



EN TEORÍA

La batalla de la pantalla

por M. Alonso Erasquin*

Hablar de la televisión como competidora o como aliada del libro, en relación con el ocio infantil, exige, según el autor, un mínimo análisis que supere la mera confrontación de cifras, y conecte de una manera global con la consideración de los comportamientos y usos culturales de la sociedad.

La teledependencia infantil no es un fenómeno que provenga exclusivamente de la fuerza o del imán que ejercen los mensajes audiovisuales, ofrecidos a domicilio y gratuitamente. Son varios los factores que influyen en la evolución del comportamiento de los chicos durante su tiempo libre. La pérdida de espacios dominables y dominados, tanto en la calle como en los hogares, es uno de los más notorios. La ausencia de aprendizaje (escolar o familiar) para abordar con autonomía e independencia activa, y no con voracidad consumista, la ocupación, no lo es menos. El televisor capta pues, con su fuerza innegable, a receptores predispuestos para ser, más tarde, atrapados y atezados por la fuerza del medio y por el valor de cambio que en la relación entre iguales merece el conocimiento de sus mensajes.

Una vez sentada esta cautela básica, podemos reflexionar con menor apriorismo —y no por ello con menor severidad— sobre las relaciones entre las funciones de *telespectador* y de *lector* que el niño desempeña.

Algunas cifras elocuentes

A partir del contraste de diversos datos sobre audiencia, debemos man-

tener que el tiempo dedicado a ver televisión, por parte de los españoles comprendidos entre los cuatro y los trece años, ha ido gradualmente en aumento, desde las veinte horas semanales de 1980, a las más de veintitrés de algunos periodos de 1989. En paralelo, la oferta de programas de televisión específicamente dedicados al público infantil ha pasado de las ocho horas semanales de TVE, en 1980, a las siete diarias (por solapamiento de las cerca de doce que programan todos los canales españoles en su conjunto). De manera que, en la actualidad, se da la curiosa paradoja de que nuestras televisiones dedican a los niños y adolescentes entre un 12 y un 15% de su tiempo de programación, mientras que ellos dedican a la pequeña pantalla un equivalente porcentaje de su existencia.¹

El 34% de los niños españoles veían también vídeo diariamente a fin de 1989, empleando en ello alrededor de una hora. Lo cual situaba la media diaria de toda la población, para esta actividad, en unos veinte minutos, cuando un año antes estaba en quince, y dos antes, en siete.²

Sin embargo, los hábitos respecto a la lectura son más estáticos y más débiles, puesto que, entre la población de seis a catorce años, el número de



Jem, la chica pop.



Los Picapiedra.

lectores de libros (una vez al menos, en un periodo de tres meses) se situaba en torno al 11%, tanto en 1980 como en 1985, frente a una media de 41% en el total de la población con edad superior a los seis años;³ y, en 1988, el porcentaje de jóvenes de 15 y 16 años que se declaraba *aficionado* a la lectura de libros era de 49% en los varones y de 75% en las mujeres, mientras que sólo el 7% de ellos y el 18% de ellas dedicaban, de hecho, algún tiempo a esa actividad. Lo cual situaba las medias globales diarias de lectura de libros en cinco minutos (masculina) y trece minutos (femenina). Las correspondientes de televisión eran, para esas mismas edades, de dos horas y cincuenta minutos, en ellos, y de dos horas, en ellas.⁴

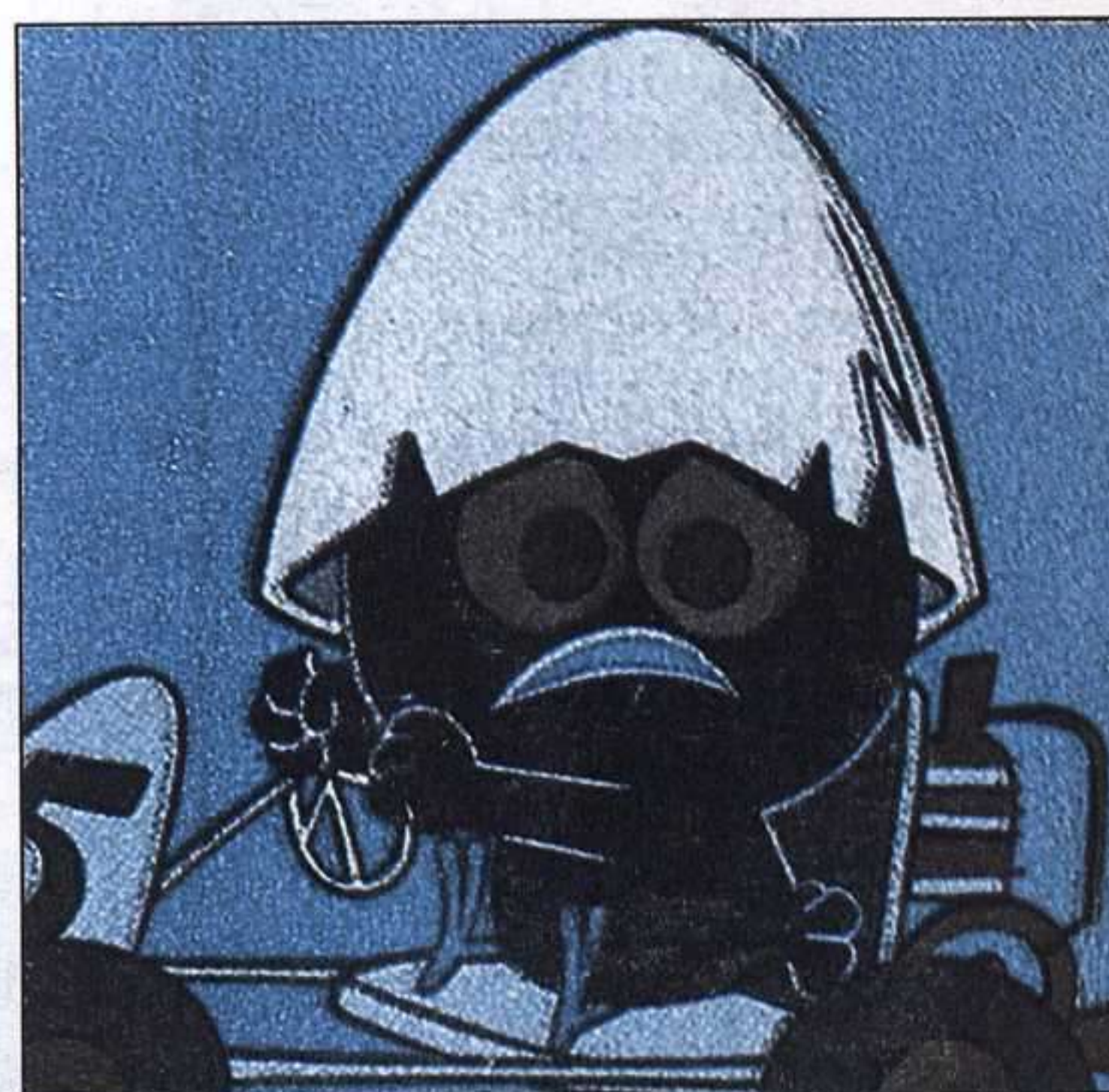
Lo más alarmante de los datos que poseemos respecto a las prácticas culturales de los jóvenes, en relación con la lectura, es que esta actividad se sitúa en el undécimo lugar del escalafón en la ocupación del tiempo libre de los varones (tras TV, charlas/copas, deporte, paseo, no hacer nada, escuchar música, aficiones, juegos, radio, y excursión/baño) y en el quinto del de las mujeres (tras TV, charla/copas, paseo y escuchar música). Y lo más elocuente, desde la perspectiva que en este instante nos ocupa, es que la di-

cotomía o enfrentamiento entre televisión y lectura resulta incompleta y falaz. La televisión domina, sin duda, pero no arrasa por igual en todos los terrenos de la oferta cultural concurrente. Si la disyuntiva estuviera entre *televisión* y *libro*, podríamos hacer piruetas de alegría, pues una disminución de la atención a la televisión desencadenaría, de inmediato, un aumento del tiempo dedicado a la lectura. Sin embargo, las alternativas al libro son muchas otras (afectadas también, a su vez, por el drenaje de la televisión), que deben ser tomadas en cuenta como *competidoras secundarias* del libro.

El masaje social

La estimulación de la lectura aparece, a la vista de los datos que hemos sintetizado, como una necesidad indiscutible en el fomento de una elevación del nivel cultural de los españoles. Las políticas culturales y educativas y la práctica docente, no se mantienen ajenas al problema. Pero las actuaciones no parecen revestir la fuerza ni la dirección más adecuadas.

El elemento clave de debate sigue siendo, a mi entender, la vinculación de la estimulación del hábito lector con los ámbitos y los quehaceres es-



Calimero.

colares, tanto por las iniciativas de los maestros como por el enfoque de las campañas oficiales.⁵ Con mayor o menor potencia, y dentro de la actual organización de las actividades docentes, el fomento de la lectura literaria viene ineludiblemente revestido de dos notas problemáticas: *sectorialización* (discriminatoria, en buen grado) y *estudio*. Toda aproximación de la *lectura* a la obligatoriedad normativa del trabajo escolar oscurece fronteras en la necesaria separación entre las obliga-

ciones formativas y el disfrute del tiempo de ocio. Cualquier propuesta de actividad sectorial que no sea claramente entendida como privilegio de un grupo social respecto a los restantes, puede ser tomada, con gran facilidad, como carga o exigencia. Las condiciones para que el fomento de la *lectura* dentro del ámbito escolar se vean como privilegio lúdico otorgado a los escolares, son escasas entre nosotros. Quizá la deseable variación de horarios, con respeto de las horas de sobremesa para actividades plenamente separadas del aprendizaje normativo y pautado, pudiera abrir un marco para un fomento más adecuado de la lectura (y también de otros menesteres no directamente *instructivos* y *adiestradores*) a través de la institución escolar.

Pero, si se desea que el masaje a favor de la lectura penetre en los niños y adolescentes, las acciones de promoción y de reconocimiento de la actividad lectora tienen que estar presentes con fuerza en ámbitos y momentos diferentes a los escolares, y claramente identificados con el aprovechamiento del tiempo libre. Recordemos que

el actual incremento potente de la audiencia infantil de vídeo viene, en muchas ocasiones, fomentado dentro de la familia, por comodidad o indiferencia, respecto al modo de distracción de los chicos. Y recordemos también que en los hogares no existe casi nunca presencia y protagonismo de la lectura como opción fuerte de disfrute.

La presencia efectiva del libro en la satisfacción del tiempo de ocio familiar y en las ofertas institucionales de ocupación distractiva pueden (y deben) ser factores mucho más eficaces que la actividad escolar «light» (baja en docencia), para una identificación del niño con la lectura/placer. Desde este punto de vista, la promoción del libro y de la lectura habría de plantearse de una manera global, dirigida a los núcleos y situaciones naturales en los que se administra la distribución del tiempo libre. Una adecuada presencia de los libros en los programas de televisión, también debería contribuir a ello. Las posibles acciones de política cultural son, en estos terrenos, más complicadas que las que se enfocan sobre la escuela, pero po-

demostramos apostar a favor de que, puestas en marcha con seriedad, resultarían bastante más eficaces desde un enfoque de evaluación cualitativa.

El libro en el teleuniverso

La mayor o menor presencia —escasa, para unos; suficiente, para otros— de los libros en la programación de televisión, ahora y entre nosotros, tiene más de pedagoga y sería que de natural e integrada en lo cotidiano. Los programadores de TVE han dedicado lugar y atención a los libros y a la lectura en muy diferentes espacios y momentos, que no referiremos aquí.⁶ El denominador común de esas atenciones era (casi sin excepción) hablar de libros y presentarlos directamente, o incluirlos de forma tangencial —y forzada, bastantes veces— en los desarrollos de discursos diversos, y con un enunciado (maquillado o no) de recomendación desde la acera de lo «serio».

Pero el libro como protagonista definido y explícito, en cuanto a su capacidad de ser fuente de distracción placentera —la «felicidad» de la lec-



Buck Rogers.



Los mundos de Yupi.

D

P U B L I C A C I O N E S S M

i

v

u

l

g

a

c

i

ó

n

Para que no te quepa la menor duda, Ediciones SM te presenta sus libros. Para aclararte todo lo que tengas oscuro. Libros de consulta con tus temas favoritos. Fáciles de leer. Con fotografías de todo lo que de verdad te interesa. La Historia del Hombre. El Universo de Asimov. El Origen de Nuestras Civilizaciones. Y muchos más. Que no te quepa la menor duda, todos son de Ediciones SM.

ediciones

sm

ABIERTOS
AL FUTURO

HISTORIA DEL HOMBRE EUROPA EN LOS TIEMPOS DE GRECIA Y ROMA

ILUSTRACIONES DE ANTONIO MOLINO



ediciones sm

HISTORIA DEL HOMBRE

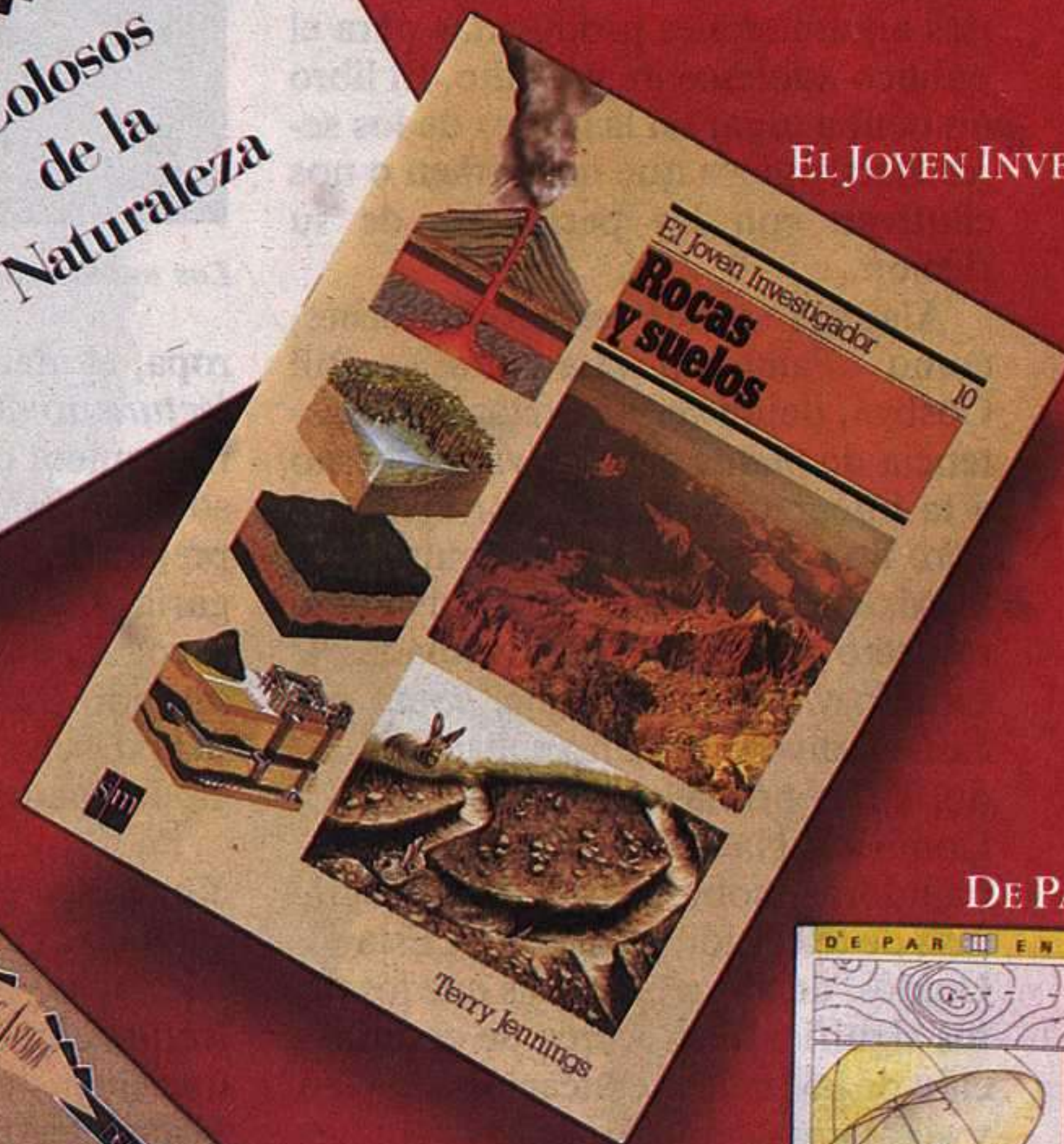
DINOSAURIOS Y AVES



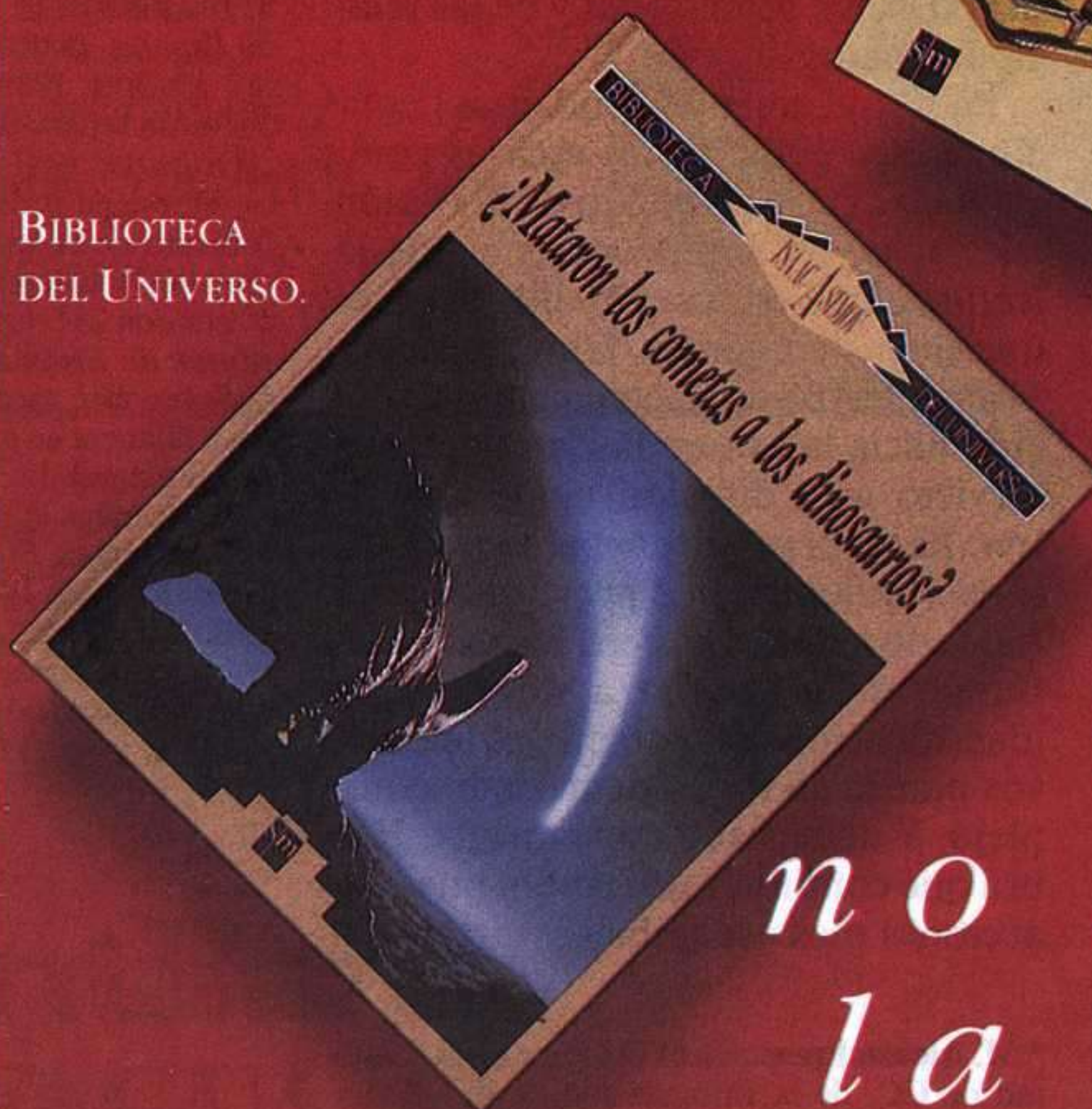
HISTORIA
de la vida
sobre la Tierra

texto de Giuseppe Minelli
ilustraciones de Lorenzo Orlandi

sm

HISTORIA DE LA VIDA
SOBRE LA TIERRA.EL PATRIMONIO
DE LA HUMANIDAD.

EL JOVEN INVESTIGADOR

BIBLIOTECA
DEL UNIVERSO.

DE PAR EN PAR

Que
no te quepa
la menor
duda.

JOAQUIN TURINA, 39. 28045 MADRID.
COMERCIALIZA CESMA, S. A.
AGUACATE, 25. 28044 MADRID.

tura que Borges reivindica a partir de Montagne y Emerson—,⁷ está ausente de las historias electrónicas de cualquier envergadura. Los personajes de las series de éxito no leen mucho ni poco, no son puestos en circunstancias de mantener con los libros la menor relación gozosa. Ni Caponata, ni Espinete, ni Yupi, ni Epi y Blas, ni muchísimo menos los «héroes» deportistas de los modernos dibujos japoneses, se muestran no ya disfrutando con la lectura, sino tan siquiera leyendo. Y lo mismo ocurre con las series argumentales producidas para el público adolescente y adulto. El libro no ocupa lugar en las vidas de los seres electrónicos que nos atraen o nos cautivan con las peripecias de su ficción.

Algunas series estadounidenses, como «Fama» o «La hora de Bill Cosby», dejan ver a las claras la existencia de *metas* persuasivas en torno a la integración racial, por ejemplo. Pero no adivinamos en ninguna serie la existencia de metas persuasivas con respecto a la lectura desvinculada del estudio y del aprendizaje, como opción de diversión. Un análisis realizado, en la primavera de 1988, por la Comisión Nacional de Mujeres Trabajadoras, sobre diecinueve programas de televisión emitidos en Estados Unidos, dejaba a las claras que los datos significativos acerca de composición de la familia, educación, empleo, y economía familiar de los protagonistas de las series, difieren sensiblemente de los correspondientes a la media estadounidense real.⁸ Las protagonistas de las series pertenecen a clases acomodadas en un 94%. Ese universo electrónico presenta «chicas atractivas con futuros prometedores y madres que han tenido éxito en la vida, pero sin dar ninguna clave de cómo estas adolescentes que aparecen en la televisión podrán alcanzar sus metas...». «Salvo raras excepciones, las adolescentes aparecen retratadas como adictas a las compras, y sus principales intereses en la vida son la



Los mundos de Yupi.

ropa, el maquillaje y los chicos».⁹ La *lectura* no queda citada en el informe ni siquiera como ausente del universo electrónico analizado. Y podemos preguntarnos si su consideración llegaría a olvidarse a las analistas, preocupadas, eso sí, por el escaso y sesgado tratamiento de los estudios, del porvenir profesional y de las relaciones padres-hijos.

Paradójicamente, podemos concluir que dentro de las escasas coincidencias entre el mundo de la ficción televisiva y el real, la ausencia de la *lectura* como ocupación distractiva es una de las existentes. Unos protagonistas electrónicos con más inclinación hacia la lectura harían un eficaz servicio a la difusión del placer de leer. Es tarea pendiente para los inventores y guionistas de programas y seriales de televisión. Pero buscar el estímulo de la lectura a través de la identificación con personajes televisivos parece un rodeo demasiado complejo. Y demasiado dependiente. Habrá que continuar pensando, pues, en acciones más asequibles y directas. ■

* M. Alonso Erausquin es profesor de la Facultad de CC. de la Información de la UCM y autor de literatura infantil.

Notas

1. Datos facilitados, fundamentalmente, por la Secretaría de Estudios de Análisis de Contenido e Investigación de Audiencia de TVE y completados con la consulta de publicaciones del Estudio General de Medios.
2. Ídem.
3. Resultados de las encuestas sobre comportamiento cultural de los españoles realizadas por el Ministerio de Cultura.
4. Instituto de la Juventud, *Informe Juventud en España, 1988*, Ministerio de Asuntos Sociales, Madrid, 1989, págs. 186 y ss.
5. Según señala el informe *Dos años de política cultural, 1983-84*, del Ministerio de Cultura, en ese período se realizó una campaña de fomento de la lectura en 780 centros de EGB (500 000 escolares, en treinta provincias), y se efectuaron 254 «encuentros literarios» en 55 institutos de Enseñanza Media.
6. Sobre este asunto, realiza una útil revisión Paco Climent en «Televisión-Libro infantil. ¡Esa extraña pareja!», en *Alacena*, n° 11, primavera 1990, págs. 13-14.
7. J.L. Borges, *El libro en Borges oral*, Bruguera, Barcelona, 1980, págs. 22-24.
8. S. Steenland, *La educación en la programación, en las horas de mayor audiencia*, Comunidad de Madrid, Madrid, 1990, 36 págs.
9. Ídem, págs. 15 y 19.