

CRECER ENTRE PANTALLAS

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LA EDUCACIÓN



© Consejo Escolar de la Región de Murcia.

© De los textos sus autores.

Diseño de cubierta: Grafyco.

I.S.B.N.: Pendiente.

Depósito Legal: MU 1.164-2013.

XI Encuentro del Consejo Escolar de la Región de Murcia.

ÍNDICE

Presentación.....	7
--------------------------	----------

<i>Homo Zappiens</i>: rasgos fundamentales del telespectador	10
---	-----------

Manuel Ballester

1. La sorpresa del consenso.....	10
2. La televisión en el hogar	13
2.1. El espacio doméstico: la disposición de los muebles.....	13
2.2. Cantidad y calidad del tiempo.....	14
3. Un mundo de mirones	15
3.1. ¿Una imagen o mil palabras?	16
4. Algunas consecuencias de la primacía de la imagen	20
4.1. La in-volución: del <i>homo sapiens</i> al <i>homo zappiens</i>	22
4.2. Rechazo del experto y proliferación de las opiniones.....	24
4.3. El comportamiento gregario del individuo oculto en la masa.....	25
4.4. La inmadurez narcisista del niño mimado	26
5. La cultura del espectáculo	28
6. Disminución de la experiencia	30
7. El alejamiento de la realidad	32
¿Es la televisión un <i>invento del maligno</i> ?.....	34

Publicidad para niños: Efectos nocivos de la seducción emocional.....	36
--	-----------

Beatriz Correyero

Introducción	36
1. Efectos nocivos de la publicidad en la infancia	38
1.1. Influencia sobre sus valores y aspiraciones	39
1.2. Efectos cognitivos	43
1.3. Efectos globales	54
2. Vigilancia de los nuevos formatos publicitarios	55
2.1. El <i>licensing</i>	56
2.2. <i>Marketing online</i> : El <i>advergaming</i>	58
2.3. Nuevos formatos publicitarios audiovisuales en la TDT	58

Conclusiones	59
Bibliografía	60
Familia, medios de comunicación y valores	63
<i>Ángel Damián Román</i>	
1. La familia desde el punto de vista de la Ética del amor y de los valores.....	63
2. Los medios de comunicación y el “síndrome de las pantallas”	66
3. De la educación en valores a la educación del amor.....	72
4. A modo de conclusión: por una Ética del amor	81
La responsabilidad de los padres en la educación audiovisual.....	83
<i>José Javier Esparza</i>	
1. El punto de vista del crítico	84
2. El punto de vista del profesional	86
3. El punto de vista del padre de familia	88
Conclusiones: libertad y responsabilidad.....	90
Incidencia de los medios de comunicación en el rendimiento escolar	94
<i>Jaime Ferrando</i>	
1. ¿Cómo son los jóvenes españoles en el 2012?	97
2. Medidas para mejorar el rendimiento académico	102
La incidencia de la publicidad y el consumo en los niños y adolescentes	104
<i>Jesús Martínez Sánchez</i>	
Introducción	104
1. El niño frente a la sociedad de consumo y la publicidad	108
2. Influencia de la comunicación comercial.....	120
3. Recomendaciones para una comunicación persuasiva infantil ética.....	127
El lado amable de la televisión: los Canales Infantiles Politemáticos Educativos y su uso didáctico en la familia y en la escuela.....	133
<i>Irene Melgarejo y María del Mar Rodríguez Rosell</i>	
Introducción	133
1. El medio televisivo.....	134
1.1 La televisión como medio para la socialización	134
1.2 Responsabilidades en el consumo televisivo	138

2. La televisión educativa.....	140
2.1. Canales Infantiles Politemáticos	142
2.2. Canal Infantil Politemático Educativo	144
3. La televisión: medio positivo, medio negativo	146
Bibliografía	148

Familia, Escuela y Medios de Comunicación: educar con los medios, en los medios y ante los medios desde la infancia..... 151

Irene Melgarejo

Introducción	151
1. La familia	153
1.1. Familia y medios	154
2. La escuela.....	156
2.1. Escuela vs medios de comunicación	157
2.2. El maestro y sus competencias.....	159
3. Los medios de comunicación en el ámbito social y educativo	163
4. Alfabetización mediática.....	166
4.1. Educación con medios.....	168
4.2. Educación en medios.....	169
4.3. Educación ante los medios	170
A modo de conclusión.....	171

Los medios y los fines. Grupos de comunicación en la España actual. 174

Javier Orrico

1. Los trampantojos de la Transición	175
2. El desencanto	177
3. Los grandes medios-emblema.....	178
3.1. <i>El País</i> y PRISA.....	179
3.2. <i>Diario 16</i> y <i>El Mundo</i>	181
4. Otros grupos	183
5. La realidad empresarial de los medios en España.....	188
Conclusiones provisionales.....	205

El atracón mediático. Soluciones desde la educomunicación..... 208

María del Mar Rodríguez Rosell

1. Les presento a una amiga: la Realidad Mediática	209
2. ¿Por qué la alfabetización mediática? La importancia de la Educomunicación	215
3. Decálogo de recomendaciones en torno a la Televisión para padres y educadores de esta Realidad Mediática	217
Bibliografía	220

Los medios vistos desde el centro escolar..... 222

Pedro Felipe Granados

1. Elogio de la palabra.....	222
2. Tradición y modernidad	224
3. Algunos medios en el centro escolar.....	226
4. Potencialidades, cautelas y peligros	231
5. Algunas perversiones en el uso de los medios informáticos	238
6. Algunos daños colaterales	240
Corolario: la función del profesor	242

EL ATRACÓN MEDIÁTICO. SOLUCIONES DESDE LA EDUCOMUNICACIÓN

María del Mar Rodríguez Rosell*

Una de las preocupaciones de los padres y educadores hoy en día pasa por conocer en profundidad la realidad mediática en los diferentes entornos en que se mueven los más pequeños. Eso es algo que se hace de forma intuitiva y superficial ya que todos somos conscientes de alguna manera de la gran cantidad de medios que invaden los espacios de socialización comunes: profesionales, familiares, de ocio, etc. Y curiosamente la idea que planea sobre ellos se acerca a la desconfianza más que a la tranquilidad. Deberíamos preguntarnos porqué tienen tan mala prensa los medios de comunicación en relación a los niños, y porque ésta está asumida por los adultos. Desterrar el carácter negativo que se tiene del uso de los medios de comunicación es uno de las metas de esta reflexión que se hace en relación a la celebración del XI Encuentro del Consejo Escolar de la Región de Murcia *Creer entre pantallas. Los medios de comunicación y la educación*. Otro de nuestros objetivos se enuncia desde el deseo de ser conscientes de la importancia de la alfabetización mediática y de la Educomunicación y por último desarrollaremos una serie de recomendaciones que resultarán útiles para el consumo de medios en familia.

* mmrodriguez@ucam.edu; Doctora en Ciencias de la Información por la Universidad Complutense de Madrid, acreditada por la ANECA en la categoría de Profesor Contratado Doctor y Licenciada en Comunicación Audiovisual (UCM). Profesora Adjunta de “Fundamentos de la Comunicación Audiovisual” en la Universidad Católica San Antonio de Murcia, donde ejerce de Secretaria Académica de la Facultad de Ciencias Sociales y de la Comunicación y donde es Subdirectora de la revista Científica *Sphera Publica*; desde 2005 es Directora del *Grupo de Investigación Comunicación y Menores*.

1. Les presento a una amiga: la Realidad Mediática

Televisión, radio, Internet, diarios, revistas, redes sociales,... muchos son los medios de comunicación que participan de nuestra realidad. Muchos y muy diferentes. Ya en 1972 el alemán Harry Pross los clasificó en base a su grado de tecnificación diferenciando entre los primarios -los que no necesitan del empleo de ninguna técnica para la comunicación-, los secundarios -que necesitan el empleo de tecnologías en la fase de producción de contenidos- y los terciarios -que necesitan el empleo de tecnologías tanto en la fase de producción de contenidos como en la de recepción de los mismos-. Años más tarde, ya a finales de la década de los noventa, Manfred Faßler añadió una nueva categoría, la de los medios cuaternarios, que se referían a los medios digitales que permiten la interacción tanto en forma de comunicación sincrónica como asincrónica, que necesitan del empleo de tecnologías tanto en la producción como en la recepción y que provocan una división entre ambos agentes alejándolos en el tiempo y en el espacio.

Tradicionalmente se ha hablado de dos agentes de socialización principales: familia y escuela; y la mayoría de los sociólogos reconocen que los medios son el tercer factor principal de socialización²⁸⁰. Son grupos y contextos sociales dentro de los cuales se producen los más importantes procesos de socialización de un individuo que han ido variando su fisonomía a lo largo de los últimos tiempos. Si hablamos de Realidad Mediática es inevitable hablar del proceso de socialización que se desarrolla en los niveles educativos de Primaria y Secundaria. Estas etapas aparecen como fundamentales para el desarrollo global de la configuración social de los individuos y es en estas etapas del aprendizaje en las que se desarrollan las primeras disposiciones mentales y comportamentales de los mismos.

Antes de la aparición masiva de los Medios de Comunicación y su inclusión en todos los espacios sociales era habitual respetar una línea de sucesión entre los diferentes contextos de socialización. Primero aparecía el entorno familiar en el que el bebé tenía las primeras experiencias sociales con padres, hermanos, abuelos, etc. A éste le seguía otro contexto diferente, el proceso educativo regulado desde etapas tempranas (guarderías, escuelas infantiles) o más tardías con la incorporación a los niveles de Educación Infantil, para terminar incluyendo un entorno más en el que los Medios de

²⁸⁰ Cfr. PÉREZ, P.M., MARÍN, R. y VÁZQUEZ, G., *Los valores de los niños españoles*, SM, Madrid, 1992.

Comunicación se hacían un hueco en los espacios de socialización. En la actualidad la incorporación cada vez más precoz de los niños a otros contextos de socialización diferentes de la familia cuestiona la idea de sucesión entre ambos tipos y parece que esa línea de sucesión se diluye o incluso desaparece, se difumina para transformarse en una línea de simultaneidad que agrupa las diferentes etapas en procesos más continuos y con menos fronteras y limitaciones espaciales y temporales. En el fondo hoy en día podríamos dibujar tres entornos diferenciados: dos mundos paralelos como son el de la familia y el de la escuela, y un tercer universo, el de los medios de comunicación, que se “cuela” entre los dos anteriores adquiriendo un protagonismo inusual, como así lo afirman algunas Instituciones que aseguran que «es indiscutible la omnipresencia y poder de los medios en la vida cotidiana de las personas. La TV y otros bienes tecnológicos se han consolidado como un factor de desarrollo individual y social de las nuevas generaciones lo que se evidencia en el uso cotidiano y en la apropiación de estos objetos»²⁸¹.

Aunque sería interesante poder hacer diferentes reflexiones sobre otros medios de comunicación o pantallas utilizadas por los menores, en esta ocasión vamos a centrar nuestra atención en el medio de comunicación por excelencia para los más pequeños: la televisión, ya que es «el de más impacto de cara al público infantil, con el que la mayoría de los niños convive diariamente»²⁸².

La televisión se ha convertido en los últimos años en la primera alternativa de ocio infantil. Tal y como asegura el investigador Jesús Bermejo: «el tiempo dedicado a ver televisión en el comienzo del siglo XXI ha seguido siendo muy importante, pues aunque disminuyó entre los años 1999 a 2003 en torno a 15 minutos diarios (pasando de 158’ a 143’), después se ha recuperado para situarse incluso en un nivel cercano al de comienzos de la década»²⁸³. En 2009, los niños de 4 a 12 años siguieron viendo la televisión una media de 149 minutos diarios, lo que es considerable si tenemos en

²⁸¹ CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN, *Los padres y la regulación televisiva*. Departamento de Estudios CNTV, 2012. Disponible en http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110411/pags/20110411123823.html [acc. 14/06/2012].

²⁸² SÁNCHEZ CARRERO, J., *Pequeños Directores: niños y adolescentes creadores de cine, vídeo y televisión. Un recorrido por experiencias de alfabetización audiovisual: de la producción a la lectura crítica*, Editorial Aconcagua, Sevilla, 2008, p. 17.

²⁸³ Cfr. CORPORACIÓN MULTIMEDIA, *La industria audiovisual en España. Escenarios de un futuro digital*, 2010. Disponible en: <http://www.corporacionmultimedia.es>

cuenta que en el colegio están 270 minutos diarios. En algún informe²⁸⁴ se afirma incluso que, tomando en consideración los fines de semana y los periodos vacacionales, los menores están más tiempo delante del televisor (990 horas anuales) que en la escuela (960 horas)»²⁸⁵.

A la vista de los datos extraídos de una investigación llevada a cabo por el Instituto de Creatividad e Innovaciones Educativas de la Universidad de Valencia (2010) podríamos afirmar que si el tiempo dedicado a ver la televisión en esta década se ha visto incrementado, no es por la presencia de nuevas pantallas que compiten con ella, -por ejemplo los videojuegos, los móviles o Internet- sino porque se le ha “robado” a otro tipo de actividades de ocio como escuchar música, leer, jugar con otros iguales o desarrollar alguna actividad deportiva. Según este estudio los niños tienen a la televisión en un lugar preferente dentro de sus prioridades ya que el 30% de ellos lo primero que hacen nada más llegar a su casa es encender la televisión. Además gastan mucho de su tiempo delante de la tele; de media los niños ven de 22 a 25 horas semanales- y lo hacen a horas no adecuadas, ya que en España unos 750.000 niños ven la televisión después de las 22:00 de la noche y 20.000 después de las 00:00. Según los datos que aportan los especialistas, del tiempo total que pasan los niños frente al televisor solamente durante una cuarta parte de éste ven programas infantiles. Recordemos de nuevo estas cifras: ¡los niños ven de 22 a 25 horas semanales de televisión! No nos quedemos sólo en el dato y preguntémonos por qué tantas horas. ¿Por qué los niños recurren de forma constante a la televisión para entretenerse? Y todavía más allá ¿lo hacen para entretenerse o por qué lo hacen? Sí, los niños recurren frecuentemente a la televisión como forma de distracción, pero también la ven porque es una forma sencilla de obtener información a la que no pueden acceder por otras vías (en el fondo no olvidemos que la televisión es un medio de comunicación que gestiona información contada de una forma especial en la que el lenguaje audiovisual es el protagonista); y no olvidemos que la televisión también se hace necesaria como medio socializador, luego es lógico y natural que los niños acudan a ella buscando nuevas experiencias de crecimiento individual; es

²⁸⁴ Cfr. BERMEJO BERROS, J., *Mi hijo y la Televisión*, Pirámide, Madrid, 2006.

²⁸⁵ BERMEJO BERROS, J., «Consumo de los contenidos para la infancia en el nuevo escenario de la TDT», p. 1 en *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, nº 87, Madrid, 2011, pp. 1-13. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011051209340001&idioma=es>

probable que vean la televisión tantas horas porque se haya convertido en una costumbre heredada como así lo afirman algunos estudios: «respecto de la formas de mirar televisión, se observa una cierta “transmisión cultural” (...) Podríamos llamarla socialización televisiva, lo cual tiene varios puntos de entrada: a) seguir la tradición, o sea acentuar en el presente lo aprendido en el pasado, lo cual recoge la historia del sujeto, o b) la resocialización adquiriendo nuevas prácticas productos del contexto»²⁸⁶.

O simplemente ven la televisión tanto tiempo por la facilidad de acceso del propio medio, ya que se encuentra casi siempre (me atrevería a decir siempre) en el hogar y porque «no requiere de habilidades muy complejas para recibir la información, como sería, por ejemplo leer»²⁸⁷. En efecto, es importante reconocer la diferente naturaleza de la comunicación por medio de imágenes y de la comunicación verbal, ya que no olvidemos que el lenguaje de la imagen se basa en signos icónicos, mientras que los del lenguaje de la palabra son simbólicos, es decir no se encuentra relación entre el significante y el significado ya que entre ambos hay una relación convencional y arbitraria. El lenguaje de la imagen, sin embargo basa su significación en la similitud entre el signo (la propia imagen) y su significado, y esto forma parte del carácter universal de la comunicación por medio de imágenes²⁸⁸.

Por otro lado, nos encontramos con los datos que se refieren al entorno familiar. Dos tercios de los padres españoles reconoce que no controlan lo que ven sus hijos, sin embargo cuando se pregunta a los progenitores si están preocupados por la influencia que pueda ejercer la televisión sobre sus hijos la respuesta es rotunda: sí. Parece que muestran preocupación, aunque a menudo sea retórica, ritual o poco efectiva. Sólo un 30% de los padres españoles ven siempre o casi siempre la tv con sus hijos/a y ésta es una cifra muy baja si lo que queremos es enseñar a los niños a consumir televisión. Imagínense a un niño intentando leer un libro en sus primeros años de experiencia lectora. Podrán unir sílabas, formar vocablos y leer oraciones, pero... ¿cómo aprender a entender lo que significan las palabras, la didáctica de la lectura, si nadie junto a él va corrigiendo sus fallos? De igual manera es muy difícil que un niño entienda la televisión

²⁸⁶ ZARZURI, R., «Jóvenes, televisión y cultura», Revista ponto-e-vírgula nº 4. Pontificia Universidade de Sao Paulo (PUC-SP), 2008 en www.pucsp.br/ponto-e-virgula [acc.16/06/2012].

²⁸⁷ ANAYA HERNÁNDEZ, A., «Mitos y realidades de la televisión», 2005 en <http://www.slideshare.net/guest8bcd9f/mitos-y-realidades-de-la-televisión> [acc. 16/06/2012].

²⁸⁸ Cfr. ALONSO, M., MATILLA, L. y VÁZQUEZ, M., *Teleniños públicos. Teleniños Privados*, Ediciones de la Torre, Madrid, 1995, p. 203.

si no hay nadie que vaya explicando lo que ahí se ve y se oye. Podrá recibir la imagen y el sonido, pero seguramente lo interpretará de forma subjetiva.

La disposición de los aparatos de televisión en los hogares es también un punto importante que nos puede ayudar a entender por qué es tan fácil consumir televisión. El 31'3% de los niños entre 4 y 12 años tienen un televisor en su cuarto, en el 40% de las habitaciones de los niños encontramos otro tipo de aparatos como Mp3, Mp4 o Ipod, y en el 26% un ordenador. Con este panorama es normal que el consumo de la televisión se haga de forma indiscriminada, sin tener en cuenta ningún tipo de programación y horarios, y se comprende que los padres confiesen que en muchas ocasiones no son capaces de controlar lo que ven sus hijos.

Esta es nuestra amiga: la Realidad Mediática. Y con ella debemos de convivir. No podemos socializarnos de forma natural sin la presencia de los medios de comunicación y debemos enfrentarnos a ellos de una forma positiva para superar de una vez por todas el eterno debate de los medios como influencia negativa en los menores. No habrá influencia negativa si educamos a los niños a entender lo que ven, lo que leen, lo que escuchan, lo que visitan en la Red... pero hay que enseñar y para ello hay que dedicar tiempo, el gran enemigo de la sociedad actual; ese que parece que sólo invertimos en trabajar y que no encontramos para lo máspreciado: los niños, que en el fondo son la apuesta de nuestro futuro. Puede que la televisión sea el medio más demonizado junto a Internet, tal vez por la falta de control que se ejerce sobre ellos. Hagamos un experimento práctico y utilicemos la imaginación. Piensen en esta imagen: dos niños pequeños leyendo en el sofá del salón de su casa, absortos y entregados de lleno a una aventura fantástica: la de una historia escrita. Seguramente la sensación que provoca esta imagen haya sido la de ternura; entenece descubrir el acercamiento de los más pequeños con el enriquecedor e imaginativo mundo literario. Pensemos ahora en esta otra imagen: en esos mismos niños sobre el mismo sofá, en el mismo salón, pero absortos... viendo la televisión. Tal vez la primera sensación haya sido de inquietud. No, no nos fiamos de la televisión y no nos ofrece garantías sobre el contenido de lo que los más pequeños consumen. Nos sentimos más desarmados ante un medio como el televisivo y más fuertes frente a otro tipo de medios sobre los que creemos tener más control. Y reflexionen ahora: ¿por qué hemos pensado en la televisión *a priori* como algo negativo, como una amenaza? ¿por qué no hemos pensado que el contenido del programa que están viendo esos niños es educativo, enriquecedor, creativo, imaginativo... tanto o más que la experiencia lectora tradicional? La televisión no se

merece ese trato demoníaco, porque es un medio que ofrece multitud de posibilidades para el desarrollo creativo, educativo y socializador de los niños. En la mayoría de los casos los medios de comunicación -en general- y la televisión en particular se muestran como oscuros y perjudiciales. Algunos alzan sus voces asegurando que influyen de forma negativa en el resultado académico de los niños, que provocan violencia, que influyen en la forma de actuar fomentando las imitaciones de lo que en ellos se ve... La televisión, -aseguran otros-, invita a la ociosidad, a la pérdida de tiempo, provoca cansancio y confusión en los más pequeños que no son capaces de diferenciar entre la fantasía presentada en la televisión y la realidad. Son muchas las noticias que podemos encontrar sobre el efecto negativo o nocivo de la televisión sobre los niños, sobre su rendimiento escolar, su salud, su actitud... pero son también muchas las bondades y las virtudes de la misma.

La televisión se transmite con rapidez y potencia especialmente la capacidad reflexiva. Gracias a ella los niños aprenden cómo es el mundo más allá de los límites de su entorno más cercano, permite a los espectadores viajar hacia lugares desconocidos y conocer diferentes parajes y culturas. La televisión puede y debe ser utilizada como medio educativo, tanto en el entorno familiar como en el de la escuela. Sí, la televisión educa y es un poderoso instrumento de enseñanza ya que al ser un medio multisensorial permite al niño aprender por medio de la vista, el oído y las sensaciones, alejándose del aburrido ritual que puede suponer el aprender por métodos tradicionales en los que el libro de texto o los apuntes son los protagonistas. La televisión, bien empleada, puede reforzar hábitos y potenciar valores: sólo hay que producir y elegir los programas más adecuados.

Partimos de la base que el niño vive en un entorno audiovisual que puede ser determinante en su formación y debemos aprender a utilizar el enorme potencial que tiene la televisión para la educación y el entretenimiento de los niños. ¿Qué podemos hacer los más adultos para potenciar el valor indiscutible del medio televisivo? Principalmente saber elegir programas realistas, interesantes, que resulten entretenidos a la vez que enseñen y aprovechar las capacidades del medio para educar a los pequeños en disciplinas a veces lejanas como la música, el arte, la cultura o la ética. No hay que olvidar tener en cuenta las edades de los niños ya que los contenidos pensados para unos seguramente no sean adecuados para otros. Para ayudarnos en esta labor aparece entonces la Educomunicación.

2. ¿Por qué la alfabetización mediática? La importancia de la Educomunicación

La responsabilidad de proteger a la infancia y promover un consumo de televisión que aporte y no dañe el desarrollo de los niños, es tarea de distintos actores sociales, tanto del Estado como de los medios televisivos y de los padres²⁸⁹. Comentaba Ferrés al respecto que había que buscar responsabilidades compartidas ya que «las cadenas de televisión son responsables porque [...] incitan constantemente al consumo [...] y a menudo no respetan la dieta que corresponde a los menores. [...] Son responsables, en definitiva, del producto que han manufacturado y ofrecido al consumo, pero los educadores y educadoras en general, y los padres y madres de familia en particular, son responsables de la personalidad de quienes han de consumirlo»²⁹⁰.

Efectivamente, la relación entre los medios de comunicación y la educación ha pasado por muchas etapas desde la aparición de los primeros, y en todas ellas la depuración de responsabilidades ha sido una constante; pero en los últimos años ha empezado a destacar un nuevo campo de intervención social, la Educomunicación, que aparece con firmeza como un puente que une ambas disciplinas.

En la década de los 70 la UNESCO publicó un documento sobre “La educación en materia de comunicación” y concluía que la Educomunicación incluye «todas las formas de estudiar, aprender y enseñar, a todos los niveles y en toda circunstancia, la historia, la creación, la utilización y la evaluación de los medios de comunicación en la sociedad, su repercusión social, las consecuencias de la comunicación mediatizada, la participación, la modificación que producen en el modo de percibir, el papel del trabajo creador y el acceso a los medios de comunicación»²⁹¹.

Algunos autores como el profesor Oliveira Soares apuntan a la comunicación como la variable que ha resultado determinante para el desarrollo de la postmodernidad y que ha servido como elemento influyente destacado para otros sectores como el económico, político, cultural y ... de la educación. Soares insiste en la idea general de

²⁸⁹ Cfr. CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN, *Los padres y la regulación televisiva*. Departamento de Estudios CNTV, 2012. Disponible en http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110411/pags/20110411123823.html [acc. 14/06/2012].

²⁹⁰ FERRÉS, J., «La familia frente al televisor: ¿víctima o culpable?», p. 241, en *Comunicar*. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación. Televisión de calidad, N° 25, Huelva, 2005, pp. 237-242.

²⁹¹ Cfr. UNESCO, *La Educación en Materia de Comunicación*, París, 1984.

que tanto comunicación como educación deben seguir transformándose: la educación está llamada a revisarse en sus métodos, enfoques, preparación de agentes y ha de recuperar los valores éticos sustentados por los educadores.

Pensemos en la importancia de la incorporación del universo comunicativo actual al medio educativo. Las Tecnologías de la Información y la comunicación están presentes no sólo en ámbitos profesionales sino familiares y sería conveniente pensar en las TIC como herramientas incorporadas al proceso educativo natural, porque el mundo entero se está transformando, pero el sistema educativo no parece cambiar desde el siglo XIX. «La educación –dice Juan Freire, experto en cultura digital- se ha basado siempre en la transferencia de conocimientos del profesor al alumno. Ahora, esta transferencia puede producirse de otras maneras»²⁹².

Algunos autores como Ken Robinson -autor de uno de los textos claves sobre los retos de la educación en el siglo XXI-, recuerdan que «los niños de hoy se están criando en el periodo de estímulos más intenso de la historia: Internet, móviles, publicidad, televisión... y son penalizados en la escuela cuando se distraen»²⁹³. Pero ¿de qué se distraen? Seguramente de la metodología aburrida empleada en el aula que no ha roto todavía la lógica pedagógica que puede ser provocada por la inserción real de las TIC, que ofrecen posibilidades infinitas, creativas, entretenidas y de información.

Por eso es importante la Educomunicación, para servir de enlace entre ambos mundos, para crear espacios prácticos formados por las interrelaciones de dos campos habitualmente separados: la educación y la comunicación, insistiendo sobre todo en su vertiente más mediática. El objetivo es claro, tal y como asegura la Asociación de Educomunicadores: conseguir sacar el máximo partido a estas disciplinas al servicio del desarrollo social e individual del ser humano²⁹⁴. Según Roberto Giannatelli, presidente de la Asociación italiana de Educación para los medios y la Comunicación (MED) un educador debe “conocer, saber y ser”²⁹⁵: conocer el medio, saber cómo se producen los contenidos de los medios y ser ético en su proceder como profesor.

²⁹² FREIRE, J., «Estos profesores están revolucionando la enseñanza», *XL Semanal*, nº 1277, 2012.

²⁹³ ROBINSON: 2012.

²⁹⁴ Cfr. ASOCIACIÓN DE EDUCOMUNICADORES, *Aire Comunicación*, en <http://www.airecomun.com/educomunicacion/que-es.html> [acc.17/06/2012].

²⁹⁵ Cfr. <http://www.mediaeducationmed.it> [acc.16/06/2012].

Además, un educador debe conocer el lenguaje de los medios, y en particular el del mundo audiovisual, con sus códigos específicos y sus significaciones particulares. Sólo así podrá tener el criterio suficiente para ser crítico y analizar con objetividad. El educador debe aprovechar las posibilidades del universo de las pantallas en la era digital persiguiendo así educar para una competencia tanto emocional como comunicativa. A diferencia de Mariet que no considera importantes desde el punto de vista educativo los contenidos que se emiten a través de la televisión²⁹⁶, nosotros – al igual que otros muchos teóricos como Alonso, Matilla o Vázquez (1995: 203)- pensamos que «precisamente una educación escolar adecuada pasa por tomar en consideración el análisis crítico de los medios, lo cual es muy diferente de la imagen banal que él desprecia, según la cual la enseñanza de los medios se reduciría a clases en que se enseña “cómo hacer fotografías” o “cómo hacer un programa de televisión”»²⁹⁷.

3. Decálogo de recomendaciones en torno a la Televisión para padres y educadores de esta Realidad Mediática

Podríamos concluir esta reflexión con un repaso a algunas recomendaciones que permiten facilitar la tarea educativa a través de un medio como la televisión:

1. Consumir en familia medios de comunicación en general, y televisión en particular, favorece la cohesión de sus miembros. El padre y la madre deben convertirse en compañeros de viaje de sus hijos y deben prestar ayuda a los más pequeños delante de la televisión. El televisor es un aparato para compartir en familia, que permite la unión de los miembros y que provoca el debate frente a temas relevantes, pero para eso deben estar todos presentes, convirtiendo la recepción individual del medio en recepción grupal. Es importante ver la televisión con los hijos y aprovechar el potencial que tiene para crear una comunicación familiar en torno a los programas y sus contenidos.

2. No se debería hacer uso de los medios de comunicación (sobre todo de la televisión) durante las comidas. Debemos recuperar el ritual olvidado de sentarse en familia a comer alrededor de la mesa, ya que tal y como aseguran algunos psicólogos «recibir alimento es un acto tan simbólico que no solo nutre el cuerpo sino las relaciones interpersonales y genera un impacto social, porque a través del ritual de la

²⁹⁶ Cfr. MARIET, F., *Déjenlos ver la televisión*, Urano, Barcelona, 1993, pp. 26-27, 181 y ss.

²⁹⁷ ALONSO, M., MATILLA, L. y VÁZQUEZ, M., *Teleniños públicos. Teleniños Privados*, p. 203.

comida se crean vínculos y, no solo eso, se pone en evidencia la salud emocional y social»²⁹⁸. La falta de tiempo y las largas jornadas de trabajo impiden en muchas ocasiones conseguir este reto, pero hay que aprovechar cualquier ocasión que permita disfrutar en grupo del diálogo interpersonal. Y en ese diálogo no tiene cabida un nuevo comensal: la televisión, porque para que el momento de la comida familiar resulte agradable y pueda ser disfrutado debemos evitar la distracción y permitir la concentración en la conversación. De igual forma la televisión debería estar apagada cuando el niño se enfrenta al desarrollo de tareas escolares o de estudio ya que su nivel de atención podría verse afectado.

3. Poner límites a la cantidad de tiempo que debe estar expuesto el niño a la programación televisiva, que no debería de sobrepasar una o dos horas al día. Por otro lado, el tiempo elegido de consumo de televisión debe situarse en las franjas horarias adecuadas, no extralimitándose más allá de los horarios protegidos de programación infantil. El niño tiene que dormir, y la televisión no debe interferir en los horarios de sueño de nuestros hijos, en esos horarios tardíos que además concentran los contenidos menos indicados para ellos.

4. Los padres son los responsables de supervisar los contenidos que consumen los pequeños y los más indicados para consensuar con los más mayores a qué tipo de programación acceder. Debemos evitar los programas con violencia explícita o dramáticos que puedan causar sufrimientos innecesarios al niño.

5. Favorecer el diálogo y la comunicación en el entorno familiar estimulando discusiones con los niños sobre lo que se está viendo mientras miran juntos los programas. Es conveniente, en este sentido, que se procuren conexiones con situaciones reales que permitan entender con claridad la correlación de lo observado (que puede ser ficción) con un hecho real. Es necesario explicar al niño la diferencia entre realidad y ficción, vincular consecuencias a actos, y equilibrar todo aquello que atente contra valores fundamentales. Se puede aprovechar la recepción televisiva en familia para relacionar valores personales y/o familiares con los que ven en los documentos televisivos en sus diferentes formatos (publicidad, telediarios, programas...).

6. Discutir el papel de la publicidad y explicar la capacidad de influencia de compra de la misma. Los niños deben aprender a ver la publicidad, y deben aprender a diferenciar claramente los contenidos televisivos de la propia publicidad (en ocasiones

²⁹⁸ MILLÁN M., F.N., «Comidas en vías de extinción», El tiempo.com, 2009 [acc.16/06/2012].

muy entremezclados y poco diferenciados) pero ¿quién les educa en este terreno? Son los padres, educadores y educadores los que deben enseñar a los más jóvenes la realidad del mundo comercial. No olvidemos que los menores de 7 años no discriminan entre fantasía y realidad y sin embargo tal y como asegura Anaya perciben ambas imágenes en un plano de igualdad, dificultando el recuerdo posterior de cómo las han incorporado. Este hecho permitiría entender porqué la TV es capaz de influir fuertemente en la conducta, y porqué es capaz de producir un mayor impacto psicológico que otros medios de comunicación²⁹⁹.

7. La televisión no debe utilizarse nunca como un premio o un castigo. Si lo hacemos, estamos dotándola de un poder exagerado en el entorno familiar y el niño recibirá una idea equivocada de lo que es el medio.

8. Fomentar la crítica de contenidos y los comentarios constructivos por parte de los padres. Es muy importante y necesario que tanto padres como profesores conozcan la programación y mantengan una actitud crítica respecto a los programas que promueven estereotipos y modelos sociales inadecuados para los más jóvenes. Por otro lado, es conveniente que los adultos sean capaces de destacar los valores positivos de determinados personajes de la ficción televisiva y rechazar los negativos, como por ejemplo los que fomentan la violencia. En todo caso, ver un acto violento en ocasiones es inevitable y hay que saber explicar las consecuencias negativas del hecho.

9. Situar el televisor en espacios comunes, fuera de las habitaciones de los niños ya que cuando éstos ven la televisión en su cuarto disminuye la capacidad de los padres para supervisar los contenidos y se pierden las posibilidades de diálogo que ofrece la recepción de la misma.

10. Los niños funcionan por imitación. Los padres deben pregonar con el ejemplo y tener una actitud adecuada que les haga enfrentarse a la televisión de forma crítica y positiva, con una política en la que no todo valga y en la que el hecho de apagar el televisor ante un contenido inadecuado sea algo natural.

APOYOS

Estudio enmarcado en la Convocatoria de Proyectos I+D del Ministerio de Economía y Competitividad con clave: EDU2010-21395-C03-03 titulado “La

²⁹⁹ Cfr. ANAYA HERNÁNDEZ, A., «Mitos y realidades de la televisión».

enseñanza obligatoria ante la competencia en comunicación audiovisual en un entorno digital”.

Bibliografía

ALONSO, M., MATILLA, L. y VÁZQUEZ, M., *Teleniños públicos. Teleniños Privados*, Ediciones de la Torre, Madrid, 1995.

ASOCIACIÓN DE EDUCOMUNICADORES, *Aire Comunicación*, en <http://www.airecomun.com/educomunicacion/que-es.html> [acc.17/06/2012].

ANAYA HERNÁNDEZ, A., «Mitos y realidades de la televisión», 2005 en <http://www.slideshare.net/guest8bcd9f/mitos-y-realidades-de-la-television> [acc. 16/06/2012]

BERMEJO BERROS, J., «Consumo de los contenidos para la infancia en el nuevo escenario de la TDT», *Telos. Cuadernos de Comunicación e Innovación*, nº 87. Madrid, 2011, pp. 1-13. Disponible en: <http://sociedadinformacion.fundacion.telefonica.com/url-direct/pdf-generator?tipoContenido=articuloTelos&idContenido=2011051209340001&idioma=es>

CONSEJO NACIONAL DE TELEVISIÓN, *Los padres y la regulación televisiva*. Departamento de Estudios CNTV, 2012. Disponible en http://www.cntv.cl/prontus_cntv/site/artic/20110411/pags/20110411123823.html [acc. 14/06/2012].

FERRÉS, J., «La familia frente al televisor: ¿víctima o culpable?», *Comunicar*. Revista Científica Iberoamericana de Comunicación y Educación. Televisión de calidad, Nº 25, Huelva, 2005, pp. 237-242.

FIESE, B. SCHWARTZ, M.: «El Rescate de la Mesa Familiar: la hora de la comida y la Salud y Bienestar Infantil», Society for Research in Child Development. Sociedad para la Investigación del Desarrollo Infantil, 2008 en www.ucsfchildcarehealth.org [acc.16/06/2012].

FREIRE, J., «Estos profesores están revolucionando la enseñanza». *XL Semanal*, nº 1277, 2012.

INSTITUTO DE CREATIVIDAD E INNOVACIONES, *Estudio para determinar el perfil y parámetros básicos de la influencia de la TV en la infancia y adolescencia*, Generalitat Valenciana, 2002.

MARIET, F., *Déjenlos ver la televisión*, Urano, Barcelona, 1993.

MILLÁN M., F.N., «Comidas en vías de extinción», El tiempo.com, 2009 [acc.16/06/2012].

PÉREZ, P.M., MARÍN, R. y VÁZQUEZ, G., *Los valores de los niños españoles*, SM, Madrid, 1992.

SÁNCHEZ CARRERO, J., *Pequeños Directores: niños y adolescentes creadores de cine, vídeo y televisión. Un recorrido por experiencias de alfabetización audiovisual: de la producción a la lectura crítica*, Editorial Aconcagua, Sevilla, 2008.

UNESCO, *La Educación en Materia de Comunicación*, París, 1984.

ZARZURI, R., «Jóvenes, televisión y cultura», Revista ponto-e-vírgula nº 4. Pontificia Universidade de Sao Paulo (PUC-SP), 2008 en www.pucsp.br/ponto-e-virgula [acc.16/06/2012].