

La influencia educativa de la televisión en el desarrollo moral de los niños televidentes*

ÁNGELA MARÍA BOHÓRQUEZ OVIEDO¹

Introducción

La televisión se ha instalado en la intimidad de los hogares hasta transformarse en una herramienta vital de distracción y entretenimiento diario en las sociedades modernas. Para los niños, la pantalla chica es una compañía que brinda diversión, pero, sin saberlo, al mismo tiempo se enfrentan a una herramienta de poder. Es indudable la capacidad de difusión que tiene este medio, no sólo para transmitir una programación a los pequeños, sino también contenidos con una carga moral específica. Por esta razón, nace la preocupación por analizar la influencia educativa de la televisión sobre el desarrollo moral de los niños televidentes a partir de la teoría de Lawrence Kohlberg, desde los estadios y los niveles de la evolución moral. Es así como se estudiará la función que ejercen la familia y la escuela para que los pequeños aprendan a asimilar los contenidos que se emiten en la televisión.

* Este ensayo es un análisis paralelo a la investigación *Procesos de identificación en niños a partir de programas de televisión infantiles animados*, realizada por Luis Fernando Cuervo, Adriana María Ángel y Julián Burgos.

1 Comunicadora Social y Periodista. Profesora del Área de formación Básica y Disciplinar y Coordinadora del Observatorio de Medios y de Opinión del Programa de Comunicación Social y Periodismo de la Universidad de Manizales. anmabo@gmail.com

Un encuentro con la moral y la ética

La entrada de los medios de comunicación a la intimidad de los hogares ha llegado a transformar los hábitos y las costumbres de los individuos. Ante este panorama se han planteado investigaciones que permiten observar el rol y la tarea de los medios en su estrecha relación con la infancia.

El impacto de la televisión se ha estudiado desde 1960, cuando Shramm, Lyle y Park encuestaron a seis mil infantes y concluyeron que: "...a los tres años, los niños le dedican 45 minutos por día, tiempo que se incrementa con la edad de tal modo que a los cinco años ya emplean más de dos horas diarias en ver televisión (...) El sueño es la única actividad que recibe más horas de atención que la televisión" (Shramm, Lyle y Park citados por Vilches, 1999, p. 51).

Mientras tanto en Colombia, luego de realizar un rastreo de las investigaciones sobre televisión infantil, Omar Rincón señala que quedaron plasmados los vacíos del estudio acerca de la evolución moral del niño, sus implicaciones y la influencia educativa de la televisión en la vida del menor durante este proceso. Según Rincón (2002, p. 42), la mayoría de estos análisis se dedican a investigar sobre sexo, educación, violencia y niños como audiencia, pero se olvidan del desarrollo moral.

De esta forma, surge la necesidad de reflexionar sobre la influencia educativa de los contenidos de la televisión en el desarrollo moral del niño televidente, en una época en la que la sociedad es abatida con nuevas tendencias, modelos, y problemáticas políticas y sociales. Si se tiene en cuenta que los mensajes de los medios de comunicación influyen desde la niñez en la construcción de la escala de valores

de las personas, se podría decir que la televisión le ha dado la oportunidad a la audiencia infantil de conocer otras problemáticas y soluciones en diferentes contextos, personas y pueblos. Esto se debe a que “la televisión es una arma poderosa de concienciación y de sensibilización” (Ferrés, 1994, p. 81).

Sin embargo, con la inmediatez y el afán por incrementar las ganancias en los medios, al parecer aún no se percibe una preocupación por reflexionar desde la ética y la moral sobre los contenidos que se emiten a los niños, y sus implicaciones en el desarrollo. Cuando se investiga sobre la relación del pequeño y la televisión, por lo general el sujeto se analiza desde una perspectiva consumidora y no como un individuo en pleno desarrollo.

Estos análisis mediáticos necesitarán también de una postura crítica y especializada que aporte otras miradas desde diferentes campos, como la psicología, la comunicación social, el trabajo social, entre otros. Además, se requiere de una justificación desde el conocimiento científico para hacer un análisis detallado de las causas y las consecuencias de este proceso evolutivo de los infantes influenciados por los medios. Para iniciar, se

debe conocer el significado de Ética y Moral.

Adela Cortina expresa en su libro *El mundo de los valores*, que el término Ética tiene su origen griego en *Ethos*, y Moral en el latino *Mos* (1998, p.41).

Desde su etimología, estos dos conceptos significan prácticamente lo mismo: carácter y costumbres. Las dos expresiones se refieren a

un tipo de saber orientado al ser humano para forjarse un carácter que le permita enfrentarse a la vida.

Para estudiar este tema, la autora diferencia la moral y la ética en la siguiente reflexión: “...la moral entonces es un tipo de saber, encaminado a forjar un buen carácter, que ha formado y forma parte de la vida cotidiana de las personas y de los pueblos. Por eso podemos decir



que no la han inventado los filósofos, mientras que la ética, por contra, sería filosofía moral, es decir, una reflexión sobre la moral cotidiana hecha por filósofos” (Cortina, 1998, p. 42).

De manera que la Ética estudia la reflexión sobre la Moral. No obstante, Cortina aclara que se debe reflexionar primero sobre qué rasgos deben reunir los valores, las normas o los principios para que se llamen morales.

La autora explica que las personas y las sociedades no nacen con una conciencia hecha, sino que se conforma por medio de un proceso de aprendizaje, el cual abarca la biografía personal o la historia. Cuando el ser humano recorre el camino de su vida, prueba qué valores se adecuan mejor a su existencia y también decide cómo ponerlos en práctica.

Sin embargo, en la actualidad no sólo siguen vigentes la Ética y la Moral, sino que también se habla del surgimiento de un nuevo *ethos* sociocultural que influye en el desafío educativo de la televisión. Fuenzalida (2005, p. 48) indica que sus características son la revalorización de la vida cotidiana en el hogar y la familia, la calidad de las relaciones afectivas, el placer, la lucha por mejorar la vida en su dimensión de consumo de bienes materiales en compañía de bienes afectivos y estéticos.

Con los factores que implica la evolución de la vida moderna en los diferentes planos sociales, culturales y humanos, como se describe anteriormente, es vital que se empiece a reconocer el impacto de la ética y la moral en la formación de las perspectivas morales de los actos de los individuos. Con los avances tecnológicos y la potencia difusora que ha adquirido la televisión, se ha reafirmado que son dos elementos fundamentales

para construir el Desarrollo Moral y las escalas de valores.

El desarrollo moral

Aunque en la sociedad algunos individuos observan el Desarrollo Moral como una evolución abstracta, este proceso se mantiene vigente en cada hecho de la vida diaria, pues cada acción puede llevar una carga moral. Para Kohlberg, esta teoría “...es socialización, es decir el aprendizaje o internalización del niño o del adolescente de las normas de la familia o de la cultura” (1992, p. 43).

Además, considera “...que en la conformación de la conciencia es central la evolución que se produce en el plano cognitivo, es decir, en el modo de razonar sobre las cuestiones morales y de juzgar sobre ellas” (Kohlberg, 1992, citado por Cortina, 1998, p. 58). Así es como Kohlberg inicia un camino hacia el análisis del crecimiento moral de la persona. Cortina enuncia que en esta teoría se tiene en cuenta cómo se formulan juicios sobre los que es justo o correcto. Por eso, este psicólogo establece el Desarrollo Moral con una secuencia de tres niveles y seis estadios, dos por cada nivel, en la evolución moral de la persona desde la infancia hasta la edad adulta.

Desde la visión de Kohlberg, las normas y los principios morales surgen a través de las experiencias de interacción social, más que de la interiorización de normas externas. Por lo tanto, los estadios morales no se definen por estas reglas externas, sino por las estructuras de interacción entre el yo y los otros. Con esta teoría se expresa la importancia de llegar al consenso y de contemplar la posibilidad de cambiar las normas en función de su utilidad o por consideraciones sociales.

Si el influjo de la televisión se analizara en las nuevas generaciones desde las ideas propuestas por Kohlberg, se podría observar una creación de percepciones e interacciones sociales. Los niños pueden expresar estos factores en los comportamientos individuales y colectivos, pues la televisión les sugiere funciones socializadoras en las que “... proporcionan elementos comunes de significados, proponen valores e ideales adecuados para situaciones determinadas, suministran definiciones y proveen información” (López de la Roche, M. 2000, p. 47).

Los contenidos televisivos también transmiten, tácitamente, cargas morales en unos cuantos minutos de duración del programa. Así, el niño televidente se enfrenta a una discusión en su proceso de construcción como ser humano, pues se encuentra con dos realidades: la que vive a diario en su entorno y la que le proyectan los programas de televisión.

Es importante tener en cuenta que la televisión transmite valores positivos y negativos en sus programas, como la sensibilidad y la insensibilidad, y además, es una herramienta mediática de gran difusión desde temprana edad. Sin embargo, los adultos no pueden pretender que sus contenidos eduquen, pues su finalidad sólo es entretener a la audiencia. Por eso, es vital que se tenga en cuenta su influencia en las ideas de lo moral en los niños y su materialización en la vida diaria.

Pese al desconocimiento que parece reinar en la sociedad moderna sobre la importancia del Desarrollo Moral, esta teoría es fundamental para aprender a crear los juicios y las decisiones morales del ser humano. Los adultos tienen la tarea de aprender a multiplicar sus conocimientos con autonomía e independencia, para que las nuevas gene-

raciones aprendan a asumir sus propias posiciones frente a la pantalla chica.

Como primera medida para emprender ese reto, es necesario entender la teoría propuesta por Kohlberg desde los niveles y estadios del Desarrollo Moral, con el fin de realizar un mejor seguimiento y para reflexionar sobre el objetivo de este ensayo.

Niveles y estadios del desarrollo moral

Con ayuda de los niveles y de los estadios de la Teoría del Desarrollo Moral, se puede explicar la manera como el niño entiende las normas y las reglas sociales de su entorno. Además, si se aplicaran las ideas de Kohlberg, se observaría la forma en que cambia la apropiación de estos principios según el progreso de la capacidad cognitiva del niño.

Esto no quiere decir que los niveles se conviertan en una camisa de fuerza para los infantes, sino que, por el contrario, esta teoría da luces para que los padres comprendan que según el desarrollo del niño y su asimilación del mensaje difundido en televisión, el infante se ubica en su contexto inmediato.

Desde esta teoría, el Desarrollo Moral de las personas depende de niveles y estadios. Cortina explica que los niveles definen las perspectivas de razonamiento que la persona puede adoptar con relación a las normas morales de la sociedad. Por otro lado, los estadios expresan los criterios con los que la persona emite su juicio moral (1998, p. 58-59). “Este proceso se conoce como Desarrollo Moral y se entiende como el progreso hacia la madurez moral” (Villegas, 2002, p. 2).

La televisión como medio de comunicación envuelve diferentes valores en

la creación, difusión y recepción de los contenidos de los programas entre los infantes. En ocasiones, como la Ética y la Moral se han quedado en un segundo plano por ser entes abstractos, al parecer se ha olvidado que son los motores de la formación humana y de lo moral. Por eso, para reflexionar sobre la lógica de esta situación, se empezará por analizar los niveles y estadios correspondientes de la Teoría del Desarrollo Moral.

- Nivel Preconvencional

En la Teoría propuesta por Kohlberg se deben tener en cuenta tres niveles (cada nivel lo componen dos estadios. Según Kohlberg). El primer nivel es el Preconvencional y está conformado por los estadios uno y dos. Este lugar es ocupado por la mayoría de los niños menores de nueve años, y algunos adolescentes y adultos.

En este nivel el niño tiene el egoísmo como principio de justicia. Aquí se representa la forma menos madura de razonamiento moral y la persona enjuicia las cuestiones morales desde la perspectiva de sus propios intereses. De manera que "...la persona tiene por justo lo que le conviene egoístamente" (Cortina, 1998, p. 59).

- Nivel Convencional

Está compuesto por los estadios tres y cuatro. En este punto se llega al conformismo y al mantenimiento de las normas sociales, expectativas y acuerdos. Cortina expresa que los individuos que se encuentran en este nivel, enfocan las cuestiones morales de acuerdo con las normas, expectativas e intereses que convienen al orden establecido. Su principal interés es ser aceptado por el grupo, y por eso está dispuesto a acatar sus costumbres.

Para Kohlberg, este nivel surge normalmente durante la adolescencia y es

dominante en la mayoría de los pensamientos de los adultos. Si no se supera, "...supone plegarse a lo que el grupo desee, lo cual tiene serios peligros, porque los grupos tienden a generar endogamia, prejuicios frente a los diferentes e intolerancia ante los que no se someten al rebaño" (Cortina, 1998, p. 60). En esta etapa, ser bueno es importante y significa tener buenas intenciones al preocuparse por los demás.

- Nivel Postconvencional

Este último nivel lo componen los estadios cinco y seis. Cortina explica que cuando el individuo llega a este punto distingue entre las normas de su sociedad y los principios morales universales. Precisamente es allí donde enfocará sus problemas. Para Cortina (1998, p. 60), cuando el ser humano llegue a este lugar, reconocerá los principios morales universales en los que se debería basar una sociedad justa, y con los que cualquier persona debería comprometerse para orientar el juicio y la acción.

Según Kohlberg, lo ideal es que la persona sea conciente de que la gente mantiene una variedad de valores y opiniones. Además, que la mayoría de las normas son relativas al grupo. Sin embargo, añade que estas deberían mantener un interés imparcial y el acuerdo social. Por eso, "...los principios son principios universales de la justicia: la igualdad de los derechos humanos y el respeto de la dignidad de los seres humanos como personas individuales" (Kohlberg, 1992, p. 189).

Para este autor, la perspectiva del Nivel Postconvencional se genera desde un punto de vista moral, porque se deriva un acuerdo social, pues cualquier individuo racional reconoce la naturaleza de la moralidad. Cortina expresa que para Kohlberg, este último nivel surge

en la adolescencia o al iniciar la edad adulta, y caracteriza el razonamiento de una minoría de adultos. Además, es el menos frecuente.

Cortina (1998, p. 62) explica que según el orden descrito por Kohlberg en la teoría, un individuo ha madurado cuando, situado en niveles posteriores, comprende el criterio para juzgar de los primeros niveles y esto le parece insuficiente. Si la situación es contraria, lo más probable es que, sin percatarse, los pequeños y los adolescentes educados sin filtrar la información que reciben de la televisión, se preparen para que los demás juzguen por ellos y hasta les formen una errónea idea sobre los valores y su desempeño en la sociedad.

Las dos caras de la televisión

Los resultados de las investigaciones realizadas sobre el campo de la televisión infantil le permitieron vislumbrar a Rincón (2002, p. 134) que así como la pantalla chica es difusora de valores como la tolerancia, la honestidad y la igualdad, también puede transmitir una imagen opuesta de deshonestidad, intolerancia y desigualdad.

Según Corominas (1999, p.100), antiguamente los modelos de valores se imponían desde la escuela, la familia, la iglesia o el gobierno, por medio de adoctrinamientos o coerciones con el fin de regular todos los aspectos de la vida, ya fueran personales o sociales. Para el autor, en la actualidad este panorama ha cambiado porque se ha desarrollado una moral que se llamaría de Valores Relativos, de acuerdo con los criterios subjetivos de las personas.

No obstante, así como el medio televisivo ha querido incursionar con un nuevo

modelo educativo, esconde paradojas sobre su funcionamiento. Como Ferrés lo destaca, el medio sensibiliza en temas como la contaminación, la desigualdad social, la corrupción política, entre otros; pero también señala que insensibiliza en otros aspectos fundamentales. Desde su óptica, el exceso de contenidos transmitidos en la televisión puede generar insensibilidad ante la saturación de información, por su irrelevancia o porque el espectador empieza a ver que se delegan las responsabilidades morales a otros entes, o a instituciones.

Para Ferrés (1994, p. 83) esto se debe a que el niño receptor trata de sobrevivir entre un mar de informaciones, pero acaba por ahogarse porque parece que es incapaz de controlar el flujo de las mismas. Como valor agregado, Ferrés (1994, p. 34) dice que esa cantidad de información descubierta por los niños hace que las representaciones mediatizadas sustituyan el contacto directo con la realidad.

De esta manera, los pequeños empiezan a tener acceso a la información reservada para los adultos y como consecuencia, Ferrés afirma que el medio tiende a eliminar los signos característicos de la infancia. Con este panorama se refleja que la pantalla chica cumple con varios roles como acompañante del desarrollo de los infantes, y al mismo tiempo, como lo señala Ferrés: "...es un espejo deformante cuando refuerza estereotipos negativos, puede ser también un medio integrador si presenta de manera positiva a personajes pertenecientes a grupos minoritarios" (1994, p. 85).

La televisión se basa en su capacidad de penetrar la esfera cultural y moral de los receptores para afianzar la creación y consolidación de estereotipos sociales. Para Ferrés (1994, p. 84), el estereotipo

es un recurso eficaz que logra cautivar a los receptores con ciertos contenidos, y también manipular, porque supone una simplificación de la realidad.

Ferrés, apoyado en los resultados de algunas investigaciones, señala que los estereotipos pueden crear la realidad social de los pequeños y determinar los roles sexuales, sociales y profesionales. Como consecuencia, explica que los niños televidentes en medio de su proceso de formación se pueden identificar con los personajes o estereotipos de los programas que les atraigan por su gracia o inteligencia.

A partir de estas dos caras de la televisión, que difunde tanto valores positivos como negativos, se pueden analizar también algunas problemáticas de la vida diaria, como la violencia, que se emiten en los contenidos de la pantalla. Para Bruno Bettelheim, aunque se viva en una sociedad donde predominan estas acciones, debe haber una preocupación por construir modos de comportamiento adecuados, un análisis del contexto sobre estos hechos y así, enseñar a canalizar la energía violenta a través de otros mecanismos.

Ante esta dualidad de la pantalla chica, la televisión se encarga de transmitir las diferentes temáticas sociales, culturales, humanas y psicológicas creadas en los contenidos de los programas. En cumplimiento de su labor mediática de entretener e informar, emite una explosión de mensajes que mezcla estos valores positivos y negativos sin ninguna regulación. Por eso, lo ideal sería que los televidentes aprendieran a ver estos programas, pero sin que esto implicara una visión 'cuadrículada' de la televisión, en la que se deba cuestionar según a segundo una secuencia audiovisual.

Desde otro ángulo, García (2000, p. 81) propone que la violencia televisiva se apoya en el refuerzo de los valores sociales que los infantes observan en los contenidos transmitidos por la pantalla chica. Según la autora, esto se debe al tiempo que el niño gasta en ver televisión, a la actividad mental paralela a la recepción, a las creencias y a los valores aprendidos de los padres.

Asimismo, García (2000, p. 41) anota que los personajes de los programas pueden resolver problemas por medio de la violencia y esto puede ocasionar una consolidación indirecta de valores. Por eso los pequeños pueden comenzar a creer que esa conducta es una manera moralmente aceptable para solucionar los conflictos y se puede llegar a consolidar como una forma de percepción de la realidad del infante.

Para Bettelheim, una medida preventiva para evitar estos acontecimientos es dominar los impulsos internos y aprender a encontrar las verdaderas soluciones ante las frustraciones del mundo. De esta forma, se impediría la vinculación de nuevas problemáticas infiltradas en el hogar por la televisión, y así el desarrollo de la moral del infante no sufriría ninguna alteración.

El panorama ambivalente de la televisión tiene una cara esperanzadora según el uso que se le otorgue. Ferrés manifiesta que el medio puede "... contribuir también a la formación de una sociedad más humana y pluralista ayudando a los niños a asumir la realidad en toda su complejidad" (1994, p. 85). Esta doble función de la pantalla chica implica un seguimiento de los adultos para revisar su impacto sobre la moral y una reflexión sobre los comportamientos violentos de los niños, en vez de que los padres repriman a los

infantes contra la violencia televisiva sin ninguna explicación.

Los adultos comprenderían la influencia de las inclinaciones televisivas de los niños según su capacidad de razonamiento durante el crecimiento de lo moral, y de acuerdo con sus perfiles los podrían ubicar en los niveles propuestos por Kohlberg.

En busca de explicaciones a los dilemas morales

En la sociedad moderna, los programas televisivos arrojan durante las 24 horas del día toda una serie de componentes de diferentes realidades, y los padres, debido a sus ocupaciones laborales, no siempre se pueden mantener al lado del infante y frente a la pantalla chica. Ante esta situación surge como interrogante si los adultos se han detenido a pensar en las características de los contenidos de televisión que les gustan a los niños.

Si la televisión se pensara desde la Teoría del Desarrollo Moral, se podría aplicar en una sociedad con sólidas bases educativas para fomentar el fortalecimiento de normas desde las primeras etapas de vida. Para esto, los programas de la pantalla chica se tendrían que observar como una herramienta de entretenimiento e información, pero también como una oportunidad audiovisual que si tiene suficientes argumentos educativos y culturales, puede llegar a fortalecer ciertos valores y conductas en los niños. No obstante, primero sería necesario que la sociedad se interrogara si los niños buscan contenidos morales en los programas.

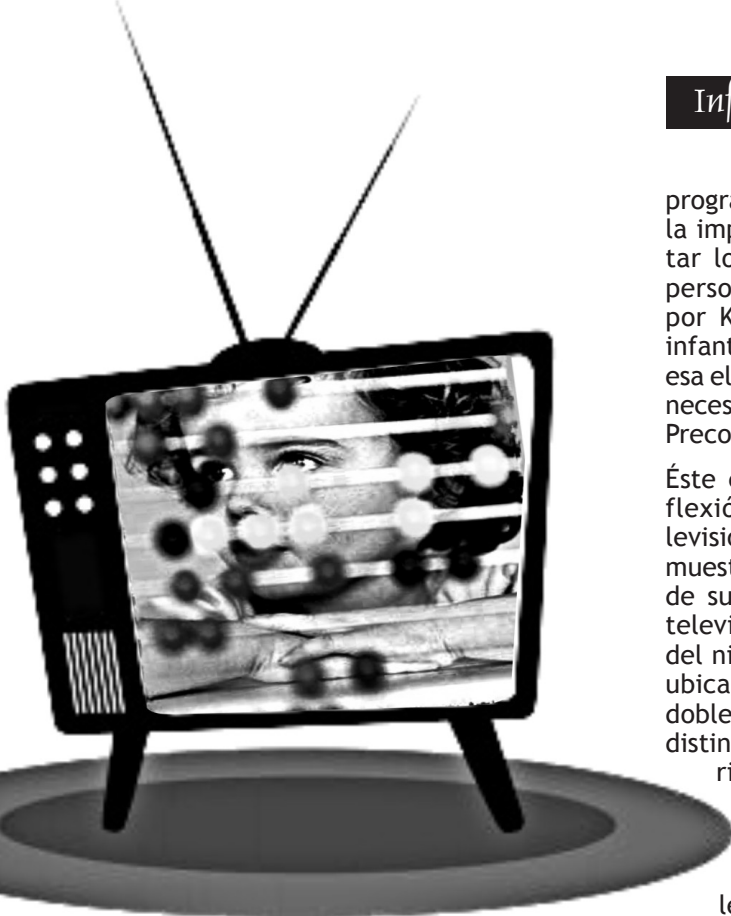
En la actualidad, los infantes, con el fin de entretenerse y experimentar otras

emociones con los programas, buscan contenidos para saciar sus necesidades y su curiosidad, aunque el pequeño no sea consciente de esta actividad. En su interior, se puede percibir que el niño se interesa por aclarar sus dilemas morales, pues según los análisis realizados por Rincón (2002, p. 133) en la investigación *Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva*, les gustan los programas que trabajan con los mensajes de las dualidades de la vida: el bien y el mal, la honestidad y la deshonestidad, la pureza y lo equívoco, lo feo y lo bello, lo moral y lo inmoral, lo virtuoso y lo pecaminoso, el consumo y la libertad.

Estos resultados también indicaron que valoran los mensajes que promueven la alegría, el afecto, la fraternidad y la amistad. Sin embargo, en este seguimiento se encontró que los infantes se inclinan también por programas en los que se caracterizaba "...la presencia de la estética de los ricos y bellos como sinónimo de felicidad y la belleza promovida como ideal de vida" (Rincón et al. 2002, p. 134).

Aunque el encuentro de los niños con estos contenidos televisivos es fortuito, al parecer los mensajes de televisión se podrían convertir en un mecanismo de formación de rasgos fundamentales para vivir en sociedad, ganar reconocimiento, autonomía, fortalecer compromisos y hasta fomentar la formación de un acuerdo social entre ciudadanos.

Esta necesidad del infante también puede estar gestada por la televisión, un medio que fue creado para transmitir diferentes elementos fragmentados en los mensajes de los programas. Desde esta perspectiva, algunos autores como Antonio García se han referido al poder del medio en la actualidad y alertan



sobre su potencial educador, que se enfrenta a los valores posicionados en la sociedad. Para esto menciona en su libro a Margarite Rivière para ilustrar que: "... Para esta autora, los medios suministran una verdadera educación permanente que transmite valores como el dinero, la competición obligatoria, el miedo a perder la capacidad competitiva, la prevención obsesiva, la búsqueda de seguridad material, la necesidad de autodefensa frente al enemigo, la evasión programada, la delegación del pensamiento propio en los medios, entre otros factores" (García A. , 2003, p. 63).

Ante estas paradojas que rodean la televisión, y la búsqueda del niño por los valores posicionados en la sociedad, con la teoría de Kohlberg se pueden analizar casos como el de un pequeño que busque

programas basados en la competencia, la importancia de sus metas sin importar los demás, sino sólo su bienestar personal. Desde las ideas propuestas por Kohlberg, esto explicaría que el infante se siente motivado para tomar esa elección porque quiere satisfacer las necesidades correspondientes a su Nivel Preconvencional de desarrollo moral.

Éste es un punto esencial para la reflexión porque los programas de televisión preferidos de los niños son la muestra de sus experiencias y del ritmo de su evolución interna. Su selección televisiva es la materialización visual del nivel moral en el que se encuentra ubicado o en el que desea estar. Sus dobles elecciones con cargas morales distintas no son gratuitas; por el contrario, exigen un estudio más riguroso para comprender sus orígenes.

Las dualidades que rodean las elecciones de los niños y la televisión, también pueden ser una respuesta ante las necesidades del contexto, la cultura, las costumbres, entre otros. La reunión de estos elementos es importante porque le pueden indicar el camino que debe seguir para alcanzar plenamente el Desarrollo Moral, aprender a vivir en sociedad bajo principios universales y concebirse como un individuo con una mirada más amplia ante la información que le brindan los medios de comunicación.

No obstante, la dinámica de la pantalla chica, al parecer, ha olvidado su responsabilidad social como acompañante y constructora de realidades. Por esto, es necesario plantear una televisión con un objetivo pedagógico y moral que apunte a las necesidades de los infantes, en vez de que se analicen como una masa, y sin olvidar que la esencia de este medio es entretener.

El dolor de cabeza de los padres

La meta ideal de algunos padres de las nuevas generaciones sería que sus hijos aprendieran a elegir y a comprender los programas, sus componentes audiovisuales y temáticos de lo que se transmite en televisión, basados en el diálogo y en el juicio crítico. Esta tarea implicaría que se dejara a un lado la función básica por la que se creó la pantalla chica, que es entretener e informar, para convertirla en una actividad compleja y aburrida porque sería netamente reflexiva y temprana para la edad de los pequeños.

No obstante, es importante que las nuevas generaciones aprendan a ver televisión, pero sin que los padres olviden su nivel de desarrollo, su edad y su capacidad de reflexión. Lo esencial es que los niños sepan cómo entretenerse y sean capaces de reconocer sus gustos televisivos, pero los adultos no deben olvidar que es su tarea analizar las temáticas de los contenidos que observan los infantes durante su proceso de formación.

Pese a que la familia y la escuela son esenciales para esa labor, estas mismas instituciones han señalado al medio como el culpable de las presuntas crisis familiares, la rebeldía juvenil, las nuevas tendencias y las problemáticas como el consumo de drogas y el alcohol en los jóvenes. Algunas veces las acusaciones son sostenidas con argumentos, pero en otras sólo con juicios de valor.

El medio que en sus inicios apareció como una caja difusora llena de experiencias enriquecedoras, se ha convertido, al parecer, en un dolor de cabeza para los educadores y los padres. Frente a este panorama, es urgente que los padres amplíen su visión sobre el medio a partir

de otro punto de vista educativo, cultural y moral para analizar los cambios mediáticos, el impacto que puede generar la televisión en otras esferas evolutivas y los aportes que puede hacer en los niveles de Desarrollo Moral del niño.

Con esta fórmula los padres encontrarían la manera adecuada para enfrentarse al desorden gestado por la pantalla, que explicaba Fuenzalida (2005, p. 23), la cual emite sus contenidos con una estratificación diferente a la escuela, pues en las aulas de clase los niños son organizados por la edad y el sexo. En la televisión, a la hora de transmitir un programa, no se discrimina por cifras o perfiles de audiencia; por el contrario, se emiten los mismos contenidos para todos los receptores.

Esta situación exige más compromiso de parte de los adultos para que les enseñen a los pequeños a ver los contenidos de los programas, e implica una posición más reflexiva frente a la pantalla porque los niños no sólo observan los contenidos que los adultos les aprueban.

En la actualidad, el niño ha roto con antiguos mitos sobre su pasividad frente a la pantalla. Hoy las hipótesis han dado un giro y se han esfumado las antiguas conjeturas en las que se creía que los medios producían un estímulo generalizado cuando toda la masa recibía los contenidos mediáticos de la misma forma. Según Rincón (2002, p. 180), los infantes ya no son sólo televidentes frágiles y pasivos dedicados exclusivamente a consumir.

Si estos pasos se siguieran, el abismo educativo en que se ha convertido la televisión para algunos padres desaparecería junto a la retórica moralista, como Rincón ha llamado a esta relación entre la televisión y los padres. Se tendría que buscar otro discurso para justificar las

falencias educativas, y los padres dejarían de “*ensuciar moralmente*” (Rincón et al. 2002, p. 184) el medio, pues se dedicarían a fomentar el diálogo con los niños para explicar las prohibiciones de ciertos contenidos.

Los tres niveles del Desarrollo Moral y sus seis estadios son un camino para que los padres empiecen a comprender la dinámica de la moral en formación. Además, esta teoría les puede ayudar a comprender que de acuerdo con la capacidad de comprensión de los niños, estos se ubican en diferentes niveles de desarrollo. Por eso, los infantes son capaces de disfrutar de sus programas de televisión con diferentes temas, problemáticas y personajes.

El acompañamiento de los adultos es esencial para que se regule la entrada de la explosión de mensajes televisivos y para que los niños empiecen a formar sus propios criterios sobre los programas que les ofrece la pantalla chica. De esta forma, cuando los infantes se encuentran con las imágenes violentas, estarían en condiciones de decidir de qué manera las observan, si como una característica de la temática del programa para señalar la fuerza y la brutalidad, o tan sólo es un rasgo ético, como la llama Rincón, porque rompe con la reflexión de la moral cotidiana.

Desde una perspectiva crítica, los padres pueden contribuir al crecimiento de todas las esferas de desarrollo del niño y así entenderían por qué los pequeños fortalecen determinados valores morales, y por qué les gusta ver los programas para los adultos, como se concluyó en la investigación sobre televisión infantil. De hecho, según los datos de sintonía en 1999:

- * *Los niños preferían los programas para adultos a los dirigidos para ellos.*

- * Los niños preferían telenovelas por encima de todos los géneros.
- * Los programas infantiles hechos en Colombia no tienen mucha sintonía.
- * *Los dos programas colombianos diferentes de telenovelas que tenían mayor aceptación en el público infantil eran un concurso sobre lo ridículo y una comedia ligera* (Rincón et al. 2002, p. 120).

De esta manera, las instituciones sociales pueden aterrizar y preparar a los niños para un mundo en el que no sólo se les prohíban el sexo y la violencia por sus presuntas consecuencias, sino que también se les genere inquietud sobre otros factores, como la guerra, la corrupción, la traición, la mentira y las demás problemáticas actuales. De lo contrario, explica Rincón (2002, p. 188) como consecuencia se puede incentivar a la formación de comportamientos de doble moral y conductas similares de temprana edad.

Un desafío educativo

Entre los avances tecnológicos y los contextos mundiales, las opiniones sobre la función de la televisión han tomado un rumbo distinto. Las instituciones gubernamentales, las productoras, la escuela, la familia y los ciudadanos se han visto involucrados en el desafío educativo de este medio, con el que se supone la necesidad de preparar a los receptores para atender a las exigencias de la cultura, los conflictos de su entorno y la educación.

Para Pérez (1994, p. 27), la primera tarea de este desafío es acabar con la separación de la televisión y la educación. Desde una perspectiva más allá de las aulas escolares, el autor expresa

que esto quiere decir que la educación no sólo se debe enfocar en dar clases magistrales, sino en ayudar a las nuevas generaciones a enfrentarse con el mundo, conducir, guiar, procurar, inculcar un sentido crítico y una imaginación activa.

En este sentido, la educación abierta al mundo televisivo puede enriquecer las relaciones sociales y morales de los futuros espectadores, tanto individual como socialmente. La televisión es una herramienta mediática que acompaña tácitamente el proceso de crecimiento de los niños en todas las etapas de su vida, desde la escuela hasta la adolescencia, cuando empieza su interacción con el entorno.

Para Fuenzalida, los programas de televisión le proponen al infante esquemas lúdico-dramáticos para fortalecer la autoconfianza y para superar las adversidades de la vida cotidiana. Al contrario de las formas de conocimiento analítico que difunde la escuela, Fuenzalida (2005, p. 106) agrega que estos esquemas de programación lúdico-dramáticos transmiten un mensaje de aprendizaje afectivo con humor, identificación emocional y conocimiento anecdótico.

Aunque al parecer a la televisión se le ha observado desde una perspectiva reduccionista por su presunto impacto negativo en la audiencia, tiene funciones latentes, pero esenciales que contribuyen al desarrollo del individuo. Por ejemplo, para Pérez este medio puede ser una fuente de conocimiento porque cuenta con la capacidad de registrar acontecimientos que conducen a la audiencia al pasado, al presente o al futuro, como una máquina generadora de otros mundos posibles.

Como un valor agregado, la televisión brinda a las nuevas generaciones una

exploración de lo real. Por eso, se requieren unos principios educativos para que se regule la ampliación de estos conceptos que se adquieran por medio de la pantalla, y que en ocasiones pueden romper los límites del espacio y del tiempo. Los contenidos tienen la posibilidad de conectar al receptor con otro punto de la tierra diferente al que se encuentra y con otra época, ya sea el pasado o el futuro. Es así como se gesta un “...nuevo lenguaje para el conocimiento” (Pérez, 1994, p. 99).

Sin embargo, para comprender este despliegue de información, Pérez explica que es necesario aprender a observar los programas televisivos a partir de lecturas críticas y analíticas: “Una educación ante la televisión obliga a formar en la libertad en el uso del medio: en la libertad que provoca la comprensión inteligente, libertad asociada a la posibilidad de recreación de sentidos y de reinterpretación de los mensajes” (Pérez, 1994, p. 138).

Para que la televisión alcance esta meta, Orozco sugiere una alfabetización sobre el lenguaje de la imagen, en la que el espectador se prepare para enfrentarse a las presuntas manipulaciones y estereotipos creados en los programas de televisión. Así, los potenciales televidentes no estarían desarmados y, por el contrario, podrían reconocer los intentos de seducción en los formatos que se les venden diariamente. No obstante, la idea de este autor sería arriesgada porque si la audiencia se prepara siempre con una visión analítica y crítica frente a los contenidos, se perdería la magia y el sentido ficticio de la televisión.

A pesar de los prejuicios persistentes entre el público, al parecer “...la televisión educa y seguirá haciéndolo, aunque no se lo proponga; las audiencias aprenden

de la televisión y lo seguirán haciendo aunque no se percaten de ello” (Orozco, 2001, p. 110). Aunque algunos adultos se opongan a la televisión, este medio tiene la capacidad de crear hábitos de comportamiento, fomentar valores, adquirir conceptos y en todas las edades adoptar actitudes frente al mundo.

A manera de conclusión

La televisión y los medios de comunicación, además de aprovechar su capacidad de difusión entre la sociedad, se han convertido en una puerta que se abre a la representación de problemas sociales en los contenidos de sus programas, como la guerra y la corrupción, valores positivos como la tolerancia, y negativos como la insensibilidad. La mayoría de las audiencias buscan entretenimiento y diversión en la pantalla, pero sin saberlo se enfrentan a algo más que imágenes audiovisuales.

Se puede observar, como primera medida, que la televisión es un medio privilegiado que se puede utilizar en ocasiones como un espejo de la realidad social, política y económica, porque proyecta más que ficción. Es un mecanismo que goza de tanta potencia que hasta puede ser aprovechado para crear otras realidades, mostrar las dualidades de la vida, mover sentimientos profundos en la audiencia y fomentar la creación de percepciones de lo ético y lo moral.

En este punto de encuentro con la televisión, sería importante que la sociedad se planteara bajo cuáles escalas de valores, de Ética y Moral se están formando las nuevas generaciones: si estos datos demuestran una generación sedienta de afecto, si se identifican con la violencia, si se consideran víctimas

de la intolerancia o si por el contrario, les divierte enfrentarse a la doble cara de la vida porque en la pantalla pueden ver reflejada la situación que se vive a diario en sus hogares.

Durante unos cuantos minutos, los programas televisivos son capaces de jugar con el tiempo, el espacio y la imaginación del espectador, pero el éxito de este objetivo dependerá de la formación integral del televidente. Por eso, como segunda medida, aunque la pantalla no se enfoque en educar a su audiencia, puede llegar a transformar algunas condiciones sobre el entorno cultural, moral y hasta ético de los niños.

Por ejemplo, la fiebre que se presentó hace algún tiempo por las telenovelas como *El cartel de los sapos* y *Sin tetas no hay paraíso*, del Canal Caracol, que en su momento las ubicó en los primeros lugares de sintonía entre los niños de los hogares colombianos, demostró que al parecer existe una necesidad de los infantes por identificarse culturalmente y por formar su propia representación del país en que viven, a partir de estas historias crudas y reales. Este panorama implica la realización de una radiografía sobre la influencia de la televisión en el estado de los demás valores intrínsecos que se proyectan en un programa, como la primera telenovela enunciada. Asimismo, su impacto en el proceso de crecimiento moral de los niños y sus aportes a las etapas del Desarrollo Moral.

Otro ejemplo claro puede ser el manejo de las cualidades como la fealdad y la belleza en las telenovelas, porque a veces en sus contenidos, la televisión los convierte en valores negativos. Como sucedía con los programas *Patito feo* y *Betty La Fea*, en donde las protagonistas sufren el rechazo y la intolerancia por su supuesta fealdad física, y en el

argumento del programa se demostraba una lucha constante contra su imagen, pese a sus cualidades. No obstante, al finalizar la historia, las sufridas protagonistas tienen que convertirse en mujeres bonitas para alcanzar el éxito y el respeto de la sociedad. Por lo tanto, no conservan su esencia humana.

Esta situación puede suponer el enfrentamiento a un dilema moral en el que se pueden fragmentar los valores, porque el niño debería ser aceptado, dentro de la sociedad creada por la televisión, por su belleza física en oposición a los valores inculcados por la familia y la escuela, con los que se pretende llegar a la tolerancia. Los niños extraen indiscriminadamente los valores que les emite la televisión, para saciar su gusto por el entretenimiento, pero no distinguen si estos elementos contribuyen a su desarrollo.

Con el ritmo de vida actual los padres se han visto obligados a trasladarle a la televisión la obligación de entretener y de cuidar a sus hijos, sin la supervisión de un adulto que filtre el valor de los mensajes. Por eso, un tercer punto de estas conclusiones es que la academia y la escuela promuevan y enseñen a los adultos la importancia del diálogo y la comunicación, para que ellos sean los primeros en aprender a ver televisión, y luego sean capaces de presentar con argumentos sus percepciones y posturas frente a la pantalla.

Si sobre los programas de televisión se reflexionara a partir de la Teoría del Desarrollo Moral, se evitarían la estigmatización y la satanización de su imagen como una pantalla que transmite miedo a las audiencias. Al contrario, lo ideal sería reconocerla como una herramienta complementaria que puede fortalecer la promoción de una educación moral de los infantes. De esta forma, los principales benefactores de este cambio serían las relaciones sociales, la convivencia social y el establecimiento de principios morales universales para conseguir la madurez moral, como llamaba Kohlberg al último paso de sus etapas evolutivas.

Es hora de que el pequeño aprenda a analizar, pese a su corta edad, o por lo menos a aprovechar aquellos programas que sí le pueden aportar a su crecimiento personal. El entorno de los niños estaría rodeado de alternativas actuales y críticas para permitir la entrada de los aportes educativos, que para bien o para mal puede llegar a brindar la televisión. En otras palabras, como cuando Ferrés retoma a Umberto Eco para señalar que: "... la actitud más adecuada es la aceptación crítica, el equilibrio entre el optimismo ingenuo y el catastrofismo estéril, el equilibrio que asuma la ambivalencia del medio, sus posibilidades y limitaciones, sus contradicciones internas" (Ferrés, 1994, p. 19).

Referencias bibliográficas

- Bettelheim, B. (1982). *Educación y vida moderna*. Barcelona, España: Grupo Editorial Grijalbo.
- Comisión Nacional de Televisión (CNTV). (2007). *Niños, niñas, jóvenes y televisión. ¿Cómo armar el rompecabezas?* Bogotá, Colombia: Imprenta Nacional.
- Corominas, A. (1999). *Modelos y medios de comunicación de masas. Propuestas educativas en educación en valores*. Bilbao, España: Desclée De Brouwer.
- Cortina, A. (1998). *El mundo de los valores. Ética mínima y educación*. Bogotá, Colombia: El Búho.
- Ferrés, J. (1994). *Televisión y educación*. Barcelona, España: Paidós.
- Fuenzalida, V. (2005). *Expectativas educativas de las audiencias televisivas*. Bogotá, Colombia: Norma.
- García, A. (2003). *Una televisión para la educación. La utopía posible*. Barcelona, España: Gedisa.
- García, M. del C. (2000). *Televisión, violencia e infancia: El impacto de los medios*. Barcelona, España: Gedisa.
- Kohlberg, L. (1992). *Psicología del desarrollo moral*. Bilbao, España: Desclée de Brouwer.
- López de la Roche, M. (2000). *Los niños como audiencias: Investigación sobre recepción de medios*. Bogotá, Colombia: Da Vinci editores & cía.
- Orozco, G. (2001). *Televisión, audiencias y educación*. Bogotá, Colombia: Norma.
- Pérez, J. M. (2000). *Comunicación y educación en la sociedad de la información*. Barcelona, España: Paidós.
- Pérez, J. M. (1994). *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Barcelona, España: Paidós.
- Rincón, O, et al. (2002). *Televisión infantil: voces de los niños y de la industria televisiva* Bogotá, Colombia: Fundación Antonio Restrepo Barco.
- Vilches, L. (1999). *La televisión. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona, España: Paidós.
- Villegas, C. (2002). *Educación para el desarrollo moral*. Bogotá, Colombia: Alfaomega.