

¿HAY UNA FORMA ADECUADA DE USAR LA TELEVISIÓN?

NOTARIO HERRERO, FELIX. Pediatra. Albacete.

La televisión, ese fabuloso invento, por sus características de rapidez, simultaneidad y universalidad, es el medio de comunicación de masas por excelencia. El impacto de la televisión en la vida del niño es incuestionable, es la mayor fuente de información e influencia en su mundo. En España ver la televisión se ha convertido en la segunda actividad del niño después del sueño.

Programas y publicidad influyen en la salud infantil. En algunos niños el tiempo que pasan delante de un televisor excede ampliamente al que permanecen en la escuela, superando con facilidad las 20 horas semanales. Las horas preferidas por la audiencia infantil son las primeras de la mañana, antes de iniciar su actividad escolar, a la hora de comer y, el horario estrella, al llegar a casa después de la jornada escolar, sobre todo en niños desde los 2 a los 11 años, si bien desafortunadamente muchos niños terminan viendo la tele en el horario nocturno, mal llamado familiar.

Los niños y adolescentes, según la UNESCO, son uno de los grupos más consumidores de televisión. Además son más vulnerables a sus efectos en función del tiempo que pasen viéndola por un fenómeno acumulativo, convirtiendo el mundo expuesto en televisión en su propio mundo. El mensaje televisivo se convierte en su mundo "real". Por eso es importante evitar que el niño pase un tiempo excesivo delante del

televisor. Esta visión del mundo que se ofrece desde la televisión, en ocasiones injusta, falsa o ampliamente distorsionada, no va a favorecer conductas ni actitudes prosociales, solidarias o positivas en el niño y adolescente.

Mensajes relacionados con la violencia en todas sus facetas y que pueden estar presentes en programaciones que van desde las teleseries a los vídeos musicales, pasando por algunos dibujos animados, etc. o mensajes relacionados con el sexo también desde la amplia oferta televisiva, son frecuentes e inadecuados y van a crear desgraciadamente patrones de conducta claramente alterados.

Un aspecto importantísimo a la hora de valorar este consumo televisivo es la influencia de los programas y especialmente de la publicidad en la salud infantil. La publicidad, hoy más que nunca, está dirigida a niños y adolescentes, ya que supone "pequeños grandes bolsillos", y ellos son ya y serán mañana los grandes consumidores. La publicidad carece en muchas ocasiones de rigor y veracidad y va a influir en aspectos tan importantes como la alimentación y el juego. El anuncio publicitario reúne las condiciones idóneas para sintonizar con el pequeño telespectador: imágenes condensadas, impresionantes, sincrónicas, polisensoriales, etc., en suma, una "maravilla" que no fatiga y que capta la atención del niño. Baste

sólo un dato: aproximadamente el 75% de los mensajes televisivos relacionados con la salud son anuncios comerciales. La televisión va a influir de alguna manera y como dato muy importante en la dinámica familiar, en el rendimiento escolar y en el ocio del niño y del adolescente.

¿Qué hacer entonces?, ¿cómo mejorar el consumo televisivo?, ¿cómo usar mejor este sensacional invento?.

En primer lugar deberíamos tener información de los riesgos psicosociales que la visión prolongada e indiscriminada pueda tener en los niños, para poder aconsejar a nuestros hijos sobre aspectos negativos sobre la salud de la TV.

Ayudar a crear en el niño una mentalidad crítica, que lo proteja en su desarrollo psicoemocional del bombardeo publicitario y de los programas que incitan a hábitos de vida poco saludables y antisociales. Y por último, padres y pediatras deberíamos influir sobre los poderes públicos para que legislen y consensúen con los entes televisivos, públicos y privados, una programación y publicidad que responda plenamente a las exigencias reales de nuestros niños y adolescentes y proteja sus derechos.