

● Estrella Martínez Rodrigo  
Granada

# El impacto de los códigos de pantalla

## The impact of the screen codes

La influencia de los contenidos televisivos en los niños es cada vez mayor y no siempre acorde con los valores y las pautas de conducta establecidas en su hogar. El presente trabajo pretende destacar el papel fundamental de la familia en la formación de sus miembros, tanto controlando el lugar, el modo y el tiempo de exposición ante la pantalla, como realizando actividades que fomenten una actitud más crítica, reflexiva y significativa ante los códigos de los mensajes que reciben, de manera que la televisión refuerce la educación que pretenden inculcar a sus hijos.

The increasing influence of television on childhood is unfortunately not always in accordance with the established values, principles and behaviours practised at home. This research endeavours to highlight the fundamental role played by the family in their members' upbringing. Not only by establishing the place, times and form of exposure to the television screen, but also by promoting a more critical and reflexive attitude to the messages they receive. This way, television could become a help in the children's education.

Televisión, influencia de los medios, infancia, familia, educación.  
Television, mass-media influence, childhood, family, education.

La televisión es considerada hoy en día, el medio de comunicación de mayor fuerza socializadora. Su gran influencia, así como la masiva utilización social que de este medio se hace en nuestros días, nos lleva a considerar la importancia de revisar sus efectos e influencias.

Los niños son parte de ese numeroso público expuesto a la información televisiva, y probablemente el más vulnerable ante sus mensajes, dada su incompleta formación ideológica, social, cultural y de valores, desde la que son interpretados y asimilados los mensajes del medio televisivo. Por ello y por otras razones de índole educativa y preocupación pedagógica, conside-

❖ Estrella Martínez Rodrigo es profesora de la Facultad de Ciencias de la Comunicación de la Universidad de Málaga (emrodrigo@uma.es).

ramos interesante una revisión del conocimiento hasta hoy disponible sobre la incidencia de la televisión en los niños.

### 1. Algunos estudios sobre la influencia de la televisión

Son muchos los autores que han teorizado sobre este tema, así como las experimentaciones e investigaciones realizadas al respecto dentro y fuera de nuestro país, que aportan importantes fuentes de conocimiento sobre el tema. Se hace aquí un breve recorrido sobre el trabajo de algunos autores que han profundizado en el estudio de la televisión y sus influencias, haciendo una selección de algunos efectos de especial trascendencia.

Entre los diversos autores que han escrito sobre la televisión y sus efectos, encontramos con frecuencia posturas enfrentadas. Siguiendo la conocida dicotomía de Eco (1977), se podría hablar de apocalípticos e integrados: junto a posturas integradas, según las cuales la televisión democratiza el saber y la cultura además de potenciar el aprendizaje, hallamos autores que ven en la televisión toda clase de influencias nefastas.

En un intento por integrar ambas posiciones, se puede analizar el conocimiento actual sobre el tema, desde la postura más apropiada para estudiar la televisión y sus efectos: la aceptación crítica, así como un equilibrio que asuma la ambivalencia del medio, sus posibilidades y limitaciones, sus contradicciones internas.

En primer lugar, hay que destacar el importante papel socializador que la televisión posee. Los medios modifican el ambiente introduciendo a los niños en el conocimiento de culturas diferentes a la suya, al tiempo que presentan comportamientos, valores e ideas propias de nuestro sistema social, que más tarde serán aprehendidas y apropiadas por los espectadores para su integración en el entorno social.

La televisión se convierte así en transmisora de una cultura, de una realidad, que el niño aprende a veces inconscientemente, y que es casi siempre reflejo de su entorno social. Pero hay que considerar también otros aspectos. Como establecen Salomón y Martín del Campo en 1986, entre la emisión televisiva y sus efectos en el espectador median relaciones interpersonales que repercuten en la información y en el refuerzo social.

Entre estas variables mediadoras o de procesos, encontramos junto a los padres, a otros agentes como los conocimientos y experiencias previas sobre contenido televisivo, así como diversos aspectos individuales y sociales.

Respecto a los posibles efectos del medio televisivo en el aprendizaje, son de diversa índole. Es de suponer que el acceso a las experiencias mediatizadas que conlleva la televisión vaya con frecuencia en detrimento de las experiencias directas, convirtiéndose estas representaciones en elementos sustitutivos del contacto directo con la realidad. En esta línea se ha pronunciado Ferrés (1994), exponiendo la necesidad de ofrecer pautas de interpretación y de análisis crítico sobre el medio a las nuevas generaciones, puesto que la televisión comparte hoy con la escuela esa parcela para la educación y el aprendizaje, y se ha convertido en instrumento privilegiado para educar.

El niño realiza sus primeros aprendizajes a través de la observación, experimentación e imitación, y en este aspecto la televisión actúa como instrumento que mediatiza e interpreta la realidad, ofreciéndole importantes modelos de realización. Pero al mismo tiempo que la televisión puede ofrecer experiencias enriquecedoras para el aprendizaje del niño, mostrándole positivos modelos sociales de conducta, puede también mostrarle modelos antisociales o violentos que puede aprender y realizar, como han señalado en sus diferentes trabajos Liebert (1976), Vilches (1993) y Ferrés (1994).

Por este motivo hay que destacar la importancia de realizar un adecuado control social de la televisión, sometiendo a revisión los contenidos televisivos y adecuándolos a las características de los espectadores, a su nivel de desarrollo, conocimientos, necesidades afectivas y capacidades de aprendizaje. Sólo de este modo el aprendizaje mediado ofrecido por la televisión potenciaría determinadas habilidades cognitivas y comportamientos sociales.

Sin duda, la televisión juega también un papel crucial en el aprendizaje del lenguaje. Este medio podría convertirse en un instrumento útil para potenciar las capacidades lingüísticas, si se saben orientar sus efectos adecuadamente, teniendo en cuenta la importancia que posee el lenguaje en el desarrollo del pensamiento infantil y la influencia que tienen los mensajes televisivos para ese pensamiento en desarrollo. A este respecto se han realizado importantes estudios sobre las formas en que los géneros –como los spots publicitarios– posibilitan claves lingüísticas para la comunicación social (Vilches, 1993).

En la misma línea, subraya Cebrián (1993) la importancia del lenguaje y su incidencia en la atención y comprensión de los mensajes televisivos por los niños. Es pues necesario adecuar el lenguaje a los espectadores infantiles con el fin de facilitar la comprensión de los mensajes. Interesa destacar la importancia que los recursos técnicos del medio y su uso tiene sobre la atención y comprensión de los mensajes por los espectadores, pudiendo favorecer enormemente estos aspectos si su utilización es correcta.

Otra importante influencia que la televisión produce en el espectador, como bien señala Ferrés (1994), es la transformación de hábitos perceptivos, que implica una modificación de los procesos mentales, al tiempo que crea la necesidad de una hiperestimulación sensorial. El medio televisivo, a diferencia de otros medios como el verbal o el escrito, privilegia la percepción sobre la abstracción, lo sensitivo sobre lo conceptual. Es natural por tanto, que tienda a provocar, en niños y en adultos, respuestas de carácter emotivo más que de carácter racional.

Otro de los efectos que potencia la narrativa televisiva y que el autor explica, es el de la necesidad de inmediatez y el sentido de la impaciencia, dada la multiplicación y superposición de imágenes e informaciones a que el medio habitúa al espectador; la gratificación instantánea queda así aún más incrementada por esa hiperestimulación sensorial.

Por otro lado, y siguiendo la teoría del desarrollo cognitivo de Piaget, centrada en el estudio preceptivo y en el modo de comportarse la atención de los espectadores infantiles en programas televisivos, se puede concluir que el niño aparece como un agente activo que desarrolla más eficazmente las habilidades cognitivas mediante la maduración e interacción con el entorno. Estas habilidades se van incrementando en el niño con la edad de tres formas:

- Discriminación de imágenes y palabras. Los niños pequeños tienen más dificultades que los mayores para diferenciar los detalles de las imágenes, lo que lleva consigo la disminución del recuerdo visual. Pero esta habilidad en los niños para el recuerdo de imágenes aumentará al mismo tiempo que su capacidad para describir verbalmente los objetos.
- Relación entre unidades visuales y sonoras. El procesamiento de estímulos visuales mediante el uso verbal parece ser la estrategia normalmente usada por los niños mayores.
- Habilidad para integrar acontecimientos ocurridos en secuencias temporales diferentes. Según Piaget (1972) los niños confunden la sucesión de eventos en el tiempo y tienden a identificarlos con objetos.

Esta teoría sobre el conocimiento o habilidades cognitivas en los niños, puede a su vez conjugarse con la teoría de la información para aclarar otros efectos referentes a la información visual o sonora que los niños retienen en su memoria, la clasificación que hacen de ella, o cómo la usan en su conducta posterior (Vilches, 1993).

La televisión actúa también como vehículo importante para la apropiación de esquemas de acción y conocimientos de diversa índole. El aprendizaje de las distintas operaciones y esquemas espacio-temporales no son fruto de la herencia, sino producto de la actividad interactiva que el niño realiza con su medio próximo, y la televisión juega aquí un papel crucial como coinciden en afirmar Vilches (1993), Cebrián (1993) y Ferrés (1994).

La televisión puede así ofrecer al niño un amplio abanico de conocimientos sobre el mundo, acontecimientos que en él tienen lugar, la secuenciación de eventos en el tiempo y su comprensión. Al mismo tiempo que las consecuencias que pudieran derivarse. Por esta razón y como ya se ha señalado más arriba, es necesario estudiar detenidamente el contenido de los mensajes televisivos si se busca que los conocimientos y esquemas de acción que este medio transmite sean adecuados al nivel de desarrollo en que el niño se encuentre y sirva para potenciar sus capacidades y habilidades de aprendizaje.

La televisión, como cualquier otro medio de comunicación, puede producir efectos positivos o negativos en el espectador dependiendo de las características del contenido que transmita. Liebert (1976), entre otros, ha analizado extensamente, por ejemplo, la violencia televisiva. En cualquier caso, este efecto así como otros efectos antisociales que puede producir la televisión en el espectador, serán fruto de una programación o selección de mensajes, muchas veces inadecuados al público receptor, sus expectativas y capacidad para comprender el contenido y saber valorarlo adecuadamente. Por tanto, la televisión en sí no produce tales efectos negativos. Es importante una cuidadosa selección de los mensajes emitidos, sobre todo si van dirigidos a los niños, por el alto grado de imitación que comportan en ellos.

Algunas posturas (Vallejo-Nágera, 1993) resaltan los efectos nocivos de la televisión, como por ejemplo, la pasividad y adicción que pueden producir, la disminución de su actividad normal de juego y otros efectos de tipo psicológico y comportamental. Sin embargo, de las investigaciones y trabajos revisados se deduce que tales afirmaciones no son ciertas de modo absoluto. De hecho, la mayoría de las hipótesis formuladas por los investigadores sobre la atención y la comprensión se basan en la evidencia de que los niños mantienen un nivel de actividad frente al televisor, buscando la interpretación de los mensajes que recibe. Como es lógico, los espectadores no son meros sujetos pasivos de los discursos televisivos, y la televisión no emite sus mensajes en un vacío ideológico.

En cualquier caso, parece claro que tales efectos no serían producidos por la televisión, sino por el modo en que se expone a los niños a su uso. Nos encontraríamos más bien ante una tele-adicción, que produciría efectos negativos, pero no por tratarse del medio televisivo, ya que ocurriría también en la interacción al niño con otros

medios, si se lleva a cabo de la misma manera. Evidentemente el aprendizaje directo del niño al interactuar con su entorno próximo es más rico en experiencias que el realizado a través de un medio como la televisión, que de momento no permite el «feedback» inmediato; pero no por ello se puede considerar la televisión como un instrumento nefasto o no apto para el desarrollo infantil.

Sería interesante aprovechar la curiosidad por conocer que poseen los niños, esto es, su afán por manipular, jugar y descubrir; para adentrarlos en el funcionamiento interno, los métodos, recursos técnicos y lenguaje audiovisual de que se sirve la televisión. Con el conocimiento sobre el medio, el niño adoptaría ante la televisión una postura de distanciamiento que se traduciría en una mayor capacidad crítica y madurez para afrontar la diversidad de imágenes e informaciones, a veces inconexas, que el medio transmite y poder así valorarlas.

La televisión puede ser, pues, un importante elemento de sensibilización, potenciador de capacidades y aprendizajes en el niño. Para lograrlo, es necesario el trabajo y compromiso conjunto de educadores y especialistas en el medio, por llevar a cabo sucesivas investigaciones y estudios de carácter interdisciplinar.

## 2. Hogar y televisor

Nuestra cultura dispone de dos instituciones básicas para socializar e «inculturar» a las personas en función de sus valores, creencias, expectativas y modelos culturales. En primer lugar, la familia, que constituye la unidad básica de nuestro tejido social; en segundo lugar, como hemos señalado, los medios de comunicación, instrumentos usuales para comunicarnos. Parece bastante cierto que nuestra sociedad actual no sería la misma si hiciéramos desaparecer cualquiera de estas instituciones.

En los últimos años, el concepto de familia y los diversos roles que le competían han sufrido transformaciones por diversos motivos: el sentido que la infancia ha ido adquiriendo en nuestra sociedad donde los niños se ven a sí mismos como sujetos de derechos y responsabilidades; el avance de la mujer en el mundo profesional; la dignificación de valores y actitudes inicialmente considerados negativos por su perfil femenino; el aumento de la calidad de vida en las sociedades occidentales; y por último, la influencia socializadora que los medios de comunicación están alcanzando.

A los medios de comunicación se le han asignado diversas funciones que, en líneas generales, podrían resumirse en las siguientes: informadora-comunicativa, económica, estética-expresiva, de diversión y entretenimiento, sustitutiva de la realidad y socializadora. Con la última se persigue la incorporación del receptor a un grupo cultural, presentándole las normas por las que éste se rige, y las conductas aceptadas y rechazadas en el grupo. Es indiscutible, a la vez que profunda desde esta perspectiva, la función ideologizante y adoctrinadora que desempeñan los medios, en cuanto sistema de representación de la realidad política, económica y sociocultural, donde se desarrolla cada persona. Se hace necesaria una reflexión sobre las relaciones que se pueden establecer entre familia y medios, así como las posibles medidas para lograr un uso más crítico, reflexivo y significativo de los medios en la familia, por diversos motivos: el hecho de que ambas instituciones persigan en parte la misma función, el creciente volumen de medios que constantemente se introducen en cada hogar –televisión, vídeo, Internet, equipos multimedia...– las influencias que se les asignan, y las repercusiones que están teniendo en la familia.

Diversas teorías sobre los efectos de los medios, han demostrado una influencia en las personas en un sentido no exclusivamente unidireccional, sino dentro de una compleja interacción entre diversos elementos. Podemos referirnos aquí a lo que los medios y la familia pueden aportarse mutuamente.

Resulta del todo incuestionable que los medios de comunicación condicionan nuestra forma de entender y comprender el mundo, antes de que la familia haya tomado algún tipo de decisión sobre el uso que ha de hacerse de ellos. Y la primera influencia, por superflua que parezca, nos la encontramos en la organización del espacio doméstico. Un dato físico repetido en cada hogar es que el televisor se ha convertido en un integrante más de la vida en familia y del mismo mobiliario de la casa en torno al que se unen sus miembros, con un poder creciente, como música de fondo, para seleccionar los temas de conversación y las actividades de numerosas horas de ocio.

Además, ha aumentado en cada hogar el número de televisores, de ordenadores y otros dispositivos, como consecuencia de la reducción del coste de los equipos y del aumento de la programación. Esto permite, por ejemplo, que unos naveguen por Internet mientras otros utilizan los videojuegos, y el resto vea la televisión, con las consecuencias que ello tiene para la dispersión por el hogar de los miembros de la familia, y la realización de actividades individuales, en contra de la comunicación familiar.

Otro tipo de influencia de los medios que no debemos olvidar es su capacidad de potenciar el consumo y de crear necesidades superfluas en la familia. Y en este sentido uno de los efectos de la globalización es la transmisión

por los medios de un consumo innecesario de productos, por parte de los más jóvenes, que se presentan como sinónimo de calidad por el mero hecho de ser anunciados en televisión.

El resultado interactivo de la influencia familia-medios de comunicación lo podemos observar en el problema tan analizado del efecto violento de los medios, y sobre todo, de los medios cinematográfico y televisivo. Se ha encontrado una alta correlación positiva en las investigaciones que se han centrado en estudios de comportamientos violentos, entre los programas que observaban los adolescentes y el comportamiento agresivo de la familia. Ello posiblemente nos lleva a asumir que algunas veces, y bajo ciertas condiciones, los medios más que crear patrones culturales, se convierten en elementos potenciadores de patrones culturales y sociales ya asumidos consciente o inconscientemente en los entornos familiares. Pero el que puedan darse casos de relaciones entre conductas violentas de personas y alto consumo de medios violentos no supone necesariamente que lo primero sea consecuencia necesaria de lo segundo. Posiblemente un entorno familiar violento favorecerá la observación de programas violentos. «Para algunos niños, bajo algunas condiciones, alguna televisión es perjudicial. Para otros niños bajo idénticas condiciones, o para idénticos niños bajo otras condiciones puede ser beneficiosa. Para muchos niños, bajo muchas condiciones, mucha televisión es probablemente, ni perjudicial, ni particularmente beneficiosa» (Schramm, 1961: 13). La realidad es, pues, más compleja.

Por otra parte, la constante preocupación por estos temas ha llevado a olvidar con frecuencia su dimensión cualitativa y el contexto donde se recibe, que son posiblemente las variables que más influyen y permiten crear las bases de un modelo de sociedad. No tiene la misma influencia la violencia ejercida por el «malo» de la película, que por el supuesto «bueno»: una se percibe como aterradora y perniciosa, y otra como justa y significativa. No debemos olvidar, que el espectador se incorpora al medio con sus actitudes, predisposiciones y personalidad, sus fobias, visiones del mundo y estado emotivo. No es lo mismo que el programa sea observado de forma independiente o conjunta, por los receptores mayores o jóvenes, de un nivel social u otro, con diversos grados de formación, o con una determinada actitud en el contexto familiar hacia el medio. Sin lugar a dudas, la calidad de los programas que se observen estará condicionada por todos estos factores.

En cualquier caso, es importante no perder de vista que, si bien la televisión influye en las familias, en su entorno y en sus costumbres, no es menos cierto el gran influjo que los correctos hábitos instaurados en el ámbito familiar pueden llegar a tener en toda la programación televisiva.

Evidentemente la influencia de los medios no es tan directa como se nos ha hecho creer desde determinadas teorías, pero es cierto que los medios van creando valores positivos que tienden a ser imitados sobre todo por las personas con menos nivel cultural y edad, sobre todo con la redundancia de la información y con la presentación de estereotipos en personas de reconocido prestigio social.

Por supuesto, los padres pueden aumentar los criterios de credibilidad sobre los sucesos y conductas que se muestra en la TV. Pueden también analizar qué probabilidad tienen de que ocurran estos fenómenos en la realidad, discutir y contrastar estas situaciones televisivas desiguales y mal representadas de la vida, etc. Ayudar, en suma, a ver estos eventos positivamente diferenciando la realidad y la ficción (Cebrián de la Serna, 1992). Es cierto que las rutinas de consumo familiar de la televisión influyen en el modo, el momento y la finalidad con que se ven unos programas y no otros, pero está claro que los efectos que la televisión pueda tener sobre los niños y del uso que ellos puedan realizar en el futuro dependerá en gran parte de la actividad que hayan observado en su ambiente familiar.

Sin entrar en grandes precisiones y aceptando algunas aportaciones del medio, se podrían reducir a dos los modelos de consumo de la televisión dentro de las familias. El primero, pasivo, vendría caracterizado por la dependencia total del medio y de las programaciones y contenidos que por él se transmiten; el receptor se caracteriza por el uso indiscriminado del zapping, que le convierten en un mero consumidor pasivo de los mensajes transmitidos. Mientras que en el segundo, activo, la televisión es percibida como un medio más, y cuando se emite información de interés cultural, estético o de distracción, se tiende a establecer un debate sobre la calidad o el contenido transmitido. En este caso, el medio dependería de la familia, mientras que en el primero la familia podría depender del medio.

Dependerá de la habilidad de los padres que comentarios originados por el espacio televisivo logren trasladarse a otros medios de comunicación, utilizando distintas estrategias tanto para el desarrollo de hábitos de exposición y consumo, como para la interpretación crítica de los mensajes que se presentan a través de ellos. Los padres pueden ir creando en sus hijos el sentido de consumidores de diferentes géneros o canales televisivos, que les favorezcan el contraste de mensajes y estilos, y también la reflexión sobre la información que allí se ofrece comparándola

con las presentadas en otros medios u observada por ellos en la realidad cotidiana. Como es bien sabido, los hábitos se adquieren principalmente desde la infancia, y el ejemplo de lo que los padres ven y del tiempo que dedican es fundamental en el futuro de los más jóvenes.

### 3. Actitud crítica en el consumo familiar

Son diversos los estudios sobre la comunicación entre los miembros de la familia frente al televisor. Los resultados destacan que se ve menos televisión y se seleccionan más los espacios que se verán en aquellos hogares donde se comentan y se intercambian ideas y opiniones entre padres e hijos adolescentes. En los casos contrarios, se ve más televisión, se interacciona menos con otros medios, y gran parte de la conversación familiar gira en torno a temas marginales relacionados con los programas observados en la televisión (Orozco y Charles, 1992). Y esto último puede resultar perjudicial si tenemos en cuenta el rol que los medios juegan para la imitación y la creación de valores para los niños y adolescentes. Por último, no debemos olvidar el papel que la familia debe desempeñar en el control de consumo de los medios, que no se justifica tanto por los contenidos y posibles efectos perniciosos, sino principalmente porque ello puede impedir el acceso a otras experiencias vitales.

Para una correcta interpretación de los comentarios que a continuación se realizan, es necesario señalar que los padres no son, ni tienen por qué serlo, profesionales en la alfabetización icónica e informática, pero sí que pueden realizar una serie de actividades que favorezcan el desarrollo de una posición crítica en sus hijos respecto a los medios de comunicación. La familia debe convertirse en un enclave básico para la formación de sus miembros en el consumo de los diferentes medios.

Algunas de las actividades que podrán ser útiles en esta tarea son las siguientes: favorecer el consumo crítico de medios, procurar la diversidad de esos medios de comunicación, desarrollar la actitud de contrastar las informaciones en medios diferentes, propiciar la reflexión entre la información mediada y la realidad, interactuar conjuntamente con los medios, observar y comentar en familia los programas.

La primera medida es lógicamente, no temer, sino fomentar el consumo de medios de comunicación en la familia. Sin duda son uno de los instrumentos más difundidos de pensamiento y cultura de nuestra sociedad, y debemos interaccionar con ellos necesariamente para estar informados. El análisis crítico y un consumo inteligente pasa necesariamente por la interacción con ellos, evitando posturas como las de evitar conectar la televisión o Internet, que han provocado por el contrario, que los chavales observaran los programas en otros domicilios o «chatearan» en otros lugares al tiempo que dificultaban la socialización con sus compañeros al comentar en el colegio los programas de actualidad, o la utilización de un medio de su generación. Pero ha de hacerse hincapié constantemente en que los medios, cualquier medio, son solamente instrumentos de comunicación y de diversión, y nunca ni el centro de interés de nuestras vidas, ni la realidad misma. «Hoy estamos en una fase de reevaluación del poder de influencia de los media, y además, el estudio de los efectos ha desplazado su atención hasta las influencias a largo plazo, sobre todo aquellas que se ejercen ya no sólo sobre cada individuo sino sobre el sistema social entero o sobre parte de él» (Wolf, 1994: 48).

Relacionado directamente con lo anterior, se encuentra la necesidad de conocer las emisiones y la selección consciente de los programas, lo que resulta cada vez más dificultoso por la proliferación de cadenas. Es necesaria, pues, la adquisición de dos destrezas básicas para un consumo inteligente de los medios, en este caso del televisivo: lograr tenerlo encendido sólo para observar algo previsto, y saber desconectar el medio cuando ya no es necesario mantenerlo encendido. Como ya se ha señalado en otra parte del trabajo, es un hábito común en nuestra cultura utilizar la televisión como música de fondo. Es necesario que los niños y adolescentes conozcan que los medios nos ofrecen una realidad elaborada por personas, y por tanto, manipulada en función de sus intereses, presiones y visiones del mundo; lo que pasa necesariamente por potenciar un consumo de diferentes medios que permitan contrastar y comparar las informaciones emitidas. La significación del papel de la familia en el consumo de los medios de comunicación no se traduce exclusivamente en los usos concretos que puedan hacer, sino también en hacerles adquirir el hábito de ampliar el número de medios con los cuales interaccionan. Si todos los medios tienden a presentar la realidad en función de la ideología que los sustenta y de los códigos simbólicos que moviliza, desde esta perspectiva un ciudadano estará más informado no sólo por el hecho de utilizar los medios de comunicación, sino fundamentalmente por la diversidad de los que utiliza. Esto resulta más necesario si además tenemos en cuenta que en muchos medios, el sujeto es simplemente un receptor pasivo de información. Esta actividad no debe quedarse exclusivamente en los medios, sino que debe favorecer una comparación con la realidad que ellos conocen: cómo viven las personas, qué roles desempeñan, quiénes ostentan el poder; en definitiva, preguntarse cómo el medio tra-

ta, analiza y presenta la realidad. De esta forma se puede avanzar progresivamente de una recepción pasiva ante el medio, a una acción crítica y reflexiva sobre los mensajes ofrecidos, que es el punto de partida para evitar las manipulaciones que por ellos se originan.

Otra de las actividades a realizar, y posiblemente una de las más significativas, sea la observación de los programas en familia, que posibilita el intercambio de información sobre el mensaje transmitido y la decodificación correcta de los mensajes. Desde esta perspectiva, es necesario señalar que cualquier discusión, diálogo y comentario debe girar, por una parte en torno a distinguir que la realidad presentada mediante la televisión es una realidad indirecta, manipulada y expuesta allí con unos fines específicos: estéticos, de ocio, económicos e ideológicos... y por tanto fragmentada; y por otra, a servir de fuente para el análisis del mundo externo.

Actualmente no es fácil observar los programas conjuntamente en familia, pero sí es posible que los padres pongan los medios para estar informados de los programas que observan sus hijos, así como las razones que les mueven y las reacciones que en ellos provocan. Todo lo dicho sobre el medio televisivo es aconsejable y aplicable a otros medios como los videojuegos e Internet, con el fin de conocer los gustos y preferencias de los hijos, evitar extremados consumos aislados que llevan a los niños a confundir lo real con lo virtual y, en consecuencia, a crear su propio mundo.

Es Aguaded (1999: 35), quien sintetiza claramente muchos de los aspectos señalados hasta aquí: «la implicación de los padres es básica para la adquisición de un mayor aprendizaje, un refuerzo de las actitudes positivas, una reducción del posible impacto del medio y una fórmula para tamizar y mediar las emociones». En definitiva, los padres son un elemento importante para la formación de sus hijos en el consumo mediático, pero para ello no cabe duda que también necesitan formarse y educarse para desempeñar con la mayor perfección posible esa importante tarea.

## Referencias

- AGUADED, J.I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona, Paidós.
- AGUADED GOMEZ, J.I. (1997): *La otra mirada a la tele. Pistas para un consumo inteligente de la televisión*. Sevilla, Junta de Andalucía. Consejería de Trabajo e Industria.
- ARAUJO, E. (1978): «Investigación sobre televisión infantil: Ábrete Sésamo», en *Infancia y aprendizaje*, 2; 55-67.
- CABERO, J. (2001): *Nuevas tecnologías aplicadas a la educación*. Madrid, Síntesis.
- CEBRIÁN DE LA SERNA, M. (1993): «La interpretación de los mensajes televisivos por la infancia», en *Comunicación, lenguaje y educación*. Málaga; 67-79.
- CEBRIÁN DE LA SERNA M. (1992): *La televisión: creer para ver. La credibilidad infantil frente a la televisión. Una propuesta de intervención didáctica*. Málaga, Cave Aynadamar.
- ECO, U. (1977): *Apocalípticos integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, Lumen.
- FERRÉS, J. (1994): *Televisión y Educación*. Barcelona, Paidós.
- LIEBERT, R.M. y otros (1976): *La televisión y los niños*. Barcelona, Fontanella.
- PIAGET, J. (1972): *El nacimiento de la inteligencia en el niño*. Madrid, Aguilar.
- OROZCO, G. y CHARLES, M. (1992): «Medios de comunicación, familia y escuela», en *Tecnología y Comunicación Educativa*, 22; 63-76.
- SALOMÓN, G. Y MARTÍN DEL CAMPO, A. (1986): *Teledidáctica: Perspectivas para el análisis de los procesos de recepción televisiva*. Ciudad de México, Universidad Iberoamericana.
- SCHRAMM, W. y OTROS (1961): *Television in the lives of our children*. Palo Alto, Sanford University Press.
- VALLEJO-NÁGERA, A. (1993): *Mi hijo ya no juega, sólo ve la televisión*. Madrid, Temas de hoy.
- VILCHES, L. (1993): *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós.
- WOLF, M. (1994): *Los efectos sociales de los media*. Barcelona, Paidós.