



- ◆ Trabajo realizado por la Biblioteca Digital de la Universidad CEU-San Pablo
- ◆ Me comprometo a utilizar esta copia privada sin finalidad lucrativa, para fines de investigación y docencia, de acuerdo con el art. 37 de la M.T.R.L.P.I. (Modificación del Texto Refundido de la Ley de Propiedad Intelectual del 7 julio del 2006)

TELEVISION, DROGODEPENDENCIAS Y APRENDIZAJE SOCIAL

Por el Dr. A. Polaino - Lorente

Profesor Agregado de Psicopatología de la Universidad Complutense

1. INTRODUCCION

Los discutidos medios de comunicación colectiva todavía no han encontrado la metodología científica eficaz con la que poder superar la equívoca situación en que se encuentran.

La televisión, como otros muchos medios, tiene defensores acérrimos y beligerantes enemigos. Unos y otros buscan razones en su favor, sin apenas fundamentarlas en ninguna investigación empírica. La opinión más generalizada sostiene que el consumo abusivo de televisión —se ha llegado a hablar de “teledrogadición”— produce efectos nocivos para la salud pública.

Se arguye que el exceso de televisión perjudica el rendimiento de los niños en la escuela, aumenta la delincuencia infantil, lesiona la vista e incrementa los problemas que tiene planteados la sociedad de nuestro tiempo (Luban-Ploz-za, 1975). Llevamos 30 años de televisión y, sin embargo, todavía desconocemos las influencias que este medio desempeña en el individuo. Apenas si contamos con conjeturas, intuiciones y tópicos que cargados de significación peyorativa, no han sido probados. Simultáneamente, se descuida la investigación, no sólo de cómo disminuir estas supuestas influencias nefastas, sino ade-

más qué hacer para optimizar el uso de este importante medio.

En las líneas que siguen el autor expondrá algunas de las recientes investigaciones empíricas sobre este particular, sometiéndolas a discusión al final de este artículo. Se asume, pues, un doble propósito: establecer la posible relación entre la televisión y el aumento de la drogopendencia y de la criminalidad y, secundariamente, ofrecer una hipótesis psicopatológica explicativa sobre este particular.

2. ALGUNOS RESULTADOS EXPERIMENTALES

Investigaciones recientes han negado que el uso de la televisión pueda influir, o tenga relación, con la escalada de la delincuencia juvenil y de las toxicomanías. Me refiero, claro está, no a meras opiniones, sino a investigaciones científicas mejor controladas. Así por ejemplo, Hanneman y McEwen (1974) y DiMin (1975) estudiaron la frecuencia con que aparecen hábitos comportamentales alcohólicos en los programas de televisión. El método utilizado consistió en grabaciones en vídeo de esos programas, posteriormente analizados minuciosamente. Winick y Winick (1976) replicaron las investigaciones anteriores, incluyendo también el consumo de otras drogas no alcohólicas. Las conclusiones sobre las que nos informan, afirman que durante los últimos años han descendido los hábitos comportamentales de drogodependencia en los programas de televisión. Garlington (1977), subrayó la importancia que tienen en estas investigaciones la utilización del método científico. Los resultados hallados por Garlington, con la nueva metodología, contradicen los comunicados por los anteriores autores.

Esta polémica es de extraordinaria importancia si nos atenemos al incremento de televidentes que se ha operado en

la última década. Por citar un sólo ejemplo, en la República Federal Alemana hay 20 millones y medio de hogares con televisión. El tiempo promedio empleado en visionar los programas televisivos ha aumentado de 64 minutos/día en 1964 a 114 minutos/día en 1974. Si además se tiene en cuenta el aumento de las cadenas de televisión (ARD, ZDF, etcétera), así como el aumento del tiempo de emisión (de 5 horas y media/día en 1974 a 9h 15' en 1976), las influencias que sobre el público y la sociedad tiene este medio parecen obvias (Dieter, 1980).

La relevancia del problema indujo a Greenberg et al. (1979) a realizar en EE.UU. un programa de investigación mucho más ambicioso sobre este particular.

Los autores grabaron en vídeo-tape algunas secuencias tomadas al azar de programas emitidos por las 3 cadenas de televisión, a lo largo de varias semanas, durante los años 1976-77 y 1977-78.

Fueron excluidos de las grabaciones los programas de variedades, deportivos, informativos, etc. La duración de las grabaciones observadas fueron de 58,5 y de 65 horas respectivamente, durante los cursos 1976-77 y 1977-78. El equipo investigador fue entrenado en la observación y en el registro de las grabaciones, así como en la utilización de un código muy complejo. En este código se prestaba especial atención al tipo de droga que aparecía en las secuencias (alcohol, tabaco y drogas ilegales), al contenido del programa (conflictos familiares, comedias, criminalidad, aventuras y dibujos animados), así como otras variables (sexo, raza, edad, estado socioeconómico y role) de los protagonistas intervinientes en estos programas.

En este código fueron entrenados los observadores durante 40 horas. Simultáneamente aprendieron a evaluar ciertos aspectos relevantes como: situaciones de

inducción al consumo, alabanzas sobre hábitos comportamentales conducentes al consumo de drogas y consecuencias inmediatas que siguen a ese consumo, en cada una de las secuencias observadas.

Sintetizó a continuación algunos de los resultados obtenidos:

- a) El alcohol es la sustancia que aparece con más frecuencia (de 2,19/h en 1977 a 2,66/h en 1978).
- b) Las secuencias en que aparece el consumo de tabaco disminuyeron de 0,70 a 0,48 en uno y otro año. La posible explicación de esta disminución en la tasa de consumo de tabaco seguramente está relacionada con las campañas antitabaco simultáneamente realizadas en la sociedad norteamericana. El uso del tabaco comienza a ser en EE.UU. algo próximo al prejuicio, un nuevo mito social según el cual el fumador es un maleducado y un ignorante, que atenta contra su salud. La lucha contra el tabaco, sin embargo, no parece haber influido —o al menos con la intensidad deseada— en los programas de acción preventiva contra otras drogas más nocivas (Polaino-Lorente, 1980).
- c) La frecuencia con que aparece el consumo de drogas ilegales aumentó, de un año a otro, de 3,11 a 3,97/h.
- d) Los programas en los que más incide el consumo de drogas son los que se emiten entre las 9 y las 11 p.m. (4,92/h. de situaciones de consumo de alcohol, frente a 1,64/h. en aquellos otros emitidos entre las 8 y 9 p.m.).
- e) Las secuencias en que se consume alcohol arrojan una **ratio** casi idéntica en aquellos programas cuyo contenido es la criminalidad o la comedia (4,60 y 4,72/h., respectivamente). Esta tasa se ha multiplicado por 3 en un sólo año en los programas cuyo contenido es la comedia. Los resultados obtenidos entre los diferentes programas según el con-

tenido, son significativos ($<.001$). Según estos contenidos, el consumo de alcohol sigue este orden: comedias, crímenes, y dramas familiares (4,72, 4,60 y 2/h., respectivamente). Esto significa que el consumo del alcohol —siempre según el modelo televisivo— se ha relativizado. El alcohol no es ya la sustancia que utilizan los delincuentes, sino más bien, algo rutinario que se ha incorporado a la comedia humana.

El consumo de alcohol se ha desdramatizado y democratizado. Igual podría decirse de su incorporación a los hábitos de rutina en el marco de la familia. En el modelo representacional a que me estoy refiriendo, el consumo de otras drogas no alcohólicas también se está incrementando. La tasa del consumo global (drogas alcohólicas y no alcohólicas) sigue también esta distribución en función de los contenidos, sólo que de forma más grave (7,86 y 6,32/h., de grabación, respectivamente, para programas de comedia y violencia). Obsérvese que en estos programas, el consumo de drogas es superior en las situaciones cómicas —mucho más frecuentes en la vida diaria— que en las situaciones de violencia y asesinato.

f) La cadena NBC ha sido la única en la que esta tasa ha descendido, de un año a otro, de 2,04 a 1,86/h. En la CBS, en cambio, ha aumentado de 2,70 a 2,98/h. Por último, en la ABC, esta tasa (situaciones en que se consume alcohol/h.) se ha duplicado casi, de uno a otro año, (1,80 y 3,22/h., respectivamente).

g) Si nos atenemos a la variable sexo, el consumo de alcohol en las secuencias estudiadas, es del 68% para los hombres y del 32% para las mujeres. Ahora bien, si estos % se estudian en función del número de varones o hembras que intervienen en los programas, el consumo se iguala. Probablemente, este factor tenga un peso muy impor-

tante en la explicación etiológica del alcoholismo femenino, desgraciadamente, hoy en aumento.

h) Hay una diferencia, enormemente importante, en el consumo de alcohol. Frente al 94% de los blancos, sólo se encuentra un 6% de negros que consumen alcohol. Esto supone que, en la cosmovisión del mundo televisivo, el consumo de alcohol se identifica asombrosamente con la raza blanca, lo que autoriza a afirmar, que el alcohol es la droga de los blancos.

i) Respecto a la edad, el mayor consumo de alcohol se localiza entre los 20 y 49 años (65% de los consumidores), lo que significa que el modelo televisivo de consumo de alcohol incide sobre uno de los sectores más numerosos de la población, precisamente, sobre el que gravita el mayor peso del trabajo profesional. El alcoholismo juvenil y de los adultos jóvenes está auspiciado desde este modelo.

j) Según el estado socioeconómico (**socio-economic-status**), el consumo de alcohol (en el modelo televisivo) se aglutina alrededor de las clases medias y altas (45% y 44%, respectivamente, de los consumidores). Este modelo representacional y televisivo contrasta con los datos epidemiológicos que hoy tenemos respecto del alcoholismo.

k) En el modelo televisivo, el consumo de alcohol suele asociarse más con los roles dramáticos que cómicos (el 71% y 29%, respectivamente). Sin embargo, la media de las frecuencias de los comportamientos de consumo de alcohol es muy superior en estos últimos (2,52 en los roles cómicos y 1,75 en los roles dramáticos).

3. DISCUSION Y CONCLUSIONES

En los trabajos aquí presentados, se ha escamoteado una investigación imprescindible. Junto al estudio sistemático

y riguroso de los programas televisivos, hubiera sido necesaria la investigación de las consecuencias que los factores anteriores originan en la población. En las siguientes líneas me ocuparé de ofrecer unas hipótesis explicativas del alcance e influencia de los factores antes aludidos.

Es frecuente oír en EE.UU. este dicho: "el hombre se convierte en lo que come". En mi opinión es más verdadero, para lo que aquí interesa, afirmar lo que sigue: **el hombre aprende lo que ve y hace lo que aprende**. De hecho, como dice un dicho popular castellano, "Fray ejemplo es el mejor de los predicadores".

Slogans y dichos aparte, lo que interesa aquí, es poner de manifiesto la importancia del aprendizaje social (**social learning**).

El tema tiene una larga historia en la psicología contemporánea. Desde William McDougall (1908) conocemos la importancia que tiene el aprendizaje por imitación. Miller y Dollard (1941) repusieron las olvidadas e importantes hipótesis de MacDougall. Posteriormente los trabajos de Bandura y Walters (1963), de Gewirtz y Stingle (1968) y de Bandura (1969), han demostrado la relevancia de este modo de aprendizaje (Cf. Pelechano, 1973).

Con los términos de aprendizaje por imitación o aprendizaje vicario —dentro del aprendizaje social—, se quiere designar una de las formas de aprendizaje más connaturales al hombre. De hecho, a ellos se debe, en buena medida, el aprendizaje del lenguaje, de los gestos, de los hábitos comportamentales y de los estilos de vida de los niños (Flanders, 1963; Hartup et al 1970). El modo en que influye la televisión en el individuo puede explicarse según las dos hipótesis siguientes:

a) **Aprendizaje clásico vicario**: el televidente sintoniza efectivamente con el

papel representado por el protagonista, reviviendo en sí sentimientos análogos a los de aquél. Ahora bien, los sentimientos del protagonista no son otra cosa que una respuesta emocional, que acompaña a una conducta más compleja, suscitada por la situación estimular diseñada por el guionista. El televidente, en consecuencia, aprende de forma vicaria: los sentimientos que en él emergen, son suscitados por la configuración estimular y los modos de comportamiento del protagonista. El tratamiento que se dé a los factores intervinientes en la configuración estimular en que está inscrito el protagonista —entre ellos, el alcohol, las drogas, etc.—, necesariamente han de tener una gran importancia —cualitativa y cuantitativa— en el aprendizaje y en la remodelación comportamental condicionada del telespectador. Este asumirá, vicariamente, por ejemplo, que ingerir alcohol o usar determinada droga, generan en sí mismo determinadas consecuencias afectivas. Si del consumo de drogas en general, o de la realización de ciertas conductas violentas se derivan, en el mundo televisivo, consecuencias comportamentales gratificantes (consecuencias que sí son vividas por el espectador), emergerá en el televidente una nueva articulación entre aquellos estímulos y su comportamiento afectivo.

b) **Aprendizaje instrumental vicario:** también desde aquí pueden explicarse las influencias de la televisión en el individuo. Y ello, porque visionar uno de estos programas tiene ya un valor de refuerzo; de no tenerlo, el espectador no atendería a la televisión. Por consiguiente, el protagonista no sólo realiza un comportamiento (que es también compartido por el espectador), en función de un ámbito estimular, sino que además, el programa televisivo global está él mismo reforzando el aprendizaje del telespectador. Este refuerzo se-

cundario, sumado al anterior, profundizará todavía más la conexión estímulo-respuesta (E-R) referida en la primera de las hipótesis.

En conclusión, el observador aprenderá —por los dos procedimientos antes indicados— las pautas comportamentales exhibidas por el protagonista.

Por otra parte, como el programa es de una gran riqueza perceptiva, (es un medio cálido, que diría MacLuhan, además de intervenir niveles comportamentales muy distintos, como imágenes, signos lingüísticos, modos de conducirse, procesos representacionales, etc.), el proceso adquisitivo resulta facilitado, sin que apenas el observador tenga conciencia y/o control sobre ello. De este modo, el telespectador está continuamente remodelando su conducta e imitando algo mucho más decisivo que ésta. Se trata de la asunción, a través de este aprendizaje vicario, de un mundo estimular, y axiológico mucho más importante e inefable.

En realidad, el escalón terminal al que conducen estos aprendizajes se sitúa en el plano cognitivo. La psicología de la atribución tendría mucho que decir sobre estas investigaciones.

¿Cómo influye la televisión en el comportamiento del espectador? Es una cuestión difícil de responder, incluso cuando se controla rigurosamente uno de los extremos (la televisión) de esa relación. Hace falta evaluar el comportamiento de los telespectadores en aquellos segmentos conductuales que puedan ser influidos por los factores anteriormente analizados en este trabajo.

La influencia que la televisión pueda tener sobre la escalada de la drogodependencia, o sobre una singular conducta toxicómana, no podremos conocerlas hasta que no se realicen diseños, como el que aquí se propone.

Esa investigación podría ser operativa y eficaz, si se atuviera a la evaluación

de las variables, que a modo de ejemplo, sintetizo a continuación:

—Consecuencias positivas o/y negativas, individuales y/o sociales, que se derivan del consumo de drogas, en el modelo televisivo.

—Situaciones conflictivas que son resueltas por el guionista con el consumo de drogas.

—Escenas y situaciones ambientales que inducen al protagonista al consumo de estas sustancias.

—Conexión entre los segmentos comportamentales relativos al éxito, al dolor o al fracaso y el consumo de estas sustancias.

—Contexto social en el que el consumo se lleva a cabo.

—Motivaciones que preceden al uso de estas drogas.

—Modo de utilización de las mismas.

—Utilización o no del castigo (recriminación, apresamiento por la policía, hospitalización, internamiento carcelario, etc.) en relación con estas conductas delictivas.

—Índice de aversión o permisividad social frente a estos comportamientos.

—Asociación de cada una de las drogas con otras variables como juventud, prestigio profesional, edad, sexo, poder adquisitivo, etc.

—Modo en que influye el consumo en el nivel de aspiraciones y en las conductas de expectación de los telespectadores.

—Consecuencias o inconsecuencias, aceptabilidad o rechazo del contexto grupal (en el que está inscrito el telespectador) de estas sustancias.

—Predictores del grado de accesibilidad a la imitación por parte del telespectador.

Mientras no se satisfagan algunos de los criterios aquí propuestos, sólo podremos intuir groseramente —equivoca-

mente también— los supuestos efectos nocivos que sobre este particular ejerce la televisión en el individuo. Se admite que la generalización en el abuso de drogas puede estar relacionada con los programas emitidos en televisión; pero la forma en que esto sucede no la conocemos. No tenemos ninguna certeza —al menos que esté basada en algún dato empírico— para afirmar que la televisión condiciona el incremento de la drogadoicción en el mundo.

4. BIBLIOGRAFIA

Luban-Plozza, B.: *Temple nervioso y convivencia familiar*. (Traducción de A. Polaino), Ed. Universidad de Sevilla, 1975, 107-117.

Hanneman, G. y McEwen, W.: The Depiction of drug use in T.V. programming. *Journal of Drug Education*, 1974, 4, 3, 281-293.

Dillin, J.: Televisión continues to emphasize liquor. *Christian Science Monitor*, 1975, 26.

Winick, Ch. y Winick, M.: Drug Education and the Content of Mass Media Dealing with Dangerous Drug and Alcohol, en R. Ostman (ed.), *Communication Research and Drug Education*, Beverly Hills, 1976, 15-37.

Garlington, W.: Drinking on television: A preliminary study with Emphasis on Method. *Journal of studies on Alcohol*, 1977, 38, 2199-2205.

Dieter, S.: Influjos de la televisión en individuo y sociedad. *Universitas*, 1980, XVII, 3, 177-187.

Greenberg, B. S. y col.: Trends in use of Alcohol and other substances on television. *Proteject Castle*, Michigan State University, 1979, Comunicación personal.

Polaino-Lorente, A.: La marihuana, ¿un medicamento?, *Folia Humanistica*, 1980, XLVII, 207, 171-177.

McDougall, W.: *Introduction to Social Psychology*. Methuen, 1908.

Miller, N. E. y Dollard, J.: *Social Learning and Personality Development*, Ed. Holt, 1963. (Traducción castellana, Ed. Alianza Universidad).

Gewirtz, J. L. y Stingle, K. G.: Learning of generalized imitation as the basis for identification. *Psychological Review*, 1968, 5, 374-397.

Bandura, A.: *Principles of behavior Modification*, Holt, Rivhart, Winston, 1969.

Pelechano, V.: *Personalidad y parámetros*. Ed. Vicens Vives, 1973.

Flanders, J. P.: A review of research on imitative behavior, *Psychological Bulletin*, 1968, 69, 316-337.

Hartup, W. y col.: The role of imitation in childhood socialization, en G. A. Hoppe, R. A. Milton y E. C. Simmel (eds.), *Early Experiences and the Process of Socialization*, Academic Press, 1970, 109-142.

