

- Verónica Marín Díaz
Córdoba

La televisión de calidad y la familia

A quality television and the family

La aparición de la televisión supuso una revolución en la forma de pasar el tiempo libre y de ocio de los individuos, sin embargo lejos quedan ya los intereses con los que este medio nació. En estos momentos su poder de seducción determina muchas de las acciones que todos desarrollamos en nuestra vida diaria. Lejos de preocuparnos por la calidad de los productos que se nos ofertan, nos encontramos pendientes de qué se nos ofrece y no de cómo se nos ofrece. Estas circunstancias se reflejan, principalmente, en las relaciones que establecemos entre los miembros de nuestros grupos de iguales. La familia es uno de ellos y quizás sea el más afectado por la falta de calidad en la televisión. Desde aquí queremos hacer una llamada de atención sobre la relación entre la televisión, su calidad y las relaciones familiares.

The appearance of the television supposed a revolution in the form of spending the free time, however nowadays to is far from its original interest and aims. At this time its seduction power determines many of the actions that all we develop in our daily life. Far from to be worried about the quality of the products that they are offering us, we find ourselves pending of what is offered and not of how is offered. These circumstances are reflected, mainly, in the relationships that we establish between the members of our groups of equal. The family is one of them and perhaps it is the most affected by lack of quality in the television. From here we want to make an attention call about the relationship between the television, his quality and the familiar relationships.

DESCRIPTORES/KEY WORDS

Televisión, calidad, familia, tiempo libre, relaciones, seducción.
Television, quality, family, free time, relations, seduction.

La realidad social, familiar, política y educativa que hoy vivimos se encuentra influenciada, entre otros elementos,

por los medios de comunicación. Es significativo que aunque éstos puedan ser entendidos como los motores de aquella su relación no llega a ser totalmente fructífera. En estos momentos tanto la información como la comunicación se han convertido en bienes imprescindibles para todos los individuos, pues nos van a permitir construir y desarrollar el conocimiento y las experiencias de enseñanza-aprendizaje necesarias para

◆ Verónica Marín Díaz es profesora de tecnologías y comunicación de la Universidad de Córdoba (ed1madiv@uco.es).

mejorar nuestra visión tanto de nuestro entorno cercano como lejano.

Dentro de los medios de comunicación nos vamos a detener en la televisión, ya que consideramos que éste puede ser el medio que está más al alcance de todas las personas. La aparición de la televisión en la década de los cincuenta supuso una revolución en la forma de entender cómo emplear el tiempo de ocio y libre de que los sujetos dispusieran. Con el paso del tiempo se ha visto superada por otras ofertas como puede ser Internet, pero aún así ha sabido mantener su poder de seducción y mantenerse en los hogares convirtiéndose en un elemento indispensable.

Esta evolución en el tiempo, por otra parte, no ha significado una mejora constante en la calidad de los productos que la televisión, bien pública bien privada, oferta. En estos momentos el aumento de la audiencia parece ser lo que más interesa a las cadenas de televisión en detrimento de la calidad de sus contenidos. Debemos ser conscientes de que muchas veces los programas con una alta audiencia no son, precisamente, los que mayor calidad presentan.

Si consideramos que la finalidad de la televisión es «potenciar la garantía de las libertades básicas de la comunicación: expresión y derecho a la información y también a la expresión de las diferencias» (Aguaded, 1999: 144), nos preguntamos si las programaciones de las diferentes cadenas de televisión pueden ser un exagerado reflejo de ella, si bien sus productos están siendo catalogados por todos los implicados de baja o nula calidad; sin embargo, en muchos casos, de una alta rentabilidad económica para las cadenas televisivas que poco tienen que ver con el desarrollo de esta función. La televisión ocupa gran parte de nuestro tiempo, es ya parte importante de nuestra vida diaria. Incluso cuando realmente no le estamos prestando atención la podemos encontrar encendida en el salón, lugar por excelencia donde se suele ubicar el aparato receptor. No somos conscientes, o no queremos serlo, de que parte de los programas que consumimos realmente no nos aportan nada positivo a nuestra vida. Aún así continuamos consumiendo programas carentes de calidad.

1. La televisión y la calidad

Hablar hoy de televisión es hacerlo de un medio de comunicación que se encuentra de forma constante en conflicto con la sociedad en la que está imbricado y que paradójicamente, demanda su presencia de forma continua.

La televisión que en estos momentos disfrutamos, podemos afirmar, se encuentra muy alejada de la idea

con la que se concibió —«medio que podía resolver muchos de los problemas educativos que se estaban planteando» (Cabero, 1994: 161)—. Si su aparición supuso una revolución en el desarrollo y crecimiento de las economías, políticas, entidades sociales, etc. hoy podemos entenderla como algo más que un simple medio que ocupa nuestro tiempo libre y de ocio o que bien nos mantienen informados. Con el paso del tiempo la búsqueda de una mejora en los productos y en su señal receptiva se ha visto satisfecha en esta última circunstancia no siendo así en la primera.

La búsqueda de la calidad televisiva por parte de los responsables de las cadenas televisivas se ha visto determinada por la aparición de un manifiesto por parte del Defensor del Pueblo (2003) a favor de una televisión de calidad para niños y adolescentes, ya que éstos son uno de los mayores grupos de consumidores de televisión.

Antes de continuar tratando de adjudicar el adjetivo «calidad» a la televisión consideramos que es necesario detenernos, aunque sea sólo en unas líneas, en aclarar este término y su relación con la televisión.

La palabra «calidad» puede ser entendida como la eficiencia del sistema al que se vaya a dirigir, por lo que si por ejemplo hablamos de «educación de calidad» entenderemos que es la que «logra que los alumnos aprendan lo que se supone deben aprender» (González López, 2004: 17). Si nos apoyamos en esta concepción, la «televisión eficiente o de calidad» sería aquella que transmite lo que desea transmitir, logrando llegar a todos los receptores, independientemente de la edad de los mismos.

Sin embargo, creemos que la relación que desde esta perspectiva se establece de la calidad-eficiencia de la televisión de hoy no es la más idónea, ya que la televisión no llega a todos los consumidores y además transmite lo que sus responsables desean transmitir y no lo que la sociedad desea.

Una televisión de calidad debe responder de forma adecuada a las necesidades reales de los individuos que la consumen. Gutiérrez (2000) señala seis condiciones que de cumplirse harán que la televisión sea de calidad:

- Si su propósito es servir las demandas básicas del público de información, entretenimiento y ocio.
- Si respeta la pluralidad de las creencias, opiniones, tradiciones étnicas, etc.
- Si estimula positivamente la imaginación de los espectadores.
- Si respeta la legalidad de la cultura nacional.
- Si fomenta el conocimiento e intercambio de las diferentes tradiciones culturales.

- Si presenta trabajos de arte (novelas, dramas, óperas, etc.) de reconocida calidad.

Realmente las cadenas públicas de televisión cumplen estas condiciones en menor o mayor medida, pues algunos programas cumplen todas (los que menos) y otros no todas o casi ninguna, pero aunque Gutiérrez (2000) señala que para que el valor calidad se una a la televisión ésta debe estar asociada «a un sistema de creencias y principios», nosotros nos preguntamos ¿quién determina los principios y creencias que van a guiar los programas de televisión y por ende nuestras vidas?

La respuesta es bien sencilla: nosotros; porque si dejamos que sean otros los que los determinen nuestra existencia estará en sus manos. Como decíamos anteriormente, hablar en estos momentos de televisión de calidad o de calidad en la televisión supone buscar las causas que han generado su cuestionamiento. Inicialmente culpabilizamos a la televisión y a sus responsables por su escasez o falta, pero también es necesario que nos miremos a nosotros mismos como ciudadanos consumidores de tales productos y potenciadores de su puesta en marcha.

Podemos alegar múltiples razones por las que fomentamos el consumo de estos programas, una de ellas puede ser la falta de una conciencia crítica, lo cual provoca un visionado indiscriminado de programación televisiva. Otra circunstancia es su poder de seducción, la cual supera la capacidad de captación de atención de otros medios de comunicación o elementos destinados a nuestro entretenimiento.

Ya Richeri en 1995 puntualizaba que una televisión era de calidad «cuando ofrecía al individuo las informaciones correctas para formarse una idea sobre el mundo que le rodea, para tener conocimiento de sus derechos y de sus deberes, para compartir los intereses y los objetivos de la comunidad». Desde un punto de vista pedagógico, para este autor la televisión era o es buena cuando «educa y eleva el nivel cultural del público... cuando tiene un papel más dinámico como orientadora de los comportamientos de las personas, cuando solicita la participación de los ciudadanos en la vida de la comunidad, ofrece modelos de comportamiento positivo, sugiere formas de integración, de socialización con otros individuos, etc.». Si aceptamos

todos estos elementos la mayor parte de los programas pueden estar afectados por uno o varios de estos aspectos, la pincelada que diferencia la calidad o no del mismo consideramos que radica, fundamentalmente, en la formación recibida por el sujeto, tanto por la familia como por los responsables de su educación reglada.

Además de la familia y los centros escolares, los poderes políticos y los responsables de las cadenas de televisión son los cuatro elementos que deben buscar esta calidad de la que hablamos, potenciarla y desarrollarla haciéndose patente en programas de corte educativo y familiar, donde los valores y el respeto al otro primen, donde el lenguaje sexista y vulgar no tenga cabida. No consideramos desde aquí que el futuro de la televisión de calidad sea crear canales específicamente familiares, pues creemos que se crearían ca-

Hablar en estos momentos de televisión de calidad o de calidad en la televisión supone buscar las causas que han generado su cuestionamiento. Inicialmente culpabilizamos a la televisión y a sus responsables por su escasez o falta, pero también es necesario que nos miremos a nosotros mismos como ciudadanos consumidores de tales productos y potenciadores de su puesta en marcha.

nales de primera y de segunda. Pensamos que la televisión es algo más que un simple elemento para pasar el rato, es una ventana al mundo, al conocimiento y a la información de lo más diversa que un medio de sus características puede ofrecer.

En este sentido consideramos a la familia como el primer elemento potenciador de una actitud crítica en el consumo de televisión, capaz de buscar la calidad de los programas, si es que la tienen, y hacerla ver a sus miembros. Creemos que como primer elemento socializador del individuo, debe ser quien en primera instancia ayude a la formación de un pensamiento ecuánime sobre este medio.

Como afirman Martínez y Peralta (1998: 43), «lo que antes el niño o el adolescente recibía exclusivamente por vía de sus mayores en la familia o en la escuela, lo recibe ahora a través de los medios de comunicación fundamentalmente la televisión».

2. La televisión de calidad y la familia: una relación vital para su subsistencia

Establecer una relación de cordialidad entre la televisión y la familia de cara a la búsqueda de una mejora en la calidad de los productos que aquélla ofrece y que ésta consume es sumamente complejo, ya que la televisión ha contribuido a modificar las relaciones entre los diferentes miembros de la familia y ha potenciado y generado el deseo de poseer productos que realmente no se necesitan, e incluso hasta ese momento no se deseaban. En otras palabras fomenta o está fomentando de forma continua nuestra vena más consumista.

Podemos afirmar con contundencia que la televisión ha perdido, si la tenía, su finalidad moral y ética al fomentar este tipo de conducta. No cuestionamos la calidad del producto a nivel técnico pero su contenido. Aunque García García (2003) apuntaba que la televisión que consumimos es de calidad porque «amplía las experiencias de los niños, en cuanto que es

tales como la soledad, el aburrimiento, la escasa relación del sujeto con su entorno (Pinedo, 1999), la falta de otras opciones igual de atractivas... Para los miembros más jóvenes de la familia, la televisión se ha convertido en una forma de salir de su cotidianeidad.

Algunos autores (Huertas y França, 2001) señalan la relación entre las experiencias vividas y la televisión, siendo aquéllas sustituidas por ésta en el mundo del consumidor, independientemente del tipo de programa que esté consumiendo.

La investigación llevada a cabo por Garitaonadía, Juanmaristi y Oleada (1999) refleja cómo el 75% de los niños y jóvenes prefieren la programación destinada a un público adulto; datos como éste ponen de manifiesto la necesidad de una intervención por parte de los progenitores o tutores principalmente, dado que tales contenidos a veces suelen estar cargados de conductas, vocabulario y contenido obsceno, sexista, carente de valores educativos, etc.

Todas estas circunstancias también pueden provocar en los hogares en que se abusa de su consumo situaciones de violencia, agresividad, falta de respeto, creatividad, violencia, etc. (Cabero y Romero, 2001). Contra este argumento, los responsables de las cadenas de televisión pueden argumentar que la propia televisión no hace a las personas agresivas o violentas. Realmente puede que así sea, pero sí es un factor determinante para que ciertas conductas, que podríamos catalogar de perniciosas, salgan a la luz.

«La familia no se da cuenta del verdadero papel que la televisión está teniendo en la reconfiguración del hogar: la televisión desordena las secuencias de aprendizaje, desvela el mundo real de los adultos y pone fin a la separación social entre ellos y los niños» (De Foncuberta, 2003: 104).

Realmente nos preguntamos qué pueden tener estos programas para que llamen tanto la atención de nuestros infantes, si la idea de ser excluido al día siguiente en el centro escolar de las conversaciones sobre estos programas pesa tanto para que deseen verlos, en muchas ocasiones robándole horas a su tiempo de descanso o de estudio. Pérez y colaboradores (1998) responden a esta pregunta argumentando que «la televisión presenta estímulos audiovisuales, los cuales son más efectivos que los visuales y auditivos por sí solos».

Para que haya televisión de calidad debemos aprender a consumirla de forma crítica y racional y para ello es necesario que los padres y madres reciban una educación en consumo de televisión, aprendan a canalizar y filtrar los programas y sepan hacerles ver a sus hijos la realidad de los mismos.

una ventana al mundo», hay ventanas que a veces se abren antes de tiempo y el efecto puede ser contraproducente. Su influencia más latente, además de la modificación de las relaciones interpersonales se puede encontrar en el cambio que están produciéndose en los valores que guían y orientan nuestras vidas y acciones. Esta circunstancia reclama una atención mayor por parte de los progenitores ya que sus estilos familiares y su formación se han convertido en una variable de alto nivel a la hora de diseñar estrategias formativas para el consumo racional de televisión (Aguaded, 1999). Sin embargo, si la familia carece de un código ético de poco valdrá que se conviertan en la herramienta mediadora entre los niños y adolescentes y la televisión. El consumo indiscriminado de televisión de baja calidad suele venir provocado por circunstancias

La televisión de calidad por la que abogamos debe en primer lugar informar de forma imparcial, además de ayudar a la familia en la socialización de los individuos, para que sus miembros sepan hacer frente a los diferentes avatares que la vida en sociedad, en una sociedad tan diversa y plural como la que hoy vivimos, le va a presentar. Debe, por tanto, de invitarles no sólo a soñar sino también a pensar.

Para que haya televisión de calidad debemos aprender a consumirla de forma crítica y racional y para ello es necesario que los padres y madres reciban una educación en consumo de televisión, aprendan a canalizar y filtrar los programas y sepan hacerles ver a sus hijos la realidad de los mismos.

Esta educación televisiva bien puede ser desarrollada por los centros escolares, y concretamente por profesores dedicados al trabajo y estudio de los medios de comunicación, o bien por las asociaciones de telespectadores y en última instancia con la colaboración de las diferentes cadenas de televisión pública y privada.

Un ejemplo de trabajo colaborativo entre ambas partes podría ser el desarrollo de unos seminarios en los que se analizara de forma conjunta las programaciones de las distintas cadenas, y después se pasara a trabajar en pequeños grupos cada programa. En cada uno de ellos se debería analizar: vocabulario, movimientos y gestos de los presentadores y colaboradores, vestuario tanto de éstos como de las azafatas y «azafatos», los tonos de voz, el sentido de las frases, los contenidos, el público a quién está destinado, la franja horaria, etc.

Tenemos que tener en cuenta que aunque un programa se emita a las doce de la noche durante el día hay programas que harán referencia al mismo, despertando en el sujeto la curiosidad de ver el programa generador de la noticia. Un elemento importante sobre el que habrá de trabajar es la capacidad de seducción que tiene la televisión. Ésta hace que muchas veces el sujeto no preste atención a lo que tienen entre sus manos en ese momento.

3. Reflexión final

La televisión, en general, se ha convertido casi desde su creación en un instrumento transmisor de cultura y potenciadora del proceso de socialización de los individuos (Feria, 1995). Si como afirma Ignacio Aguaded (1999), la televisión puede llegar a convertirse en un elemento discordante en las relaciones familiares, si no somos capaces de poner freno a esto, es que algo huele a podrido en nuestra sociedad. Debemos ser conscientes de que la televisión mal entendida puede

provocar modificaciones en las relaciones entre los individuos, generar necesidades y deseos ficticios, potenciar la búsqueda de nuevas relaciones y experiencias, mediatizar nuestro tiempo libre y de ocio, y determinar nuestros valores y orientan nuestras acciones (Cabero, 2002).

La mediación familiar se convierte en la estrategia primordial para la creación de una conciencia crítica en los sujetos a la hora de consumir productos televisivos. Reiteramos la necesidad de desarrollar una conciencia crítica en los progenitores o bien a través de conferencias, seminarios o cursos realizados tanto en los centros escolares como a través de las asociaciones de televidentes, o bien de forma autónoma.

La creación de una conciencia crítica contribuirá a desarrollar los elementos de juicio suficientes para elaborar una actitud discriminatoria ante la televisión de calidad. Debemos ser conscientes de que en la socialización televisiva de los más jóvenes, de su formación de una actitud crítica ante los productos que la televisión ofrece, son los padres y madres los principales pilares en los que debe apoyarse.

La búsqueda de una televisión de calidad supone que todos sepamos relacionar los productos televisivos con la realidad de sus vidas, y que además tenga sentido. Debemos superar la idea de que la televisión es o tiene calidad en función del número de canales que podamos recibir o de los programas que éstas puedan ofrecer; sólo así seremos reflexivos con lo que consumimos y por qué lo consumimos.

La televisión de calidad la hacemos nosotros discriminando aquellos programas que no aportan nada positivo a nuestra formación como ciudadanos, que no aportan nada a nuestras relaciones con los demás, que no informan con rigor de los hechos acaecidos en el mundo, que no transmiten en definitiva nada de valor. El debate está en la mesa, ahora nosotros decidiremos si actuamos o no.

Referencias

- AGUADED, J.I. (1999): *Convivir con la televisión. Familia, educación y recepción televisiva*. Barcelona, Paidós.
- CABERO, J. (1994): «Retomando un medio: la televisión educativa», en CMIDE-SAV (Ed.): *Medios de comunicación, recursos y materiales para la mejora educativa*. Sevilla, CMIDE, Ayuntamiento de Sevilla/SAV de la Universidad de Sevilla; 161-193.
- CABERO, J. (2002): «Familia y medios de comunicación», en *Diálogos*, 233 (www.tecnologiaedu.us.es/revistaslibros/familia2.html) (15-02-02).
- CABERO, J. y ROMERO, R. (2001): «Violencia, juventud y medios de comunicación», en *Comunicar*, 17; 126-132.
- DE FONCUBERTA, M. (2003): «Medios de comunicación y gestión del conocimiento», en *Revista Iberoamericana de Educación*, 32; 95-118.

FERIA, A. (1995): «Educación y televisión», en *III Jornadas de Comunicación Social*. Sevilla, Junta de Andalucía. 8-9.

GARCÍA GARCÍA, F. (2003): «Los medios de comunicación ¿al servicio de la comunidad?», en PÉREZ RODRÍGUEZ, M.A. (Ed.): *Luces en el laberinto audiovisual*. Huelva, Grupo Comunicar.

GARITAONADIA, C.; JUANMARISTI, P. y OLEADA, J. (1999): «Quién y cómo juegan los niños españoles. El uso que los niños y jóvenes hacen de los medios de comunicación», en *Zer*, 6 (www.ehu.es/zer/zer/html) (04-10-04).

GONZÁLEZ LÓPEZ, I. (2004): *Calidad en la universidad. Evaluación e indicadores*. Salamanca, Universidad de Salamanca.

GUTIERREZ, R. (2000): «Televisión y calidad: Perspectiva e investigación y criterios de evaluación», en *Zer*, 9 (www.ehu.es/zer/zer/9/gutierrez.html) (14-06-05).

HUERTAS, A. y FRANÇA, M.E. (2001): «El espectador adoles-

cente. Una aproximación a cómo contribuye la televisión en la construcción del yo» en *Zer*, 11 (www.ehu.es/zer/zer/11/11huertas.html) (10-09-04).

MARTÍNEZ-SALANOVA, E. y PERALTA I. (1998): «Educación familiar y socialización con los medios de comunicación», en *Comunicar*, 10; 41-61.

PÉREZ, C.L. y OTROS (1998): «¿Por qué los niños ven la televisión? Determinación de hábitos televisivos en niños de 6 a 8 años (www.geocities.com/HotSprings/Villa/1333/porquetv.htm) (10-09-04).

PINEDO, C. (1999): «Televisión y formación», en *Comunicar*, 13; 111-116.

RICHERI, G. (1995): «La calidad de la televisión», en *Telos*, 42 (www.campusred.net/telos/anteriores/num_042/index_042.html?opi_tribuna3.html) (14-06-05).

