bustamante, en este número especial de la revista *Telos*, publicación ejemplar de Fundación Telefónica. A la generosidad de esta institución, encarnada en la incondicional ayuda de Obdulio Martín Bernal y de José Fernández Beaumont, que desde el primer momento se sumaron sin reservas a la idea de celebrarlo bajo su patrocinio, al que hay que añadir el del Defensor del Menor de la Comunidad Madrid, el del Ministerio de Educación y Ciencia, el de TRACOR, la Asociación de la Prensa de Madrid y el IORTV, este comentario no puede corresponder más que con el reconocimiento de estas colaboraciones. En estas páginas se exponen los temas de fondo que van a animar las discusiones y reflexiones de los distintos bloques temáticos. Al publicarlas con antelación, gracias a la ayuda de la revista, hemos buscado disponer de un instrumento intelectual consistente que permita plantearse a los congresistas y a todos los lectores, con criterio e información suficiente, los problemas nada triviales relativos a la dependencia de los niños respecto de la televisión y del nuevo mundo, todavía en fase de descubrimiento, de la Red.

Bibliografía

MONTERO RIVERO, Y.: *Televisión, valores y adolescencia*, Gedisa, Barcelona, 2006.

NÚÑEZ LADEVÉZE, L. y PÉREZ ORNIA, J. R.: «Los gustos de la audiencia infantil y la producción televisiva. El conflicto pragmático de los responsables de la audiencia infantil», *REIS (Revista Española de Investigaciones Sociológicas)*, núm. 99, julio-septiembre, 2002, págs. 113-143.

---: «Programación infantil en la televisión española. Inadecuada relación entre oferta y demanda», *Telos*, núm. 54, Fundación Telefónica, Madrid, enero-marzo, 2003, págs. 103-115.