

# Los medios de comunicación y la familia (en torno a la televisión)

*Sindo Froufe Quintas*

*Universidad de Salamanca*

---

## Resumen

Los medios de comunicación y la familia forman una realidad inseparable. Ofrecemos una visión desde una perspectiva relacional, donde ambas realidades deben ayudarse para la construcción de una Pedagogía de y con los Medios. Una buena mediación parental (familiar) produce grandes beneficios en los hijos, ya que la relación que se produce entre familia y los mass media –principalmente la televisión– entra de lleno en el paradigma de la complejidad, que nos lleva a su vez a la construcción de un nuevo modelo comunicativo: adquisición de competencias sociales, nuevas fórmulas de aprendizaje social y la construcción de una Pedagogía de los Medios.

**Descriptor:** Familia, Mass media, Televisión, Aprendizaje Social, Pedagogía de los Medios de Comunicación, Paradigma, Complejidad.

## Abstract

Media and family form an inseparable reality. We offer a vision from a relational perspective, where both realities must help themselves for constructing a Pedagogy of and with Media. A good familiar mediation generates huge benefits in the children, because the relation that is produced between family and mass media –mainly the television– enters completely in the paradigm of the complexity, that brings us at the same time to the construction of a new communicative model: acquisition of social competences, new formulas of social apprenticeship and the construction of a Media Pedagogy.

**Keywords:** Family, Mass media, Television, Social Apprenticeship, Media Pedagogy, Paradigm, Complexity.

## 1. Contextualización

El nacimiento de las nuevas tecnologías de la información y su gran impacto social están produciendo un nuevo modelo de relaciones humanas. La influencia de la familia en las decisiones personales cada vez tiene menos peso y los padres se ven relegados a un segundo plano en cualquier toma de decisiones. Todo es distinto ya. Nada es igual que antes. Los medios de comunicación en general confeccionan una tipología que nos obliga a interpretar los sucesos y sus circunstancias de una manera totalmente arbitraria e insegura. ¿Cómo serán los años venideros? ¿Qué regalos nos tiene guardados el nuevo milenio? A pesar de los prospectivistas y apocalípticos, nadie sabe con certeza cómo será nuestro futuro y el de lo que nos rodea (familiares, entorno, trabajo, preocupaciones, enfermedades, alegrías, conquistas, etc.).

Actualmente se acepta que la irrupción de la Sociedad de la Información supone una revolución en todos los ámbitos o esferas de la sociedad y de la economía. Podemos afirmar que los cambios que se producen van más allá de las fronteras nacionales, ya que los nuevos mercados y las nuevas dimensiones culturales necesitan infraestructuras comunes. Esta nueva Sociedad de la Información es fruto de la evolución natural de la propia sociedad y de la economía.

El desarrollo de las Nuevas Tecnologías Audiovisuales exige un nuevo modo de aprendizaje interpretativo de los lenguajes icónicos. Desde la esfera del mundo familiar, entendido como un espacio donde se realiza la enculturación, es obligado potenciar el hábito de la crítica y de la elección ante la multitud de

mensajes que nos asaltan por cualquier parte. La universalidad de la comunicación humana y la presentación al instante de los hechos que acontecen lejos de nuestras vidas y experiencias, crean una conciencia de pertenencia a una misma colectividad humana, donde los problemas de los demás se viven como propios y cercanos. Es necesario crear una conciencia internacional de índole colectiva, compatible con el cultivo y la defensa de los valores culturales propios de nuestra cultura.

Los adultos y los niños de hoy han nacido con la televisión bajo el brazo, como un regalo más que la sociedad pluralista les ofrece. Este hecho, nada casual, les crea nuevas necesidades y les obliga a adaptar su ritmo de vida a los avatares de las imágenes televisivas. Nunca la televisión ha ocupado un lugar tan importante y decisivo en la vida de los niños del mundo. Si los niños aprenden de su interacción con el medio en el que viven, este contexto, en la actualidad, está lleno de imágenes por doquier que llegan a la mente de los niños sin que nadie se atreva a prejuzgarlas de antemano. ¿Qué impacto producirán en la mente de los niños? ¿Qué capacidad crítica poseen para discernir los atributos de sus mensajes? El aprendizaje de la televisión resulta el más fácil porque requiere poco esfuerzo. Es un aprendizaje por impregnación, dado que los niños aprenden por la vía de los sentimientos y las emociones. Todo se reduce a lo afectivo, olvidando la capacidad intelectual de someter a juicio los programas televisivos que están viendo.

## 2. La mediación parental como necesidad organizada

La postura de los padres y demás miembros familiares (si los hay) en torno a los medios de comunicación, principalmente la TV, puede ser decisiva para la plasmación reactiva de su maduración psicobiológica que tal consumo produce en la mente de sus hijos. La mediación directa de los padres (mediación parental o familiar) influye en la percepción, valoración, tanto en cantidad como en calidad, de los mensajes televisivos. El hogar familiar es el recinto doméstico donde la televisión se ha metido de lleno, con todas sus bondades y sortilegios. Los niños actuales viven sumergidos en el mundo fascinante de la televisión, igual que el hombre medieval vivía bajo los principios de la religión donde la capacidad crítica, en ambos casos, adolecía de un adormecimiento estructural.

Las relaciones familiares se encuentran penetradas por los mensajes de los medios de comunicación, principalmente televisivos, que llegan desde todas partes y en todas las direcciones. La televisión forma parte ya de la vida de la familia. Como escribe Ottaway (1985:46), "*las relaciones entre los moradores de la familia son producto en gran medida de la influencia televisiva*". La familia es la institución social que proporciona la socialización inicial del individuo. En el ámbito familiar se produce de un modo espontáneo el aprendizaje de los primeros patrones de pensamiento, la percepción plural de la realidad y los hábitos del comportamiento, todo ello bajo un clima de afectividad.

Los estilos de vida familiares, las actitudes ante los acontecimientos, la

interiorización de los valores sociales, el compromiso ante las necesidades humanas y la visión de la realidad se van conformando bajo la "pátina que sobre ella depositan las interpretaciones" (Marías, 1993:75). Esto nos obliga a tener en cuenta todas las interpretaciones de la realidad que proceden del mundo de las imágenes. Los estilos de vida que se reflejan desde las pantallas televisivas (dinero fácil, felicidad inmediata, mundos fantásticos, etc.) promueven actitudes donde el consumismo, la pasividad, la inocencia crítica y el funcionalismo se convierten en aprendizajes prestados bajo el olvido del esfuerzo personal. La televisión forma a través de la persuasión, maneja los sentimientos frente a la razón y crea estereotipos o modelos de vida ofertados desde los sentidos (vista y oído). Todo en ella se hace verosímil y creíble.

La televisión comunica significados de la realidad, significados que son interpretados por la persona y que son integrados en el mundo interior. Cada mensaje se instala en las estructuras profundas de la personalidad. La interacción con los padres a la hora de la interpretación de los mensajes y contenidos percibidos es lo que configura el verdadero significado de los estímulos icónicos recibidos de una manera impersonal. Como comenta Jensen (1991), "*cualquier significado es el resultado de un proceso de interacción del individuo con su medio y con otras personas*". La influencia de la televisión no es ni puntual ni concreta, sino general, global y masiva, impactando en todas las fases del desarrollo evolutivo del niño. Su influencia en los primeros estadios evolutivos puede ser decisiva en la naciente personalidad de los niños/as, ya que las panta-

llas en todas sus fórmulas son algo que enamoran a los infantes.

Aunque hablamos de la mediación parental como de la mejor estrategia pedagógico-didáctica para una correcta interpretación de los mensajes que nos llegan mediante la televisión, no todos los padres actúan de la misma forma y con los mismos criterios. Cada hogar es un mundo propio, cerrado, donde las vivencias y las relaciones comunicativas se convierten en episodios de confabulación consentida. Podemos comentar varias posturas de la familia (padres) ante el evento de la televisión: mediación evangélica, donde se imponen ciertas normas o reglas de funcionamiento en cuanto a los horarios y a los programas televisivos que se pueden ver; casi siempre se esgrimen razones de tipo ético, pedagógico o moral para convencer a los hijos de los beneficios de la renuncia pactada bajo el prisma de los mandamientos educativos. Otro tipo de mediación es la que podemos denominar pasiva o sin normas, donde se produce una ausencia total de normas y de orientación crítica por parte de los padres para la ocupación del tiempo ante las pantallas televisivas: el hijo se refugia cuando quiere y bajo su criterio personal ante la TV. y, además, con el consentimiento consciente de los padres. Sabemos que si el hijo está presente ante las pantallas, no hará otras cosas peores y este estado de pasividad o pasatiempo televisivo crea una confianza educativa, dado el encantamiento de las imágenes, en las mentes de los padres. Esta actitud es de las más socorridas por los padres en los hogares, ya que los niños se entretienen viendo cualquier programa televisivo y así dejan tranquilos a sus progenitores. Esta es

una actitud de comodidad o escasamente rentable desde el prisma educativo.

El hijo usa su libertad de manejo de la televisión a capricho, a la carta, al socaire de los padres. La televisión manifiesta uno de los síntomas de ese naturalismo pedagógico que denomina todas las vitrinas de las relaciones familiares. Se convierte en el aparato que entretiene, que ocupa el tiempo de los hijos bajo el abandono de las responsabilidades sociales por parte de los padres. También podemos hablar de mediación compartida, donde la participación de todos los miembros del hogar (padres e hijos) permite una visión conjunta, comentada y crítica de los distintos programas que toda la familia-recepciona al mismo tiempo. Pindado (1997:29) comenta distintos tipos de intervención de los padres en cuanto al consumo televisivo. Los reduce a tres: *mediación restrictiva*, la cual impone ciertas reglas para la visión, sea de horarios, de programas, o de ambos a la vez; *mediación desenfocada*, una especie de "laissez-faire", donde se da una ausencia de orientación y *mediación evaluativa*, con una participación activa de los padres en las distintas facetas de la recepción, como la visión conjunta de programas con comentarios sobre ellos. Varios investigadores (Baldwin, 1991; del Río, 1996) proclaman la importancia de las interacciones padres/hijos en las interpretaciones y descodificaciones de los mensajes televisivos: la televisión, en la sociedad actual, es un miembro más de la familia y como tal se le trata, dándole el sitio más importante dentro del escaso espacio físico de los domicilios modernos. La responsabilidad de los padres aumenta día a día, porque en el hogar es

donde el hijo va aprendiendo las normas de convivencia y los valores sociales que la sociedad protege y ensalza. Estos aprendizajes tempranos van a marcar el modo y la manera de cómo nos referimos a los contextos más próximos y de cómo interiorizamos las normas sociales que compartimos con los demás. No podemos olvidar que la actividad más significativa que la inmensa mayoría de los niños y niñas (el 80% o más) realizan diariamente es ver la televisión. Ante este dato tan contundente se comprueba cómo la vida social de los niños/as por las tardes es bastante limitada y se reduce a actividades sedentarias y casi siempre solitarias. Y, quizás, lo más alarmante es que la TV es utilizada escasamente por los padres para compartir experiencias con sus hijos y de ahí la dificultad que encuentran para poder realizar una acción orientadora acerca de lo que ven.

Defendemos una mediación parental compartida como la mejor estrategia metodológica para visionar conjuntamente -covisión- los programas televisivos en el hogar. Ello permite dialogar, comentar, preguntar, explicar, analizar y poner en común los hechos y los mensajes que son percibidos en el grupo familiar a cualquier hora del día. Quizá, lo más fácil sea que el niño/hijo consuma pasivamente horas y más horas de televisión y los padres se dediquen a otros menesteres domésticos, sabiendo que su hijo está enganchado ante la pantalla del televisor y ellos se pueden permitir el olvido más iconoclasta, porque nunca sucede nada y los hijos se lo pasan "guay". Según un estudio reciente sobre los efectos de la TV en los niños (Tripero, 1999:23), se concluye: muchos padres no se preocupan lo más mínimo por los

efectos que la televisión pueda causar en las emociones, en la inteligencia o en los comportamientos de sus hijos y esto lo demuestra el hecho de que un 39% no comenta nunca nada con sus padres sobre lo que han visto o sobre sus aficiones televisivas y un 21% habla rara vez sobre este tema. Otros datos del estudio son los siguientes: más de la mitad de los niños (55%) dicen enfrentarse solos a la experiencia televisiva y son ellos los que seleccionan la programación en virtud de criterios como la violencia, los accidentes o las sorpresas; el uso de la televisión como recurso de castigo es también una realidad, principalmente en los primeros cursos de Educación Primaria. Tal actitud paterna supone reforzar el papel predominante de la TV en el hogar y crear una mayor apetencia en el niño que, mediante esta actitud, llegará a considerarla como un elemento primordial de entretenimiento.

La alternativa a la televisión no está en la anulación de la misma, como si se tratara de algo maligno o nefasto para los hijos. No vale apagar la televisión como castigo al niño que se porte mal o no cumpla con sus deberes en el hogar. Este planteamiento, que a veces se da en los hogares, no conduce a nada bueno ni cordial. Lo importante es la búsqueda de alternativas a la misma televisión. Aquí, padres e hijos, deben dialogar y saber que la televisión de por sí ni es buena ni mala, es sólo un instrumento o un artefacto que las nuevas tecnologías han puesto al servicio de los ciudadanos para el progreso y el bienestar de los ciudadanos del mundo. Nadie debe renunciar a las conquistas tecnológicas que el hombre mediante su investigación consigue. La televisión es una conquista más. Lo

importante es descifrar correctamente su uso y ubicarlo plazeramente en los espacios de cada hogar. No podemos quedarnos únicamente en la valoración de las características esenciales o intrínsecas de la televisión, sin tener presente los usos que hacen de la misma, ni las funciones que se le asignan en diferentes contextos o situaciones. Como comenta Contreras (1998:71), *"la solución a este problema creemos que no puede consistir en suprimir la televisión, sino, más bien, en determinar el lugar que debe ocupar en el hogar. En una palabra, las familias deben aprender a servirse de la televisión, en lugar de estar a su servicio"*.

### **3. La familia y los medios de comunicación: una relación compleja**

Aunque hablamos de medios de comunicación como de aquellas instituciones públicas o privadas que se dedican a la recogida, elaboración y difusión masiva de información, nos centramos básicamente en el papel de la televisión en el seno familiar. Quizá sea la televisión y sus programas los que ocupan más tiempo en los hogares.

La magia de la televisión consiste en que, a través de su pantalla, se viven las emociones humanas. Como ejemplo, ahí tenemos los programas de mayor audiencia. Lo que no podemos poner en duda es que la televisión es un medio omnipresente y omnipotente en la configuración de las opiniones y los criterios en el hombre actual. La televisión ha recuperado la seducción como mecanismo que atrae, que incita, que promueve a la acción. La seducción nos indica que

sólo desde la paradoja podemos interpretar la realidad humana. La seducción debemos orientarla hacia aquellas actividades que nos promocionan, que nos dan fuerza para emitir juicios críticos y que nos ayudan a contraofertar otro tipo de valores sociales. Únicamente así comprendremos los grandes resortes que posee la televisión para incitarnos a verla y a comprender nuestras tensiones animicas. Aquí nace la fuerza socializadora de la televisión y su capacidad de imposición de modelos imitativos a los que nadie se resiste. Tal es su fuerza positiva que nos inclina a valorar como algo positivo todo aquello que de alguna manera nos satisface. Quizá el ejemplo más claro sea el de la *violencia televisiva*.

La televisión, a pesar de su naturaleza tecnológica, se ha convertido en un elemento esencial e imprescindible en la vida diaria de los hogares de todo el mundo. La televisión ajusta comidas, propone actividades y reúne a todos los miembros de la familia. No se puede vivir ya sin televisión en los hogares. En nuestro mundo occidental, el porcentaje de casas con televisor es superior a los hogares con cuarto de baño. Este dato nos indica la jerarquía de valores en los hogares europeos. La televisión es lo primero que se compra y se coloca en el mejor espacio de la casa. Su funcionamiento, a todas horas, impide que las relaciones familiares de comunicación, de diálogo, de entretenimiento se vean salpicadas de tensiones, de silencios crueles, de riñas a destiempo y de reverencias inmerecidas. Ver la televisión se ha convertido en el mejor medicamento de usurpación de la vida afectiva de las familias: no se dialoga, no se comparten proyectos

humanos comunes y todos los miembros del hogar se convierten en espectadores duros de la pasión-tele.

La complejidad de la relación entre familia y medios de comunicación radica en la diversidad de realidades sociales existentes, en los múltiples mensajes que se reciben, en el aumento de las disponibilidades humanas y en la pluralidad de imágenes recibidas. Quizá sea el paradigma de la complejidad, en cuanto es integrador, el que mejor explique la importancia de la intervención educativa en el mundo de la comunicación. El incremento gradual de los niveles formativos e informativos de las personas y el efecto configurador de las nuevas tecnologías convierten a nuestras sociedades, en especial a la familia, en un ámbito de intervención altamente diverso, complejo y dinámico.

Morin (1994:32) define la complejidad como el tejido de eventos, acciones, interacciones, retroacciones, determinaciones, azares que constituyen nuestro mundo fenoménico. Definir, por tanto, la interacción entre el mundo real y el mundo de las imágenes es introducirse de lleno en la complejidad, porque la visión de la realidad llevada a mensajes icónicos no puede ser correctamente interpretada desde un paradigma simple de forma exclusiva. De ahí que todas las variables que confluyen en el ámbito de la familia, merced a los medios de comunicación, hayan de ser tratadas desde un único paradigma integrador que contemple todos los enfoques o matices de la relación familia e imagen.

Insistimos en que la relación entre el mundo familiar y los medios de comunicación está a caballo entre la libertad

como atributo humano y los intereses políticos, sociales o consumistas. La apreciación de la importancia de los medios de comunicación en la vida de la familia ha caminado en paralelo con el esfuerzo de verificación de sus efectos. El estudio y las investigaciones sobre este tema han sido abundantes en los últimos años, aunque no siempre coincidentes en sus resultados.

El paradigma de la complejidad nos abre las puertas a nuevas formas de interpretación de la relación entre familia y los mass media. Debemos tener presente los cambios que se han producido en la familia en las últimas décadas y los avances hacia una sociedad virtual de la información, donde el hogar se convierte en un espacio destinado al ocio cada vez más programado y comercializado (Flaquer, 1998:166).

#### **4. Nuevo modelo comunicativo entre la familia y los medios de comunicación**

Las relaciones comunicativas y sus posibles efectos entre la familia y los medios de comunicación siempre han sido criticadas. Taberner (1999:96) se hace eco de la polémica entre los distintos autores, unos como Apocalípticos y otros como Integrados (Eco, 1986), de los procesos de degradación de la cultura. Así comprobamos como las acusaciones que se lanzan contra la televisión son las siguientes:

- Promueve una visión acrítica y pasiva del mundo, reforzando las tendencias conservadoras en materia de costumbres, política y religión.
- Es un instrumento socializador que promueve tipos humanos dirigidos desde

fuera, con escasa independencia y autonomía interna.

Las nuevas tecnologías se están abriendo un camino insospechado e impredecible en nuestra sociedad. Nadie puede vislumbrar su futuro con certeza. Actualmente se han superado ya los contenidos de la "alfabetización visual" para entrar en la llamada "alfabetización informática". La cultura tecnológica que se está imponiendo por doquier incluye un conjunto de conocimientos y destrezas que nos obligan a entender el mundo de la informática en general, en cuanto será uno de los medios para relacionarse con el mundo (ejemplo, Internet). Hunter (1985:46) define la alfabetización informática como "*la habilidad para usar adecuadamente los ordenadores en la enseñanza, favorecer el desarrollo de capacidades de los alumnos que están en la base de los aprendizajes, manejar información y resolver problemas, y la habilidad de crear juicios fundamentados sobre las consecuencias éticas y sociales que implican los sistemas de comunicación y computación*".

Las tecnologías de la información y comunicación han tenido un decisivo impacto en la cultura. Han creado los multimedia, la realidad virtual y las autopistas de la información y con ello un nuevo concepto que se denomina Cibercultura. Todos los aspectos de la cultura actual más floreciente están siendo influidos por las nuevas tecnologías de la información (cine, deporte, edición, arte, música, etc.). Los nuevos horizontes culturales en las sociedades postindustriales reflejarán la revolución tecnológica que se está produciendo a grandes pasos. Sin duda cambiará la forma de aprender y la forma de enseñar. Estamos en la

globalización de la cultura. Como escribe Larramendi (1995:228), "*el probable proceso de globalización en el que ya se está inmerso implica la revolución lenta, universal y de consecuencias insospechadas que se están produciendo y se van a producir en el mundo de la cultura*".

La revolución informática producirá grandes cambios sociales que faciliten la convivencia pacífica en un mundo más democrático. El planeta se convertirá en una aldea informativa global, donde no tendrán sentido ya las dictaduras. "*Las décadas próximas* -escribe Joyanes (1997:73)- *revelarán que las nuevas tecnologías van a permitir a los seres humanos, no sólo una vida más libre y cómoda sino también más educada y creativa. Se van a poner a disposición del mundo del ocio, del mundo profesional, del mundo científico, etc., una inmensa cantidad de datos y conocimientos. Los seres humanos ganarán en libertad para adquirir conocimientos, libertad para comunicarse y libertad para desplazarse*".

Proponemos un nuevo modelo que incluye los distintos vectores que se relacionan entre ambos mundos. Es una proposición abierta, con múltiples sugerencias y a caballo entre la utopía más realista y la realidad más esperanzadora. Late como trasfondo todos aquellos cambios previsibles que se van a producir durante el tercer milenio en el campo de la educación. Posiblemente sean muchos y trascendentales. Nada de lo existente vuelva a ser como antes. Y esto exige una hermenéutica interpretativa de gran calado de los fenómenos sociales y culturales que nos rodean.

#### 4.1. La educación como adquisición de competencias sociales

Como escribe Mead (1973:93), “*el hombre sólo se convierte en persona cuando ha desarrollado un espíritu dentro del contexto de la experiencia social*”. El individuo se hace persona merced a la comunicación y a los encuentros que tiene con todos los contextos en los que vive. El aprendizaje de las capacidades sociales se adquiere básicamente a partir del lenguaje y en el hogar. Una visión moderna de la familia nos lleva a entenderla como el principal contexto de desarrollo no sólo de los niños, sino también de las personas que la componen. De ahí nacen las peculiaridades de cada uno de los integrantes del grupo familiar y la explicación de sus contextos. Los contextos influyen sobre las personas y determinan sus relaciones. En el contexto familiar se deben adquirir las habilidades y las competencias sociales para que la vida en grupo se produzca correctamente. La familia se convierte en el primer contexto de aprendizaje de las normas sociales. La función socializadora de la familia no se centra con exclusividad en la transmisión intencional de las normas y valores. El niño aprende en la familia las claves que le llevan a la construcción de las representaciones globales acerca de la realidad social. La familia no socializa únicamente mediante palabras y conversaciones, sino con vivencias y experiencias. Los padres actúan como una institución tamizadora de aquello que perciben en la sociedad. Sólo se puede educar si se sabe o se quiere y transmitiendo aquello en lo que realmente se cree. Los padres seleccionan aquellas experiencias que quieren transmitir a sus hijos, impregnándolo

todo de preconceptos temerarios. “*Se da una transmisión deliberada, intencional, a partir de aquello que los padres aprendieron, internalizaron y juzgan importante comunicar a sus hijos y otra forma accidental, en cuanto no son intencionales las consecuencias de sus acciones experimentadas por los hijos*” (Froufe, 1995:67).

La adquisición de competencias sociales supone, según Petrus (1997:23), “*un proceso dialéctico en el que intervienen: a) la formación adquirida a través de los circuitos familiares; b) el lenguaje como factor de aprendizaje emocional y c) los valores como elemento de formación e interacción social*”. El ambiente familiar, y fundamentalmente su mundo emocional, influye en la captación de los valores transmitidos mediante los medios de comunicación. La familia se puede considerar como una comunidad de prácticas, que se define por poseer un entorno de relaciones interpersonales donde se adquieren habilidades, destrezas y valores. Todo este tipo de adquisiciones y otras más se aprenden y se ponen en práctica a través de actividades que tienen significado para la propia comunidad. Otros autores hablan de escenario sociocultural, concepción muy próxima a la anterior. Como escriben Rodrigo y Acuña (1999:263), “*una de las finalidades del escenario familiar es promover el desarrollo óptimo de los hijos, teniendo en cuenta que éstos son organismos en desarrollo con necesidades cambiantes. Este objetivo supone que el escenario educativo debe realizar las funciones de mantenimiento, estimulación, apoyo, estructuración y control*”. Nadie pone en duda que la familia es el primer contexto de aprendi-

zaje de las reglas sociales y el agente socializador de los valores que adquieren todos sus miembros.

Siguiendo el símil de la escuela, es obligado hablar del *currículum educativo familiar*. Este modelo educativo familiar va a ser la arquitectura de la vida en familia, momento a momento. Hace referencia a todos los conocimientos, valores, normas, actitudes y formas de conducta que es necesario adquirir mediante los procesos de participación en la comunidad familiar. El currículum educativo familiar es un currículum oculto, que no se encuentra explicitado entre los miembros de la comunidad familiar, pero que se cumple y está presente en las mentes de los que conviven. Los padres actúan con sus hijos mediante una serie de actividades y fabrican principios y estilos educativos, pero, rara vez, son conscientes de todos sus esfuerzos de acomodación en favor de la familia. El currículum educativo familiar contiene las directrices culturales que se espera de cada uno de sus miembros, directrices que constituyen los mandamientos educativos que se emplean para enseñar a los hijos.

#### **4.2. Los medios de comunicación como instrumentos de aprendizaje social**

Los medios de comunicación reflejan la cultura de una sociedad determinada y son considerados como instrumentos modulares del grupo social. Los canales informativos están dotados de un potencial oculto que delata cómo los sentidos son más poderosos que la misma mente. Actúan sobre las emociones de las personas mediante la persuasión. La clave de la educación en familia y en

la escuela radicarán en identificar los intereses secretos de los mediadores, casi siempre políticos o consumistas. La familia se convierte en el mejor intérprete de la relación simbólica con los medios de comunicación. Las relaciones entre los moradores de la familia se ven amenazadas por la influencia de los medios, principalmente de la televisión.

La mediación familiar se impone. Actualmente se está abordando el tema del sistema familiar como posible filtro ante la experiencia televisiva. La capacidad de mediación es muy distinta en cada ámbito familiar. Sobre los efectos de la televisión en los niños existen distintos estudios como los de Win (1977), Greenfield (1985) o Mariet (1994). Resulta difícil que el niño se sitúe al margen de los procesos que se producen continuamente en la televisión. Nadie pone en duda que los efectos de la televisión sobre el niño o el joven abarcan diversos ámbitos:

- En el sistema cognitivo, donde se produce un procesamiento informativo más visual que verbal. La imagen se apodera de todo.
- En el sistema de lo social, donde muchos aprendizajes y situaciones sociales se observan a través de la televisión.
- En el sistema de las emociones, donde el mundo se percibe bajo el prisma de la emotividad humana.

Si el aprendizaje social se realiza en los ambientes cercanos a la convivencia humana, es necesario que la familia proponga pautas de actuación relacional, donde los hijos vayan interiorizando las normas, los hábitos y las formas de comportamiento más usuales dentro del marco de la realidad sociocultural. Nada se debe dejar a la improvisación. Se

impone la planificación estratégica de las acciones humanas. Los padres son los responsables de la intencionalidad de sus acciones y compromisos en el hogar. Nunca como hasta ahora los mass media se han introducido de lleno en nuestros domicilios. Nosotros somos clientes de sus potencialidades. Educar al hombre mediático implica un acercamiento a su realidad personal y social desde los ámbitos de la multidimensionalidad.

En la actualidad, no podemos obviar los mensajes que reciben a cada momento de los medios de comunicación la familia y cada uno sus miembros. Su influencia es del tal fuerza y calado que pueden condicionar la educación y sus principios básicos, tan defendidos a nivel teórico. Las concepciones éticas, morales, religiosas o de cualquier índole que se aprenden en el hogar se ven amenazadas por el impacto continuo de los pluralismos mediáticos. La enfermedad de la información, de la que habla Eco (1986), es, hoy, una realidad que se constata por doquier: el individuo, en general, está más informado que antaño, aunque esa información no implica una mejor formación ni un más alto nivel cultural.

La presencia de la cultura tecnológica en la escuela se impone cada día con más fuerza. Así lo presintieron los ministros europeos de educación reunidos en la XVI sesión donde apuntaron que Europa se está transformando en una sociedad de la información y de la comunicación. Las características serían:

- *“Rápido desarrollo de nuevas tecnologías de información y comunicación y su aplicación en todos los campos de la vida social, política, económica y cultural.*

- *Crecimiento exponencial de la cantidad de informaciones escritas, visuales y sonoras.*
- *Circulación e intercambio cada vez más intensivo de esta información, de escala local a escala mundial.*
- *Empleo de una parte cada vez más importante de la población activa en la creación, el tratamiento y la transmisión de la información.*
- *Extrema dependencia de las economías mundiales frente a las nuevas técnicas de la información en general y del saber, es decir, de la información que ha sido asimilada y sometida a un juicio razonado.*
- *Cambios en los aspectos culturales tales como el lenguaje, las formas de comunicación y de expresión y las concepciones de lo que constituye el saber” (Consejo de Europa, 1990:57).*

#### **4.3. Hacia la construcción de una pedagogía de los medios de comunicación**

Es necesario construir una pedagogía de los medios de comunicación. Pedagogía que estudie no sólo las funciones profesionales, sino básicamente su influencia en la persona en la formación e internalización de las representaciones sociales. Este estudio pedagógico de las virtualidades de los medios de comunicación debe hacerse desde el campo de la interdisciplinariedad, de tal manera que ciencias como la Semiótica, las Ciencias de la Información, las Nuevas Tecnologías, etc., aporten fundamentos a la institucionalización de la Pedagogía de los Medios. Ello exige la introducción de los medios de comunicación en la escuela y en todo el sistema educativo-social, al mismo tiempo que un convenio entre el

Ministerio de Educación y las instituciones privadas, dueñas de esos medios (radio, prensa, TV., etc.).

La Pedagogía de los Medios incluye la educación de los padres, haciéndoles mediadores entre los mass media y los hijos. Este enfoque educativo de los Medios redundará en beneficio de los derechos de los menores y de sus necesidades de protección y formación. La investigación y el conocimiento mutuo en este campo (familia y medios de comunicación) deben continuar y mejorar sus niveles de convivencia. Así lo exigen los parámetros sociológicos actuales. El niño crece con los mass media, básicamente rodeado de la televisión. La UNESCO advierte sobre el uso indiscriminado y masivo de la televisión, ya que puede resultar peligroso para el aprendizaje del niño por aumentar su pasividad, cercenar su creatividad y apartarle del trabajo escolar diario.

Vivimos en la civilización de la imagen y la televisión puede cumplir una labor importante en el campo de la educación dadas las grandes potencialidades que encierra. La televisión es un poderoso instrumento para favorecer el aprendizaje, el ocio, la cultura, la promoción de la salud y las conductas prosociales. Utilizada con coherencia nos ayuda a la adquisición de actitudes y estilos de vida positivos y al aprendizaje de normas sociales y culturales favorables para una buena convivencia a nivel local y mundial.

Resulta interesante la declaración de la XVI reunión de ministros europeos de educación. Dice así: "*La educación en las nuevas tecnologías y los medios de comunicación debe representar un pa-*

*pel liberador y tranquilizante, ayudando a los alumnos a actuar como ciudadanos de una democracia y a adquirir una conciencia política. Los alumnos deben ser iniciados en las estructuras, mecanismos y mensajes de los medios de comunicación; en particular deben adquirir una capacidad independiente y dar prueba de un espíritu crítico frente al contenido de los medios de comunicación. Dado el importante papel de los medios de comunicación como la televisión, el cine, la radio y la prensa juegan en la experiencia cultural de los niños, la educación sobre los medios de comunicación debe comenzar lo antes posible y continuar a lo largo de la escolaridad obligatoria"* (Consejo de Europa, 1990:60). Se impone la necesidad de introducir los medios de comunicación en el aula. Comprobamos cada día cómo la escuela ha perdido ese poder hegemónico de transmisión de conocimientos o de cultura, a favor de los mass media donde además de información se da espectáculo. En general, hasta hace pocos años, el uso de los medios de comunicación como instrumentos de cultura y formación en los centros escolares públicos y privados de España ha sido muy escaso. La función de los medios de comunicación en el aula como elementos dinamizadores de la cultura es que los alumnos "*comprendan de manera activa y consciente, en lugar de pasiva e inconscientemente, el lugar en que se encuentran y capten el sentido de los textos de los medios de comunicación social"* (Shepherd, 1993:145). Distintas experiencias educativas con la prensa (periódicos, principalmente), se realizan desde hace años en ciertos colegios de la provincia de Zamora, Huelva, Sevilla, Al-

mería y otras localidades de España.

Se impone como una necesidad la introducción de los medios de comunicación en el aula como un recurso educativo plural e innovador. Como escribe Aguaded (1994:140), *“donde realmente cobra sentido la educación para el uso de los medios de comunicación, es necesariamente en un modelo educativo que parta de una teoría crítica de la enseñanza”*. Como reflexión previa a la introducción de los medios de comunicación como materiales de aprendizaje individual y colectivo, debemos buscar una filosofía educativa y un modelo didáctico que sustente ese nuevo edificio donde los mass media van a formar parte activa del acto didáctico. No podemos plantearnos el uso de los medios sin analizar previamente su marco de referencia, así como todo el contexto educativo. El contexto de la pedagogía transmisiva ha huido de los medios como elementos formadores auxiliares en la formación de la persona. La educación para el uso de los medios de comunicación debe partir del análisis de la realidad sociocultural y concretarse en un proyecto educativo.

La puesta en marcha de los mass media como recursos educativos en el aula, en cuanto son *“herramientas intermedias entre un objeto y un sujeto cognoscente”* (Bautista, 1994:8), supone un nuevo papel por parte del docente que usará los recursos como soportes materiales de los mensajes didácticos y como sistemas de representación para manifestar sentimientos, comunicar ideas o representar hipótesis de trabajo. Ello le exige un uso crítico de los recursos y materiales, de todo aquello que aparece cada día en los medios de comunicación

y de lo implícito en el currículum. La autonomía pedagógica y organizativa de los centros, favorece el trabajo en equipo de los profesores y la realización de sus prácticas docentes. En la LOGSE se recogen referencias explícitas a los medios de comunicación, tanto en la Educación Infantil y Primaria, como en la Educación Secundaria y Educación de Personas Adultas. La novedad estriba en que la aparición de los medios de comunicación se hace siguiendo tres ámbitos de contenidos: conceptuales, procedimentales y actitudinales.

La introducción de los medios de comunicación como vehículos didácticos en las aulas de los centros escolares exige, como paso previo, una adecuada planificación curricular. Los mass media deben insertarse necesariamente en el Proyecto Educativo de Centro (PEC) y en el Proyecto Curricular de Centro (PCC) para que adquiera su pleno significado didáctico. El trabajar las distintas áreas curriculares y los diferentes niveles educativos con los mass media presupone una ruptura con algunas actitudes que dominan en ciertas aulas: programas rígidos, falta de autonomía en el profesor, escasa participación por parte de los alumnos, ambiente social tenso en el aula, etc. *“La introducción de los medios en el aula puede ser una buena excusa para cambiar nuestras actuaciones didácticas. Introducir los medios sin una planificación previa, sin un replanteamiento de los propios objetivos de la escuela, sin una modificación de las metodologías didácticas y de las técnicas organizativas del centro, es incluso contraproducente”* (Aguaded, 1994: 154). Este uso crítico de los medios es el que se usa para la formación y desarrollo profesional de

los profesores y el que les lleva a reflexionar sobre su propia práctica. "Tal conocimiento les conduciría a planificar acciones y llevarlas hasta sus últimas consecuencias: modificar disposiciones administrativas, transformar relaciones estructurales, corregir desajustes sociales, etc." (Bautista, 1994:45).

Todo profesor que desee trabajar con los medios en el aula, lo puede hacer desde diversos ámbitos y sus posibilidades son inmensas. Se puede aprender con los medios cualquier materia de aprendizaje. En este nivel se presentan como recursos didácticos para el aprendizaje de todas las materias del currículum.

También los medios de comunicación pueden ser objeto de análisis con la finalidad de conocer sus lenguajes, la carga ideológica que los sustenta o los procesos de funcionamiento. Finalmente, se puede crear con los medios, favorecer la comunicación entre alumnos y profesores y expresar sentimientos personales en las tareas colectivas o de grupo.

Se propone una Educación en Medios de Comunicación que sensibilice a los profesores en activo sobre este nuevo eje transversal de la enseñanza y sobre la importancia que tienen en la sociedad de la información. Esta sensibilización inicial ha de acompañarse de una cualificación profesional y de que las administraciones educativas asuman este tipo de educación creando programas de investigación y poniendo en marcha grupos de trabajo que se centren en el estudio de los mass media y publiquen sus hallazgos.

## Bibliografía

- AGUADED, J. I. (1993): *Comunicación audiovisual en una enseñanza renovada. Propuestas desde los medios*. Huelva: Grupo Pedagógico Andaluz "Prensa y Educación".
- BALLESTA, J. (1995): *Enseñar con los medios de comunicación*. Barcelona: DM/PPU.
- BAUTISTA, A. (1994): *Las nuevas tecnologías en la capacitación docente*. Madrid: Visor.
- CONSEJO DE EUROPA (1990): *Desafío de las Nuevas Tecnologías de la Enseñanza*. Madrid: Fundación Encuentro.
- CONTRERAS, M. (1998): "Familia, televisión y escuela: una propuesta de acción participativa". *Comunicar*, 10, 69-75.
- ECO, U. (1986): *Signo*. Barcelona: Labor.
- FLAQUER, L. (1998): *El destino de la familia*. Barcelona: Ariel.
- FROUFE, S. (1995): "El protagonismo de la familia ante la transmisión de los valores sociales". *Documentación Social*, 98, 73-81.
- FROUFE, S. (1998): "Familia y medios de comunicación". *Comunicar*, 10, 21-26.
- HUNTER, B. (1985): *Mis alumnos usan el ordenador*. Barcelona: Martínez Roca.
- JOYANES, L. (1997): "La galaxia Internet: la última utopía. Condicionantes y apuestas". *Documentación Social*, 110, 71-101.
- LARRAMENDI, I. H. (1995): *Crisis de Sociedad. Reflexiones para el siglo XXI*. Madrid: Actas.
- MARCH, J. C. (1994): *La Generación TV*. Granada: Escuela Andaluza de Salud.
- MARIAS, J. (1993): *Razón de la Filosofía*. Madrid: Alianza.
- MEAD, G. H. (1973): *Espiritu, persona, sociedad*. Buenos Aires: Paidós.
- MORIN, E. (1994): *Introducción al pensamiento complejo*. Barcelona: Gedisa.
- OTTAWAY, A. K. (1985): *Educación y sociedad: introducción a la Sociología de*

- la Educación*. Buenos Aires: Kapelusz.
- PETRUS, A. (Coord.) (1997): *Pedagogía social*. Barcelona: Ariel.
- PINDADO, J. (1997): "Escuela y televisión: claves de una relación compleja". *Cultura y Educación*, 5, 25-35.
- RIO, P. (1996): *Psicología de los medios de comunicación*. Madrid: Síntesis.
- RODRIGO, M<sup>a</sup>. J. y ACUÑA, M. (1999): "El escenario y el currículum educativo familiar", en RODRIGO, M<sup>a</sup>. J. y PALACIOS, J.: *Familia y desarrollo humano*. Madrid: Alianza, 261-276.
- SHEPHERD, R. (1993): "Raíces: origen y desarrollo de los profesores de los medios", en *La revolución de los medios audiovisuales*. Madrid: La Torre. 135-151.
- TABERNER, J. (1999): *Sociología y educación*. Madrid: Tecnos.
- TRIPERO, T. A. (1999): "Preferencias audiovisuales de los escolares de la Comunidad de Madrid". *Escuela Española*, 3.424, 23-24.