

## Prólogo

Me piden los autores de este libro *Los niños y el negocio de la televisión: programación, consumo y lenguaje*, que dedique algunas líneas a prologarlo. No sé a ciencia cierta cuál es el motivo de esa petición, pero creo que puedo conjeturar alguno. Podría ser que muchos años de dedicación a la tarea de profundizar en el tema de los efectos de la televisión en los niños les incitara a solicitar mi colaboración en este volumen. Si fuera esta la explicación a mí me resultaría impropio añadir mi nombre al de los firmantes, porque no he contribuido con ningún trabajo para figurar ahora en estas páginas que recogen los resultados de un laborioso proyecto de investigación realizado tras ganar una convocatoria interna, en régimen competitivo, de la Universidad San Pablo CEU. Aunque esta motivación profesional podría tener algún sentido, no es suficiente para justificar mi inclusión en estas páginas. Claro que puede haber otro motivo que resulte para mí más congruente que el de aprovechar la ocasión para vestir prendas ajenas. Mi incorporación a esta Universidad, después de muchos años de docencia en la Complutense, no solo me permitió conocer a todos los firmantes, sino también a relacionarme de modo muy personal con cada uno de ellos. Aunque la conjetura esté abierta a la sutileza inabarcable de otras muchas razones, a mí me vale y me sobra con ésta para decidirme a pulsar las teclas del portátil. Por mi parte, es una motivación afectiva la que me permite corresponder con esta invitación. Y como el corazón tiene razones que la razón no conoce, agradezco que hayan acudido a mí aunque no tuvieran razones para hacerlo; y, aun sabiendo que mi presencia es superflua, me presto a introducir este repertorio de trabajos derivados del estudio y el análisis de una serie de dibujos animados para la televisión, una serie que pudiera parecer destinada a un público infantil, y que lo es, si nos atenemos meramente a la composición de la audiencia que la recibe. Tamara Vázquez se ocupa de estudiar, en su aportación a este

libro, los formatos que las cadenas sitúan y proponen para el horario infantil. Lo que los niños ven, asunto del que se ocupa Álvaro de la Torre, y lo que se supone que es propio de una televisión para niños, no siempre coincide.

Lo natural es que ahora enlazara esta glosa con el comentario sobre el interés, la importancia o la actualidad de las investigaciones sobre la relación entre la infancia y las nuevas tecnologías. Digo que esto es lo natural, y supongo que también es lo que esperan que haga quienes me han puesto en el brete de prologarlos. Confieso que al tomar la pluma para este menester el cuerpo me pide que deambule por otros derroteros. Me gustaría hablar de otras cosas, charlar con ellos como hemos hecho tantas veces, discutir del mar y de los peces. Pero eso no serviría a los fines de los que solicitan mi incorporación a este texto que, con paciente trabajo y dedicación, han elaborado. Tampoco sería justo desconocer que durante un decenio me he relacionado y he colaborado con todos los firmantes en distintos proyectos e investigaciones similares a la que ahora publican, por lo que el tema de que trata el volumen me es tan afín como lo es a ellos. Y como esa afinidad ha servido de cauce para la intensa relación que me ha unido y me sigue uniendo con ellos, no me asiré a ningún pretexto de tantos que se me ocurren para eludir la tarea que me proponen.

Como he dicho ya, todos los que concurren a engrosar estas páginas, repletas de ideas, datos, erudición, indagación y esfuerzo son, mucho más que conocidos y colaboradores, amigos míos. Hemos trabajado juntos, a veces silenciosamente y otras no tanto; hemos coincidido en puntos de vista y hemos discrepado en muchos detalles; alguna vez, también nuestra discrepancia ha abarcado los supuestos. Hemos hablado, paseando por el campus o frente a frente en un despacho, y lo hemos hecho tantas veces y tan porfiadamente que ahora mismo yo no sabría distinguir qué debo a mí mismo de lo que sé sobre estos temas, o qué debo a sus comentarios y trabajos, a su crítica desinteresada y amable, o a su magisterio discreto y alentador.

En su *Introducción* Ignacio Blanco, pasando inevitablemente por Kapuscinski y Ortega, y él bien sabe por qué digo lo de «inevitable», se refiere al aspecto central que orienta a la investigación y que induce a la reflexión y al estudio: cómo conciliar la obligación de proteger a la infancia, de los excesos que pueden cometer los programadores a fin de aumentar la audiencia. Los análisis de la programación y de contenido realizados, a los que ha dedicado un amplio comentario temático Álvaro de la Torre en estas páginas, dejan en evidencia lo que otros estudios

similares, realizados por los componentes de este mismo grupo de investigación ya habían puesto de relieve: que hay una disparidad entre los programas ofertados en horarios de audiencia infantil y los criterios socialmente manifiestos sobre los contenidos que han de excluirse de la programación para asegurar la protección de la infancia. Tema este que aborda Teresa Torrecillas en estas mismas páginas comentando la noción, que empieza ya a tomar cuerpo, de «incongruencia pragmática» o, lo que es lo mismo, pero cediendo a la moda anglicista, que no sé si la indulgencia de Pilar Fernández sería capaz de aceptar, de «disonancia pragmática».

En otro prólogo que escribí a incitación de otra de las colaboradoras de este libro, Carmen Fuente, cualificada investigadora de estos temas, advertía que nuestra sociedad sufre de un especial tipo de esquizofrenia: por un lado, se ocupa de desguazar los fundamentos morales de los valores que la han nutrido históricamente, y, por otro, se preocupa por preservar a la infancia de los efectos que en ella provoca ese desgace sistemático que la propia sociedad occidental fomenta mientras con masoquista e ignara complacencia se despoja de sus señas de identidad. Esto es, me parece a mí, el problema principal que desvirtúa las buenas intenciones de cuidar a la infancia ante la aparición de las nuevas tecnologías. Deseosos de protegerla, se elaboran procedimientos técnicos, consejos audiovisuales, formas de control parental. Pero, en realidad, es un tejido de Penélope, ya que por la noche se desbarata la primorosa túnica que se ha ido tejiendo durante el día. Ignacio Blanco expresamente y el resto de colaboradores, apelan a y confían en el control parental. Y no voy yo a aprovechar su invitación para desdecirles. Al contrario, esta advertencia subyace a la investigación sobre los hábitos familiares que aporta Teresa Torrecillas en otro de los trabajos reunidos, donde aborda en detalle el tema de la «disonancia» al que me he referido antes. Su hábil y preciso escalpelo analítico hurga en las consecuencias sociales del cotidiano conflicto que se plantea a los padres entre las pautas de conducta adoptadas y los criterios que dicen defender o compartir. Tal vez sea mejor expresarlo con un lenguaje de su propia cosecha, más claro y adecuado que el mío: una cosa es la representación que tienen los padres sobre cómo debería ser la relación de sus hijos y el medio, y otra la forma de intervenir en esas relaciones.

Bueno, pues esa es la cuestión de fondo, un problema de moral personal y de ética social, que no se dan la mano, aunque constantemente se la tienden. Lo que sabemos, por las investigaciones realizadas, es que particularmente, los padres lo tienen muy claro. Al menos, eso es lo

que Teresa Torrecillas ha visto que dicen en las encuestas y lo que han comprobado Tamara Vázquez y Álvaro Araus en los análisis que han realizado. Socialmente, la propia sociedad plantea a los padres tantos problemas para aplicar sus principios que no pueden cumplir con sus criterios de moralidad. Otro tanto podría decirse del lenguaje utilizado, como puede comprobarse en el estudio que sobre «sexismo» incluye Pilar Fernández. Es muy arduo no usar un lenguaje «no sexista» mientras socialmente, y de modo habitual en los programas de televisión, se promueve todo tipo de adulteraciones en el uso del lenguaje. Los contundentes trabajos de Margarita Garbisu y Amalia Pedrero conducen a la misma conclusión, ¿cómo se puede evitar el sexismo o la violencia en el contenido de la llamada programación infantil, si muchos de los manuales de educación para la ciudadanía o de las acciones promovidas por los Ministerios de Igualdad o sus sucedáneos en las Consejerías y otras instituciones, inducen a o fomentan un sexismo descontrolado bajo el supuesto expreso o implícito de que no hay ningún tipo de relación entre criterios de moralidad y ejercicio de la sexualidad?

Si pasamos de televisión a Internet la situación es similar con desventajas más acusadas. Hay datos sobre el uso de la televisión, pero todavía no hay los suficientes para hacernos una idea consistente de las consecuencias del acceso de los niños a Internet. No voy a insistir en esta cuestión. Es muy importante, porque los niños crecen ya alfabetizados en el uso de este medio, que tiene tantas ventajas de libre acceso como plantea problemas por esa misma ventaja que aporta. Lo dicho hasta ahora creo que vale para comprender la importancia de la educación en el uso del medio. Y este es un asunto moral y educativo. Y, justamente, lo que nos dejan claro las contribuciones de Margarita Garbisu, Pilar Fernández y Amalia Pedrero es que ese es el punto más débil de nuestra paradójica sociedad occidental. No se trata solo de utilizar los medios para enseñar. Esto es poco importante, porque los niños aprenden a usarlos como proceso de segunda alfabetización sin necesidad de que nadie les enseñe. Es igual que la escritura. Enseñar a que usen Internet, bien, pero enseñar los criterios que hemos de aplicar y esforzarnos en mantenerlos.

Un Prólogo no debe ir a más, porque su función no es sustituir ni completar al libro que el lector debe leer por su valor específico, empeño, por otro lado, inútil en esta ocasión, pues los autores de estas investigaciones apenas dejan poco margen a la labor de completarla, y el poco que dejan no permite dudar, a la vista de cómo lo han hecho, de que nadie podría colmarlo mejor que ellos mismos. En comprometerles

a hacerlo consiste el compromiso contraído por el prologuista al aceptar el encargo de introducir al lector en la lectura de estos trabajos, aceptada no tanto por la confianza que pueda tener en sus propios conocimientos como por no decepcionar la confianza de quienes así lo piensan.

Luis Núñez Ladevéze  
Catedrático emérito de la Universidad San Pablo CEU



## *La comunicación ante un mundo más complejo*

*Ignacio Blanco Alfonso*

### *1. Introducción*

A finales de los noventa, el gran periodista polaco Ryszard Kapuscinski, premio Príncipe de Asturias de la Comunicación, pronunció en Estocolmo un magnífico discurso en el acto de entrega de los premios de Periodismo *Stora Journalstpriset*, en el que disertaba sobre el mundo reflejado en los medios<sup>1</sup>. Las múltiples cuestiones abordadas por Kapuscinski merecerían hoy ser glosadas una tras otra, pues suponen una certera radiografía de la nueva sociedad nacida bajo la influencia de los medios de comunicación de masas, en particular tras los cambios producidos por la revolución tecnológica de la segunda mitad del siglo XX.

Este escenario de globalización de la comunicación lleva a Kapuscinski a denunciar que «la afirmación de que toda la humanidad vive pendiente de lo que hacen o dicen los medios, es una exageración. [...] Y es que hay cientos de millones de seres que viven totalmente aislados de los medios o que entran en contacto con ellos solo de Pascuas a Ramos. [...] En una palabra, gran parte de la humanidad vive aislada de los medios y no tiene que preocuparse de que estos traten de manipularla o de que sus hijos sean mal educados por las teleseries saturadas de violencia».

En este sentido, la afirmación de que los medios condicionan e influyen en la vida de los seres humanos, o que ciertos programas pueden producir ciertas conductas o interferir en el comportamiento de las personas, hay que ponerla en perspectiva y, sobre todo alejarla de la generalización, al menos de la referida a toda la humanidad en el sentido expuesto por Kapuscinski; según el polaco, parece que los efectos de la comunicación de masas podrían preocupar a un tercio de la humanidad, el mundo desarrollado, pero no es un problema, desde luego, para los dos tercios restantes

---

<sup>1</sup> Con este mismo título se puede leer en español dicho discurso en *Claves de razón práctica*, núm. 92, mayo 1999, pp. 18-21. También en la edición mexicana de *Le Monde Diplomatique*, julio-agosto, 1999.

que conforman la «parte pobre de la familia humana». Además, la comunicación social no es una ciencia exacta, como es bien sabido, y como tal no es defendible la creencia de que los mismos mensajes puedan producir idénticos comportamientos en todos los individuos a ellos expuestos.

Ahora bien, la revolución tecnológica de la segunda mitad del siglo XX citada por Kapuscinski alude a la globalización de la información traída por la imparable penetración de Internet en nuestras vidas, lo que ha provocado un cambio del paradigma de la comunicación que nos obliga a reformular las preguntas elementales que hasta ahora nos habían servido para estudiar y comprender los efectos sociales de la comunicación de masas. El singular *Paradigma de Lasswell* (¿quién? ¿dice qué? ¿por qué canal? ¿a quién? ¿con qué efectos?), cuya formulación en 1948 permitió el desarrollo de los estudios sistemáticos de la Comunicación, sucumbe en la era digital desbordado por la multiplicidad de emisores y la confusión entre los conceptos de emisor y receptor.

Lasswell estratificó los elementos de la comunicación distinguiendo nítidamente entre el emisor del mensaje y el receptor en una comunicación unidireccional, lo que fue válido mientras dominaron los medios de comunicación tradicionales, incluida la televisión. Pero hoy vivimos un tiempo nuevo, completamente diferente, en el que la comunicación nada tiene que ver con aquel modelo. Internet ha desplazado de un manotazo al emisor unívoco; en el nuevo paradigma, emisor y receptor se confunden, y la comunicación ya no es unidireccional, sino multidireccional. Dicho de una sola vez, de las preguntas formuladas por Lasswell puede que hoy solo una tenga respuesta fácil: ¿por qué canal? La Red, claro está, y aun esta tiene que ser matizada para distinguir los múltiples canales que concurren en el espacio virtual que es Internet: texto, imagen y sonido fundidos sin límites temporales ni espaciales.

Las últimas aplicaciones comunicativas introducidas por Internet han producido un nuevo tipo de emisor de mensajes imposible de clasificar, multiforme, heterogéneo, anárquico, indescriptible. Reparemos en que hasta ahora el perfil del emisor (el periodista) podía ser descrito al no ser universal el acceso a los canales de comunicación de masas<sup>2</sup>. Conocer el

---

<sup>2</sup> Entiéndase que si bien el derecho de acceso a los medios de comunicación de masas, en su dimensión de derecho de emisión y recepción, es universal para el público, en la práctica solo los profesionales de la información han ejercido el derecho de emisión, mientras que el público lo podía disfrutar en contadas ocasiones por todos conocidas: cartas al director, derecho de rectificación, espacios audiovisuales abiertos (y controlados) a los oyentes o telespectadores, etc.



emisor implicaba conocer sus rutinas y protocolos profesionales, por lo tanto prever su posicionamiento ante la realidad y la actitud y finalidad con que emitía sus mensajes.

Muy poco queda de esto. Hoy cualquier individuo desde cualquier rincón del Planeta se ha transformado en un potencial comunicador de masas, y la misma indefinición de su perfil nos impide saber qué dice, y mucho menos calibrar el alcance y efectos de su mensaje. En las elecciones estadounidenses de 2004, los *bloggers* alcanzaron prominencia al introducir en el debate político comentarios que contradecían la opinión mayoritaria patrocinada por los *mainstream media*. Son los nuevos emisores «no catalogados», similares a los autores anónimos de los panfletos que en toda época revolucionaria han existido (Daly, 2005). Desde la irrupción de los *bloggers* en el espacio mediático se cierne sobre la profesión periodística la sombra de la indefinición de este nuevo profesional de la comunicación, y aún no se sabe con certeza si es depositario o no de los derechos reconocidos a los periodistas para el correcto ejercicio de su profesión<sup>3</sup>.

Por otra parte, el receptor ha desaparecido como público estático, como mero espectador. La comunicación en Internet ha desdibujado su fisonomía y ahora no sabemos quién está al otro lado prestando atención a nuestro mensaje. Es sintomático de esta nueva realidad que los principales grupos de comunicación estadounidenses hayan decidido buscar nuevas vías de medición de las audiencias, al sospechar que las herramientas tradicionales ya no describen certeramente los grupos a los que sus mensajes, sobre todo publicitarios, llegan<sup>4</sup>. En esto, como en otros ámbitos, el rastro del dinero nos llevaría al nudo del problema.

---

<sup>3</sup> Es pertinente una reflexión en profundidad sobre las consecuencias que el llamado «periodismo ciudadano» tiene sobre el —diríamos— «periodismo profesional».

<sup>4</sup> El nuevo organismo creado se denomina Consejo para las Mediciones Innovadoras de los Medios, y está integrado, entre otras, por las cadenas ABC, CBS, CNN, ESPN, FOX, MTV y NBC. «Con vistas al mercado publicitario, estas compañías quieren datos fiables de los hábitos de su público, que cada vez ve más programas televisivos a través de diversas plataformas (ordenadores, teléfonos móviles, consolas portátiles...) relegando el uso del televisor tradicional» (*El País*, 12/IX/09). La información completa se puede leer en la edición de *The New York Times* del 12 de septiembre de 2009.

## 2. Un mundo más diverso, un mundo más complejo

Habitamos un mundo más complejo, en el sentido de «la complejidad vital» ya descrita por Ortega en 1930 como «la dimensión de la potencialidad»: «El hombre de hoy cuenta con un ámbito de posibilidades fabulosamente mayor que nunca», lo cual, advierte el filósofo, no quiere decir que «la vida humana sea hoy mejor que en otros tiempos» (Ortega, 2005: 387-393). Al igual que en *La rebelión de las masas* Ortega describe un mundo cambiante que ha ampliado el repertorio de posibilidades que se brindan al hombre, hoy asistimos a una sociedad sin paradigma, en proceso de adaptación al escenario ubicuo de Internet que por ahora se presenta como una realidad esotérica, desconocida, que nos es dada sin saber muy bien a dónde nos llevará. Dicho de un modo más simple, sabemos de dónde venimos pero no sabemos a dónde vamos.

En el terreno de la comunicación, este hecho puede provocar reacciones temerosas ante la nueva era de la comunicación que emerge, reacciones como la que McLuhan describió en los sesenta con la sugerente metáfora de la «sociedad retrovisor», o sea, una sociedad que en su avance vertiginoso hacia un futuro incierto, se aferra al pasado: «El pasado se fue por ese camino —advierte McLuhan—. Cuando enfrentamos una situación totalmente nueva, tendemos siempre a adherirnos a los objetos, al sabor del pasado más reciente. Miramos el presente en un espejo retrovisor. Entramos en el futuro retrocediendo» (McLuhan, 1967). El problema, claro está, consiste en que el tamaño del retrovisor nos impida ver a través del parabrisas lo que se avecina, lo que tenemos delante de nuestras narices.

De todo ello se puede inferir que en la transformación de la comunicación de masas radica la causa y el efecto de dicha complejidad. Ahora bien, este análisis que trata de la revolución tecnológica y sus consecuencias, no puede obviar la idea expuesta al comienzo: que tal revolución tan solo tiene repercusiones para una parte del mundo contemporáneo. Es lo que Kapuscinski viene a reprocharnos a los occidentales en el discurso aludido al comienzo: vivimos preocupados por los efectos de los medios de comunicación en la humanidad, por cómo la exposición a ciertos mensajes televisivos influirá en nuestros hijos, en nuestros jóvenes, y no reparamos, dice Kapuscinski, en que dos terceras partes de la humanidad vive de espaldas a los *mass media*, ajena a los efectos que la comunicación de masas pueda tener en ellos, que no poseen televisiones, ni acceso a dichos medios. Los occidentales que habitamos el mundo desarrollado incurrimos en un error de perspectiva al creer