

## TELEVISIÓN Y EDUCACIÓN: UN DESAFÍO POSIBLE

### *Television and education: A possible challenge*

Francisca SÁNCHEZ SEGUNDO.  
*Universidad de Salamanca*

BIBLID [0214-3402 (1997) 9; 139-161]

Ref. Bilb. SÁNCHEZ SEGUNDO, Francisca. Televisión y educación: Un desafío posible. Aula, 1997, 9, 139-161.

RESUMEN: La televisión es actualmente el medio «estrella» de comunicación de masas en el entorno social de Occidente, y en nuestro país la oferta televisiva ha aumentado notablemente en los últimos años. Para algunos, la televisión ha pasado a ser el objeto predilecto de las críticas más variadas y «chivo expiatorio» de todos los males de la sociedad; para otros, esta «caja» no es más que un inocuo electrodoméstico que informa y entretiene; finalmente son pocos los que creen que la televisión debe comenzar a ser considerada como una oportunidad para la democratización del poder y la cultura, para la amplificación de los sentidos, para la potenciación del aprendizaje.

De lo que no cabe duda es de que la televisión hoy es un instrumento privilegiado de socialización y de transmisión de ideologías y valores. Y ante esta realidad, la institución escolar y familiar ha estado asistiendo impasible al proceso de penetración de la «cultura televisiva», sin ofrecer a las nuevas generaciones formas de interpretación y de análisis crítico. Se ha acusado a la televisión de los muchos males que aquejan a la sociedad actual y se le atribuyen incluso responsabilidades en el fracaso escolar. Es decir, se reconoce su enorme poder pero se educa como si no existiese.

Por esto, desde este artículo ofrecemos algunas pautas de actuación orientadas a conseguir que padres y educadores abandonen esas actitudes apocalípticas y tremendistas ante la televisión y comiencen a ver en este medio más a un cómplice que a un temido adversario. Educar desde la familia y la escuela, es la única forma de conseguir una adecuada integración de la televisión en la vida de nuestros niños.

*Palabras clave:* Socialización, Educación, Medio, Programación.

ABSTRACT: Television, nowadays for the time being, is the main star of the mass media in the social environment of the western countries, and in our country TV options have remarkably increased in recent years. For some, TV has become the favourite target of the most varied criticisms and the scapegoat

of all that is bad in our society. For others, this «box» is only a harmless appliance that gives information as well as entertainment. Finally, only a few believe that TV should be considered as an opportunity to democratize power and culture, to broaden our senses and to strengthen human learning.

Little doubt exists today that TV is an exceptionally good instrument to socialize and transmit values and ideologies. Knowing this, the school and family institutions have impassively contemplated the way TV has imposed its «TV culture» without offering the new generations other ways of interpretation and critical analysis. TV has often been accused of many bad things that damage today's society and it has also been accused of being responsible for school failure. Moreover, its power is enormous, although people are educated as if that power did not exist.

This article therefore offers some ways of acting, orientated so that parents and educators will give up their tremendous and apocalyptic attitudes against TV, and consider it a companion rather than a feared enemy.

Family and school education is the best way to achieve a suitable integration of TV in our children's lives.

*Key words:* Socialisation, Education, Mass media, Programming.

## 1. INTRODUCCIÓN

Transmite imágenes, pero no es cine; emite sonido, pero no es radio; no es un periódico, pero da información; cuenta historias, pero no es teatro. Tampoco es una máquina fotográfica, pero retrata con fidelidad (o al menos, eso es lo que creemos) todo lo que considera necesario mostrar al mundo.

Es la televisión. Un medio que atrae y fascina. Que levanta odios y pasiones. Sin duda, la televisión es hoy, más que nunca, una navaja de mil usos, un excelente instrumento de entretenimiento y evasión que ocupa y condiciona el tiempo libre de millones de espectadores. Pero es también un poderoso anteojo en el que la realidad aparece inevitablemente alterada por el color del cristal.

Para muchos, el protagonismo alcanzado por la televisión frente a otros medios de comunicación se debe, precisamente, a su capacidad de diversificación. Su aparición en los años 50 supuso una auténtica conmoción: con sólo apretar un botón el espectador podía acceder a la información, al entretenimiento y la «formación», sentado cómodamente en el salón de su casa. Por aquel entonces, cuando en muchos países no existía más que una sola cadena, el nuevo electrodoméstico era considerado «la ventana del mundo». Ya entonces, las enormes posibilidades de la televisión hacían pensar que éste iba a ser el medio del futuro, y teóricos como Mc Luhan teorizaban más tarde sobre la idea del planeta como «aldea global». Las expectativas, como todos sabemos, se han visto confirmadas con creces. Hoy, gracias a los satélites, se salvan tiempo y espacio, y el espectador conoce con la misma simultaneidad tanto los acontecimientos de su entorno más próximo, como aque-

llos que se producen al otro lado del globo terráqueo, lo que convierte al mensaje en una experiencia cultural compartida por millones de ciudadanos a la vez.

Sólo en España, en los últimos años, hemos pasado de dos canales públicos (TV 1 y TV 2) a la existencia de trece cadenas (televisiones autonómicas y privadas), cerca de doscientas emisoras locales de televisión y más de cuarenta ofertas vía satélite que pueden captarse fácilmente con una simple, pequeña y cada día más barata antena parabólica. Y esta densa oferta aumenta cada año con el lanzamiento de nuevos artefactos espaciales convirtiéndose la televisión en una fuente inagotable de imágenes.

Afortunadamente, aunque hasta hace poco tiempo en el ámbito escolar adoptar actitudes negativas ante el fenómeno de la televisión era «lo normal», cada vez más educadores y padres se están dando cuenta de que posturas antitelevisivas no llevan a ninguna solución, y puesto que la televisión seguirá estando ahí y su influencia, para bien o para mal, será inevitable, lo más acertado podría ser adoptar conductas de aproximación a la televisión, intentar aprovechar los beneficios que nos pueda reportar este medio. Educar desde la familia y la escuela creemos que es la única forma de conseguir una adecuada integración de la televisión en la vida de nuestros niños.

El propósito de este artículo es ofrecer una visión general, pero no por eso reduccionista, de este tema: televisión y educación. Para ello hemos dividido nuestra exposición en los siguientes apartados:

— En una primera parte haremos una aproximación a la televisión como medio de comunicación; una aproximación que pretendemos refleje un planteamiento abierto, sin apriorismos ni prejuicios. Nos parece que sólo, teniendo un conocimiento de cómo es «por dentro» (sus objetivos, su funcionamiento...) seremos capaces de comprender cómo podemos aprovecharnos de los efectos positivos de este medio, cómo enfrentarnos de manera crítica a él, cómo utilizarlo como recurso didáctico que podemos incorporar a las aulas... En definitiva, nos parece que, sin un buen diagnóstico es imposible hacer una buena terapia.

— En una segunda parte nos centramos ya en el tema en torno al cual gira el resto de la investigación: los niños y la televisión. Analizaremos qué ofrece hoy la televisión a los niños y cuál es la respuesta de éstos ante la oferta televisiva.

— El tercer apartado de nuestro artículo trata de la relación que existe entre la televisión y la escuela. Analizaremos ampliamente las dos dimensiones formativas que se deben tener en cuenta para lograr una adecuada integración de la televisión en el aula, es decir, educar EN el medio y educar CON el medio.

— Finalmente, como sabemos, la televisión se consume fundamentalmente en el ámbito familiar, en el hogar. Por tanto, nos parecía imprescindible tratar este tema que, aunque más indirectamente, también igualmente nos concierne como educadores y padres, y que puede ayudarnos a adoptar una postura más acertada cuando nuestros niños se sienten frente a la pequeña pantalla.

## 2. UNA APROXIMACIÓN A LA TELEVISIÓN: CLAVES PARA COMPRENDER ESTE MEDIO

Los medios de comunicación no son simples recipientes en los que cabe cualquier tipo específico de contenido. Cada medio predispone a un tipo específico de uso. La televisión es una nueva manera de ver el mundo. De su especificidad tecnológica, expresiva y económico-social, se deriva una manera peculiar de aprehender la realidad. Sólo desde el conocimiento de esta especificidad puede hacerse una aproximación exhaustiva al medio y a sus efectos. He aquí, pues, algunas de sus peculiaridades con algunos de los efectos que se derivan de ellas:

- a) *El carácter unidireccional.* Se considera a veces que, en el hipotético caso de una programación televisiva en la que los contenidos fueran excelentes, se habrían acabado los problemas educativos de la televisión. No es cierto. La persona se realiza en la interacción y en estos momentos la televisión es un medio unidireccional. La televisión interactiva no es más que un espejismo, de manera que una exposición excesiva al medio produce unos efectos peligrosos si no se realizan actividades de corrección, de compensación o de análisis crítico.
- b) *La hegemonía de la imagen.* La lectura de imágenes activa procesos mentales distintos de los que activa la lectura del texto escrito: concreción frente a abstracción, intuición frente a racionalidad, sensación frente a lógica, inmediatez frente a complejidad, dinamismo frente a estatismo, síntesis frente a análisis. Universos mentales distintos. En consecuencia, una exposición prolongada a la televisión, ya desde la primera infancia, puede llevar a una modificación de los procesos mentales. La hiperexposición a uno de estos universos puede dificultar la capacidad para el acceso al otro. Las actuales dificultades para la ejercitación de la lengua hablada y escrita pueden provenir en buena medida de este predominio de la iconosfera.
- c) *La tiranía de las audiencias.* Está en la base de la estructura económica del medio y da lugar a toda clase de efectos: la marginación de todo lo que resulte excesivamente complejo o árido, la trivialización de toda la realidad hasta convertirla en espectáculo, la descontextualización de la información, la mercantilización de la propia televisión...
- d) *La credibilidad de la imagen.* Las imágenes resultan mucho más creíbles que las palabras. Ante las palabras se suele ser siempre consciente de que hay un mediador, de que hay alguien que las pronuncia o que las escribe. Se es consciente de que conforman un discurso. Ante las imágenes, en cambio, se tiende a pensar que uno se encuentra ante la realidad, sin mediación, sin discursos. Se olvida que hay significaciones buscadas o derivadas de la selección de los acontecimientos, de la adopción de un punto de vista, de la elección de unos recursos formales...

### 2.1. *La televisión como objeto de consumo*

Suele decirse que la televisión puede producir programas gracias a los ingresos que genera la publicidad. Algunos autores prefieren decir que la televisión obtiene ingresos publicitarios sirviéndose de los programas. En cualquier caso, las cadenas de televisión, tanto las públicas como las privadas, se sustentan gracias a la publicidad. Por esto una de las finalidades primordiales de los programas es conseguir que los espectadores vean anuncios; es decir, atraer y retener la atención de los espectadores hasta el momento de la publicidad.

De esta premisa nace la dictadura de los *ratings*. Los *ratings* indican el porcentaje de receptores que permanecen encendidos y de canales sintonizados durante un tiempo dado. Los audímetros —aparatos destinados a medir la audiencia—, se han convertido en el eje o motor del funcionamiento del medio. Entre profesionales suele decirse que los diez mandamientos de la televisión se resumen en uno: «amarás a tu *rating* de audiencia sobre todas las cosas y tanto como a ti mismo». Sobre este mandamiento se levanta a menudo la gran liturgia de la vulgaridad inmolada al dios catódico. Jean Collet lo expresa con estas palabras: «hay que conservar el contacto a cualquier precio, es absolutamente necesario que la gente permanezca ahí. La televisión es eso: mantenga encendido el aparato»<sup>1</sup>.

El verdadero cliente de la televisión no es, pues, el espectador sino el anunciante. La televisión debe servir al anunciante porque éste hace posible la televisión. Y el único sistema para servir al anunciante es proporcionarle la mayor audiencia posible. Como vemos, la única coherencia del medio es la lógica comercial.

### 2.2. *La televisión como forma de espectáculo*

La búsqueda televisiva de la audiencia se traduce en una obsesión por el espectáculo. Durante muchos siglos el espectáculo fue un rito limitado a unos espacios y tiempos definidos. Además, los espectáculos estaban perfectamente clasificados en función de una serie de variables temáticas y estilísticas: circo, deportes, ópera, magia, conciertos... La televisión ha supuesto una revolución radical. Por una parte, el espectáculo se convierte en una posibilidad cotidiana. No hace falta desplazarse ni esperar al tiempo asignado para el ritual. La televisión sirve, a través de las diversas cadenas, espectáculo constante y gratuito. Espectáculo a todas horas. Por otra parte, la televisión se convierte en un medio devorador. Lo fagocita todo, lo incorpora todo, y en este sentido, se convierte en un espectáculo de espectáculos: cine, teatro, ópera, deportes, circo, magia, conciertos... todo cabe, y todo es transformado por el medio, para servirlo a un espectador ávido, que pide siempre más de lo mismo.

1. LE DIBENDER, A., *La Televisión*. Barcelona, 1990, p. 56.

La televisión es espectáculo, porque, además de fagocitar todos los demás espectáculos, incorpora en su programación una multiplicidad de discursos con carácter espectacular: series y telefilmes, programas de variedades, magazines, concursos... Pero también porque convierte en un espectáculo la propia realidad.

«El día 21 de julio de 1969, millones de telespectadores del mundo entero seguía atónitos, vía satélite, los primeros pasos por la luna del astronauta norteamericano Neil Armstrong. En aquel instante se rompían muchas fronteras. El mundo se convertía en lo que Mc Luhan denominó una aldea global, una aldea electrónica. Se recuperaba el sentido tribal de la existencia. Pero además se hacía patente la mezcla de géneros que impone la televisión: Se daban la mano la fantasía y la realidad. Lo informativo y lo imaginativo»<sup>2</sup>.

En esta cita recogida por Ferrés (1995), queda patente cómo una información en directo se convirtió en el espectáculo más fascinante que el hombre hubiera podido pensar jamás. Las posibilidades técnicas venían a dar respuesta a las necesidades económicas de la industria y a las necesidades psicológicas de los espectadores. El espectáculo garantizaba la audiencia.

En resumen, la televisión es espectáculo. Por una parte, selecciona aquella porción de la realidad que responde mejor a las exigencias espectaculares; por otra, impone un tratamiento espectacular a cualquier realidad a la que se aproxima.

### 2.3. *La televisión como triunfo del mito de la objetividad*

Uno de los tópicos más utilizados al hablar de la televisión es el que la considera una ventana abierta a la realidad. La expresión conecta con la pretendida objetividad de la información televisiva. Las letras son signos, las imágenes, en cambio, son realidades. Mientras el lector de un periódico es consciente de que aquel texto es un discurso, de que hay un mediador que lo ha elaborado, seleccionando y organizado, y de que, en consecuencia, está leyendo opinión, el que contempla una imagen o las noticias de un informativo está convencido de que misteriosamente se le ha abierto una ventana a la realidad, que aparece ante sus ojos de una manera nítida y transparente. Aparentemente en la imagen televisiva no hay mediación ni discursos. Porque no hay signos, sino realidades. Esta ilusión de verosimilitud incrementa, pues, la impresión de que la televisión es una tecnología neutra, que se limita a reproducir la realidad tal como es.

La confusión entre imagen y realidad alcanza incluso a los programas de ficción, y se da de manera preferente en los niños. Si los niños son especialmente vulnerables a los mensajes de la televisión es precisamente por su incapacidad de distinguir entre imagen y realidad. Recordemos que, de acuerdo

2. FERRÉS, J., En *Televisión y Educación*. Bercei, Paidós, 1995.

con las etapas del desarrollo cognoscitivo de Piaget, el niño sólo es capaz de distinguir entre fantasía y realidad en una fase avanzada.

Para los niños, una historia tiene vida propia. Incluso cuando admiten el carácter de simulación de algunas historias, las incorporan de alguna manera a la realidad. Incapaces de abstracción, se crean modelos peculiares de la realidad. Algunas investigaciones demuestran, por ejemplo, que consideran más real una serie como los «Powers Rangers», serie muy arbitraria y fantásica, pero contada con imagen real, que «Candy, Candy», que cuenta una historia bastante verosímil, pero que está realizada en dibujos animados. Y, aunque admiten que «Superman» tiene truco, consideran que es más real que Carlitos y Snoopy, porque «Carlitos es sólo un dibujo».

Cada vez más padres y educadores son conscientes de hasta qué punto la realidad provoca decepciones en los niños a causa de la televisión. Personas, animales, objetos o espectáculos que habían sido contemplados en la televisión decepcionan cuando son observados en directo. La televisión los investía de un aura mágica que no tenían en la realidad.

Estas «decepciones» pueden producirse también como consecuencia de unos programas de ficción que se pretenden realistas y que falsean la realidad. ¿Dónde encontrarán los niños padres y madres tan arrebatadoramente atractivos como los de algunas series y filmes de la televisión? ¿Cuántos hijos reniegan de sus padres porque, de manera más o menos inconsciente, les gustaría tener unos como los de la tele? Bajo la apariencia de la objetividad y realismo, la televisión escamotea la realidad. No habría peligro si el espectador (especialmente si éste es un niño o una niña) supiera leer esta realidad como un discurso más o menos falseado. El problema radica en que la viva desde el mito de la objetividad

#### 2.4. *La televisión como medio de socialización*

La televisión no ha sido el primero de los medios de comunicación de masas que ha motivado preocupaciones. Lo que la gente dice hoy día de sus efectos ya fue dicho anteriormente sobre los otros medios, aunque quizá no con la misma amplitud. Siempre es útil tener a mano una coartada fácil para ocultar nuestros males sociales.

Sin embargo, la controversia acerca de los efectos de la televisión no queda limitada a los que pudieran denominarse efectos antisociales, aunque es precisamente en este campo en el que la temperatura alcanza ocasionalmente el punto de ebullición. A pesar de que parece estar generalmente admitido que hasta el presente la televisión, actuando como debe, en un contexto social, político y económico, no ha podido desarrollar su plena capacidad, el medio sigue teniendo fervientes abogados defensores, especialmente en lo que hace referencia a su posible uso en las naciones subdesarrolladas.

Concretando, bien estemos preocupados por los efectos de la violencia y la agresividad televisiva, bien por la trivialización, la despersonalización o el

empobrecimiento afectivo, bien por el papel que corresponde a la televisión en el desarrollo nacional o su función de promover el entendimiento entre las naciones, debemos estudiar las operaciones de los medios dentro del más amplio contexto social, político y económico. La televisión no existe en el vacío y no debe ser estudiada de forma aislada.

De lo que no cabe la menor duda es de que la televisión es hoy una forma de penetración cultural. Sabemos que este medio, que puede ser reductor de tensiones por catarsis, puede ser también inductor de conductas por mimesis. El niño aprende por experimentación, por observación y por imitación. Todo lo que no aprende por experiencia directa lo aprende por sumisión a una autoridad o por imitación de modelos atractivos. La televisión dificulta en principio la experiencia directa pero tiene la autoridad y resulta atractiva, de manera que es un eficaz instrumento de penetración cultural al potenciar por estos medios el aprendizaje de conocimientos y de comportamientos.

A menudo los procesos de imitación son inconscientes, sobre todo en espectadores infantiles. Las reacciones de adhesión o de rechazo respecto a los personajes tienden a producirse más por implicaciones emotivas que por consideraciones ideológicas o éticas. Es así como las reacciones emotivas que suscitan los personajes inducen a los niños a asumir o rechazar los valores que representan. Lo prueba, por ejemplo, el hecho de que el espectador tienda a identificarse indistintamente con los policías o con los ladrones, según el tratamiento que se haya dado a las historias de policías y de gánsters.

La televisión es también fuente de socialización a través de la observación indirecta, es decir, a través de la interpretación que hace de la realidad. Un alumno universitario contaba que de pequeño había equivocado un problema de matemáticas porque tenía que multiplicar una cifra por el número de patas de un conejo, y él había realizado el cálculo a partir del número de patas de Bugs Bunny.

El psicólogo Josep Cornella, cuenta que, cuando pasa el test de inteligencia de Wechler, son muchos los niños de entre 12 y 14 años que, a la pregunta sobre quién fue el primero en dar la vuelta al mundo, responden sin dudar lo que fue Willy Fogg, el popular personaje de la serie de dibujos animados. Cada vez son más numerosos los espectadores que hacen de la televisión una fuente casi única de conocimiento de la realidad. La televisión se convierte así en un instrumento de poder... un instrumento que puede ser nuestro enemigo o nuestro aliado: todo depende de la relación que sepamos mantener con este medio.

### 3. NIÑOS Y TELEVISIÓN

Según las estadísticas, los españoles nos pasamos un promedio de cuatro horas diarias frente al televisor. Los niños de entre 2 y 8 años pasan veinticinco horas a la semana delante de él y para los escolares constituye la primera

actividad de ocio, a la que dedican diariamente un tercio del tiempo que están despiertos. ¡Cuándo los niños de hoy alcancen los setenta años de edad habrán pasado ocho años de su vida con la nariz pegada al televisor! El panorama es, cuando menos, preocupante.

En ocasiones oímos hablar de la televisión como si recayeran sobre ella todos los males de la sociedad. Como si el mundo fuera perfecto y fuera la pequeña pantalla la que lo estuviera mancillando todo poco a poco. Esta es sin duda una postura demasiado catastrofista que debemos empezar a abandonar si es que con respecto a este tema queremos conseguir algo positivo. Nuestro planteamiento debería ser bien distinto.

En el desarrollo infantil de la sociedad actual, la televisión ha ido sustituyendo en buena parte al juego, al deporte, a la lectura, a los amigos... se habla de la «generación televisión», de niños y niñas cuya principal actividad durante el día tras las actividades escolares es la de ver la televisión, en un ambiente familiar que en muchas ocasiones se despreocupa demasiado de la influencia que ésta ejerce sobre el desarrollo del niño. En muchos hogares españoles existen varios televisores e incluso a veces los niños disponen de uno para ellos solos. Son los reyes del mando, que practican el *zapping* con toda libertad mientras que, en demasiadas ocasiones, los padres huyen de la responsabilidad educacional dejando a sus hijos en manos de la televisión. Pero quizá lo más preocupante de todo esto sea la necesidad de cuestionar la idoneidad de los contenidos que esta «niñera electrónica» en la que se ha convertido la televisión trasmite a tan vulnerables receptores.

---

### 3.1. *Qué ofrece la televisión*

Según Lolo Rico, autora de dos recientes libros que han tenido amplio eco (*La televisión, fábrica de mentiras* y *El buen telespectador*) y que estuvo vinculada a TVE con cargos de responsabilidad en programas infantiles y juveniles, la televisión no tiene la menor preocupación por los pequeños telespectadores: «La televisión carece de la más elemental sensibilidad. Para los niños cualquier cosa sirve: el peor plató, mediocres actores, pobres y precarios guiones, imágenes sin calidad, decorados ostentosos pero carentes de estética y contenidos, y esto es lo más grave, sin criterio, sin inteligencia, sin talento, ni ingenio»<sup>3</sup>.

Estamos hablando de programas infantiles como si desconociéramos que las cadenas nacionales (con excepción de la TVE 2) han eliminado los espacios para niños de sus programaciones. La razón una vez más es económica y se debe a que el horario tradicionalmente infantil, de cinco a siete de la tarde, ofrece unos cinco millones de telespectadores potenciales, de los cuales sólo entre millón y millón y medio suelen ser niños. Al parecer, para los responsables de las distintas cadenas éstos no merecen que se les facilite un par de

3. Rico, L., «¿Qué hacemos con la tele?», en *Cuadernos de Pedagogía*, 1995, nº 231, pp. 28-30.

horas de buen entretenimiento. Es mejor (o así lo demuestran al menos nuestras cadenas) atender a la mayoría para conseguir aumentar los ingresos por publicidad.

Ante la baja calidad de la mayoría de los programas infantiles que se ofrecen a nuestros niños (por supuesto, siempre contando con que hay honrosas excepciones), vemos cómo la mayoría de las veces los programas preferidos por los niños no son necesariamente los de espacios infantiles. En un reciente estudio desarrollado entre escolares de 5 y 11 años en Granada y Palma de Mallorca (MARH, 1995), los niños manifestaron sus preferencias por los programas de las diferentes cadenas de televisión. Hasta la preferencia número ocho no encontramos ningún espacio específicamente infantil, declarando entre sus programas favoritos algunos como «El gran juego de la oca» (mencionado por un 53% de los niños), «El príncipe de Bel-Air» (un 17%) o «Lo que necesitas es amor» (un 7%).

Es obvio que una parte importante de la programación dedicada a adultos y jóvenes es también compartida por los más pequeños. Esto incluye gran cantidad de programas, telefilmes y otros espacios con escenas explícitas de violencia, sexo y agresividad. Se calcula que un niño en España puede visualizar una media de 4.000 escenas de violencia al año (Rico, 1994) y recibir 14.000 referencias directas al sexo, casi nunca en sentido educativo. A esto habría que añadir la proliferación de espacios conocidos como *reality show*, en los que se muestran situaciones extremas de la realidad (a veces deformada y exagerada), con la finalidad de incidir en los sentimientos del telespectador.

Pero adentrándonos en la reducida programación infantil que se ofrece también nos encontramos con «elementos indeseables». Como ya hemos dicho, el escaso interés demostrado por la producción y realización de espacios y programas infantiles, se traduce en una serie de espacios fáciles o «ñoños» generalmente de producción propia, en concursos infantiles en los que el riesgo y la rivalidad se convierten en lo principal y en paquetes de producción extranjera, entre los que se encuentran los dibujos animados. Entre éstos destacan en los últimos años las series de animación japonesas y americanas que incorporan grandes dosis de violencia y agresividad. Imágenes en movimiento vertiginoso, música con compases de suspense, ruidosas y disonantes armas bélicas, vehículos que se desplazan a gran velocidad, peleas, golpes... proliferan en estos espacios en los que todo vale para vencer al mal y en los que el chico siempre es el protagonista que toma las decisiones acertadas, mientras que las chicas, sumisas e indefensas, casi siempre juegan un papel secundario.

Habría que añadir a todo esto el alto contenido publicitario de toda la programación, incluida la infantil. Las fuerzas sociales más influyentes consideran al niño como el cliente más rentable. El bombardeo de mensajes publicitarios en algunos casos llega a ocupar casi un 50% del tiempo de la programación infantil televisiva. Considerando sólo los anuncios, un niño en España percibe más de 10.000 *spots* publicitarios al año, sin contar la publicidad implícita que poseen muchos programas patrocinados por poderosas casas comerciales. Algunos de estos programas (Club Barbie, Club Disney...) son en reali-

dad anuncios camuflados de larga duración. Nunca la incitación al consumo ha sido tan descarada y nunca se han empleado medios menos formativos para lograr la estimulación del deseo y la necesidad de consumir.

En definitiva, ¿a qué pretendemos llegar con todo esto? Pues a algo tan sencillo como que si observamos el posible paralelismo entre el niño y la televisión nos daremos cuenta de que éste es inexistente y sumamente injusto. Los niños *sí son* para la televisión que les cautiva y enajena. La televisión *no es* para los niños con los que cuenta siempre como telespectadores, pero a los que no ofrece los productos que se merecen, deformándolos, no sabemos si con intención o por descuido. Sin embargo, y aún así, es necesario huir de posturas «antitelevísivas». Negar la evidencia no evita el peligro. Ante el abuso televisivo no debemos permanecer impasibles, pero tampoco debemos satanizar a la televisión. Nos parece imprescindible exigir más ética a las cadenas de televisión, tanto públicas como privadas, y ello obliga a ejercer un mayor conocimiento y control democrático del medio y a la colaboración de periodistas, juristas, políticos y educadores. Pero, ante todo, lo que creemos totalmente imprescindible es enseñar a nuestros niños a ser buenos telespectadores, a «enfrentarse» a este medio con una actitud participativa, reflexiva y crítica.

### 3.2. *Los efectos de la televisión sobre los niños*

Para poder conocer qué podemos hacer desde el entorno escolar y familiar para ejercer cierto control sobre la televisión, quizá habría que preguntarse qué efectos tiene la televisión sobre el niño. Lo primero que deberíamos considerar es que nuestra respuesta depende de dos componentes: uno cuantitativo y otro cualitativo. El primero se refiere a la cantidad de televisión que se consume, es decir, al número de horas que el niño pasa frente al televisor, que en España se sitúa entre las tres y cuatro horas diarias de media, cuando todos los expertos reconocen la idoneidad de una media aproximada de cincuenta minutos diarios de televisión como máximo deseable. El componente cualitativo hace referencia al tipo de espacios que consume el niño y la interacción que ejerce su entorno familiar como filtro y contexto de asimilación de mensajes. En un setenta y cinco por ciento de los casos, los niños ven solos la televisión y no tienen ningún adulto con quien compartir la experiencia que están recibiendo.

En términos globales, la televisión puede producir efectos preocupantes en el niño relacionados con el dirigismo que ostente en numerosos aspectos, ya sean éticos, morales, sociales, económicos o ideológicos. Añadir a ello el hecho de que la televisión contribuye a crear falsas necesidades y que, en cierta medida, distorsiona la convivencia familiar si no se sabe utilizar adecuadamente.

Desde un punto de vista médico-psicológico numerosos estudios llegan a la conclusión de que los niños menores de ocho años que ven más de tres horas la televisión presentan frecuentemente elevados índices de irritabilidad, dolor de cabeza, cansancio visual, alteraciones de sueño y memoria, dificulta-

des de aprendizaje... La dependencia de la televisión resulta mucho más peligrosa en los niños más pequeños, ya que hay una inmadurez en el desarrollo intelectual y afectivo que se ve perjudicado por la vinculación del niño con la imagen transmitida por la televisión. Además, mientras el niño ve la televisión no habla, no juega, no imagina, no se mueve y va perdiendo la habilidad para pensar.

Respecto a los contenidos violentos que nos ofrece la televisión, hay estudios que aseguran que es aventurado relacionar directamente un comportamiento violento del menor con la asimilación de mensajes televisivos violentos. Sin embargo, parece claro que la violencia produce dos importantes efectos negativos sobre el niño: la excitación psíquica generalizada y la tendencia a la imitación de comportamientos violentos. Estos efectos se ven acentuados cuando el entorno social y familiar es desfavorable, es decir, proclive a la violencia. También parece claro que cuanto mayor es el tiempo de exposición a programas televisivos violentos, mayor es el riesgo de asociación de conductas violentas en niños y adolescentes.

Si nos detenemos a analizar los efectos de la publicidad, no podemos dejar de mencionar la fuerza de la influencia que la publicidad ejerce sobre los niños, creando apetencias que en muchas ocasiones no se corresponden con la edad del niño. Las capacidades de análisis y de razonamiento del niño son limitadas y las técnicas publicitarias abusan de esta asimetría:

«La asociación intencionada de mensajes sexuales subjetivos influyen en las actitudes de los niños. La publicidad del sector alimenticio dirigida al público infantil fomenta a veces hábitos de consumo de productos poco saludables y ricos en calorías que contribuyen a la obesidad infantil. No nos olvidemos de los anuncios de bebidas alcohólicas y de cigarrillos, que aún persisten en nuestra publicidad a pesar de las prohibiciones expresas de la Ley General de Publicidad, y que fomenta el consumo de alcohol y tabaco entre los niños y adolescentes»<sup>4</sup>.

También son muchas las reflexiones realizadas en torno a los efectos de la televisión en el rendimiento escolar. Algunos estudios han demostrado que los alumnos que ven más de dos horas diarias la televisión obtienen rendimientos más bajos. El empleo del tiempo libre para la televisión impide la dedicación del niño a otras actividades facilitadoras del lenguaje, ya sean escolares o extraescolares: la lectura, la música, los deportes, el juego... y esto contribuye negativamente en su rendimiento escolar.

A pesar de todo, huyendo de posturas catastrofistas, se puede aprender a ver la tele. Y en esta labor la escuela y las familias tienen un papel relevante. La televisión puede cumplir una labor importante en la educación de los niños, y debe ser el entorno escolar y, por supuesto, también el familiar, el que favorezca esta potencialidad. Los educadores y los padres debemos ayudar a los

4. PONCE, J.A., «Familia y medios de comunicación» en *Revista Infancia y Sociedad*. Septiembre-octubre de 1996, nº 39, pp. 39-45.

niños para que adopten una postura crítica y reflexiva frente a los mensajes televisivos y enseñarles a extraer un aprendizaje positivo de aquellos mensajes y contenidos que así lo incluyan.

#### 4. TELEVISIÓN Y ESCUELA

Si nos paramos a pensar sobre el tema televisión y escuela y lo relacionamos con otros ámbitos de nuestra vida nos daremos cuenta que la situación es bastante extraña. Todos sabemos que se dedica mucho más tiempo a enseñar a leer del que luego generalmente dedicamos a leer. Se dedica mucho más tiempo a enseñar arte del que luego se dedicará a contemplar arte. En cambio, la televisión, que se ha convertido en el fenómeno cultural más impresionante de la historia de los últimos tiempos, es la práctica para la que menos se prepara a los ciudadanos. Como todas las grandes instituciones tradicionales, la escuela se preocupa casi exclusivamente de reproducir el saber, de perpetuar la cultura; por esto queda desfasada cuando ha de adaptarse a una sociedad en cambio, cuando ha de educar para una cultura renovada.

Según los datos aportados por el Estudio General de Medios (E.G.M.), en España el 96% de los niños de entre 4-10 años ven la televisión cada día, en 93% la ven más de tres horas diarias de promedio, y para el 56% representa la única actividad en su tiempo libre. Según un estudio presentado por el Ministerio de Educación Francés, para el 75% de los niños la televisión es la distracción favorita. Por supuesto se puede argumentar que las estadísticas siempre son cuestionables, pero creemos que la mayoría de las veces nos dan una visión bastante aproximada de la realidad.

Ante este panorama que ofrecen los estudios y estadísticas, se nos plantea una cuestión: Si una escuela nos enseña a ver televisión, ¿para qué mundo educa? Todos sabemos que la escuela tiene la obligación de ayudar a las nuevas generaciones de alumnos a interpretar los símbolos de su cultura. ¿Qué símbolos ayuda a interpretar hoy la escuela? ¿Los de qué cultura? Si educar exige preparar a los ciudadanos para integrarse de una manera reflexiva y crítica en la sociedad, ¿cómo se integrarán unos ciudadanos que no están preparados para realizar de manera crítica aquella actividad a la que más horas dedican?

Leibniz afirmaba que el que es dueño de la educación puede cambiar la faz del mundo. Hoy es la televisión la que se ha convertido en instrumento privilegiado de penetración cultural, de transmisión de ideologías y valores, de colonización. Hoy es la televisión la que puede cambiar en momentos la faz del mundo. Por esto sorprende ver que la institución escolar no sólo se ha dejado arrebatar la hegemonía en la educación, sino que asiste impasible al proceso de penetración de la cultura audiovisual, sin ofrecer siquiera a las nuevas generaciones pautas de interpretación y de análisis crítico.

En definitiva, hasta ahora la escuela no ha sido capaz ni de aprovechar el poder de la televisión en beneficio propio, ni de ofrecer a los alumnos una

formación adecuada para una aproximación reflexiva y crítica al medio. Pero, sin duda, puede y debe hacerlo.

#### 4.1 *La necesidad de una formación específica*

A menudo entre los educadores existe la convicción de que en el campo del cine y de la televisión, a los alumnos les basta una formación humanística o ética. Existen reticencias sobre la necesidad de una formación técnica, expresiva o estética. Se considera que ésta debería reservarse para los especialistas. No se comprende que sólo puede adoptarse una actitud reflexiva y crítica ante el medio si existe un conocimiento técnico y expresivo del mismo. En definitiva, se olvida que la televisión se mueve en una esfera comunicativa muy específica.

«Mientras que la escuela enseña a analizar discursos, la televisión se comunica sobre todo con imágenes. Mientras la escuela enseña racionalidad, la televisión utiliza sobre todo la emotividad. Mientras la escuela tiende a moverse en el ámbito de la mente consciente, la televisión incide sobre todo en el inconsciente. Mientras la escuela prepara para el razonamiento y la argumentación, la televisión utiliza sobre todo los recursos de la seducción. Formación racional frente a comunicaciones inadvertidas. Mal bagaje para un telespectador indefenso»<sup>5</sup>.

En definitiva, tanto desde la falta de formación como desde una formación exclusivamente verbalista y racional, el telespectador sigue siendo enormemente vulnerable, incapaz de hacer frente a unos mecanismos de comunicación y persuasión para los que no está preparado.

La reforma educativa fija la competencia comunicativa como uno de los fines de la educación. En una sociedad en la que la comunicación audiovisual se ha convertido en hegemónica, no habrá competencia comunicativa si no se dominan los códigos de la expresión audiovisual. Lo ideal es que los alumnos sean capaces no sólo de comprenderlos a fondo, sino también de expresarse mediante ellos. De lo contrario se les condena a ser simples receptores pasivos y acríticos.

¿Qué clase de formación necesitan, por tanto, los alumnos para «enfrentarse» a la televisión? Sin duda, la mayoría estaremos de acuerdo en que para que se produzca una adecuada integración de la televisión en la vida de los alumnos deben darse la mano la escuela y el hogar, cada uno con sus responsabilidades. La del hogar proviene del hecho de ser el ámbito en el que se consume habitualmente la televisión. La familia ha de facilitar un contexto adecuado de visionado. Pero difícilmente realizarán esta tarea unos padres que, en general, están tan faltos de formación en este campo como sus hijos.

5. FERRÉS, J., «Televisión y escuela», en *Cuadernos de Pedagogía*, 1994, nº 231, pp. 70-74.

Por eso a la escuela le corresponde en estos momentos la principal responsabilidad formativa. Y debería realizarla no solamente con los alumnos, sino también con los padres.

#### 4.2. Dimensiones en la formación: educar en el medio y con el medio

Una adecuada integración de la televisión en el aula supone atender dos dimensiones formativas: educar EN la televisión y educar CON la televisión.

EducAR EN la televisión significa convertir el medio en materia u objeto de estudio. Supone educar en el lenguaje audiovisual, enseñar los mecanismos técnicos y económicos de funcionamiento del medio, ofrecer pautas y recursos para el análisis crítico de los programas... En definitiva, realizar una aproximación al medio desde todas las perspectivas: técnica, expresiva, ideológica, social, económica, ética, cultural... EducAR EN la televisión.

Pero también educAR CON la televisión. Incorporarla al aula, en todas las áreas y niveles de la enseñanza, no para incrementar aún más su consumo, sino para optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje.

En realidad estas dos dimensiones formativas se implican mutuamente. Cuanto más se eduque CON el medio, más se educará EN el medio. Pero no basta atender la dimensión de educAR CON la televisión. Es imprescindible que se reserve en la escuela un espacio y un tiempo para la otra dimensión, porque hay aspectos de la televisión que hay que atender de manera específica. Los alumnos no pueden ignorar los mecanismos internos y externos de funcionamiento de aquel medio de comunicación al que más horas dedican.

##### 4.2.1. EducAR EN el medio

EducAR EN el medio supone aprovechar todas las oportunidades que ofrece la reforma educativa para introducir conocimientos relativos a la televisión, a su lenguaje, a su mecánica de funcionamiento. Hay que sacar partido de las posibilidades de un currículum abierto. Hay que aprovechar la oportunidad para ofrecer algunos créditos académicos relacionándolos con el tema. Lo ideal, en cualquier caso, es pensar, además, en una formación pluridisciplinar.

Un planteamiento pluridisciplinar consiste en que en cada área de la enseñanza se aborden aquellas dimensiones del medio que le son más próximas. Se reservarán para las áreas de ciencias los principios perceptivos y técnicos que hacen posible la televisión. En las áreas de lengua y de plástica se hará una aproximación a lo audiovisual como forma de expresión. Las aproximaciones ideológica y ética se reservarán para las áreas de filosofía, ética, religión o sociales. En el área de sociales se atenderán también a las dimensiones económica y social. En las áreas artísticas, plástica o musical se harán aproximaciones al medio desde el punto de vista artístico-expresivo. En literatura se puede analizar la estructura narrativa, la especificidad expresiva de cada medio y las leyes que rigen el espectáculo...

Se trata, en definitiva, de enseñar a ver la televisión, de hacer una aproximación desde un punto de vista crítico y reflexivo a este medio. Educar para la reflexión crítica supone ayudar a tomar distancias respecto a los propios sentimientos, saber identificar los motivos de la magia, comprender el sentido implícito y explícito de las informaciones y de las historias... y, sobre todo, ser capaces de establecer relaciones coherentes y críticas entre lo que aparece en la pantalla y la realidad del mundo fuera de ella.

Educar EN el medio comportará introducir de manera periódica y sistematizada debates, ejercicios de fórum, de análisis de filmes, series o programas. Es la única manera posible de iniciarse de modo riguroso en el análisis crítico. No es imprescindible que los ejercicios de fórum se hagan sobre obras maestras del cine o la televisión. A veces, ni siquiera es lo más recomendable. Cualquier obra se presta al análisis. A menudo resultará más útil analizar películas o programas de éxito, aunque no tengan calidad. Será más motivador para los alumnos y tendrá el valor educativo de introducir elementos de reflexión crítica en un tipo de imágenes que habitualmente contemplan de manera fascinada y acrítica.

#### *La necesidad de un método: el método comprensivo*

Es difícil aprender a ser críticos ante la televisión sin la ayuda de una metodología. Un método es una herramienta, un instrumento de entrenamiento para el análisis y la comprensión. Como herramienta puede ser tan imprescindible en una primera fase de aproximación crítica al medio como innecesario después, porque su objetivo último es llegar a olvidarlo una vez se hayan interiorizado sus mecanismos de análisis a través de la práctica continuada.

Como sabemos, buena parte de la fascinación de la televisión radica en el placer sensorial que comporta y en la motivación de emociones que produce. Y, a su vez, buena parte de su riesgo despersonalizador radica en el adormecimiento de la conciencia y de la racionalidad que produce. Cuando la escuela incorpora las imágenes, tiende a hacerlo anulando el placer sensorial y negando las emociones, para despertar la conciencia y la racionalidad.

El método comprensivo pretende evitar esta castración, no negando la fascinación y la magia que son inherentes a la comunicación audiovisual, y asumiendo a la persona en su integridad afectivo-volitivo-intelectual. El método comprensivo consiste precisamente en aprovechar el placer y la emoción para llegar a la racionalidad. No negar la magia, el placer y la emoción, sino aprovecharlos, canalizarlos hacia actitudes de gradual distanciamiento, de confrontación, de análisis, de reflexión.

«Se trata de lograr la comprensión no el simple análisis. Y la comprensión es un acto afectivo-intelectual. Comprendo mientras me comprendo. Y me comprendo desde todas mis facultades, del mismo modo que intento comprender

la realidad en todas sus dimensiones. Se trata de aprender sin negar el placer. O, si se prefiere, de aprender desde el placer y gracias al placer»<sup>6</sup>.

#### 4.2.2. Educar CON el medio

Educar CON la televisión supone aprovechar didácticamente los materiales que ofrece el medio, integrándolos de manera oportuna en las diversas áreas de la enseñanza. Operativamente podrían distinguirse dos tipos de materiales: el proveniente de las televisiones educativas y el resto del material televisivo.

Algunas televisiones ofrecen programas educativos. Estos materiales pueden ser incorporados fácilmente al aula. Aunque no siempre responden a todas las exigencias de la dinámica escolar (por ejemplo, en cuanto a duración), sí que ofrecen algunas ventajas: responden a las necesidades curriculares y alumnos, desgraciadamente cada vez menos, están realizados con abundancia de medios y una gran profesionalidad.

Los demás programas, evidentemente, no han sido pensados para la escuela, ni en cuanto a su concepción ni en cuanto a duración o a exigencias curriculares. Pero, aparte de su disponibilidad, ofrecen algunas ventajas de cara a su incorporación a la enseñanza: su conexión con los intereses de los alumnos, su capacidad de impacto y de seducción, su sentido del espectáculo... En definitiva, haya dos motivos de peso para integrar la televisión en el proceso de enseñanza-aprendizaje de los alumnos de cualquier edad: su capacidad de motivación y su capacidad para conseguir en el aula una enseñanza significativa. «Si la televisión activa hábitos perceptivos y procesos mentales distintos que la lectura, si amplía potencialidades sensitivas y mentales, su incorporación al aula permitirá optimizar el proceso de enseñanza-aprendizaje, porque promoverá un nuevo estilo de hacer y de ser»<sup>7</sup>.

La enseñanza significativa es uno de los ejes de la Reforma Educativa. Parte de una concepción constructivista del aprendizaje, según el cual todo aprendizaje se edifica sobre conocimientos o aprendizajes previos.

Hoy el principio de enseñanza significativa no se puede concebir sin la integración de la televisión. Una buena parte de los conocimientos de las nuevas generaciones no proviene de la observación directa de la realidad, sino de lo que han contemplado en la pequeña pantalla. También los intereses de los alumnos están condicionados por la oferta televisiva. Y de la televisión aprenden, en buena medida, su sistema de principios y valores. En la actualidad, cada vez más, los educadores nos estamos dando cuenta de que no puede llamarse significativa una enseñanza que no conecte con la televisión.

6. FERRÉS, J., *Televisión y Educación*. Barcelona, Paidós, 1995.

7. FERRÉS, J., Op. cit. p. 125

a) *Aplicación de la televisión a las distintas áreas de enseñanza*

Tanto si se trabaja con programas cerrados como si se utilizan fragmentos aislados, las imágenes televisivas pueden cumplir una doble función didáctica: informativa y motivadora. Para que sean didácticas, incluso las imágenes informativas han de ser motivadoras. Pero algunas imágenes lo serán cumpliendo tan sólo una función motivadora. En este caso, las informaciones las aportará el profesor o el libro, a partir del interés suscitado por las imágenes. Y esto es válido en todas las áreas de la enseñanza. Se nos ocurre un ejemplo al respecto: el profesor de lengua que explica las figuras retóricas (que comienzan a explicarse hacia los 12 años) puede optar entre usar ejemplos extraídos de Quevedo o de spots publicitarios. No son opciones excluyentes, pero, si tienen que optar por una sola, el *spot* tiene la ventaja de ser más motivador para los alumnos. Además, utilizando el *spot* se prolongará el aprendizaje, por cuanto cada vez que el alumno contemple más tarde un *spot* televisivo fuera del aula, le vendrán espontáneamente a la mente los elementos críticos aportados por el profesor. El ejemplo es extrapolable a otras áreas de la enseñanza.

Insistimos en la necesidad de que la integración de imágenes televisivas en el aula se haga con un criterio lo más amplio posible. No habría que incorporar tan sólo programas didácticos o culturales. A veces son los menos motivadores. No es imprescindible que los programas sean ni siquiera «didácticos». Cualquier imagen puede serlo si se sabe integrar en una unidad didáctica, con la ventaja de que puede ser más motivadora y propiciar una enseñanza más significativa.

Para el área de ciencias sociales, por ejemplo, no hace falta esperar a encontrar reportajes de historia. Hay filmes o series históricas que pueden utilizarse como recurso motivador, incluso en el caso de que las imágenes tengan poco rigor, porque entonces pueden confrontarse con documentos escritos que ayuden a restituir la verdad histórica. En la misma línea, bastará un poco de habilidad para convertir una noticia de actualidad en la introducción de un tema de historia. Tampoco hace falta esperar a encontrar documentales de geografía. Tanto en las películas y series, como en las noticias o en los *spots*, hay infinidad de imágenes de las que se puede extraer información sobre razas, climas, fauna y flora, cultura...

Es positivo que los alumnos se acostumbren a expresar, por vía oral y por escrito, sus vivencias, sus sensaciones, sus reacciones y sus reflexiones críticas a partir de lo que ven en la televisión. Pero estos ejercicios no deberían comportar nunca la supresión del placer de ser espectador. «Parece establecido desde siempre que el placer no ha de figurar en los programas escolares y que el conocimiento sólo puede ser el resultado de un sufrimiento bien entendido»<sup>8</sup>.

En otras áreas de enseñanza, los *spots* publicitarios pueden dar lugar al análisis del medio ambiente, de ecosistemas, de paisajes, de climas, de contextos sociales o de entornos culturales. También las series y filmes permiten

8. PIENME, J., *La televisión: un medio en cuestión*. Barcelona, Fontanella, 1984, p. 32.

estos análisis. La presentación, aunque sea novelada, de la vida de literatos, artistas o personajes históricos puede ser un elemento motivador para introducirse en su obra. En general, los filmes de ficción situados en épocas históricas pueden servir para motivar el interés por estas épocas...

### b) *Aplicación del método comprensivo*

He hablado antes de la necesidad de integrar la televisión en el aula mediante la aplicación de un método comprensivo. Este método comprensivo debe ser aplicado tanto cuando se trabaja para educar EN el medio como cuando se pretende educar CON el medio.

El educador que, inmediatamente después del visionado de unas imágenes, pregunta a los alumnos: «¿Cuál era el mensaje del programa?», o bien, «¿Qué pretende este programa, película o anuncio?», no está utilizando un método comprensivo. Se está limitando a las dimensiones de carácter lógico, racional, reflexivo, y está marginando las dimensiones sensitiva y emotiva, que son las primeras que moviliza la comunicación audiovisual. En una adecuada utilización del audiovisual, lo racional y reflexivo debería ser el punto de llegada, no el punto de partida. Si la experiencia televisiva es a menudo negativa porque margina la reflexión, su integración al aula suele serlo porque margina la emoción. El método comprensivo pretende llegar a la reflexión a través de la emoción.

Para una adecuada utilización de este método habría que comenzar cualquier comentario de unas imágenes televisivas con la verbalización espontánea de las reacciones que ha suscitado. La pregunta «¿qué quería decir el programa?» debería ser sustituida por preguntas del estilo «¿qué os ha parecido?, o «¿qué sensaciones os ha causado?»...

En una primera fase se trataría de formular de manera espontánea las reacciones primarias, de gusto o disgusto, de impacto o de indiferencia, como hace el espectador de cine cuando actúa espontáneamente, sin los condicionamientos culturales de los fórums.

En una segunda fase se irán tomando distancias respecto a las propias reacciones y emociones. De manera gradual se irán introduciendo preguntas de carácter racional, que obliguen a dar cuenta lógica de las reacciones más o menos instintivas. Si la primera fase es de comunicación espontánea, esta será la fase del progresivo distanciamiento, de la confrontación, del diálogo.

El proceso concluye en el análisis, en la reflexión. Pero como punto de llegada. No se reflexiona directamente sobre las imágenes, sino sobre las imágenes mediatizados por la experiencia. Por esto se habla de método comprensivo global. No sólo no se eluden las sensaciones y emociones, sino que se aprovechan. «No sólo no se suprime el placer, sino que se integra en el proceso, se canaliza. No sólo no se renuncia al espectáculo, sino que se utiliza con fines educativos»<sup>9</sup>.

9. FERRÉS, J., Op. cit. p. 131.

## 5. FAMILIA Y TELEVISIÓN

### 5.1. *Educar en el hogar*

La televisión se consume fundamentalmente en el ámbito familiar. De ahí la importancia de que la familia prepare un contexto que garantice una experiencia enriquecedora como telespectadores. Uno de los factores más importantes de lo adecuado o inadecuado del aprendizaje, aparte de los contenidos positivos o negativos de la programación, es la actitud que los padres adopten con sus hijos a la hora de ver la televisión.

Es curioso ver cómo muchos padres se quejan de la pasividad y sedentarismo de sus hijos, pero con frecuencia son ellos mismos los que arrojan a sus hijos en brazos de la televisión, confiando en ella como en una niñera para que los entretenga, y utilizándola como un chupete para que los calmen. Abandonado a su suerte frente al televisor, el niño no sólo sacrifica un tiempo precioso para el juego, las relaciones con otros niños o con su propia familia, sino que se convierte en un consumidor compulsivo de programas y series «buenas» y «malas» que el niño, indistintamente (sobre todo cuando no se le ofrece otra cosa), saborea con igual deleite.

Para preparar un contexto familiar adecuado los padres también necesitan formación. Y ello por dos motivos: ante todo, porque sólo la formación les facilitará criterios razonables y coherentes de actuación, ya que por lo general, la actitud de no saber qué hacer suele desembocar en la actitud de dejar hacer (y esto no es recomendable desde ningún punto de vista). Pero también porque, de manera consciente o inconsciente, su propia actitud como telespectadores será asumida como por ósmosis por los hijos más pequeños.

La telefobia no llega a ninguna parte. Hay que evitar que los padres adopten ante la televisión actitudes apocalípticas, tremendistas, considerándola causante de todos los males. Difícilmente podrán comprender los hijos que sea nocivo un medio que les resulta tan gratificante. Pero, por supuesto, tampoco es positivo que los padres adopten actitudes de simple tolerancia. Lo ideal es que valoren el medio en lo que tiene de positivo, y que los hijos sean conscientes de ello.

El espectáculo televisivo cumple así una función liberadora similar a la que cumplen para los niños más pequeños los cuentos. La televisión es para el niño un espacio de placer y de libertad, una posibilidad de comprender sus problemas, una oportunidad para la catarsis. Por esto, incluso cuando se intenta educar en un espíritu crítico a los jóvenes telespectadores, conviene hacerlo sin eliminar la fascinación que la televisión les produce. Recordemos la alusión que hemos hecho antes del método comprensivo.

### 5.2. *La necesidad de regular el consumo de televisión*

No se trata de prohibir sino de regular. No hay que apagar el televisor porque sí, en una decisión súbita, porque el niño no comprende las decisio-

nes improvisadas y no razonadas. Conviene planificar previamente en familia la programación televisiva que se va a ver ese día y, llegar a acuerdos, que luego se seguirán de manera seria pero flexible.

La dosificación del consumo debe hacerse atendiendo tanto a criterios cuantitativos como cualitativos. Desde el punto de vista cuantitativo, psicólogos y pedagogos recomiendan que el tiempo de exposición a la televisión sea proporcional a la edad. Durante los primeros años las dosis deberían ser menores. En muchas familias se sigue el criterio inverso. Cuando más pequeño es el niño y más necesidad tiene de explorar y de experimentar la misma cosa una y otra vez, mayor es el número de horas que se le mantiene frente al televisor. De esta forma estamos imposibilitando al niño un aprendizaje a través de su propia experiencia. Pero no basta con controlar el tiempo de visionado. Hay que controlar también su calidad y su adecuación a las necesidades y capacidades infantiles. En España, según el informe «Televisión y programas infantiles», publicado por el Ministerio de Asuntos Sociales en 1995, los programas infantiles no son los que tienen mayor audiencia entre los menores de edad.

El consumo televisivo de los espectadores infantiles se produce especialmente en programas destinados a los adultos, alcanzando un porcentaje del 75% en niños de entre tres y ocho años, y del 80% en niños de entre nueve y catorce años. Además, según informaciones facilitadas por el Estudio General de Medios, el 30% de los niños ven la programación nocturna.

Es, por tanto, fácil deducir por qué es tan importante que el niño no vea solo la televisión. Es necesario que comparta la experiencia, que pueda dialogar, confrontar. La televisión, que ya es de por sí un medio unidireccional, resulta nociva desde un punto de vista educativo cuando se contempla en un entorno comunicativo en el que no hay reciprocidad. Lo importante no es tanto el hecho de que el niño no permanezca solo ante el televisor, sino el hecho de que los acompañantes adultos sepan mantener con él un diálogo fructífero durante el visionado de los programas.

Los comentarios adultos, siempre que estén bien orientados hacia el tema que estamos tratando, potenciarán la capacidad de observación de los niños, su capacidad de atención, de comprensión y de interpretación de la realidad. En definitiva, unas intervenciones oportunas durante el visionado o unos comentarios después servirán para potenciar los valores de la televisión y para contrarrestar sus efectos negativos. De este modo, la televisión, a la que se acusa de impedir el diálogo familiar, puede convertirse no en un impedimento, sino en una oportunidad para el diálogo, una oportunidad para cambiar impresiones sobre la realidad.

## 6. CONCLUSIÓN

Si como educadores nos paramos a reflexionar sobre algunos de los principios de la Reforma Educativa nos daremos cuenta de que la enseñanza sig-

nificativa es uno de los ejes claves de esta Reforma. Y una verdadera enseñanza significativa no se puede concebir sin la integración de la televisión en las aulas, entre otras razones porque una buena parte de los conocimientos de las nuevas generaciones no proviene de la observación directa de la realidad, sino de la que han contemplado en la pequeña pantalla. De la televisión aprenden, en buena medida, su sistema de principios y valores. Por esto no creemos que pueda llamarse significativa una enseñanza que no conecte con la televisión.

Además, debemos tener presente que si otro de los retos de la Reforma es adaptar el sistema educativo a los cambios sociales y culturales, la imagen, como uno de los elementos que ha propiciado importantes cambios sociales y culturales en los últimos años, debe integrarse en el ámbito escolar.

Como hemos venido diciendo a lo largo de esta reflexión, hasta ahora casi siempre la escuela se ha negado a dejarse «contaminar» por la televisión. A partir de ahora creemos que cada vez será más imprescindible que la escuela integre la televisión. No ya de manera ocasional, sino planteándose un modelo comunicativo nuevo en el que se dé prioridad, de entrada, a la iconografía y se utilice la imagen como medio para conectar o sintonizar con unos alumnos transformados por la cultura en la que han nacido, en la que están creciendo; como punto de partida de un proceso que, a través de un gradual distanciamiento, lleve a la reflexión, al diálogo, a la confrontación, a la investigación...

En definitiva, estamos convencidos de que frente al concepto de «televisión basura» podemos ensalzar el concepto de una «televisión sin desperdicio». Una televisión de la que, tanto si cambia o no en su formato y sus contenidos, podamos obtener un aprovechamiento social, educativo y cultural.

## BIBLIOGRAFÍA

- ALONSO, M., *La televisión didáctica*. Barcelona, Miltre, 1984.  
 ALONSO, M. y MATILLA, L., *Los teleniños*. Barcelona, Laila, 1982.  
 ALONSO, G. y GALLEGO, D., *Como enseñar a ver críticamente la televisión*. Madrid, UNED, 1982.  
 AZCONA, M., «Las familias de Televisión», en *Padres y Maestros*, 1994, nº 195, pp. 28-29.  
 BARRIOS, L., *Familia y televisión*. Caracas. Latinoamérica, 1992.  
 CAMPUZANO RUIZ, A., «Televisión y currículo» en *Cuadernos de Pedagogía*, 1995, nº 241, pp. 28-30.  
 CAROMINAS, A., *La contaminación audiovisual y su integración en el currículum*. Barcelona, Graó, 1994.  
 COLOMBO, F., *Rabia y televisión: reflexionemos sobre los efectos imprevistos de la televisión*. Barcelona, Gustavo Gili, 1993.  
 CONTRERAS, J. M., *Vida, política y televisión*. Madrid, España Calpe, 1990.  
 DE AGUILERA, J., *La educación por televisión: un servicio público desatendido*. Pamplona, Universidad de Navarra, 1980.

- DEL MORAL PÉREZ, E., «el sexismo en los dibujos animados», en *Cuadernos de Pedagogía*, 1995, nº 236, pp. 72-76.
- ECHEVARRÍA, J., *Telepolis*. Barcelona, Destino, 1994.
- ESCOLET, M.A., *Aprender para el futuro*. Madrid, Alianza Universidad, 1992.
- FERRÉS, J., *Televisión y educación*. Berce, Paídos, 1995.
- FERRÉS, J., «Televisión y Escuela», en *Cuadernos de Pedagogía*, 1994, nº 231, pp. 70-74
- GARCÍA MATILLA, E., «El futuro de la televisión», en *Cuadernos de Pedagogía* (tema del mes: Educación y televisión), 1995, nº 241, pp. 8-12
- GARCÍA MATILLA, E. y MARTÍNEZ, L.M., «Una televisión para la educación», en *Cuadernos de Pedagogía*, 1995, nº 236, pp. 24-27.
- GUTIÉRREZ MARTÍN, A., «Comprometer al profesorado», en *Cuadernos de Pedagogía* (Tema del mes: Educación y televisión), 1995, nº 241, pp. 31-35.
- HALLARON, J., *Los efectos de la televisión*. Madrid, Nacional, 1984.
- LIEBERT, R. M., *La televisión y los niños*. Barcelona, Fontanella, 1976.
- LURCAT, L., «Los efectos violentos de la televisión», en *Infancia y Sociedad*, 1995, nº1, pp. 23-26
- MARKS GREENFIELD, P., *El niño y los medios de comunicación*. Madrid, Morata, 1985.
- Mc QUAIL: *Televisión y educación*. Madrid, Nacional, 1976
- PÉREZ TORNERO, J. M., *La renovación del discurso sobre televisión y jóvenes*. Madrid, Narcea, 1991.
- PIENME, J., *La televisión: un medio en cuestión*. Barcelona, Fontanella, 1984.
- PONCE, J. A., «Familia y medios de comunicación», en *Infancia y Sociedad*, 1996, nº 39, pp. 39-45.
- PORCHER, L., *Medios audiovisuales. Diálogo en educación*. Madrid, Kapelusz, 1980.
- POSTMAN, N., *Divertirse hasta morir. El discurso público en la era del «show business»*. Barcelona, Tempestad, 1991.
- RAMONET, I., «La televisión contra los niños», en *Triunfo*, 1979, nº 863.
- SOLER, J., *La televisión: una metodología para su aprendizaje*. Barcelona, Gustavo Gili, 1988.
- SCHWARTZ, H. y JACOBS, J., *Sociología cualitativa*. México, Trillas, 1984.
- VALKENBURGH, V., *Televisión (básica 1)*. México, Continental, 1973.
- VALLEJO-NÁGERA: *Mi hijo ya no juega, sólo ve la televisión*. Madrid, Temas de hoy, 1987
- VÁZQUEZ FREIRE, M., «La nueva cultura de la imagen», en *Cuadernos de Pedagogía*, 1995, nº 236, pp. 13-16.
- VILCHES, L., *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós, 1995
- YARCE, J., *Televisión y familias*. Madrid, Palabra, 1992.