

TELEVISION Y SALUD MENTAL

Prof. Dr. Francisco Alonso—Fernández *

La TV se incorpora al catálogo técnico universal en una época saturada de cualidades socioculturales específicas en un grado muy superior a otros tiempos históricos, hasta el punto de que hoy se puede hablar con legitimidad de que la cultura occidental está constituida por una mentalidad nueva, con unas circunstancias también inéditas. Como factores fundamentales responsables de esta especificidad humana sociocultural, sobresalen el espléndido desarrollo tecnológico y científico-industrial y la extensa convivencia entre varias generaciones (desde nietos a bisabuelos), ambos datos sin precedentes en la Historia Universal. Este desarrollo técnico desbordante está sujeto a la valoración adjudicada a la técnica, y la técnica en sí misma, aunque potencialmente se muestre benefactora, no admite una calibración axiológica absoluta como buena o mala. Lo que hay que valorar en ella son los modos y los resultados de su aplicación.

En las últimas décadas ha prevalecido la defectuosa aplicación de la técnica en forma de una tecnoburocracia regulada por los intereses de los grupos de poder, lo cual ha producido considerables daños a la población general, particularmente la destrucción de la naturaleza y la contaminación ambiental, acontecer este último protagonizado por una mentalidad humana absorbida por el morbo egotista y el espíritu mercantil.

Como consecuencia de los sucesivos descubrimientos técnicos, introducidos con mayor o menor fortuna, nuestra época se caracteriza por su subordinación a los cambios acelerados, entre los cuales figura la incorporación de la TV, que va a trascender a su vez, en un grado importante, a la forma de vivir.

Opiniones sociológicas muy representativas coinciden en señalar que la TV ejerce sobre la estructura del vivir cotidiano un grado de influencia superior al de cualquier otra innovación registrada en la presente centuria.

La TV, legítimamente catalogada como un servicio técnico de telecomunicaciones, se ha erigido en uno de los fenómenos sociológicos básicos de nuestra civilización. Para corregir errores comunes hay que precisar con Umberto Eco (3) que este instrumento de servicio, estudiado por los manuales de electrónica y convertido en fenómeno sociológico, no constituye propiamente un género artístico que pudiera ser homologable al

teatro o al cine. El polimorfismo del espectáculo televisivo, abarcador del periodismo, del teatro, del cine y de la publicidad inoculando nueva savia, no se deja reducir a la condición propia de un arte unitario. Pero la adjudicación del título de servicio de telecomunicaciones no corresponde a su funcionamiento real, ya que, como ocurre en otros medios informativos de masas, la participación de las gentes está sensiblemente desatendida, quedando aplastada la función de comunicar por el peso de las informaciones masivas.

Nadie discute a la TV su raigambre técnica, de donde parte el consenso para evaluar sus servicios en función de sus resultados y efectos. Y lo más lamentable no es, acaso, que el discurso televisivo se muestre torpe en bastantes ocasiones, sino que no se sepa usar convenientemente el aparato de TV en las casas, hasta el punto de poder afirmarse *que la mayor parte de los niños y los adolescentes españoles y de otros países no han aprendido a ver bien la TV.*

En el seno de los medios informativos, la TV se muestra como un auténtico "peligro amarillo", dado el poderío monopolista que acapara. En casi todos los países industriales desarrollados, la TV se ha alzado como el medio de comunicación masivo dominante, desplazando en una amplia medida a la radio y amenazando la pervivencia del hábito de leer. La era de la TV se caracteriza, particularmente, por proporcionar un fondo cultural común mediante el esparcimiento audiovisual —esparcimiento, desde luego, de tipo sensorial—. La capacidad de penetración de la imagen sonora, infinitamente superior a la palabra hablada o escrita, llega a provocar, con frecuencia, tales estados de pasividad que el sujeto queda sumido en una especie de trance hipnótico, con semiparalización transitoria de su funcionamiento mental.

Mac Luhan, en su obra "La Galaxia Gutenberg", considera a la TV, por el menor grado de precisión y matización inmanente a sus informaciones, como un medio de información frío, contrapuesto a los medios calientes de datos como el libro y la radio; medios, por otra parte, monosensoriales y respetuosos para la capacidad crítica del sujeto, hasta el punto de que sus contenidos no pueden penetrar en él si no interviene su propia participación activa. Pero la llegada de los mensajes televisivos simultáneamente por dos vías sensoriales y el avasallamiento absorbente con que se posesionan de las capacidades mentales, imponiendo pasividad al televidente, a no ser que éste haga un es-

* Catedrático-Jefe del Departamento de Psiquiatría y Psicología Médica de la Universidad Complutense, Madrid, España.

fuerzo para conservar la capacidad crítica, justificaría también catalogar a la TV como el más caliente de todos los *mass media*, el que abrasa y devora las voluntades mediante una especie de alucinación pluri-sensorial masiva y gigantesca que desde el exterior penetra en nuestro recinto mental para fascinarnos y convertirnos en sujetos inhibidos y medio hipnotizados.

Nadie debería rasgarse las vestiduras si me permito comparar este medio de teleinformación gigantesco con una sencilla empleada doméstica o una asistenta por horas. La TV, lo mismo que una leal y disciplinada empleada del hogar, acude cotidianamente cuando se le invoca, no ofreciendo dificultades para acceder a los espacios hogareños, incluso los más íntimos, con objeto de suministrar servicios e informaciones extra-familiares. El servicio doméstico desempeña unas funciones familiares tan nobles e importantes que de su presencia depende, a veces, la propia subsistencia de la familia como institución microsocia básica. Ortega y Gasset, creo que por vez primera, tuvo la sagacidad de señalar que a medida que se fue haciendo difícil encontrar servidumbre doméstica, la consistencia de la familia comenzó a resentirse. "Se ha visto a la postre, decía graciosamente Ortega, que el sostén de la familia no era el dios lar y el *pater familiae*, sino simplemente el criado".

Más para poder mantener este símil se precisa comprobar que la TV fomenta efectivamente la cohesión de la familia, tarea en la que nos embarcamos a continuación.

La comunicación entre los miembros adultos de la familia toma nuevas perspectivas cuando se produce sobre el fondo de la TV. Las modificaciones impuestas al fondo televisivo, como el apagado, el encendido, las modificaciones del tono y el cambio de canal, se convierten con facilidad en metamensajes. Los estudios realizados por la Escuela Norteamericana de Palo Alto han descubierto que la comunicación familiar —y, en general, la comunicación humana— tiene una estructura compleja donde figuran en todo momento no sólo mensajes interpersonales directos, sino un sistema de señales muy valiosas para que el receptor se percate de la categoría correcta en la que debe encuadrarse la secuencia de los mensajes transmitidos. Este sistema de señales constituye el metamensaje o mensaje de mensajes, cuyo contenido orienta si el mensaje recibido constituye algo serio en forma literal o de metáforas, o se trata de una broma o de un juego. Tal serie de señales suele ser extraverbal y se modula mediante el tono de voz, la mímica y los gestos.

Muchos conflictos de comunicación se deben a que las señales metacomunicativas no han sido correctamente identificadas, error muy frecuente dada su acusada impronta de imprecisión y ambigüedad. Como consecuencia de ello puede tomarse en serio una broma o puede pasarse por alto una segunda intención. Existe una especie de comunicación contradictoria, llamada el doble vínculo, cuya modalidad más asidua, sobre todo a lo largo del proceso educacional, consiste en la asociación de un mensaje de cariño con un metamensaje de hostilidad, donde lo hostil res-

ponde, en este caso, a lo esencial, y el supuesto cariño obedece al esfuerzo realizado por el padre o el educador para neutralizar el sentimiento de culpa originado por sus resentimientos contra el hijo o el discípulo.

Pues bien, el fondo televisivo es utilizado inadvertidamente como un instrumento productor de metamensajes en este contexto de relaciones familiares. Por ejemplo, un cambio repentino de canal realizado por un miembro de la familia, acaso con un balbuceo de justificación o en silencio, encierra para los participantes en la situación un metamensaje que corre el riesgo de pasar inadvertido.

Para la dinámica familiar resulta mucho más útil que el funcionamiento de la pantalla televisiva se incorpore a las figuras del primer plano perceptivo, acompañada de conversaciones, lo que le permite integrarse plenamente en el proceso de la comunicación.

La exposición televisiva puede traumatizar al grupo familiar, o a una parte de él, por la naturaleza de sus valores contenidos o por su presentación desagradable, sensacionalista o distorsionada. Tales fricciones pueden suavizarse mediante la sistemática renuncia de la TV al empleo de recursos antiestéticos, distorsionantes o dramatizadores, pero no por ello se justifica, en cambio, la renuncia a navegar en todo momento por el cauce pluralista de la cultura y la política, aunque ello implicara algunos tropiezos con ciertas normas familiares o con las actitudes de algunos de sus miembros. Aquí la TV se ha mostrado como un instrumento muy eficaz para el proceso renovador de ciertas constataciones familiares arcaicas. Precisamente, la imagen televisiva, mediante la presentación de otros modelos de estructura familiar, ha jugado un papel importante en la crisis sufrida por el modelo autoritarista del patriarcado que tradicionalmente imperaba en el seno de las familias españolas.

Según las encuestas realizadas, la TV refuerza la cohesión de la vida familiar en el 70 % de las familias, aproximadamente. El ascenso de la vida familiar producido por la TV se localiza preferentemente en el estrato sociocultural alto adscrito a la clase media de la población, donde se ha impuesto el hábito de servirse de la imagen para desarrollar comentarios y conversaciones. El beneficio recibido por los hogares modestos resulta, a pesar de todo, bastante apreciable, dado que padres e hijos, aunque sea en una atmósfera de silencio, conviven ahora con más asiduidad al dedicar al hogar parte del tiempo que antaño consumían en los establecimientos públicos. Finalmente, el pináculo socioeconómico de la población ha resultado escasamente influido por los medios audiovisuales, puesto que sus preferencias se inclinan resueltamente hacia las grandes reuniones sociales y otros esparcimientos de alta tarifa.

En las familias animadas con la presencia de niños, "el tic de apagar el aparato" para interferir los programas no adecuados o de duración excesiva, ocupa un lugar primordial en las medidas protectoras de la salud mental, dada la alta vulnerabilidad de la psicología infantil para las imágenes y su desmedida afición a vincularse a ellas. Se debe precisar que a ninguna edad

infantil conviene una dosis televisiva superior a los noventa minutos por día; y que el límite de la nosología media habitual corresponde cada 24 horas a una duración máxima de 60 minutos.

Hoy, la mayor parte de los escolares occidentales consume televisión de dos a tres horas y media por día. En España se ronda la cima de las tres horas y media, cifra que equivale al 80 % del tiempo libre del niño. Según los sondeos realizados por la UNESCO, la población escolar de los países desarrollados permanece ante el televisor una cantidad de tiempo más o menos igual a la duración de la estancia en el centro escolar.

El niño de cualquier edad, expuesto a su arbitrio a la TV, solo, inmóvil y silencioso, resulta una presa fácil para el trance casi hipnótico de la semiparálisis mental y la intoxicación televisiva aguda. Y es que el "como" resulta aquí acaso tan importante como el "cuánto" y el "qué". Tan acuciante como limitar el tiempo a los niños para ver la TV y orientarlos hacia programas adecuados para ellos por su alta potencialidad constructiva de tipo personal, cognoscitivo o social —potencialidad, por cierto, casi nunca incluida en la TV comercial— resulta la tarea de acompañarlos convenientemente en los azares televisivos.

Para los niños pequeños entre los 2 y los 4 años, no tan ávidos de TV como los escolares, la única TV recomendable es la utilizada como fuente de narraciones. Particularmente los padres poco dotados de recursos socioculturales o de inspiración, disponen en las secuencias televisivas infantiles de un magnífico repertorio de magia, fantasía, vocabulario y temas para inspirarse, inventando cuentos o historietas que despierten el interés de los niños pequeños.

A lo largo de una gama de edades infantiles muy amplia, que va desde los 5 años hasta la pubertad, el uso idóneo de la TV consiste en servirse de sus secuencias para estimular el desarrollo de conversaciones y de toda clase de juegos imaginativos y motores, y para reproducirlos mediante imitaciones lúdicas o escénicas. La salud mental infantil resulta muy beneficiada si el medio familiar recibe el discurso televisivo sin suspender otras actividades, como los juegos, el intercambio de comentarios, e incluso, la lectura.

Con la llegada de la adolescencia, el grupo familiar es sustituido en parte por la red de amigos, con lo que se produce un transitorio alejamiento del hogar y de todos sus utensilios. Uno de los factores que pueden impedir al adolescente avanzar en la vida mediante la entrega al normal esparcimiento extrafamiliar, es la dependencia a la TV.

La teledependencia o telemanía es, por lo general, la consecuencia de un consumo de TV excesivo durante el período escolar. Los teledictos no son capaces de escapar de la imagen, igual que ocurre con los drogadictos frente a las drogas. Requieren para ello de una ayuda especial o, al menos, de una cierta presión familiar. El abuso televisivo anterior, origen de esta teledependencia, se hubiera dejado reducir mucho más fácilmente. El tránsito del abuso a la dependencia es análogo al que ocurre con las drogas químicas. Una vez más se acredita a la prevención como una tarea más sencilla que la terapia.

En las filas de los teledictos figuran hoy una gran cantidad de sujetos de toda edad y condición. Particularmente los pasivos, inestables, carentes de proyecto existencial y con escasas exigencias culturales, son los más propensos a la teledependencia. Con la intoxicación televisiva crónica estos rasgos se vuelven más y más acusados. La distorsión psíquica alcanza su grado máximo en la personalidad infantojuvenil, surniéndola en el paroxismo de la amotivación y la inercia, salpicado algunas veces con oleadas de impulsividad y violencia.

En efecto, un asunto especialmente importante es el de indagar si la TV ejerce acciones activadoras sobre los comportamientos agresivos y violentos, particularmente sobre aquellos producidos por los adolescentes masculinos tardíos, por ser ésta la época de la vida que alcanza la densidad más alta en criminalidad dentro de los distintos países adscritos a la cultura occidental.

Consabido es que la violencia criminal se concentra entre los adolescentes masculinos incluidos en el estrato socioeconómico insuficiente, residentes en *ghettos* o viviendas hacinadas, sin escolaridad suficiente, subempleados o en paro, con un cociente intelectual bajo y criados en el seno de familias desorganizadas. Pues bien, el reciente hallazgo registrado en el sector de adolescentes de estas características —que ha sorprendido a los propios observadores— consiste en que los más ostensiblemente criminales y violentos entre ellos sobresalen también, desde la edad escolar, por su gran afición a la TV, sobre todo a sus secuencias agresivas y violentas. Resulta obvio que en estos jóvenes la pasión por la TV de la violencia está condicionada por su propensión a la criminalidad, formándose después entre ambos factores un circuito cerrado de refuerzo recíproco. Que la TV puede ser, además, un germen originario de violencia, es un dato asimismo ya confirmado, como vamos a ver a continuación.

Recientes investigaciones realizadas por el Departamento de Psicología de la Universidad de Illinois y el Centro de Consulta e Investigación "Televisión y Familia", de la Universidad de Yale, en grupos homogéneos de adolescentes, por lo general estudiantes instalados en circunstancias ambientales análogas, demuestran que la tasa de agresividad individual se incrementa a medida que se eleva la cantidad de programas y filmes violentos contemplados durante la etapa infantojuvenil de la vida.

El incremento de la agresividad individual por la reiterada exposición a la violencia televisiva comienza a registrarse ya en los niños de 3 años. La transformación agresiva que se opera en la conducta como consecuencia de esta exposición, afecta al conjunto de la población infantil sin necesidad de que concurren otros factores predisponentes, inclinaciones previas ni tensiones emocionales especiales o frustraciones sobresalientes.

Las mencionadas observaciones pertenecientes a estudios realizados en el laboratorio bajo condiciones controladas, se han comprobado también en el curso de la vida. Ya no puede albergarse ninguna duda de que *el alto índice de violencia de los programas de la TV interviene como un factor importante en la deter-*

minación de las conductas masculinas violentas iniciadas en las edades infantojuveniles. Se trata de un efecto real que ocurre en la vida y no sólo en el laboratorio.

Las niñas y las púberes, en cambio, se muestran *insensibles* al influjo de la violencia televisada o filmada. Resulta acuciante indagar si tales diferencias entre las respuestas masculinas y femeninas se deben a algún factor televisivo o a elementos de la personalidad.

Como datos televisivos que pudieran actuar en este sentido, marcando diferencias en el proceso de socialización en ambos sexos, se han invocado el modo de percibir las imágenes y la encarnación viril de casi todos los roles agresivos y violentos.

A través de los hábitos recreativos y los juegos infantiles, las chicas adquieren una habilidad especial para discriminar las fantasías de la realidad, lo que les permite mantener las imágenes televisivas y cinematográficas apartadas de su vida, como un espectáculo de pura fantasía. En virtud de tal capacidad discriminativa, la vida femenina resulta escasamente afectada por el influjo de la violencia televisiva. Contrariamente, los muchachos que perciben la violencia televisiva como una realidad, según Mc Intyre y Teevan (10) son los más influidos por ella.

La única variable televisiva independiente que pudiera favorecer las manifestaciones de la violencia masculina —puesto que la otra variable comentada depende de la identidad del sexo del telespectador— es la usual adjudicación de los papeles violentos a protagonistas masculinos, que van a encontrar muchos imitadores entre los muchachos identificados con ellos. La operatividad de este dato se relativiza un tanto al recordar que tradicionalmente, en nuestra cultura, las figuras masculinas sirven muchas veces de objeto de identificación para los sujetos de ambos sexos.

Por otra parte, el capital de violencia protagonizado por mujeres en series del tipo de "mujeres Policía" y "Los Angeles de Charlie", ha experimentado en los últimos tiempos un gran desarrollo sin haberse comprobado, hasta el momento, su traducción en un incremento de la violencia femenina.

El origen más inmediato y evidente de la diferencia entre la conducta femenina y la masculina se localiza en la propia personalidad. Lo que puede discutirse es si el mayor índice agresivo de la personalidad masculina arranca de la constitución biológica y de las hormonas o de la formación del carácter originada por las interacciones sociales y los contactos con la cultura. La misma discusión se extiende a los demás rasgos que se contraponen en los mundos masculino y femenino.

El desarrollo de la personalidad de la mujer y del hombre con unas cualidades propias y una libido orientada hacia el otro sexo, se subordina más a las experiencias psicosociales que al estricto determinismo biológico. El amplio repertorio de observaciones experimentales y clínicas que respalda este notable aserto, permite poner el énfasis de la diferenciación psicosexual de la personalidad en el proceso de socialización. Desde una época muy temprana de la vida, el proceso de socialización toma rumbos distintos en ambos sexos. La diferencia es extrema en el campo de

la agresividad. En tanto el aprendizaje facilitado a las chicas desapruueba en absoluto las manifestaciones agresivas, el aprendizaje de los muchachos contiene abundantes elementos reforzantes de los comportamientos agresivos.

Entre los rasgos específicos de la socialización femenina habitual, figura pues, la falta de refuerzo para las conductas agresivas. La ausencia de imitación de la violencia televisiva por parte de las chicas debe adjudicarse, en primerísimo lugar, al tipo de socialización recibido. Es como si la socialización femenina construyera un escudo protector contra la penetración de los modelos agresivos, incluso de los protagonizados por mujeres.

A. Bandura, D. Ross y S. A. Ross (2) señalan que cuando se refuerza la conducta agresiva de las niñas mediante una socialización invertida, la agresividad se incrementa en ellas hasta llegar a cuotas análogas a las alcanzadas por los muchachos. Cuando excepcionalmente aparece alguna chica inclinada a dejarse influir por los modelos televisivos de violencia, se puede comprobar casi siempre que ha estado sujeta a un aprendizaje social contaminado con elementos masculinos, sin que sus rasgos biológicos se desvíen de la normalidad.

En las últimas décadas se ha complicado la discusión de este problema con la variable de la identidad, puesto que las chicas suelen identificarse con su madre sin tantas dificultades como presentan los muchachos para aceptar la figura del padre como ideal del yo. La moderna tecnología vuelve aún más complicado el proceso de identificación juvenil, particularmente el masculino, al ofrecer abundantes modelos audiovisuales simbólicos que rivalizan con los modelos propios de la vida humana.

Entre los indicadores válidos de la agresividad de los muchachos, figuran la cantidad de violencia visual contemplada durante la infancia, el desarrollo de fantasías agresivas y la resuelta preferencia por las actividades masculinas tradicionales. Para pronosticar la aparición de comportamientos agresivos en las chicas, son también indicadores válidos el alto consumo de violencia televisiva durante la infancia y la tendencia a construir fantasías de acción, siempre que se combinen con el rechazo de las actividades femeninas tradicionales, impuesto casi siempre por un proceso de socialización un tanto bisexual. La asidua vinculación de la hiperagresividad femenina con rasgos tan específicamente masculinos como la afición a la violencia televisiva, la contemplación realista de las imágenes audiovisuales y la construcción de fantasías de lucha, denota la hegemonía de los valores y las actitudes masculinas en el reducido sector femenino que sobresale por su agresividad.

El refuerzo de la violencia individual, producido por las imágenes audiovisuales agresivas en sujetos sensibilizados para ello mediante un tipo de socialización masculino, se debe a la intervención de dos factores más complementarios que excluyentes, a saber: la excitación psíquica generalizada y la imitación de las acciones violentas. Ambos mecanismos se potencian recíprocamente. En tanto el acceso a la excitación psíquica de

fondo se produce directamente, la imitación de la violencia representa la etapa final de un proceso que comienza con la internalización de las imágenes violentas contempladas y la familiaridad con ellas, para continuar con su aceptación como una modalidad legítima de relaciones personales. El aprendizaje de la violencia, como es habitual en todo aprendizaje de conductas, se basa, como acabamos de referir, en la observación y la experiencia directas.

Con objeto de reducir el nivel de violencia de nuestra sociedad se han aplicado algunas medidas preventivas sobre la emisión televisiva y sobre el televidente. Los investigadores de Chicago, L. D. Eron y L. R. Huesmann (5), se proponen descubrir una especie de vacuna para inmunizar a los niños y a los muchachos contra las emanaciones de la violencia televisiva. Después de descartar, por sus pobres resultados, el adiestramiento de los niños para capacitarlos en la tarea de distinguir las fantasías de la realidad frente a la pequeña pantalla, sugieren complementar la socialización masculina con una serie de cualidades sociales positivas, más abundantes hoy en el mundo femenino, como la ternura, la sensibilidad afectiva, la cooperatividad y la estimación estética.

La posible reducción de la violencia mediante la agregación de pautas un poco femeninas al aprendizaje social de los muchachos, pudiera traer amenazas y riesgos imprevistos, algunos de ellos en consonancia con las modificaciones reactivas, acaso de signo inverso, que se pudieran ir produciendo en la socialización femenina. No puede descartarse que una socialización masculina más débil y vacilante podría originar por contrapeso —para no retroceder demasiados grados en la escalada de la violencia específicamente humana, que es la más alta de todas— la masiva proliferación del tipo femenino marimacho, tremendamente dominante y agresivo.

Ciertamente no se puede tocar un punto tan importante en la configuración de la sociedad, como es la pauta de la socialización masculina, sin que el propio conjunto de la sociedad experimente otras modificaciones de relieve. Los mismos Eron y Huesmann (5) reconocen que el cambio social adecuado para disminuir la violencia tendría que afectar los valores de toda la sociedad.

Entretanto se despeja la serie de incógnitas planteadas por la nueva orientación propuesta para la socialización masculina, los caminos televisivos disponibles para reducir la violencia parten de dar a sus programas un calibre máximo en las escalas del pluralismo y de la salud mental y de reformar profundamente la pauta habitual que rige la recepción de las imágenes. El equilibrio mental del adulto saldría muy beneficiado si se extremase el cuidado respetuoso con las verdades y con el mundo de la cultura, punto sobre el que hemos de volver.

La reducción de la agresividad infantil exige prescindir de las escenas de violencia gratuita, la aventura acción, las conductas agresivas impregnadas de realismo y la dramatización histérica. Esta limpieza de caminos audiovisuales infantiles no precisa extenderse a las comedias de golpes, la ciencia ficción guerrera, las

peleas de los dibujos animados y las competiciones deportivas, pues este diverso material, además de merecer las preferencias de los niños, carece, en líneas generales, de efectos perturbadores sobre su estabilidad mental.

En suma, la violencia televisiva que incrementa la violencia de los niños y de los jóvenes, es la presentada en secuencias homologables a la vida común. La violencia escénica convencional tipo “capa y espada” no altera la estabilidad psíquica del telespectador por muy inmaduro y joven que éste sea.

Cuando la exposición de los niños a la violencia televisiva se produce sistemáticamente en presencia de adultos (familiares, profesores o amigos) que comentan y valoran las escenas exhibidas, se reduce la violencia inducida a un grado mínimo. Pero si el adulto acompañante no sanciona con comentarios negativos adecuados la violencia filmada o televisada, este recurso no alcanza resultados positivos. Con ello queda demostrado, como señala G. J. Eisenberg (4), que los chicos están más inclinados a imitar a los adultos dotados de poder sobre las pautas de entretenimiento, que a los adultos percibidos como personas poco operativas o ineficaces.

El elemento de los medios informativos de masas más activador de la agresividad entre los adultos, es la exposición de noticias manipuladas o de verdades distorsionadas. En tanto que las falsedades informativas deliberadas provocan inmediatas reacciones de rechazo combinado con una indignación transitoria más o menos colérica, el ocultamiento de la verdad mediante el engaño con fines evasivos o presidido por el afán de “ganar” imagen o “vender” personalidad, tiene un papel más relevante y pertinaz en la producción de agresividad y violencia. Desde Estados Unidos, Rollo May (9) puntualiza: “La mayor parte de las palabras que nos llega por la TV son mentiras; no en el sentido de ser directamente falsas (lo que implicaría aún un resto de respeto por la palabra) sino en el sentido de que se usan las palabras más bien para vender la personalidad del que habla que para comunicar algún significado. Tal es la forma más útil de subrayar no el *significado* de la palabra sino su valor de relaciones públicas”.

No obstante, los supercríticos de la TV deben reconocer que una exposición televisiva incontaminada y fiel a los hechos no es un logro fácil. Para realizar un montaje informativo, el director del programa no puede librarse de intervenir casi simultáneamente con el acontecimiento recogido, mediante algunas interpretaciones del hecho y la imprescindible elección que le permita quedarse con la imagen más adecuada entre las cuatro o cinco recogidas desde diversos ángulos.

Tiene razón Humberto Eco (3) en señalar que la toma directa de la TV es una difícil tarea que no sólo contiene las coordenadas esenciales del acto artístico, sino que se aproxima a una narración cinematográfica, si bien con un carácter más de crónica que propiamente de arte. Tales tomas televisivas se mueven en el difícil equilibrio de cumplir dos exigencias tan distintas como las de copiar la realidad y producir una información casi sincrónica con ella.

Una vez depuradas las imágenes televisivas de los elementos más perturbadores del desarrollo y de la

convivencia, que han merecido los "hombres" de ser equiparados con el "opio del siglo", "la palabra sin respuesta", "la imagen intrusa" y "la pseudocultura de la mediocridad", puede abrirse la etapa idónea de la TV para despertar sus fuerzas pedagógicas y pro-sociales, aletargadas hasta el presente en las antenas televisivas esparcidas por el mundo.

La principal TV enemiga de la cultura es la que relaja, inmoviliza y anestesia. Las secuencias televisivas recibidas en este estado no se dejan estructurar como una experiencia cultural y cognoscitiva. La actitud crítica y vigilante mantenida durante cierto tiempo ante la pantalla, es hoy por hoy un don reservado para las minorías equipadas de alta cultura o dotadas de un pensamiento muy activo o de una voluntad firme y tenaz.

Todas las demás personas se adormecen en una especie de anestesia televisiva tanto más fácilmente cuanto más alto es el consumo de TV acultural*, aunque claro que ni siquiera en caricatura puede compararse el bloqueo mental televisivo con el llamado "lavado de cerebro", que es una especie maligna de técnica psicopolítica planeada para destruir el control mental del sujeto mediante la privación del sueño, el aislamiento, el acoso psicológico y otros elementos y martingalas de tortura, con objeto de ponerle en condiciones de indefensión frente al desarrollo de sentimientos de culpa y el asalto de la doctrina ideológica profesada por sus carceleros.

Una TV que comprometa al telespectador al uso del simbolismo y de la reflexión crítica es el modelo de TV de la cultura popular anhelada. La TV, sin renunciar a sus otras dos tareas básicas de informar y entretener o divertir, puede y debe asumir un papel estimulante, decisivo en la educación permanente, apoyando el progreso de la sociedad hacia nuevos horizontes.

La potencialidad pedagógica de la TV es inmensa y se extiende a operaciones tan diversas como la formación del gusto y de la sensibilidad, el despliegue del sentido crítico y de la creatividad, la ampliación de los conocimientos y las ideas, y la debida socialización de las actitudes y las conductas. Muy poco de todo ello se ha logrado hasta el momento. Ni siquiera se ha cumplido el vaticinio de que el proceso del pensamiento se enriquecería en los televidentes con una mayor facilidad para la afluencia de las ideas. Por el contrario, estamos asistiendo a una simplificación progresiva del curso de las asociaciones en la misma medida que se multiplican las representaciones concretas aportadas por la memoria visual.

Distintos análisis efectuados en Inglaterra, Canadá, Japón y Estados Unidos coinciden en precisar que los niños sólo aprenden algo de la TV hasta la edad de 10 años y que a partir de los 12 o 13 años sólo se benefician del aprendizaje televisivo los retardados y los deficientes. Sobre este dato se ha elaborado la fórmula, desde luego ligera y aventurada, de que la TV tiene una

edad mental que oscila entre los 10 y los 12 años.

Los espacios publicitarios de la TV se han ganado muchos comentarios adversos por su falta de veracidad, su propagación de productos nocivos, tales como las bebidas alcohólicas, y su frecuente empleo de estereotipos culturales y prejuicios no conformados con la realidad. Los productos ofrecidos por la TV no son como la propaganda dice, afirman en Norteamérica hasta los niños de 9 y 10 años. El término "propaganda" funciona aquí haciendo justicia a su estirpe, ya que se deriva de "propagare", vocablo que significa introducir en la tierra los esquejes o tallos de una planta para obtener su multiplicación mediante este cultivo artificial.

H. Marcuse (8) enfocaba la supresión de la propaganda y del adoctrinamiento ideológico a través de los medios informativos masificados como la única medida capaz de liberar a las gentes de la opresión de las falsas necesidades y permitirles elegir sus opciones libremente. Pero el carácter comercial de la TV no se limita a la publicidad, sino que se infiltra algunas veces en la planificación de los programas asociados con ella. Ha habido canales de TV en algunos países que llegaron a estar regidos por una agencia de publicidad.

En la TV comercial se descuidan los aspectos pedagógicos de la programación. Sus intereses se concentran en la publicidad, y los programas que atraen la publicidad son, generalmente, los dedicados a la diversión de los adultos. Los compradores son adultos y la publicidad, consiguientemente, se dirige a ellos. Por excepción, la propaganda de algunos juguetes, ciertos alimentos tónicos, vitaminas y golosinas se transmite a los niños con el objeto de que perturben a sus familiares con las reclamaciones de estos productos.

Para la TV comercial, el niño es una figura decorativa que sólo se considera en las cadenas de venta de productos infantiles. Dada la desidia de la TV comercial, un tanto lógica, para asumir funciones pedagógicas, se precisa recurrir a los canales de una TV verdaderamente independiente para cubrir esta laguna.

Nuevas experiencias, como las referidas por R. Liebert, J. Neale y M. Davidson (6, págs. 89-110), patentizan la alta eficacia educacional y prosocial alcanzada por los programas infantiles y cómo es posible fomentar a través de la exposición televisiva, el autocontrol, las reacciones adecuadas a las frustraciones, las tendencias altruistas y la generosidad.

La reducción de las tendencias al miedo y a la angustia y el refuerzo de la conducta social, son tareas asimismo accesibles a la exposición televisiva, con lo que queda acreditada la potencialidad terapéutica de la TV. Sus indicaciones preferentes inmediatas provienen de las fobias infantiles y los trastornos de conducta. En diversos países existen ya centros de televisión educacional y los programas se ajustan al *currículum* colegial, con objeto de que sean utilizados por los profesores en sus tareas docentes. En Estados Unidos, el sistema pedagógico nacional de la TV dispone de más de 100 estaciones. En este mismo país se difunden programas preescolares destinados a niños de 3 a 5 años. Tales experiencias preescolares —no propiamente pedagógicas— facilitan extraordinariamente la actividad

* Digamos de pasada que los sujetos casados consumen más TV que los solteros, y que los grupos familiares más ávidos de TV son los que disponen de varios hijos y unos padres de edad entre los 30 y los 50 años.

educativa posterior.

Dadas las grandes potencialidades prosociales, pedagógicas, educativas y hasta terapéuticas encerradas en la TV, produce extrañeza su escaso aprovechamiento, incluso en los países de telecomunicación más avanzada. Ello puede atribuirse, en parte, a que tales potencialidades no se han descubierto hasta estos últimos años. Pero la resistencia fundamental a la incorporación de estas positivas orientaciones a la TV, proviene del influjo ejercido sobre la planificación de los programas por la estructura comercial del ente televisivo.

El propósito de ofrecer programas que no desagraden a nadie, conduce, inexorablemente, a una TV uniformada con el traje de la insignificancia. La selección de los programas destinada a agradar a la mayoría de los televidentes —que es su aspiración correcta— posee su referencia más segura en las inclinaciones de los guías de opinión (*opinion leaders*).

El papel de guiar y orientar a la opinión pública suele recaer en las cabezas de familia, femeninas o masculinas, en los profesionales de alto nivel y en toda clase de sujetos con grandes inquietudes sociales y culturales. Estos guías de opinión dirigen el movimiento de la opinión pública sin percibirse de su importante misión.

Los grandes medios informativos no actúan sobre las masas directamente, sino a través de estos líderes que se encargan de elaborar y difundir las informaciones dentro del campo de su competencia. A partir de ellos, la propagación de las opiniones toma una carrera progresiva, alentada por una lluvia de adhesiones. Algunas veces la opinión se va generalizando con el concurso de otros dos o tres nudos de información, es decir, guías de opinión de segundo y tercer grado.

Una TV pensada para los guías de opinión de las asociaciones y de las familias puede hacer compatible la diversión y las informaciones con las funciones propias de un órgano de educación permanente, esforzado, sobre todo, en estimular dentro del sector adulto de la población —los niños requieren programas especiales— la afición por la lectura y los libros, el desarrollo del espíritu crítico y de la creatividad, así como el interés por los temas culturales. Los productores de la TV pueden grabarse la noción de que en cada comunidad sólo hay un reducido grupo de sujetos que funciona como generador de opinión. La opinión pública no es el resultado de sumar todas las opiniones individuales, una especie de trabajo colectivo estilo "Fuenteovejuna". Los guías y líderes de opinión, diseminados por diferentes estratos y sectores sociales, dan la debida resonancia a su versión de los mensajes recibidos a lo largo y ancho de la sociedad.

A través de esta trama generatriz se construye la cultura de la nivelación o cultura socializada, actitud cultural que muestra amplias ventajas sobre las otras dos opciones proclamadas: la cultura masificada o igualitaria, sumida en la insignificancia, y la cultura elitista, absorbida en exclusiva por la oligarquía en turno.

No es cierto, por otra parte, que Ortega y Gasset, en "La Rebelión de las Masas" haya tomado la postura

recusada con estas palabras por D. McQuail (11): "Sustenta la opinión archiconservadora de que la crisis de la cultura europea fue ocasionada por el aumento de la influencia de las masas". El protagonista de la famosa obra de Ortega no es realmente la masa, como parece indicar su título, sino el hombre-masa, el hombre actual con sus atributos históricos propios, lo cual es notoriamente distinto. Sobre el historicismo monta Ortega su tesis a modo de advertencia para rectificar en el próximo futuro el camino del progreso, con lo que su opinión no se orienta hacia el conservadurismo, sino a la auténtica renovación progresista debidamente entendida.

Vayamos con el último problema. Antaño, la celebridad estaba reservada para figuras del pensamiento, de las letras, de las artes y de las ciencias, después de haber acreditado, a lo largo de muchos años de esfuerzo y creación, unas condiciones en su campo tan indiscutibles como singulares.

Al instaurarse la civilización de imágenes, la celebridad ha cambiado de testas. Se ha desplazado del discreto mundo de los científicos, los artistas, los escritores y los creadores de toda índole, a la esfera de los personajes de frecuente aparición pública, como cantantes, artistas y presentadores.

En la nueva orientación tomada por la aclamación popular del ídolo, se refleja, sobre todo, la influencia de los medios informativos de masas, particularmente la radiotelevisión. Las imágenes audiovisuales, sobre la imponente plataforma de la publicidad, absorben el gusto y los deseos de la gente, provocando su identificación con los personajes expuestos públicamente con reiteración, que encarnan el papel deseado por muchas personas y satisfacen el gusto carismático de las mismas.

El acceso a las altas cumbres de la celebridad se produce ahora a un ritmo vertiginoso que sorprende al propio divo. Para hacer frente al brusco impacto sorpresivo de la nueva situación, donde la popularidad se acompaña de un frondoso haz de exigencias y responsabilidades, sin perder el equilibrio mental, se requiere disponer de una personalidad madura e informada, con un sólido mundo interior. Como estas condiciones individuales escasean en la dotación de los nuevos divos, se ha abierto en los últimos tiempos, digámoslo con una palabra de mi tierra, la "espicha" de la psicopatología del éxito: el éxito como factor determinante de alteraciones psíquicas en sujetos que no han sabido encajarlo adecuadamente. La gama de estas alteraciones psíquicas sufridas por los divos es sumamente amplia: la inflación del narcisismo, la regresión parcial a etapas infantiles, el hundimiento en la depresión (la depresión de la fortuna), la histerización de la personalidad, la evasión mediante el alcohol y otras drogas. . . En suma, cuando menos, la pérdida de la identidad propia.

También la gente que ha aclamado al divo se siente, por su parte, algunas veces decepcionada al comprobar, después de algún tiempo, que el personaje encumbrado al estrellato no combina las propiedades carismáticas que motivaron su elección con valores reales dignos de imitación. Muchas veces, el divo no responde

adecuadamente al papel de modelo social. De esta suerte, con el poderoso aliento de la TV, prolifera en estos días el lamentable fenómeno del "divismo o elitismo de la irresponsabilidad".

Esta psicopatología del estrellato actual, que luce con tanta fuerza en el mundo, no es un fenómeno nuevo en los países occidentales, particularmente en España. Existe entre nosotros una histeria cultural de dilatada tradición que se rige mediante unos valores transmutados, donde se impone el parecer al ser, dándose muchas veces más importancia a parecer honrado que a serlo. De esta estimación invertida de valores provienen, en una amplia medida, el origen del ostracismo impuesto a una larga y nutrida estirpe de nuestros mejores hombres de ciencias y letras en todos los tiempos.

Para concluir, permitidme que coloque nuestra TV española en su emplazamiento social justo.

Decididamente, no podemos atribuir todos los infortunios de la sociedad española, ni siquiera los más importantes, a la TV. La TV es, en el sentido orteguiano, una circunstancia. Es el propio yo hispano el tradicional agente determinante de esa *temible combinación de picaresca y blasonismo* que tanto ha envenenado nuestra convivencia y de la cual, naturalmente, tampoco se mantiene libre el ente televisivo, cumpliéndose así, una vez más, la sentencia de que cada sociedad tiene la TV que merece.

Lo cual, traducido a términos operativos, patentiza que todo ascenso en el nivel global de la salud mental representa, asimismo, un beneficio para la salud mental televisiva. Pero los comentarios vertidos en este trabajo apuntan la poderosa influencia ejercida por la TV sobre el individuo y la sociedad, a cuya luz aquella sentencia también es verdad expresada así: no sólo cada país tiene la TV que merece sino que cada TV funciona en el país que le corresponde. En cualquier caso, queda suficientemente ilustrada la necesidad de que nuestro plan nacional de salud mental incluya entre sus prioridades la urgente revisión de la planificación y el funcionamiento televisivo. El aserto de que TV somos todos, se convertirá entonces, en una realidad ciento por ciento operativa.

Resumen

La influencia ejercida por la televisión sobre el modo de vivir cotidiano es muy superior a las modificaciones producidas por cualquier otro avance o descubrimiento técnico. La cultura de la imagen es una seria amenaza para la pervivencia del hábito de la lectura.

Entre sus efectos negativos, unos se deben a la torpeza del

discurso televisivo y otros, al uso inadecuado de la pantalla. La mayor parte de los niños y de los adolescentes españoles no ha aprendido aún el modo conveniente de ver la televisión. En ningún caso es admisible que un niño permanezca ante la pantalla absorbido por ella, solo, silencioso, e inmóvil.

La contemplación de una cierta cantidad de violencia televisiva incrementa la agresividad del muchacho ya a partir de la edad de tres años. Las chicas suelen quedar preservadas de estos efectos por la inhibición de la agresividad implicada en el proceso de socialización femenino y, además, por su hábito de ver las imágenes sin confundirlas con la realidad. La distorsión de las verdades, la manipulación de las noticias y el sensacionalismo representan, para el adulto, la fuente informativa más importante de violencia.

La cantidad máxima de televisión por día no debe superar los 60 ó 70 minutos en un niño de cualquier edad. La teledependencia es un fenómeno que se desarrolla, sobre todo, en los niños y los jóvenes que han abusado de la televisión o que tienen una personalidad muy pasiva. El teleadicto no puede prescindir de la televisión, igual que si fuese una droga.

La televisión ha favorecido, en líneas generales, la cohesión familiar, sobre todo en el estrato socioeconómico medio. Ha prestado también una contribución positiva importante mediante la presentación de otros modelos de familia, a la superación del patriarcado tradicional en la familia española.

La exposición televisiva más adecuada es la que se acompaña de comentarios, juegos o lectura. El estado de anestesia o hipnosis televisiva consiste en un bloqueo mental que no permite al sujeto alejarse de la pantalla. Sólo las personas más cultas, activas e inteligentes se libran en todo momento de esta perturbadora experiencia.

Las potencialidades pedagógicas y terapéuticas de la televisión (formación del gusto y de la sensibilidad, socialización de las actitudes y de las conductas, educación permanente, reducción de algunas fobias, etc.) han sido muy poco utilizadas hasta hoy. En la televisión comercial no hay cabida para esta orientación prosocial.

Los productores de la televisión pueden grabarse la noción de que en cada comunidad sólo hay un reducido grupo de sujetos que funcionan como generadores de opinión. Son los llamados guías de opinión (profesionales "Líderes natos", cabezas de familia, etc.). Los programas pensados para ellos conducen a la cultura de la nivelación, que supone una opción social muy superior a la cultura masificada de la insignificancia (programas para agradar a todos) y a la cultura elitista (programas para complacer a la oligarquía).

Con la complicidad de la televisión ha estallado la psicopatología del éxito. La celebridad sonríe ahora a personas jóvenes de frecuentes apariciones públicas, como cantantes, artistas y presentadores. Cuando el divo no tiene una edad suficiente, un mundo interior dilatado y una personalidad estable, no puede asimilar adecuadamente el éxito, y las exigencias de la celebridad lo conducen a distintas alteraciones psíquicas: "la depresión de la fortuna", la hipertrofia del narcisismo, la histerización, el abuso de drogas. Es muy frecuente hoy el "divismo de la irresponsabilidad".

Entre la televisión y la sociedad que la alberga existe una simbiosis íntima que permite afirmar que cada país tiene la televisión que merece y cada televisión se desarrolla en el país que le corresponde. Todo plan nacional de salud mental debe incluir el adecuado funcionamiento del ente televisivo como una de sus prioridades más absolutas.

BIBLIOGRAFIA

1. ALONSO FERNANDEZ F: *Formas Actuales de Neurosis*. Pirámide, Madrid, 1981.
2. BANDURA A, ROSS D, ROSS S A: Imitation of film mediated aggressive models. *J Abnorm Soc Psychol*, 66, 3-11, 1963.
3. ECO H: *Apocalípticos e Integrados ante la Cultura de Masas*. Lumen, Barcelona, 1968.
4. EISENBERG G J: Children and aggression after observed film aggression with sanctioning adults. En: F. Wrigth, Ch. Bahn y R. Rieber (editores): *Forensic Psychology and Psychiatry. Annals of the New York Academy of Sciences* Vol. 347, 304-318, Nueva York, 1980.
5. ERON LD, HUESMANN L R H: Adolescent aggre-

- ssion and television. En: F. Wrigth, Ch. Bahn y R. Rieber (editores): *Forensic Psychology and Psychiatry. Annals of The New York Academy of Sciences*. Vol. 347, 319-334, Nueva York, 1980.
6. LIEBERT R M, NEALE J M, DAVISON E S: *The Early Window: Effects of Television on Children and Youth*. Pergamon Press, Nueva York, 1978.
 7. MacLUHAN M: *Understanding Media*. Routledge y P. Kegan. Londres, 1947.
 8. MARCUSE H: *El Hombre Unidireccional*. Mortiz, México, 1968.
 9. MAY R: *Fuentes de la Violencia*. Emecé, Buenos Aires, 1972.
 10. McINTYRE J J, TEEVAN J J: Television, violence and deviant behavior. En: G. A. Comstock y E. A. Rubinstein: *Television and Social Behavior*. Vol. III: Television and adolescent aggressiveness. Government Printing Office, 383-345, Washington, 1972.
 11. McQUAIL D: *Sociología de los Medios Masivos de Comunicación*. Paidós, Buenos Aires, 1969.
 12. SCHRAMM W: Communication de masse. En: G. A. Miller: *Communication, Langage, Pensée*. Simet Editions, 143-150, París, 1975.