

● Verónica Marín Díaz  
Córdoba

# La TV y la familia: trabajando juntos por la educación?

TV and family: working together for the education?

La familia y los medios de comunicación son hoy son el motor de nuestra sociedad. La relación que se establece entre ellos es necesaria dado que unos determinan a otros y viceversa. Desde este artículo presentamos una propuesta de trabajo conjunto a través del único medio que hoy llega a todo el mundo la televisión y las familias con el objetivo de crear una conciencia crítica.

The family and mass media are the power of the society nowadays. The relationship established between them is necessary because they determine each other. This article develops the idea that television is the most influent one among mass media, so the families have the responsibility for creating a critical awareness towards it.

Televisión, familia, educación, formación, medios de comunicación.  
Television, family, education, training, mass media.

De todos es sabido que los mass media siempre han transmitido, en mayor o menor medida, de forma explícita o implícita, información, ideas, valores, creencias, conductas, comportamientos, actitudes... dependiendo su valor temporal, entre otras cosas, del momento en que el individuo decide consumirlo o bien le invitan a consumirlo.

Consideramos al igual que Aguaded y Pérez (2004), que la principal consecuencia de este consumo debe ser la generación tanto de una postura analítica y fundamentada, como de una lectura crítica de toda la información a la que se nos da acceso. Para ello el papel de los centros educativos además de las familias cobran vital relevancia. Sin embargo, en la actualidad los centros escolares están inmersos en diferentes crisis que los medios se han encargado de acentuar (Gabelas, 2005); por ello consideramos que en este

❖ Verónica Marín Díaz es profesora de la Universidad de Córdoba y coordinadora de la comisión provincial de Córdoba del Grupo Comunicar (edlmadiv@uco.es).

momento el testigo debe ser tomado por las familias, relevando en cierta manera a las instituciones educativas de esta labor.

La familia es la pieza clave del desarrollo del hombre, siendo el primer filtro de la información que sus miembros reciben o a la que están expuestos. Los padres a través del diálogo pueden «aumentar la credibilidad sobre las conductas, eventos y personas» que aparecen en los medios «pueden también analizar qué probabilidad tienen de que ocurran estos fenómenos en la realidad; discutir y contrastar estas situaciones... ayudar, en suma, a ver estos eventos positivamente diferenciando la realidad de la ficción» (Cebrián, 1992: 30-31). La evolución de las estructuras familiares, y por tanto, de las relaciones entre sus diferentes miembros se han visto determinadas e influenciadas por los cambios que se han producido en los medios de comunicación. Circunstancia que empuja a la unión, llamemos matrimonial, de ambos. Hablar de educación en medios en la familia es hablar del uso de estos en la vida diaria de aquélla.

La relación entre los miembros de este binomio ha pasado por diferentes etapas de «amor-odio», por lo que hoy podemos afirmar con contundencia que están abocados a mantener una relación cordial. ¿Por qué?, la respuesta es bien sencilla, en la medida en que los medios de comunicación son una ventana al mundo que nos permiten estar al día de todos los acontecimientos y avances que acontecen en todos los campos y terrenos, la familia deberá aceptar que penetre en sus hogares. Ahora bien, es la familia la que va a determinar hasta qué punto los medios la van a mediatizar. El consumo de los contenidos transmitidos por los medios de comunicación se produce fundamentalmente en la casa, de modo que corresponde a los padres el acompañamiento y control para seleccionar aquellos temas que están más adaptados a los menores y que contribuyan o no entorpezcan su proceso educativo.

### 1. Propuesta de trabajo

Nuestra propuesta de trabajo trata de buscar un entendimiento entre las familias y los medios, en este caso la televisión; para ello consideramos que dentro de la familia hay que trabajar en primera instancia con los progenitores, para que después estos desarrollen lo aprendido con sus hijos. Por otra parte, consideramos que en un primer momento deben ser excluidos los responsables de las cadenas de televisión, bien sean productoras (empresas), directivos o representantes. En un segundo momento, una vez que hayamos delimitado el tiempo de trabajo, será cuando se incorporen estos al grupo de trabajo.

En primer lugar formaríamos pequeños grupos de padres. Consideramos que las grandes asambleas pueden llegar a distorsionar la información que los progenitores quieren transmitir. Una vez determinados los grupos, las actividades a realizar con ellos estarían distribuidas en diez sesiones de duración variable, oscilando ésta entre una y tres horas aproximadamente.

- Primera sesión: es esta primera sesión de toma de contacto, inicialmente comentaremos qué queremos conseguir a través de las sesiones de trabajo, definir cuál va a ser nuestra meta. También en ella, los miembros del grupo se darán a conocer a través del empleo de diversas dinámicas de grupo, como pueden ser «la cesta está revuelta» o «la ensalada». Por medio de ella los componentes no sólo tomarán un primer contacto con el grupo de trabajo y conocer algunos detalles personales de cada uno, además, nos permitirá determinar los rasgos que definen inicialmente las personalidades de cada sujeto.

- Segunda sesión: trataremos de determinar qué sienten ellos hacia los medios de comunicación en general, y hacia la televisión en particular, cómo la ven, en definitiva qué opinan realmente de ella. Para ello emplearemos la lluvia de ideas. También les animaremos a que expresen sus necesidades y objetivos de uso y consumo de este medio. Una vez determinados estos aspectos trataremos de hacer un listado, de manera reflexiva, de aquellos programas que consideran formativos y/o educativos o de interés general y cuales no, delimitando la edad de los «supuestos» espectadores, todo ello de forma justificada. Se realizará una parrilla de programación ajustada a los resultados expuestos anteriormente.

- Tercera sesión: esta sesión se va a caracterizar por la incorporación de los «componentes televisivos». Las familias presentarán su propuesta de parrilla televisiva y el análisis realizado.

- Cuarta sesión: esta sesión se realizará exclusivamente con los responsables de las cadenas de televisión. A la vista de las aportaciones realizadas por los progenitores los agentes televisivos analizarán los datos y tratarán de contrastarlos con las aportaciones que ellos realicen, justificando la naturaleza de los programas seleccionados, el valor que tienen para la comunidad, a qué público piensan que debe estar destinado y por qué. Igualmente ellos aportarán aquellos que a su juicio deberían estar en el diseño proporcionado por las familias y que estos no han considerado.

- Quinta, sexta y séptima sesión: durante el período de tiempo que consideremos conveniente y en virtud de la amplitud de los programas señalados por los padres en la sesión segunda, y las aportaciones realizadas por los profesionales de la televisión en la sesión cuarta, se tratará de establecer un debate en torno a los datos aportados, el cual debe generar un diálogo en el que ambas partes expresen sus necesidades y objetivos.

- Octava sesión: una vez llegados al establecimiento de unos puntos comunes de encuentro para el diseño de programas televisivos, es el momento de entrar en contacto con los receptores últimos de los programas: niños, adolescentes y jóvenes. A estos se les preguntará qué les disgusta y qué les gusta de los diferentes programas antes señalados y por qué «roban» tiempo de otras actividades para verlos.

A partir de los datos aportados se podrán diseñar una programación educativa completa, construida sobre valores y que transmita estos de forma adecuada; una programación diversa que atienda a los intereses de cada público en las diversas franjas horarias, competitiva y alejada del fomento de la pasividad del sujeto, así como del conformismo de estos.

- Novena sesión: en ella los progenitores elaborarán un decálogo en el que se especifique cómo ver la televisión con los miembros más jóvenes de la familia. En él se establecerán las pautas a realizar antes de ver un programa, una película o una serie, atendiendo o teniendo como principal variable la edad de los hijos.

- Décima sesión: una vez transcurrido un período prudencial de tiempo de cuatro meses, los grupos de trabajo se volverán a reunir y tratarán de exponer las consecuencias de lo anteriormente diseñado. Ello permitirá la modificación de los programas incluso la supresión de alguno de ellos o incentivar otros.

## 2. Epílogo

A medida que el siglo XXI va tomando fuerza, la presencia de los medios de comunicación e información van cobrando una mayor importancia, llegando a convertirse en el punto central de muchas de nuestras acciones. El mundo de la información fue, es y será una de las mayores herramientas del mundo moderno de la comunicación, convirtiéndose en una señal de identidad de nuestras acciones. «La información y la comunicación se han convertido en un bien social, inalienable e imprescindible para la comunidad» (García García, 2003: 171); por medio de ellos podemos construir y reconstruir el conocimiento que nos va a permitir desarrollarnos y evolucionar. Debemos ser conscientes que este proceso se ha de llevar a cabo desde una postura crítica, nacida de la reflexión y del análisis, ello nos hará estar en una duda constante sobre la validez de las funciones que han de ejercer los medios de información y comunicación.

Como afirman Majo y Marqués (2002), la tecnología, y en concreto la tecnología de la imagen, es uno de los medios de comunicación que mueven nuestra sociedad, que la hacen avanzar. Esta situación se refleja, principalmente, en la forma en que se nos transmite la información.

Aún hoy el mundo televisivo continúa siendo y viviendo una constante revolución; cambian los modos pero ¿cambian las formas? La verdad es que no, continúan enseñándonos qué pensar, qué opinar, qué valorar...

La relación entre ambos elementos es escasa, no hay en nuestra sociedad un arraigo por los programas de corte educativo. El telespectador huye de todo aquello que huele a cultura, educación o formación, influyendo directamente en las audiencias de los programas, si no hay un índice considerable de audiencia el programa no es considerado rentable y desaparece de la parrilla de la programación rápidamente. Por otra parte, es muy fácil culpabilizar a otro del éxito o fracaso de un producto televisivo o educativo de carácter mediático; los medios al sistema educativo por su austeridad, el sistema a las familias por permitir que sus hijos vean programas que son considerados no aptos para determinadas edades, caso de Futurama, Los Simpsons, Crónicas Marcianas, La granja de los famosos, Noche sin tregua, Buenafuente, La isla de los famosos, La casa de tu vida.. Por último, la familia, tanto a unos como a otros. A aquéllas por el contenido de los programas y a estos por no realizar acciones que frenen su consumo.

Aquí hemos realizado una propuesta de trabajo conjunto (familia-centro educativo-cadenas de televisión) que puede rozar la ingenuidad, en el sentido del grado de participación de las partes implicadas. Si es reconocido el grado de culpabilidad por parte de cada una ellas, es difícil que pueda haber un encuentro en el tiempo y en el espacio.

Propuestas de este tipo puede haber muchas y variadas, pero reiteramos que el primer paso es el trabajo individual en el seno de la familia, para acto seguido reflejarlo en sus relaciones con el centro y la televisión. La realidad de las familias del siglo XXI, el siglo de la revolución tecnológica, no es la de épocas pretéritas en las que programas de corte educativo, por ejemplo, Barrio Sésamo o series como Érase una vez..., las cuales triunfaban por-

que, quizás, otras opciones de ocio no se encontraban tan desarrolladas como ahora, o porque las había pero no estaban al alcance de toda la población.

Hoy, tal vez, esta diversificación hace que los productores de los programas televisivos busquen temáticas que aunque están ya al alcance de todos puedan mostrar aún más de cerca el lado oscuro que todo ser humano tiene. En definitiva, nos preguntamos aún, ¿tenemos la televisión que queremos?, no y somos conscientes, ¿tenemos la que nos merecemos?

### Referencias

- AGUADED, J.I. y PÉREZ, M.A. (2004): «La educación en los medios de comunicación», en *Quadernsdigitals*, 35 ([www.quadernsdigitals.net/datos\\_web/hemeroteca/r-1/nr\\_566/a\\_7901/7901.html](http://www.quadernsdigitals.net/datos_web/hemeroteca/r-1/nr_566/a_7901/7901.html)).
- ALFALLA, R.; ARENA, F.J. y MEDINA, C. (2001): «La aplicación de las TIC a la enseñanza universitaria y su empleo en la dirección de la producción/operaciones», en *Pixel-Bit*, 16 ([www.sav.us.es/pixelbit/articulos/n16/n16art/art166.htm](http://www.sav.us.es/pixelbit/articulos/n16/n16art/art166.htm)).
- CEBRIÁN, M. (1992): *La televisión. Creer para ver*. Málaga, Clave.
- GABELAS, J.A. (2005): «Televisión y adolescentes, una mítica y controvertida relación», en *Comunicar*, 25; 137-146.
- GARCÍA GARCÍA, F. (2003): «Los medios de comunicación, ¿al servicio de la comunidad?», en AGUADED, J.I. (Dir.): *Luces en el laberinto audiovisual*. Huelva, Grupo Comunicar y Universidad de Huelva; 171-174.
- MAJO, J. y MARQUÉS, P. (2002): *La revolución educativa en la era Internet*. Barcelona, Praxis.
- MARQUÉS, P. (2000): *Las TIC y sus aportaciones a la sociedad* ([dewey.uab.es/pmarques/tic.htm](http://dewey.uab.es/pmarques/tic.htm)).
- MARQUES, P. (2001): *Aportaciones de los mass media en educación. Problemáticas asociadas* ([dewey.uab.es/pmarques/masme.htm](http://dewey.uab.es/pmarques/masme.htm)).