

TELEVISION Y DISOLUCION FAMILIAR

POR

JAVIER URCELAY ALONSO

El impacto de la televisión.

Cuando en 1935 se empezaron a emitir en Alemania los primeros programas de televisión, pocos podían imaginar el influjo que el naciente medio de comunicación tendría al cabo de pocas décadas.

En los países desarrollados ver televisión es la tercera actividad a la que más tiempo dedican los adultos, tras el trabajo y el sueño. En los hogares norteamericanos la televisión está encendida un promedio de 7 horas diarias. En España en 1989, antes de los canales privados y vía satélite, tenían televisión 322 de cada mil habitantes —lo que da a más de un aparato por familia— y el promedio de uso semanal era de 21 horas. A los 16 años un joven arquetípico habría dedicado 46.000 horas a dormir, 22.000 a ver la televisión y 13.000 al colegio. Según el Estudio General de Medios llevado a cabo en España, el 96 % de los niños de 4 a 10 años ven diariamente la televisión, el 93 % la ve más de 3 horas diarias en promedio, y para el 56 % representa la única forma de pasar el tiempo libre. No en vano la televisión ha sido llamada la «niñera electrónica».

La televisión es el más poderoso medio moderno de influencia sobre la persona y específicamente sobre la familia. Por la autoridad que puede llegar a ejercer en el hogar se la ha equiparado al «tercer padre». Más propiamente sustituye de alguna manera a la función materna, al ocupar una posición central en la vida familiar, de la que es punto de referencia obligado.

La influencia sobre nuestras vidas de la televisión es objeto de continuo debate y controversia. Aunque hay que reconocer que la mayor parte de las opiniones habituales al respecto tienen poco fundamento científico y que faltan estudios empíricos concluyentes para la medición «objetiva» de esta influencia, también lo es que nadie se atreve a dudar de ella. Cuando se pagan millones por unos segundos de pantalla, cuando los políticos negocian cada minuto asignado y los menores detalles de cada comparencia ante las cámaras, cuando se censuran personajes e ideas, y cuando todo ello ocurre invariablemente en todas partes, es que la influencia social de la televisión es aceptada por todo el mundo como un hecho.

En el prólogo de un extraordinario libro sobre la televisión que citaré abundantemente (1), Joan Ferrés compara lo que la pequeña pantalla es para los hombres de hoy con lo que era el tótem para las tribus primitivas: objeto de veneración y reverencia, signo de identificación individual y colectiva, foco de las expectativas y temores sociales, dictamen último que da sentido (?) a la realidad.

Lo que lleva al autor a concluir que la televisión es la nueva religión, es decir, una nueva «*manera de re-ligar al ciudadano con el mundo, una nueva manera de relacionarlo con la realidad*».

En su aspecto más elemental y perceptible, la influencia de la televisión en los hogares empieza por condicionar tanto la organización del tiempo como la del espacio. Así, de la TV depende en muchas familias la hora de acostarse, el sitio de comer, la hora de cenar, el momento de ir al baño, qué plan se hace el fin de semana, qué se compra y hasta el nombre de la habitación central del hogar: «el cuarto de la tele».

Y es en este sentido, de interacción casi puramente física entre el aparato y el espectador, como la TV puede contribuir al aislamiento de los miembros de la familia en sus propios mundos, impidiendo unas auténticas relaciones interpersonales.

(1) JOAN FERRÉS: *Televisión y Educación*, Colección Papeles de Pedagogía, Ediciones Paidós Ibérica, Barcelona, 1994.

En muchos casos, como escribe Alejandra Vallejo-Nájera en un pequeño libro de elocuente título sobre el tema (2), la televisión reemplaza el esfuerzo que tienen que realizar los padres para soportar la carga familiar. Pero en el fondo todos los padres se sienten culpables, porque con la televisión están fomentando la falta de contacto directo entre los miembros de la familia.

Por otro lado, como afirma Juan Pablo II en su Mensaje del pasado mayo (3), hoy la televisión para muchas familias es la fuente primaria de informaciones, noticias y entretenimientos, y forma parte de sus actitudes y opiniones, de sus valores y modelos de comportamiento.

Esta claro que la televisión ejerce una poderosa influencia sobre la forma de pensar de la gente, que en muchos sentidos determina la valoración de la realidad, y que no siempre esta influencia es positiva en relación a la familia.

Sin necesidad de inscribirse entre los que Umberto Eco llamó «apocalípticos» en un famoso libro sobre la cultura de masas (4), no es exagerado afirmar que, desde la perspectiva de la familia, la «caja mágica» puede llegar a convertirse en muchos casos en una auténtica «caja perversa». Y ello no sólo por haber servido frecuentemente de medio en la moderna ofensiva ideológica contra la familia —que forma parte de esa «lucha contra Dios» de la que habla Juan Pablo II en su recién publicado libro (5)—, sino por ser uno de los factores coadyuvantes para la disolución de la institución familiar, por mecanismos y vericuetos más solapados, que trataré de exponer en este trabajo.

Evidentemente el primer motivo de preocupación al valorar

(2) ALEJANDRA VALLEJO-NÁJERA: *Mi hijo ya no juega, sólo ve la TV ¿Qué puedo hacer?*, Ediciones Temas de Hoy, Madrid, 1987.

(3) JUAN PABLO II: Mensaje «Televisión y Familia: criterios para saber mirar», dirigido a la XXVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales, el 15 de mayo de 1994. Recogido en *Carta a las Familias*, Editorial Godoy, S. A., Murcia, 1994.

(4) U. Eco: *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*, Barcelona, Lumen, 1977.

(5) JUAN PABLO II: *Cruzando el umbral de la esperanza*, Plaza & Janés Editores, S. A., 1994, ver pág. 11.

una posible influencia negativa de la TV, es el contenido de la programación. El propio Papa lo apunta en el mismo Mensaje ya mencionado: «*La televisión puede también perjudicar la vida familiar: al difundir valores y modelos de comportamiento falseados y degradantes, al emitir pornografía e imágenes de brutal violencia, al incluir el relativismo moral y el escepticismo religioso, al difundir crónicas deformadas, informaciones manipuladas sobre acontecimientos recientes y cuestiones actuales; al transmitir publicidad que explota y reclama los bajos instintos y exalta una visión falseada de la vida que obstaculiza la realización del mutuo respeto, de la justicia y de la paz.*»

En muchos casos, y el español es probablemente uno de ellos, puede afirmarse con toda objetividad que la TV es la punta de lanza del consumismo, el hedonismo y el materialismo práctico que caracterizan a las sociedades occidentales desarrolladas (6).

Para cada vez más gente, la TV constituye la fuente casi exclusiva de información sobre el mundo exterior a las reducidas fronteras del ámbito personal. Ello la convierte en un tentador instrumento de manipulación y dirigismo ideológico.

Como explica Rafael Gómez Pérez (7), la mayoría de los conocimientos actuales están basados en creencias. «*Creemos*» que el átomo tiene un núcleo o que Colón descubrió América porque nos lo han dicho, aunque nunca lo hemos podido comprobar personalmente. La mayor parte de lo que «*sabemos*» —y por tanto de lo que «*pensamos*» y de lo que opinamos, nos ha sido transmitido por otros, sin que hayamos podido verificarlo experimentalmente por nosotros mismos.

Saber equivale por tanto a creer. Con el añadido, como decía Ortega y Gasset de que «*mientras las ideas se tienen, las creencias nos tienen.*»

Al final son esas informaciones, conocimientos y creencias que «*nos tienen*», porque nos vienen determinadas desde fuera,

(6) JORGE YARCE: *Televisión y Familia*, Ediciones Palabra, S. A., Madrid, 1993.

(7) RAFAEL GÓMEZ PÉREZ: *El desafío cultural*, B.A.C. Editorial Católica, S. A., Madrid, 1993.

en cuya divulgación la TV juega un papel central, por las que se rige la vida social y política.

De ahí la importancia de la televisión como poder y la pugna por su control ideológico, convertida en instrumento privilegiado de penetración cultural, de socialización, de transmisión de ideologías y valores, de formación de las conciencias y de colonización cultural.

Impregnación e influencia ideológica de la TV.

Contrariamente a lo que mucha gente parece creer, la televisión no es una simple «ventana al mundo» que se restringe a mostrarnos cosas que pasan, tal y como son, sin intermediación, como si la cámara no fuera más que unas lentes neutras y transparentes que se limitaran a captar la realidad.

Esta especie de objetividad sin sesgo que tiende a concederse a la televisión —contrariamente a lo que se hace en el caso de un periódico— es una de las características más falaces y peligrosas de la televisión, pues hace que sus transmisiones se acepten de antemano de forma acrítica.

La pretendida objetividad de la televisión no existe, no puede existir. Como hace ya muchos años explicó Vladimiro Lamsdorf en una conferencia en uno de nuestros Congresos, toda información es discurso, es opinión. Por objetiva que parezca, implica una forma de pensar, y produce una forma de pensar.

En lo que a la familia se refiere, tanto como objeto cuanto como sujeto pasivo, la televisión ejerce una clara influencia ideológica, que determina tanto lo que los miembros de la familia piensan como lo que la sociedad piensa y opina sobre la familia.

En nuestro país durante las dos últimas décadas, la TV ha sido un permanente agente al servicio de la actual conspiración contra la familia, jugando papeles claves para la introducción y aceptación social del divorcio, el aborto, las relaciones prematrimoniales, y en general, todas las formas de erosión de la familia tradicional y cristiana.

La influencia ideológica de la televisión se ejerce mediante una serie de mecanismos, enumerados por Joan Ferrés en su ya citado libro, que conviene conocer para ser capaces de ver la televisión con espíritu crítico, y para entender que la inoculación ideológica va mucho más allá que las tomas de posición abiertas y explícitas:

1. La selección de contenidos: la información necesariamente conlleva seleccionar unos hechos y relegar otros, y unos fragmentos de ellos dejando al margen otros. La selección responde a un determinado criterio, y supone, por tanto, una toma de partido, una cierta valoración que lleva consigo un criterio ideológico.

Por ejemplo, cuando en el telediario se ignora una multitudinaria manifestación de los Jóvenes Pro-Vida y se recoge con profusión una algarada vociferante de cuatro feministas pidiendo el aborto libre.

La ideología de la dirección del informativo se refleja tanto en lo que se dice como en lo que se calla. No en vano el silencio constituye tantas veces la más efectiva y discreta forma de censura.

La manipulación procede fundamentalmente no de que haya una selección de contenidos, que es inevitable, sino del ocultamiento sistemático de los motivos de la selección. Más aún, como agudamente señala Ferrés, de la pretensión de aparentar y hacer creer que no ha habido selección e intermediación, lo que incrementa la ceremonia de la confusión.

La televisión, como todo «medio», es una mediación social: hay que analizar siempre quiénes están detrás de la pantalla y a qué intereses, criterios morales o posiciones ideológicas sirven con los contenidos recogidos. Los medios de comunicación no reflejan el pluralismo social o las opiniones «de la calle», sino las de las minorías que las controlan.

Mediante la cuidadosa selección de unos contenidos y,

omisión de otros, pueden cambiarse actitudes y opiniones. Es el caso de cuestiones como el aborto, la homosexualidad, la eutanasia... La constante repetición de escenas, problemas, posiciones morales, etc., puede hacer que los hechos presentados parezcan más frecuentes o que cuenten con una amplia base de apoyo. Al final la sociedad acaba acostumbrándose y aceptándolo, obligada a creer que una posición en contra sería retrógrada y rápidamente desbordada por la dinámica social.

Y así hemos ido dando ciudadanía, primero en la pantalla y luego en la realidad social, al taco, al pansexualismo, al adulterio, al aborto... sin darnos cuenta de que se trata de una intoxicación artificial que nada tiene de inevitable o de pura consecuencia del progreso social.

Goebbels defendió ya en su día que *«la mejor forma de propaganda no era la propaganda, sino noticias matizadas que parecieran neutrales»*. Y también que la mejor forma de penetración ideológica era a través del espectáculo y el entretenimiento.

Hoy, tanto mediante las noticias como a través de los programas más aparentemente intrascendentes, se manifiestan y potencian una cultura, una ideología, unos mitos, un sistema de valores y una manera, en definitiva, de ver la vida; en nuestro caso, la característica del materialismo hedonista y consumista. Todo ello de forma deliberada o como reflejo de las posiciones de quienes hoy controlan la TV.

Quien piense que este planteamiento es volver a la caza de brujas, que lea a Antonio Gramsci, el mayor y más lúcido ideólogo marxista de este siglo, y sus conceptos sobre los intelectuales orgánicos, el bloque histórico o los mecanismos perpetuadores de la hegemonía de clase, y su plena coincidencia con lo que aquí estamos diciendo.

2. Junto a la selección de contenidos, la segunda forma de manipulación, siempre según Joan Ferrés, la constituye

el tratamiento formal de los elementos que conforman la comunicación audiovisual: «La selección y combinación de códigos expresivos constituye una operación voluntaria o inconsciente de producción de sentido. La elección del punto de vista, la selección del angular, los planos elegidos, la iluminación utilizada, etc., contribuyen a conferir a las imágenes de un valor semántico». Para ilustrar esta forma de manipulación es arquetípico el caso de la llamada «Operación Roca», anulada por TVE a base de incluir una y otra vez imágenes de mítines en las que el político se dirigía a su auditorio en catalán. En el caso de la ofensiva del aborto o en general contra la familia, esta técnica sutil se ha utilizado cientos de veces para presentar las manifestaciones pro-vida como si estuvieran sólo formadas por grupúsculos de monjas o abuelitas, a base de seleccionar las tomas y buscar los ángulos adecuados.

3. La tercera forma de instrumentación ideológica es la creación de estereotipos, simplificando o deformando la realidad en base a condicionamientos ideológicos o de intereses.

El periódico «USA Today» demostró con cifras que sólo un 8 % de las escenas de sexo en los programas emitidos durante una determinada semana en 1993 por las cuatro grandes cadenas nacionales de televisión en Estados Unidos, tenían lugar entre miembros de un matrimonio.

El estereotipo aquí es que amor y sexo son realidades completamente independientes del ámbito conyugal.

4. Pero, finalmente, es la capacidad de la televisión para generar la realidad, la que ofrece mayores potencialidades para la manipulación.

El mito de la objetividad televisiva alcanza hoy tales dimensiones que la televisión llega a convertirse en autenticadora de la realidad. Sólo «existe» lo que sale de la

tele. Una reivindicación social que no consigue el rango de noticia televisiva, no tiene relieve, no existe como tal reivindicación.

Las posibilidades de manipulación abiertas por esta vía son casi infinitas. Así lo vemos en el ocultamiento sistemático del clamor contra el aborto que significan miles de padres que desearían adoptar a los niños que hoy se condenan a muerte antes de nacer, en la conspiración de silencio en torno a las consecuencias del divorcio en tantos adolescentes privados del hogar familiar al que tienen derecho, en la espesa cortina echada sobre los vicios y depravación que hay detrás de muchas de las conductas «gay» que hoy se reivindican. De nada de ello se habla, luego nada de ello existe.

A menudo es tal la fuerza de la televisión para levantar acta de la realidad, que llega a crearla. Igual que los famosos inventan divorcios o noviazgos con el único propósito de aparecer en la prensa del corazón y mantenerse en candelerero, muchos hechos a los que finalmente se les atribuye significación política o cultural, se producen desde su inicio con el único fin de reflejarse en la televisión, para desde ella acceder a millones de personas y configurar así la opinión pública.

El caso convertido en noticia hace pocos meses de un parapléjico de La Coruña pidiendo ser sometido a eutanasia, es un ejemplo reciente de cómo lo importante es la campaña ideológica a la que los medios de comunicación, y en este caso la televisión, pueden servir, y lo de menos la tragedia de un desdichado, llamado a pasar al olvido una vez cumplido el fin instrumental para el que ha servido.

El orden de las etapas en la manipulación y la influencia ideológica para cambiar el concepto institucional y moral de familia está perfectamente establecido, aunque por estrategia se presen-

tan los distintos temas separadamente, como si no guardaran relación unos con otros.

Los pasos para la disolución de la institución familiar tradicional se repiten una y otra vez, en un país y en otros: relaciones prematrimoniales, anticonceptivos, educación sexual precoz puramente fisiologista, emancipación de la mujer y de la juventud, divorcio, igualación del matrimonio con las llamadas parejas «de hecho», homo o heterosexuales, igualación de los hijos concebidos dentro o fuera del matrimonio, co-educación, escuela laica...

La imbricación de todos estos elementos y su profunda coherencia interna dentro de la conspiración contra la familia cristiana por parte del naturalismo organizado, fue el objeto de un trabajo que redacté hace años titulado «*Líneas de defensa de la familia*» (8).

Sobrecoge hoy pensar lo mucho que se ha andado desde aquél escrito, hasta el punto que un ilustre jurista ha podido llegar a afirmar (9): «*En España no existe política (por parte del Gobierno) de defensa de la familia porque el legislador ni sabe ya lo que es la familia*».

En efecto, desde un punto de vista simplemente técnico-jurídico, esa es la realidad. La familia verdaderamente humana, basada en el matrimonio indisoluble, en su carácter de ámbito exclusivo para la transmisión de la vida y en el derecho de los padres a la educación de sus hijos, ha sido como institución expulsada de la legislación vigente en España.

Como el mismo referido jurista sentencia: «*Eliminados del ordenamiento jurídico la indisolubilidad del matrimonio, y la vinculación entre éste y los hijos, el matrimonio se parece mucho a cualquier relación interpersonal que implique sexo y dure más de un par de noches. En el Derecho español la familia se ha desdibujado hasta llegar a no existir más que como unidad contribuyente al fisco*».

(8) JAVIER URCELAY: «Líneas de defensa de la familia», en el volumen *La familia. Sus problemas actuales*, Ed. Speiro, Madrid, 1978.

(9) BENIGNO BLANCO: «La familia en la alejidad», artículo en *Mundo Cristiano*, núm. 388-389, julio-agosto 1994.

A mucho de ello habrá contribuido la televisión generando una manipulada percepción de la realidad, presentando abusivamente como normales situaciones que distan en verdad mucho de serlo, y dando finalmente pábulo al legislador, como proclamaba Adolfo Suárez, para *«reflejar en la ley lo que ya está reconocido por la calle»*.

La televisión es hoy así uno de los principales factores que pueden provocar el cambio en las orientaciones de la sociedad. En nuestro tiempo todos esos cambios parecen dirigirse hacia el afianzamiento de un tipo de hombre hedonista y materialista práctico, al tiempo acrítico y con una sensibilidad altamente sofisticada.

Día tras día, a través de una programación variada, dando cabida a «todas las opiniones» —si bien muchas veces de forma más aparente que real, como sabemos bien— genera un trasfondo de relativismo y amplia tolerancia que constituye en sí mismo una auténtica indoctrinación. En países como España, donde existía, y quizás exista aún, un sentido común de contenido realista y cristiano, la televisión lo está modificando, precisamente mediante la transmisión silenciosa y con toda naturalidad —como si no hubiera en ello mediación— de actitudes, ejemplos y opiniones relativistas y muchas veces arreligiosas o incluso antirreligiosas.

Impacto televisivo sobre la estructura psicológica.

El análisis del impacto de la televisión sobre la familia, y en general sobre la civilización contemporánea, va más allá del derivado de sus contenidos y de la modificación de ciertos hábitos familiares.

Junto a ellos es preciso aludir, siquiera brevemente, a los profundos efectos estructurales y sobre los procesos mentales que genera la televisión, resultado de la relación espectador-medio, con frecuencia de mayor transcendencia sobre la persona que la de los contenidos que la pequeña pantalla vehicula. A este asunto dedica Joan Ferrés las mejores páginas de su ya mencionado libro

Televisión y Educación, descubriendo toda una perspectiva inédita para muchos de los análisis que del medio televisivo se hacen desde planteamientos exclusivamente sociológicos. Y es que, como afirma N. Postman, la televisión «no sólo es capaz de cambiar nuestras costumbres, sino también nuestra manera de pensar», lo que a la larga es un factor de cambio social de mayor trascendencia y calado que la legislación más o menos sectaria que pueda imponerse en un momento determinado.

La televisión opera sobre unos esquemas mentales, unas capacidades cognitivas, unas estructuras perceptivas y unas sensibilidades preexistentes en el individuo. Pero al mismo tiempo que se activan quedan modificadas por el medio.

La televisión produce un fenómeno de hiperestimulación sensorial, que lleva a una necesidad de estimulación sensitiva continua, que a su vez provoca falta de concentración y una visión fragmentada de la realidad, que se ha denominado «cultura mosaico». Mientras la cultura tradicional era limitada en conocimientos, pero organizada, coherente, estructurada, la cultura mosaico se caracteriza por el desorden, la dispersión y el caos.

La televisión favorece un tipo de conocimiento incoherente y descentralizado. En un informativo, por ejemplo, se pasa de la tragedia de Ruanda a los resultados de la liga, y segundos después un anuncio frívolo presenta lo fácil de la felicidad, al alcance de un perfume o un refresco. La lógica interna del propio medio televisivo es el único nexo, que sustituye así la necesidad de un saber jerarquizado y estructurado en el que insertar las informaciones nuevas.

La imagen televisiva potencia, por otra parte, el pensamiento visual, intuitivo y global en contra de la lectura, que estimula el pensamiento lógico, lineal, secuencial. Por eso, ver la televisión no requiere concentración, sino sólo apertura. Se privilegia así la percepción sobre la abstracción, lo sensitivo sobre lo conceptual y, en definitiva, la implicación emotiva. Así ocurre que las respuestas que desencadena la televisión son más del tipo de «me gusta - no me gusta» que del «estoy o no estoy de acuerdo». Lo intuitivo y lo emocional tiende a prevalecer sobre lo intelectual y

racional, lo que da lugar a un estilo impulsivo de pensamiento en lugar de un estilo reflexivo.

Junto a ello la televisión potencia el sentido de inmediatez y de dinamismo y, en definitiva, el sentido de la impaciencia al ofrecer una satisfacción inmediata derivada del propio significante, a diferencia de la lectura, cuya gratificación es retardada por provenir del significado y no de los signos del significante.

Satisfacción instantánea e hiperestimulación sensorial que la retroalimenta. Y cuando la experiencia no es gratificante cabe siempre recurrir al «zapping» para cambiar de canal. Las frustraciones se producen cuando en la vida no puede cambiarse de canal tan fácilmente, ni se puede acelerar el ritmo de los acontecimientos, viviendo con la impaciencia del zapping en los ojos y en el corazón.

De esta manera, la televisión es un catalizador del gusto del hombre actual del cambio por el cambio y se opone a la forja del carácter y las virtudes, la capacidad de entrega, sacrificio y auto-negación que requiere tantas veces la vida familiar y la educación de los hijos.

La paciencia y la asunción de los propios límites, personales e inherentes al mundo objetivo que nos rodea, son fundamentales para conocerse, aceptarse y crecer personalmente. Querer estar en todas partes al mismo tiempo significa no estar en ninguna parte. Querer saberlo todo comporta acabar sin saber nada.

Otro de los aspectos más característicos de la televisión es su capacidad para convertirlo todo en espectáculo. Realmente el espectáculo es la esencia de la televisión, tanto seleccionando aquella parte de la realidad que responde a esta exigencia, como imponiendo un tratamiento espectacular a cualquier realidad a la que se aproxima. Incluso la política se convierte en espectáculo, en el que lo importante ya no son las ideas, sino el deambular de los políticos, convertidos en personajes de una política espectáculo, en la que lo que cuenta es la imagen y el gesto político como recurso escénico, en la que la propaganda ideológica ha sido sustituida por la publicidad y los políticos se venden como si fueran cereales para el desayuno.

De esta manera, no sólo la televisión suplanta la realidad, sino que la reduce a su aspecto formal, a lo que cada cosa tiene de espectáculo, lo que supone el olvido de la esencia de las cosas.

La lógica del espectáculo conlleva la trivialización de la realidad para llegar a la audiencia más numerosa posible, situando el nivel de exigencia a la altura de las facultades de asimilación del sector más limitado del público, que es la condición que ponía Hitler a toda propaganda o comunicación de masas que quisiera ser efectiva. Con ello, por la propia exigencia del medio televisivo, el mensaje nace ya banalizado.

Joan Ferrés recoge al respecto el comentario de un conocido empresario de espectáculos americano que afirmaba que *«nadie ha perdido dinero en este negocio subestimando la capacidad intelectual del público»*.

Todo trivial, todo espectáculo... Como decía Huxley, lo más grave no es que nos riamos en vez de pensar, sino que ya no sabemos ni de qué nos reímos ni por qué hemos dejado de pensar.

En el triunfo de la cultura *light*, sin espesor ni peso, cultura ligera y adelgazada resultado del predominio del medio sobre el contenido, del imperio de lo efímero, lo que acaba vaciando también nuestro interior. La televisión alimenta así lo que Lamberto Pignotti (1976) llamó la sociedad de la supernada, del superismo, es decir, del superlativo sin sustantivo, del vacío, de la falta de sentido interno, de las sensaciones sin reflexiones, del accidente sin sustancia... en la que el vacío tiende a perpetuarse porque la fascinación suscitada por el propio espectáculo impide tomar conciencia de él.

La fugacidad y superficialidad de la información, hace que la poderosa toma de conciencia sobre determinados problemas o situaciones actuales que la televisión hace posible, pueda paradójicamente conducir a la insensibilización. La saturación o un mecanismo defensivo de delegación de responsabilidades ante la imposibilidad continuada de ninguna intervención personal directa y la irrelevancia práctica para la vida cotidiana de la mayoría de las informaciones, produce a la larga una astenia espiritual que hace imposible todo compromiso personal real.

Del «*podemos ver todo*» o «*nos ponen al corriente de todo*», del hambre de Ruanda a la guerra de Bosnia, se llega a la convicción implícita de que «*todo está controlado*» y por lo tanto de que no hace falta actuar porque ya otros se han hecho cargo de la situación.

La aparente involucración que genera la televisión es, pues, sólo de carácter emotivo, una participación por delegación o por simpatía, en todo caso más allá de la propia responsabilidad y posibilidad de implicación real.

De modo que esa participación mediada en todo, viene al final a resultar en una alienación en todo y una no implicación personal en nada; ni en lo próximo cotidiano por no tener la fuerza emocional de los grandes problemas mundiales, ni tampoco en éstos por estar controlados y trascender nuestra posibilidad de incidencia y responsabilidad real.

Finalmente, hay una última dimensión del impacto de la televisión que tiene especial trascendencia, por determinar una de las notas características de las llamadas sociedades post industriales: el consumismo.

Todo en la televisión incita al consumo. Aún más, la propia televisión se vive como consumo, puesto que el objetivo empresarial que la anima consiste en la obtención de beneficios de la publicidad, a cuyo servicio se diseña la programación, orientada fundamentalmente a la atracción de grandes audiencias que pueden ser ofrecidas a los anunciantes.

La televisión dispone al telespectador hacia el consumo, mediante la exaltación de las pasiones —término éste que empleo sin maniqueísmo alguno— y el incentivo encubierto, poder, placer, lucro... que la publicidad ofrece como premio por pensar o actuar de la manera propuesta, exactamente como el domador graba en la conducta del delfín un salto acrobático recompensándole con una sardina.

En el esquema televisivo todo es mercancía que se consume y es reemplazada por un nuevo objeto de consumo. Las propias noticias se compran y se venden, se emiten y consumen con la misma rapidez y frivolidad. Más allá de su valor intrínseco, el

interés de las informaciones se acaba cifrando en su novedad e instantaneidad, sin que importe la realidad que da origen a la noticia. Es un reflejo más de lo que con acierto Ferrés llama «la sociedad Kleenex», de la cultura de usar y tirar, de la moda que se desea, se consume y se reemplaza sin cesar.

La información se convierte en simulacro que no busca ampliar el conocimiento sobre una realidad compleja, sino generar un nuevo impacto en el universo emocional del espectador.

Entre programa y programa, la publicidad es el hilo conductor que liga un informativo con un concurso, una retransmisión deportiva con una telenovela, todo ello convertido en producto de consumo. La cultura se convierte en espectáculo, la realidad en ficción, el consumo en el fluido intersticial de la sociedad.

Caídas las viejas ideologías, la religión del consumismo ocupa todos los resquicios con sus nuevos rituales, de los que la televisión es el gran sacerdote y la familia, simplemente eso, la «unidad de consumo».

Televisión y sentido común.

Hemos visto hasta aquí la influencia ideológica que la televisión, tomando partido, ejerce conformando la opinión pública y alguno de los mecanismos mediante los cuales se produce la manipulación desapercibida. También el impacto de la pequeña pantalla sobre nuestra estructura sensorial y psicológica, y algunos de los posibles efectos en nuestra forma de acercarnos a la realidad y relacionarnos con el mundo.

Me queda, finalmente, por mencionar un último aspecto, el que considero más crucial de la influencia televisiva por la profundidad a la que se desarrolla y el previsible largo alcance de sus efectos: la afectación de la «filosofía de la vida», o, más propiamente, de lo que solemos llamar «el sentido común».

Afirmaba Leibniz que quien dominaba la escuela dominaba el mundo, y por eso en torno a la escuela han rendido batalla las grandes ideologías.

Hoy la televisión rivaliza con la escuela en capacidad de influencia y es por ello que su control ha atraído a cuantos aspiran a diseminar una determinada concepción del mundo.

Es este impacto en la troquelación del sentido común lo que caracteriza a la televisión, como caracteriza ya desde antes a la escuela y como caracteriza esencialmente a la familia, el ámbito por excelencia para la transmisión del marco de referencia que nos es fundamental para poder interaccionar con el mundo externo en el que vivimos.

Como explica luminosamente Rafael Gómez Pérez (10), en cada sociedad se conservan, a través de las instituciones, los modos de comportamiento necesarios para vivir en ella. Gracias a las instituciones se realiza la *traditio*, la entrega de algo a cada nueva generación. El concepto de tradición tiene primariamente por tanto un sentido estructural.

Una sociedad no está continuamente alterando sus esquemas de vida; al contrario, está constantemente perpetuándolos, como garantía de supervivencia.

La tradición opera principalmente por medio de la imitación: se hace lo que se ve hacer.

La institución en la que primariamente se da esa tradición por imitación es la familia, en el sentido amplio de la misma, que incluye relaciones de vecindad y amistad estrecha.

Dada la estructura y desarrollo del cerebro humano, en la infancia se aprende el comportamiento. El aprendizaje se lleva a cabo por observación y por experimentación, pero predominantemente mediante la imitación de modelos, de forma natural y con particular intensidad durante los llamados «períodos sensitivos» en la infancia. La capacidad de imitar es la base del aprendizaje. Todo lo que no se aprende por experiencia directa, se aprende por sumisión a una autoridad o por imitación de modelos atractivos.

Generalmente los modelos son los padres, hermanos, amigos, etc., por su cercanía y permanente contacto. El ambiente

(10) R. GÓMEZ PÉREZ: *Op. cit.*

familiar es el medio en el cual el niño aprende un modo de pensar, de hablar y de comportarse.

Cicerón llamaba certeramente a la familia el *seminarium re-publicae*, es decir, el seminario o semillero de la sociedad. La consideración de célula básica de la sociedad, otorgada tradicionalmente a la familia, es una realidad esencial y constitutiva en la naturaleza de las sociedades humanas, de profunda base socio biológica.

Durante siglos la visión del mundo y el sistema de valores eran transmitidos de manera casi exclusiva por la familia, la escuela y la Iglesia, y su resultado ha sido ese sentido común de las gentes de base realista y cristiana que ha conformado la llamada civilización occidental.

La irrupción de la televisión en los hogares introduce una nueva fuente de modelos a imitar y de referentes de valores, en rivalidad unas veces, en abierta confrontación otras, con la familia.

La televisión dificulta la experiencia directa, importante en el aprendizaje, pero tiene en cambio autoridad —ese tótem del que hablábamos— y resulta atractiva, de forma que puede ser inductora de conductas por mimesis y potenciar el aprendizaje de conocimientos y comportamientos.

Normalmente es a través de la adhesión emocional como se provoca en el receptor la aceptación de los valores éticos o ideológicos presentes en los distintos estereotipos televisivos.

Desde la primera infancia el niño se identifica con el padre y hace suyos ciertos valores de su progenitor. El proceso continúa luego a partir de cualquier sujeto que provoque identificación, y tiene especial intensidad durante la adolescencia, en la que el joven busca puntos de referencia para ir formando su propio criterio e identidad.

El adolescente aún carece de criterio sólido y de una posición personal frente a las cosas. Busca su identidad asumiendo nuevas actitudes y comportamientos, buscando una imagen de sí mismo que se ajuste a su idea del comportamiento de los mayores.

La televisión puede ejercer una marcada influencia en el adolescente al presentarle como referente válido «una vida de adul-

tos» falsa y estereotipada, así como una exposición mal dirigida de los problemas de los adolescentes, que puede agudizar aún más la crisis característica de esta etapa de la vida.

Los valores de referencia de carácter moral, ideológico o estético entran en la televisión de la mano de una implicación predominantemente emotiva e inconsciente, de forma inadvertida pero inseparable.

Como comenta el escritor Manuel Vicent, *«la cámara de televisión nunca es inocente: cuando se enamora de un asesino, lo absuelve»*. Y al revés, cuando a la cámara —al realizador— no le seduce una persona —o una idea—, por inocente que sea, la condena.

La televisión crea sí referentes de valores, comportamientos, actitudes, opiniones que jugarán un papel importante en el mundo personal, racional y emotivo de cada uno de nosotros, puesto que determinan los mecanismos por los que seleccionamos los aspectos de la realidad que nos son significantes, es decir, aquello que tiene interés y sentido para nosotros o, dicho en términos neurofisiológicos, el mecanismo con el que el sistema reticular de nuestro cerebro filtra nuestras percepciones sensoriales, aceptando unas y desechando otras, a partir de nuestras ideas, convicciones y valores.

La realidad actúa sobre el psiquismo, pero es desde la propia subjetividad como adquiere sentido el mundo que nos rodea. Por eso la televisión refleja lo que es la sociedad, pero más tarde la sociedad refleja lo que es la televisión.

La persona que percibe unos datos sensibles, o el espectador que percibe unas imágenes, establece hipótesis, realiza previsiones sobre las consecuencias probables, confronta la realidad percibida con sus experiencias previas, selecciona los datos pertinentes y tamiza con escotomas los accesorios, conecta los datos para estructurar situaciones, hace generalizaciones, inducciones y deducciones, sitúa elementos dispersos en un contexto, completa los vacíos y aspectos insuficientes, establece relaciones entre las percepciones y la realidad que conoce, filtra con las emociones presentes y pasadas...

Estos puntos de referencia individuales eran proporcionados hasta hace poco por la escuela, la Iglesia, la familia, que era el seminario... Un semillero en el que tenía lugar de generación en generación, la *traditio*, la transmisión imperceptible del depósito que encerraba las claves sagradas de la sociedad tradicional, el «saber» iniciático para vivir en comunidad y ser parte homogénea de ella, haciendo posible su perpetuación y recreación renovada en cada generación.

Hoy la televisión irrumpe en este ámbito causando una disrupción cuyas profundas consecuencias quizás aún no somos capaces de valorar suficientemente.

Esta es la importancia trascendental de la televisión, el «tercer padre», la «gran educadora», un rival o un aliado de la familia que compite por troquelar nuestros referentes y ese densísimo compendio de civilización que llamamos «sentido común».

Rival o aliado también de la Iglesia, pues al definir la forma de actuar, los criterios para discernir el bien y el mal, al dar pautas sobre lo bello, lo bueno y lo importante —lo «in» y lo «out», pues todo es mudable, sin que existan valores firmes— y dar las normas de comportamiento personal, familiar y social, de hecho la televisión se convierte en una nueva religión.

Una religión, o una religión, es decir, una forma de relacionarse unos con otros y con la sociedad, basados en una visión materialista de la vida, propiciada a base de presentar continuamente al hombre como si no tuviera alma y al mundo como si no hubiera Dios. Una religión sin valores estables ni verdades eternas, frágilmente asentada sobre la estabilización en el caos de unas opiniones cambiantes y unas posiciones siempre controvertibles.

La influencia de la televisión no reemplaza a la familia, sino que una vez que el nuevo «sentido común» propiciado por la televisión arraiga en las familias, éstas se convierten en los más eficaces catalizadores para su difusión, beneficiándolo ahora de esa acción capilar por antonomasia que estructuralmente corresponde a la familia en la sociedad.

Por eso, si la televisión es un gigantesco agente de transfor-

mación social es precisamente porque actúa sobre la familia y utiliza su carácter vehicular, como lo denomina Gómez Pérez, «cambiándole de signo», obteniendo con ello una potenciación de su mensaje.

La familia no es sólo un termómetro de los cambios culturales, sino uno de sus principales agentes. Positiva o negativamente, lo que va siendo la familia —hoy tan frecuentemente permisivista, caótica, desjerarquizada...— es lo que en un futuro será la sociedad.

La película española, recientemente estrenada, «*Al fin solos*», con una familia «*de ahora*» como protagonista, y su contraste, en cuanto a lo que son valores familiares, con aquél arquetipo de una época que fue la titulada «*La gran familia*», constituyen un ejemplo expresivo de lo que estamos diciendo. Los hijos de una pareja para la que «todo es posible», porque no hay nada inmoral —todo lo más un problema de sincronización entre los ritmos de evolución de cada uno—, crecen interiorizando esa falta de moralidad objetiva. A su vez, esos elementos de relativismo ético que entran a formar parte de muchos hogares-seminario, determinarán la caracterización progresiva de una sociedad permisiva y tolerante de cualquier opción individual.

La mayor tasa de divorcios entre los hijos de divorciados es un simple refrendo estadístico de la veracidad de lo que afirmamos.

Una familia a la que se han cambiado los valores, transmite otros valores y genera una sociedad diversa. Así lo ha entendido el naturalismo más o menos organizado. Por eso no se trata ya de eliminar la familia, como quería Engels, sino de cambiarla de signo, como pretendió Gramsci y buscan hoy todos sus discípulos conscientes e inconscientes.

Lo que hay que destruir es la familia cristiana, la familia tradicional, la familia ordenada según los principios del derecho natural, que constituye un dique en el que se estrella la pretensión de crear un orden social voluntarista y sin Dios.

Una llamada a la acción.

Y llegamos así al término de este trabajo, sobre un tema de suyo interminable. Son otros muchos los ángulos bajo los cuales cabría analizar el impacto de la televisión sobre la familia, y muy especialmente sobre la infancia y la juventud. Desde perspectivas psicológicas hasta políticas, que ayudarían a entender desde ciertos comportamientos juveniles hasta las nuevas formas de colonialismo ejercido en nuestro siglo por los países dominantes, y en particular por Estados Unidos.

La pregunta clave desde una perspectiva responsable, desde una postura política o de acción cultural, pero también desde nuestra posición más común de padres de familia es: ¿Qué podemos hacer? ¿Cómo debemos, en términos prácticos, comportarnos y qué pautas debemos tratar de seguir en nuestros propios hogares?

Por mi parte estoy de acuerdo con los planteamientos de Gómez Pérez, de Ferrés, de Jorge Yarce y los otros autores que he ido citando a lo largo de esta exposición: carece de sensatez pensar sólo en lo negativo de la televisión, o pretender suprimir la televisión de los hogares para que no cause estragos. Como también adoptar ante ella una postura de impotencia como si fuera una fuerza telúrica que no puede controlarse.

Los padres pueden hacer de la televisión un elemento positivo para la educación de los hijos y la vida familiar. No es cierto que no puedan hacer nada. Su capacidad de acción y su influencia en el hogar y sobre sus hijos es muy grande, es aún mayor que la de la televisión... siempre que estén dispuestos a ejercerla sin abdicar de su papel de educadores y modelos de sus hijos.

No existe una neutralidad de la televisión frente a la familia, ni de la familia frente a la televisión: hay que convivir con ella, pero poniéndola al servicio de la familia, sabiéndola utilizar para que la formación y valores humanos de la familia se impongan sobre el materialismo práctico y el consumismo que destila la televisión.

Hay que preparar en el hogar y en los colegios para ver la televisión, que se ha convertido en el fenómeno cultural de más alcance de la historia de la humanidad. La actitud adecuada para ello es la aceptación crítica, que no cae ni en el optimismo ingenuo ni en un catastrofismo estéril, que entiende la ambivalencia del medio, sus limitaciones y contradicciones, pero también sus posibilidades.

En 1977 Umberto Eco escribió: «*La civilización democrática se salvará si hace del lenguaje de la imagen una provocación a la reflexión crítica, no una invitación a la hipnosis*» (11). Reflexión crítica significa entender el lenguaje televisivo, comprender el sentido implícito y explícito de los programas e informaciones y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas entre lo que aparece en la pantalla y la realidad del mundo que nos rodea.

La escuela debe enseñar a ver la televisión si quiere ayudar a las nuevas generaciones a interpretar los símbolos de la cultura en el mundo que les ha tocado vivir. Sólo así la educación escolar podrá cumplir su obligación de preparar a los jóvenes a integrarse de una manera reflexiva y crítica en la sociedad.

La escuela no puede ignorar ni hacer caso omiso de la actividad a la que sus alumnos dedican el mayor número de horas de sus vidas. Los colegios deberían hoy educar *con* la televisión, porque es un medio de posibilidades extraordinarias para la actividad docente, pero deberían, sobre todo, educar *sobre* la televisión, ayudando a entender y descifrar todas sus perspectivas: técnicas expresivas, ideológicas, sociales, éticas, culturales... El tantas veces mencionado libro de Joan Ferrés propone esquemas de extraordinario valor para ello.

Por otra parte, la responsabilidad de la familia es clave, pues el hogar es el ámbito en el que normalmente se ve la televisión.

El problema no está sólo en los programas que se emiten, sino en el criterio necesario para seleccionar la oferta televisiva.

(11) U. Eco: *Op. cit.*

Como recuerda el Papa (12), *«Dios ha investido a los padres con la grave responsabilidad de ayudar a los hijos a buscar la verdad y a vivir en conformidad con la misma, a buscar el bien y a promoverlo».*

Por tanto, además de ser espectadores en grado de discernir por sí mismos, los padres deberán contribuir activamente a formar en los propios hijos hábitos en el mirar la televisión que lleven a un sano desarrollo humano, moral y religioso.

Los padres debieran también discutir de la televisión con los propios hijos, poniéndoles en condiciones de regular la cantidad y calidad de los programas y de darse cuenta y juzgar los valores éticos que están en la base de determinados programas, porque la familia es *«el vehículo privilegiado para la transmisión de aquellos valores religiosos y culturales que ayudan a la persona a adquirir la propia identidad».*

«Formar los hábitos de los hijos, a veces, puede simplemente querer decir cerrar el televisor porque hay algo mejor que hacer, porque la consideración hacia otros miembros de la familia lo pide o porque la visión indiscriminada de la televisión puede ser perjudicial. Los padres que hacen uso regular, prolongado, de la televisión, como una especie de niñera electrónica, abdican de su papel de educadores primarios de los propios hijos».

Hasta aquí el Papa en su catequesis de este año Internacional de la Familia sobre un tema importante, en el que no podía faltar la orientación maternal de la Iglesia.

Así pues, a modo de conclusión y de síntesis, una llamada a la acción de todos los padres, maestros y educadores, para recuperar la iniciativa, desde la esperanza y la confianza, y desde la ingenuidad.

La esperanza y la confianza se fundamentan en la convicción del tremendo potencial educativo que, aún en medio de todas las demás influencias, Dios ha puesto en manos de la familia y los padres y que hoy más que nunca es necesario movilizar.

(12) Alocución «Televisión y Familia: criterios para saber mirar», *vid. supra.*

Ayudando a poner a la televisión en su justo lugar, estaremos fortaleciendo la familia verdaderamente humana y la familia cristiana, en la que el amor y la entrega sean la base de la unión de los esposos y con los hijos. No sólo ayudaremos así a reconstruir, como pedía San Pío X, desde sus cimientos un mundo que se tambalea hoy entre el temor y el desorden, sino que habremos ayudado a revitalizar la familia, ese seminario primigenio de entrega de la tradición y ese ambiente fundamental, acaso el único, en el que el hombre, con independencia de lo que tenga, es tratado como lo que es y preparado para insertarse en la comunidad humana a la que pertenece.

¡Que la Sagrada Familia de Nazaret nos anime siempre en esta tarea!