

# Familia, televisión y educación

Flor de Lis Agudo Santamaría

## Introducción

Es universalmente reconocido que vivimos en un mundo en el que los medios de comunicación son omnipresentes. El tema de la TV y, en términos más amplios el de los medios audio-visuales, es un tema actual y de interés social, no sólo para ciertos sectores especializados, sino para la sociedad en general, por su honda repercusión individual y social. Podría decirse que es uno de los grandes temas de nuestro siglo ya que los medios de comunicación y en especial la TV, contribuyen a que la sociedad sea de una forma u otra, modificando, a su vez, no solo la escuela, sino a la familia, introduciéndose en ella un nuevo miembro, al que se ha dado licencia para ser protagonista y está contribuyendo a su propia transformación.

Se podría afirmar siguiendo a Nazareno Taddei, que nos encontramos ante lo que podríamos llamar la generación de la TV. Generación imposible de comparar con otra, ya que en ningún otro momento un solo factor, «la TV», ha influido tan directa, rápida y pasivamente en la vida de la población, haciéndose cada vez más precisa «una educación para la imagen y con la imagen». Es evidente que los medios de comunicación, han dado lugar al paso de la cultura letrada a la cultura audiovisual, pasando a priorizarse el lenguaje icónico sobre el verbal y alterando el concepto clásico de comunicación, entendida como «proceso de interacción y relación humana», concibiéndose como «un fenómeno unidimensional del que habla al que escucha». Indiscutiblemente los medios de comunicación figuran como uno de los impulsores básicos de la cultura actual que camina de forma inevitable detrás de la economía, por lo que hay que tener en cuenta los numerosos intereses que subyacen detrás de la TV, ya que ocupa el primer lugar entre los medios de comunicación, por su influencia, difusión, aceptación e instantaneidad, convirtiéndose en una verdadera «arma psicológica» de nuestro tiempo.

La TV es hoy la fuerza más poderosa que actúa controlada bien por el Estado o por diversos grupos políticos, ideológicos y financieros que saben de nosotros más que nosotros mismos. Pero a pesar de que todos reconocemos su influencia, los sistemas educativos evolucionan en este campo con una lentitud asombrosa, poniendo todavía el énfasis en los aspectos verbales, prestando poca atención, o más bien ninguna a la aplastante experiencia visual y a sus repercusiones, incluso la incipiente utilización de los medios audiovisuales en el aula carecen de rigor y fines claros, reforzando, por lo general, la experiencia pasiva como consumidores de TV.

Cabría preguntarse si ni la familia ni la escuela, enseñan a ver la TV, para que mundo educan, pues es evidente que vivimos en un mundo dominados por imágenes y en un futuro próximo pasarán a ser avasalladoras, debido al creciente desarrollo tecnológico: tecnología de la comunicación, satélites de radiodifusión, sistemas de cable bidimensional, combinación de computadora y TV, videocasette, videodisco... Se hace, por tanto, urgente revisar algunos planteamientos educativos en materia de comunicación y alfabetización visual, tanto en la familia como en la escuela y una vez más compartir ambas instituciones la responsabilidad de preparar a los niños/as y jóvenes para vivir en el siglo XXI. Desde un enfoque holístico la educación sólo será eficaz si los padres, profesores y profesionales de los medios fomentan la interacción e integración con un objetivo común «la comprensión crítica de los medios». Si en algún área se requiere la implicación de los padres es en esta puesto que la TV incide directamente tanto en las personas como en los hábitos y valores familiares.

No quisiera transmitir una imagen catastrofista, o apocalíptica de los medios de comunicación, la TV y la familia, ni tan siquiera entrar en discusiones maniqueistas de si son buenos o malos los medios audiovisuales, si se debe ver o no ver la TV, pero sí hacer llegar un mensaje de utilidad y realismo dejando siempre abierta una puerta a la esperanza, puesto que de los medios de comunicación se pueden hacer diversas lecturas y una de ellas es que el espectador no es tan pasivo como parece, no se traga ante la TV todo lo que le echan, sino que va escogiendo lo que más le gusta. Desde aquí intentaremos responder a cuestiones como ¿qué les mueve a ponerse ante el televisor?, ¿qué uso hacen de ella?, ¿qué efecto tiene en sus vidas?, ¿que lugar ocupa en la familia?

## **1. Poder socializador y fascinador de la TV**

Cuando se habla de que la TV está desbancando a la familia en su función educadora, es difícil de creer, pero si se podría pensar que en cierta medida la TV va ocupando un lugar importante en el proceso socializador de las personas, pues posee todos los elementos socializadores necesarios.

Joan Ferrés afirma:

«Hoy es la TV la que se ha convertido en instrumento privilegiado de penetración cultural, de *socialización*, de formación de conciencias, de transmisión de ideologías y valores, de colonización»<sup>1</sup>.

En esta línea podríamos continuar diciendo que la TV se convierte en un agente socializador a través de la observación indirecta y de la interpretación que hacen las personas de la realidad, pero esencialmente mediante la «imitación de modelos propuestos», estos modelos pueden ser deformantes, si refuerzan estereotipos negativos, o contribuir a la formación de una sociedad más humana y pluralista, ayudando a los niños y jóvenes a asumir la realidad en toda su complejidad.

Para Umberto Eco la TV:

«Constituye un puro fenómeno sociológico, hasta el presente incapaz de dar vida a creaciones verdaderas y propias, aparece, sin embargo, como fenómeno sociológico capaz de instaurar gustos y tendencias, de crear necesidades, esquemas de reacción y modalidades de apreciación, aptos para resultar, a breve plazo determinantes para los fines de evolución cultural, incluso en el campo estético»<sup>2</sup>.

Hoy es, por tanto, una realidad que la TV, ya sea mediante las noticias, los dibujos animados, las películas o la publicidad socializa manifestando y potenciando una cultura, una lengua, unos mitos, unos roles; unos estereotipos; un sistema de valores, en consecuencia una forma de ver la vida muchas veces importada y estratégica. En la TV, los sucesos, las imágenes falsas o empobrecidas, la reducción de hechos complejos a esquemas simples, hacen que el espectador y en especial los niños y jóvenes se forme una imagen simplista impidiendo que alcance con lucidez una comprensión real, sembrando confusión y reduccionismo; cayendo en concepciones erróneas del hombre y de la vida. Los efectos especiales fascinan al espectador y dificultan aún más la distinción entre fantasía y realidad. Siendo niños/as y jóvenes los más vulnerables debido a que la infancia es el período de la vida del hombre en el que nos encontramos más receptivos para aprender, no tenemos criterios sólidos de elección, ni una conciencia moral formada.

Cuando hablamos de la TV y de su importancia en el proceso de socialización de las personas no podemos olvidar tres aspectos importantes:

1 J. Ferrés (1995), *TV y Educación*, Barcelona, Paidós.

2 U. Eco (1993), *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 10.<sup>a</sup> edición.

1. En palabras de Mac-Luhan «el mensaje es el medio». Esto viene a decir que la TV posee en sí misma unas potencialidades tales que constituye cualquier mensaje.

2. El efecto socializador se multiplica cuando la TV se convierte en el «tercer padre» o la «niñera electrónica». Al hacerse cargo de entretener en los ratos de soledad y aburrimiento, mientras los padres trabajan o realizan alguna otra actividad, el niño/a, queda a merced del influjo televisivo. En muchos hogares adquiere tal poder que posee más autoridad que el padre o la madre. En no pocas ocasiones los modelos propuestos en la TV entran en contradicción con las costumbres, valores y formas de pensar de los padres suponiendo una batalla en la que gana por supuesto la TV: «madre blanda» que nunca exige nada y ofrece tanto.

3. La TV es denominada «escuela paralela». La imagen es también la protagonista de la enseñanza no formal, una imagen transmite más información en un instante que un profesor en horas de clase. Diversos estudios confirman que el 80 % de la información que recibe un adolescente procede de fuera de la familia y de la escuela, siendo los medios de comunicación el canal más importante cuyo objetivo es: vender, entretener, informar y socializar.

Por otra parte, las clases sociales más desprotegidas son las que consumen más TV. Parecen obvias las razones; menor poder adquisitivo, barrios mal dotados de instalaciones deportivas y recreativas, menores recursos personales... Convirtiéndose la TV en la actividad obligada en el tiempo de ocio tanto para los niños/as y jóvenes como para los adultos, denominándola «droga del pobre». Para estas familias la TV no sólo aparece como informadora y lúdica, sino despersonalizadora y afianzadora de un sistema socio-político y una determinada cultura.

Masterman dice al respecto:

«La fuerza ideológica de los medios reside en su credibilidad, en la capacidad de sus propietarios y trabajadores de los medios para hacer pasar por real o natural lo que inevitablemente son construcciones del mundo parciales y selectivas»<sup>3</sup>.

Si a todo esto le sumamos las altas dosis de TV que consumen los españoles y tenemos en cuenta que los niños/as, ven mucha TV, porque sus padres pasan largas horas ante la pantalla podemos imaginarnos la complejidad de la experiencia como telespectador, el extraordinario poder SOCIALIZADOR y el alcance de sus efectos, *pero a qué se debe el poder fascinador de la TV.*

3 L. Masterman (1993), *La enseñanza de los medios de comunicación*, Madrid, Ediciones de la Torre.

En primer lugar podríamos mencionar que al rico mundo de estímulos, colores, sonidos, movimientos que ya fascinan al bebé desde la cuna y a la facilidad con que se capta la información a través de las imágenes. Es tan fácil comprender el contenido gracias al lenguaje de contornos, que no se precisa saber, ni leer, ni escribir, y, en segundo lugar, por que está al alcance de todos, en cualquier hogar.

Pero su mayor poder seductor radica en que es el sustituto del aburrimiento y la soledad tan frecuente en las familias de hoy. Cuando las familias dedican su tiempo de ocio exclusivamente a ver la TV, es fácil suponer que la TV preside no solo su hogar sino su vida familiar; se puede deducir que reina el aislamiento, la monotonía, LA INCOMUNICACIÓN. La TV lamentablemente se ha convertido para muchas familias en una parcela de mundo en la que se sienten cómodos, seguros, pueden salir y entrar en él, sin consecuencias aparentes. Estas familias viven otras ilusiones, otras vidas, no las suyas; a través de la TV se evaden de los problemas cotidianos a los que no quieren enfrentarse. Paradójicamente la TV acerca a los miembros de las familias a personas distantes y les distancia de los que tienen en casa a los que no desean o temen encontrar.

La TV además fascina porque es el refugio en los momentos de frustración, de tristeza o de angustia y signo de identificación personal. Ferres nos recuerda que la experiencia televisiva es narcisista, emboba porque vemos en ella lo que tenemos, nos vemos reflejados, hay en ella un proceso de implicación emotiva.

«La TV seduce porque es espejo, no tanto de la realidad externa representada cuanto de la realidad interna del que la contempla»<sup>4</sup>.

La televisión fascina a la familia por su gran utilidad, al evitar peleas entre hermanos, permitir que los padres dispongan de tiempo para otras actividades, es limpia (entretiene a los niños sin que ensucien), es barata, cómoda, reemplaza el esfuerzo que supone afrontar responsabilidades, incluso puede ser una vía de escape a la agresividad reprimida. «La TV lleva a los hogares, paz, orden, silencio, ahorro...».

## 2. Grandes posibilidades de la TV

En los últimos tiempos echamos la culpa de todos los males a la TV (fracaso escolar, violencia, drogodependencia, delincuencia, violaciones, abuso sexual, divorcios, conflictos generacionales...). Olvidan-

4 J. Ferres (1995), *Televisión subliminal*, Barcelona, Paidós.

do que la TV es un instrumento al servicio de las personas y las familias, «Lo malo no son las herramientas, sino el uso que hagamos de ellas». Los medios de comunicación y en concreto la TV, tienen aspectos positivos pudiendo destacarse, entre otros, los siguientes:

- La TV es un recurso didáctico importante y un elemento útil en la educación formal. Puede incluso ser la «gran enciclopedia» y facilitar la comprensión de conceptos técnicos, científicos, históricos...
- La TV como «ventana mágica», es una fuente inagotable de experiencias, desde la sala de estar o incluso desde la cama, puede ponernos en contacto con numerosas realidades.
- La fuerza de las imágenes atrae la atención del televidente sin suponer ningún esfuerzo adicional, le lleva a olvidar el cansancio provocado por las preocupaciones, el trabajo o el estudio; además descansa y entretiene no solo en días fríos, sino determinados momentos, como la enfermedad o ciclos vitales como la vejez.
- La TV informa con inmediatez absoluta. Cualquier acontecimiento llega a los hogares rápidamente gracias a la instantaneidad televisiva.
- La TV al ampliar la imagen, puede llevarnos a observar aspectos que el ojo humano nunca conseguiría y nos acerca a donde no podríamos llegar (volcán en erupción, profundidades marinas...). Ampliando por tanto la visión del mundo, de la sociedad, del universo en que vivimos.
- La TV por el alto poder de difusión y por el poder fascinador puede despertar emociones en el ámbito de la estética y el arte.
- La TV estimula la fantasía y desarrolla la curiosidad, haciendo que nos planteemos determinadas cuestiones que no haríamos en nuestro contexto habitual.
- La TV enriquece el lenguaje ofreciendo términos, técnicos, populares, extranjeros... Afecta al desarrollo lingüístico favoreciéndolo si los padres ven la TV con los hijos y refuerzan verbalmente lo que ven en la pequeña pantalla.
- La TV contribuye al civismo, la solidaridad y la salud, transmitiendo mensajes positivos sobre el cuidado del medio ambiente, la salud, la convivencia en la diversidad, educando en la convivencia pacífica y democrática...
- La TV puede ser un instrumento de diálogo familiar. Encender el televisor no supone que acabe el diálogo familiar, puede servir de estímulo para conversaciones; para educar en valores éticos y sociales, transmitiendo una forma de ver la vida, aclarar dudas, etc., pudiendo incluso ser vehículo de

unión y encuentro, ya que verla juntos padres e hijos facilita la convivencia.

- Los temidos mensajes publicitarios, pueden ser útiles no sólo para informarnos de los productos del mercado, sino para que a través de ellos la familia desarrolle su función socializadora y educadora, sabiendo extraer los aspectos positivos y comentar con los hijos su influencia.

Como Lolo Rico nos advierte:

«La TV es una realidad presente en todos los hogares, no tener TV es arriesgarse a vivir fuera del mundo (...). Creo que es preferible enseñarles a utilizar el medio que prescindir de él. Más aún, me parece un aspecto primordial de la formación tanto en el ámbito escolar como en el doméstico»<sup>5</sup>.

### 3. Repercusiones sobre las personas y las relaciones

Los efectos negativos de la TV, de acuerdo con Umberto Eco, no se explican en valores absolutos, incluso aparecen a veces envueltos en contradicciones y varían según las condiciones sociológicas. No obstante y desde una perspectiva cauta se podrían mencionar algunos efectos físicos; psicológicos, sociales y éticos que pueden provocar los medios de comunicación en las personas, además de añadir que el mensaje televisivo es más impactante, que ningún otro medio por múltiples razones, pero principalmente por la inmediatez, la facilidad que supone tener un televisor o dos en casa y porque compromete más la vía emotiva que la racional, los mensajes televisivos son acumulativos y actúan como resorte presionando emocionalmente. Los mensajes, además, no son sometidos a un proceso de análisis racional.

Al hablar de las repercusiones de la TV sobre las personas y las relaciones debemos tener en cuenta que «Televisión», significa etimológicamente «visión a distancia» y que esta expresión tiene un doble significado colocarse a la distancia física adecuada para que no sufra la vista y alejada de la persona lo suficiente para que no absorba su vida, pues sus efectos pueden ser perjudiciales incluso desarrollar mecanismos que conduzcan a la «teledicción».

#### 3.1. Repercusiones fisiológicas

Entre las repercusiones fisiológicas podríamos citar, la hipertensión en la vista, desviación de la columna, pérdida del sueño, pér-

5 L. Rico (1994), *El buen espectador*, Madrid, Espasa Calpe.

dida de la capacidad motora debido a la inactividad que provoca y a la reducción de horas de juego, deporte, paseo..., trastornos en los hábitos alimenticios, etc.

### **3.2. Repercusiones psicológicas**

A nivel psicológico se observan cambios sustanciales en la estructura de la mente (memoria, pensamiento e imaginación) y en la personalidad. Podría afirmarse que vamos hacia la construcción de mentes cognitivas, impresionistas y personalidades pasivas, faltas de iniciativa y poco comprometidas. Debido especialmente a que la TV configura un pensamiento sinóptico-visual, relegando los procesos de análisis.

A nivel psicológico se viene observando también:

- Anestesia e insensibilidad afectiva, ante el sufrimiento, el dolor, la violencia, el amor...
- Madurez e incluso precocidad en algunos aspectos de la personalidad.
- Aumento de la fantasía y separación de la realidad.
- Atención involuntaria alta y deficiente atención voluntaria.
- Decrecimiento de la imaginación y la creatividad.
- Pensamiento asociativo alto, con tendencia a la fragmentación y al pensamiento mosaico.
- Mayor desarrollo del hemisferio derecho que el izquierdo, más utilizado en la cultura letrada o cultura del libro y la palabra.
- Dificultad lecto-escritora. Los cambios más notables en el campo del aprendizaje lector se sitúan en la dificultad de comprensión lectora y la fluidez de expresión, «les cuesta explicar lo que leen».

### **3.3. Repercusiones sociológicas**

La TV influye en las personas decisivamente como elemento SOCIALIZADOR, imponiendo determinados modelos de relación, transmitiendo roles sociales, sexuales, estereotipos físicos, que en ocasiones dañan las relaciones de pareja o la familia. Debilita, con frecuencia, el autoconcepto o la autoestima de algunos miembros de la familia, que no reúnen los requisitos del patrón base impuesto y exigido. No en pocas ocasiones provoca desilusión, decepción; crea expectativas falsas que conducen a la incomunicación, el conflicto, el distanciamiento, incluso a la separación o el divorcio.

Entre las repercusiones sociológicas no podemos olvidar el posible efecto multiplicador de la violencia tanto familiar, como social. A través de la TV se aprenden patrones violentos que se traducen en conductas agresivas, tanto en el lenguaje cargado de mensajes violentos no siempre camuflados, como en reacciones físicas, patadas, golpes, etc. Desde niño/a, el telespectador a través de los más sencillos dibujos animados se va acostumbrando a la violencia, necesitando cada vez mayores dosis. La teleadicción se estimula precisamente con programas violentos e inquietantes.

Tendríamos que decir que el campo del consumo es donde se determinan las repercusiones sociológicas más numerosas. La TV nos enseña a comprar, a vestir, a comer, el aseo, el juego..., en un intento de vender que condiciona «la popularidad» de las personas, al ser aceptados en mayor o menor grado por la colectividad de acuerdo con lo que consuman. La ropa infantil no es una palabra vacía, califica o descalifica al niño, más que los resultados académicos y no solo ante el profesor, sino ante el grupo de iguales, los padres, los vecinos, etc. La TV hace comprar de todo con la incesante «publicidad» y mediante la identificación con los personajes de moda. De tal forma que las personas van siendo cada vez más incapaces de discernir entre el «tener» y el «ser».

El abuso comercial llega hasta la sexualidad, distorsionándola y desenfocándola de la realidad sexual del ser humano. No es tratada con el debido respeto y científicidad, en un mero afán comercial, se confunde frecuentemente erotismo con pornografía, o sexualidad con genitalidad, dando una imagen irreal de esta faceta humana y transmitiendo roles sexuales definidos por patrones clásicos. Algunos televidentes no comprenden bien estos mensajes y pretenden vivir la sexualidad de forma prematura, inmadura o agresiva con hondas repercusiones personales, familiares y sociales.

En este punto cabría destacar que lamentablemente la TV reduce las relaciones sociales, las reuniones de amigos, de familiares, las salidas, las excursiones, el encuentro entre padres e hijos, entre los hermanos, entre los miembros de la pareja...

### **3.4. *Repercusiones éticas***

Los valores son uno de los aspectos más importantes de la vida de las personas. En la TV los valores familiares se ven muy afectados, numerosas series tratan drásticamente el divorcio, el concubinato, la separación como algo más normal y natural que la unidad familiar. El matrimonio y los hijos se presentan como una carga, un torbellino de problemas, más que como un enriquecimiento.

El exhibicionismo sin medida de determinados ambientes y tipos de vida, el culto al cuerpo, el exoterismo, hedonismo, el culto

al dinero y numerosos contravalores aparecen diariamente en nuestro televisor deteriorando la célula familiar e influyendo en las personas a la hora de elaborar su proyecto de vida o de tomar decisiones. Más ampliamente en las crisis de valores universales y el vacío de ideologías.

Es importante puntualizar que la TV influye en mayor o menor medida y en determinados aspectos especialmente según la edad del televidente y su ciclo vital. De tal forma que:

*A los niños* les afectan mucho los influjos fisiológicos, determina la capacidad de juego, los hábitos alimenticios e higiénicos, provoca hipertensión en la vista, excitación o tensión... Intelectualmente influye en el vocabulario, el desarrollo del lenguaje y el pensamiento. A nivel relacional, les aísla, sus mejores amigos pueden llegar a ser los personajes de TV. Se pueden hacer, incluso, niños de carácter difícil, solitarios, retraídos, consumistas...

*A los jóvenes y adolescentes* les afecta fundamentalmente en el proceso de maduración. El adolescente busca la *identidad* tratando de imitar el mundo de los adultos, de sus padres o de los personajes favoritos, en su defecto. Igualmente influye en el conocido fenómeno de la «rebeldía», dificultando las relaciones padres-hijos, en la formación de criterios y la elección de valores sobre los que edificar su proyecto de vida, provocando pereza para razonar y pasotismo.

La publicidad busca mover la voluntad de los adolescentes y jóvenes hacia el consumo desbordante. Las dosis de erotismo afectan a su desarrollo afectivo-sexual pudiendo dar lugar a un inicio prematuro de las relaciones sexuales, o deformaciones.

*La pareja* española también es víctima del abuso de la TV provocando falta de diálogo, indiferencia, rechazo inconsciente hacia el otro miembro por no acomodarse a los patrones físicos o sociales, falsas expectativas, infidelidades, etc.

Del tipo de consumo que haga cada familia de la TV dependerán los efectos, variando según la forma de mirarla y el estado del espectador, ampliándose o minimizándose. Francois Mariet habla de 3 tipos de consumo:

a) *Telepasión*: es la TV que uno escoge, la que a uno le gusta, la que es objeto de una elección positiva, es difícil restringirla y los niños sólo renunciarán a ella por obligación. Pertenece por completo a la actividad creativa. Los programas son escogidos y se la dedica toda la atención, no siendo compatible con otra actividad o ruido.

b) *Televisión-mueble*: es la televisión que se enciende sin que se le preste atención de forma permanente, como un decorado de la vida doméstica. De vez en cuando se presta atención para escuchar alguna información, una canción... Ni se la mira, ni se la escucha de verdad, pero la vemos y oímos. Es también la «TV de la espera» o «de acompañamiento».

c) *Televisión tapahuecos*: es la que se mira a falta de algo mejor. La que reemplaza una distracción, una ayuda, ¡carece de pasión! Reemplaza a los ausentes, que pueden ser los padres, los amigos, el cónyuge, las actividades deportivas o artísticas, la lectura y los juegos. Mientras se mira la pantalla, se realiza otra actividad, comer, planchar, hacer los deberes... Hay poco zapping, dado que la publicidad no tiene menos interés que el programa que interrumpe o enmarca <sup>6</sup>.

Este último tipo de consumo tiene fuertes repercusiones negativas, ya que no sólo es reflejo de una competencia cultural débil, sino de unas relaciones pobres y deterioradas. Lalo Rico lo resume mediante la siguiente reflexión:

«En realidad, la cantidad de horas que los niños y los jóvenes dedican a ver la TV, es tan sólo la manifestación del fracaso familiar, escolar y social» <sup>7</sup>.

#### 4. Estrategias de intervención

Lo primero y más importante es no culpabilizarse, no avergonzarse por ver la TV. Lo segundo es conocer con qué *medios contamos los telespectadores* y son los siguientes:

— *Apagar el televisor*: por elemental que parezca es importante encender y apagar el televisor. No dedicar tiempo a ver cosas que no interesan, ni tenerla encendida todo el día como telón de fondo o encenderla sin audio, ya que la imagen desprovista de sonido refuerza la influencia.

— *Acudir a las asociaciones y derechos del consumidor* exigiendo «calidad».

— *Aprender a usar el medio*: aprender a usar el medio exige un trabajo conjunto y difícil, pues no existe en nuestro país un diseño de política comunitaria, que se haga eco del proceso integrador que supone aprender a usar el medio. Los niños/as y jóvenes, no están siendo objeto de una educación integral, sino que se hallan inmersos en tres sistemas, el sistema escolar, el sistema de los medios de comunicación y el sistema comunitario-familiar, que trabajan en paralelo, cuando no en contradicción corriendo el riesgo de desarticulación, cayendo en una educación mosaica y desaprovechando las alternativas que ofrece el medio.

Pero a pesar de las dificultades que supone aprender a usar el medio se pueden dar algunos pasos:

6 F. Mariet (1993), *Dejémosles ver la televisión*, Barcelona, UZAN.

7 L. Rico (1994), *TV fábrica de mentiras*, Madrid, Espasa Calpe.

— *Aprender a desenmascarar el discurso de los medios desde tres vertientes:*

a) *Los propios medios:* mediante programas formativos e informativos sobre los medios, su funcionamiento, la elaboración de programas, etc.

b) *La escuela:*

- Fomentando la crítica, el razonamiento lógico y la reflexión. Enseñando a pensar con rigor y descubrir las posibilidades creativas que tiene.

- Enseñando a librarse de la fascinación de las imágenes, contrastando lo que se observe en la TV, con el mundo real.

- Enseñando el alfabeto y la lectura de las imágenes. ¡Vamos a tener que ir dejando el lápiz y el papel y aprender el lenguaje y uso de las imágenes!

- Enseñando la función social y cultural que tiene, su importancia en la sociedad de los siglos xx y xxi y en el mantenimiento de la sociedad democrática.

- Cambiando las metodologías. Se precisa la introducción de metodologías activas y participativas que potencien las relaciones frente al individualismo. Las nuevas tecnologías inevitablemente van cambiando el perfil del alumno, el profesor y la forma de enseñar.

- Dando a los alumnos una sólida formación moral, evitando miedos, proteccionismos y censuras. Potenciando el «ser» sobre el «saber» y el «tener».

- Introduciendo la educación para los medios de comunicación con transversalidad e integrándola en el curriculum.

c) *La familia:*

- Los padres deben reclamar la escuela que necesitan sus hijos en la España del siglo xxi y en una sociedad en progreso hacia la Europa moderna. Una escuela donde se aprenda a usar y leer la imagen.

- Evitando la permisividad y moviéndose en el modelo «dialógico-relacional». Ver la TV en familia puede ser un buen momento de encuentro y diálogo. Los argumentos o determinados personajes pueden usarse para iniciar el diálogo sobre lo que verdaderamente es importante para la familia.

- Proporcionando modelos reales dignos de imitar. «El mejor ejemplo y modelo son los padres».

- Evitando proteccionismos. No es conveniente que los padres sean censores, confiar en los hijos es importante para educar en la libertad y la responsabilidad, facilitando el acercamiento sobre todo cuando hay jóvenes y adolescentes en la familia. Procurar no ser guardianes de la moralidad y ser conscientes de que vivimos en una sociedad abierta, democrática y en transformación. Lo proyectado

puede servir de estímulo para conversaciones sobre los valores éticos que hay detrás.

- Potenciando las relaciones y actividades, evitando la pasividad y el aislamiento, organizando salidas, excursiones, buscando momentos de encuentro y comunicación, no olvidando que el niño es un aprendiz activo, aprende jugando y relacionándose más que viendo la TV o escuchando en silencio.

- Manteniendo flexibilidad en las normas familiares. Los padres no deben ser policías de sus hijos, deben enseñar a elegir los horarios, seleccionar los programas, etc., permitiendo los cambios mediante negociaciones.

- No prohibiendo ver la televisión, ni usándola como castigo. Para muchas familias la TV se convierte en una guerrilla o en un arma, si se castiga o premia con ella pierde su valor original y se refuerza en otros sentidos.

- Inculcando una actividad positiva y crítica, evidenciando lo positivo y neutralizando lo negativo. Esto supone ver la TV con los hijos, analizar los mensajes y contenidos que transmite, negociar la selección de programas, dialogar, etc.

- Utilizando la TV como un medio formativo directo, mediante vídeos especializados. Las metodologías pedagógicas más innovadoras confirman las enormes posibilidades que tienen los padres de ayudar a sus hijos a formarse.

- Transmitiendo valores familiares. Este punto es fundamental, la familia es la primera fuente transmisora de valores, un buen bagaje cultural y moral determina la posición de las personas ante el televisor.

— *Mantener un consumo racional.*—Es básico para las personas mantener un equilibrio entre estudio-trabajo, descanso, ocio y TV. Para ello es importante *distribuir bien los horarios* (las dosis racionales establecidas por los especialistas es de 1 hora diaria y 3 horas los fines de semana) y *seleccionar bien los programas*, evitando programas que produzcan tensión antes de acostarse. Imponiendo, por tanto, límites a la cantidad de TV que la familia ve y planificando lo que se ve.

— *Mantener la TV en su justo lugar.*—La TV no sólo sustituye en muchos casos la función materna, sino que ocupa un lugar central en los hogares modernos, siendo venerada por todos los miembros desde el niño/a más pequeño hasta el anciano. Es importante además de no entregarse a ella colocar el aparato en un lugar de reunión para que sirva de encuentro y diálogo familiar, evitando colocarla en el dormitorio (afecta a la relación de pareja) o en el cuarto de los niños (daña la relación padres-hijos y se corre el riesgo de teleadicción). Procurando no encenderla en las comidas o cenas, ya que puede conducir a la incomunicación o a disputas en un buen momento de relación familiar.

— *No temer a la soledad ni al aburrimiento.*—Algunas etapas o ciclos vitales por los que atraviesa la familia son propicios a la soledad. No hay porqué temer estar solo, la soledad puede ser creativa y el aburrimiento conduce, a veces, a la búsqueda de nuevas posibilidades, en cualquier caso, la TV no sustituye a las personas.

## Conclusiones

— La TV es el fenómeno cultural más importante de la historia de la humanidad y es la práctica para la que menos se prepara a las personas.

— La TV no nos permite más que un conocimiento indirecto y mediatizado de la realidad, pero refleja las características propias de la sociedad que produce. Cada vez que decimos que la TV es buena o mala, probablemente nos evaluemos a nosotros mismos, a nuestras familias y a la sociedad en que vivimos.

— Sobre los efectos de los medios de comunicación y, en concreto la TV, se han escrito cientos de páginas, temas como la violencia, la sexualidad, la ideología, los valores, el consumo, han sido profundamente analizados. Igualmente se han desarrollado amplios estudios sobre la pasividad que genera en niños/as y jóvenes, como la TV manipula, anula la capacidad crítica y el razonamiento lógico, su influencia en el fracaso escolar, en conductas inadecuadas y en un largo, etc., de todos conocido. Pero las lamentaciones no sirven para nada, deben tomarse medidas desde la propia familia, mediante la formación, la alfabetización visual y el diálogo familiar. La TV es un medio de culturización y hasta un despertar de inquietudes y conocimientos, siempre que sus mensajes sean recibidos e integrados adecuadamente.

— Puesto que el contexto del receptor determina la influencia del mensaje, los efectos beneficiosos o nocivos que genera la TV, no dependerán tanto del medio en sí, sino del contexto. Como la TV se ve fundamentalmente en el ámbito familiar será, por tanto, decisivo el contexto familiar para que la experiencia televisiva sea enriquecedora. La actitud de los adultos próximos al receptor, en especial los padres y el clima en el que se vea, determinarán el uso, los efectos y la posición ante el medio. La actitud dialogante, crítica, activa, el clima sereno y positivo, el someter los contenidos a los criterios propios de la familia, en busca de ideas nuevas fomentará en los hijos la capacidad de reflexión, y de elección decisivas para el correcto uso de la TV y la formación de la voluntad.

— El abuso de la TV, es el reflejo de una competencia cultural débil, de una falta de comunicación y atención, claro reflejo de la sociedad moderna «donde hay poco tiempo para dedicar a los demás». De aquellos padres que delegan su responsabilidad paterna en el medio, dimitiendo de ser padres. Se abusa de la TV por falta de algo

mejor. «No se puede olvidar que la TV debe estar al servicio de la familia y no la familia al servicio de la TV».

— La educación televisiva no debe concebirse como un complemento del sistema educativo, sino como una revolución completa en el modo de educar, tanto en la familia, como en la escuela. La TV aporta nuevas exigencias educativas modificando la forma sustancial de educar desde la misma familia. Los jóvenes de hoy son «hijos de la TV», no se están formando en la «escuela del libro», sino en una sociedad dominada por las imágenes y en una familia cambiante.

## BIBLIOGRAFÍA

- A.A. V.V. (1982), *Educación y medios de comunicación*, Madrid, MEC.  
— (1992), *Análisis de las imágenes*, Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo.
- Alonso, M., Matilla, L. y Vázquez, M. (1995), *Teleniños públicos, teleniños privados*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- Aparici, R. y García Matilla, A. (1989), *Lectura de imágenes*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- Aparici, R. (1996), *La revolución de los medios audiovisuales, educación y nuevas tecnologías*, Madrid, Ediciones de la Torre, 2.<sup>a</sup> edic.
- Barcala, I. (1993), «Uso del lenguaje religioso en la publicidad», *Padres y Maestros*, n. 191, pp. 14-16.  
— (1995), «Publicidad y utopía», *Padres y Maestros*, n. 211, pp. 25-27.
- Busquets, Ll. (1977), *Para leer la imagen*, Madrid, I-CCE.
- Caromidas, F. (1993), *Educación hoy*, Madrid, Ediciones Palabras, 7.<sup>a</sup> edic.
- Carontini, E. y Peraya, D. (1975), *Elementos de semiótica general*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Corbella, S. (1993), *Padres e hijos una relación*, Barcelona, folio.
- Daucher, H. (1978), *Visión artística y visión racionalizada*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Dondis, D. (1980), *La sintaxis de la imagen: introducción al alfabeto visual*, Barcelona, Gustavo Gili, 3.<sup>a</sup> edic.
- Eco, U. (1993), *Apocalípticos e integrados*, Barcelona, Lumen, 10.<sup>a</sup> edic.
- Ferres, J. (1990), *Uso creativo de videogramas didácticos*, Barcelona, Alta fulla.  
— (1995), *Televisión y educación*, Barcelona, Paidós.  
— (1996), *Televisión subliminal*, Barcelona, Paidós.
- Fromm, E. (1993), *¿Tener o ser?*, Madrid, Fondo de cultura económica, 17.<sup>a</sup> edic.
- Kientz, A. (1976), *Para analizar los mass media*, Valencia, Ediciones Torre, 2.<sup>a</sup> edic.
- Mariet, F. (1993), *Dejémoslos ver la televisión*, Barcelona, Uzan.
- Mascort, E. (1987), *Tecnología educativa: teoría y técnicas básicas*, Barcelona, P.P.U.

- Masterman, L. (1997), *La enseñanza de los medios de comunicación*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- Mena Merchán, B. y Marcos Porras, M. (1994), *Las nuevas tecnologías para la enseñanza*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- Muñoz, J. y Pedrero, L. (1996), *La televisión y los niños*, Salamanca, Cervantes.
- Musitu, G., Román, J. M. y Gutiérrez, M. (1996), *Educación familiar y socialización de los mitos*, Barcelona, Idea Books.
- Lázaro, A. y Asensi, J. (1986), *Manual de orientación escolar y tutoría*, Madrid, Narcea, 2.<sup>a</sup> edic.
- López Quintanas, P. (1994), «La televisión, centro de atención preferente para la familia», *La familia a debate*, pp. 117-118.
- Onozco, G. (1996), *Televisión y audiencias*, Madrid, Ediciones de la Torre.
- Postman, N. (1981), *La desaparición de la niñez*, Barcelona, Fontanella.
- Piaget, S. (1978), *Seis estudios de psicología*, Barcelona, Barral, 8.<sup>a</sup> edic.
- Quintana Cabanas, J. M., coord (1993), *Pedagogía familiar*, Madrid, Narcea.
- Revilla, F. (1994), *Televisión: interlocutor imposible*, Barcelona, Edebe.
- Rico, L. (1994), *Televisión: fábrica de mentiras*, Madrid, Espasa Calpe.
- (1994), *El buen espectador*, Madrid, Espasa Calpe.
- Roja Marcos, L. (1995), *Las semillas de la violencia*, Madrid, Espasa Calpe, 10.<sup>a</sup> edic.
- Taddei, N. (1979), *Educar con la imagen*, Madrid, Marvona.
- Thilbault, A. (1979), *La imagen en la sociedad contemporánea*, Madrid, Fundamento.
- Vallejo-Nágera, A. (1988), *Mi hijo ya no juega, sólo ve la televisión*, Barcelona, Temas de hoy.
- (1997), *La edad del pavo*, Barcelona, Temas de hoy.
- Victoroff, D. (1980), *La publicidad y la imagen*, Barcelona, Gustavo Gili.
- Watlawick, P. (1993), *Teoría de la comunicación humana*, Barcelona, Herder, 9.<sup>a</sup> edic.
- Yarce, P. (1993), *Televisión y familia*, Madrid, Ediciones palabras, 2.<sup>a</sup> edic.