

● Ilda Peralta Ferreira
Almería

La TV: responsabilidad en la socialización

TV: responsibility in socialization

La TV posee un poder de penetración cada vez mayor en los hogares, en la calle y centros de enseñanza. Esta realidad implica un desafío para los padres, la familia, la administración pública y las cadenas de TV. La socialización, es decir, la adecuación de los individuos a una cultura común, es responsabilidad de todos, que el futuro sea más tolerante, solidario y democrático, imprescindible en el siglo XXI para la supervivencia de la especie humana, lo deben gestionar y labrar todas las instituciones del país, sin excepción. Sería necesario unir esfuerzos, un consenso en el que familia, escuela y las grandes empresas de TV se comprometieran en una función socializadora común, con compromisos que ayudaran a sentar las bases mínimas de una sociedad educadora.

TV has an ever-increasing power to penetrate into our homes, into public spaces and into our schools. This reality issues a challenge to parents, families, public administrations and to television channels themselves. Socialization, that is, the fitting of individuals to a common culture, is everyone's responsibility in order to make the future more tolerant, supportive and democratic-essential for the survival of the human species in the 21st century. That is the reason why socialization must be managed and cultivated by all the nation's institutions, without exception. For this purpose it becomes necessary to join forces, to build a consensus where families, schools and the main television channels commit themselves to a common socializing function with agreements that would help lay the foundations of a society concerned with human development.

Televisión, socialización, educación.
Television, socialization, education.

La familia ni puede rechazar por sistema la televisión como un mal ni debe dar la espalda a una realidad cultural y

social que se ha introducido en los hogares y que aporta diversión, entretenimiento y formación. Sin embargo, aunque es la familia quien tiene la primera responsabilidad, no solamente de cuidar el uso de los medios, tiene el derecho de plantearse otras metas para su utilización educativa e ir más allá, exigiendo medidas a las diversas administraciones, ya sean locales o autonómicas.

❖ Ilda Peralta Ferreira es especialista en formación de adultos en Almería (ildaperalta@supercable.es).

Por otra parte, como se afirma en las Conclusiones del Seminario de Expertos, realizado en Santiago de Compostela el 7 de Diciembre de 2005, refiriéndose al Consell de l'Audiovisual de Catalunya (CAC) «se ofrece a todas las universidades y comunidades autónomas la posibilidad de realizar una investigación sobre el nivel de competencia en comunicación audiovisual de los ciudadanos y ciudadanas. Los resultados de una investigación de este tipo serían muy útiles para sensibilizar a la opinión pública en general y a los políticos en particular sobre la necesidad de una educación en comunicación audiovisual. Se echan en falta investigaciones sistemáticas que analicen cómo el alumnado aprehende los mensajes audiovisuales y se sirven de las diversas pantallas para su acceso al ocio, a la información y al conocimiento».

La administración del Estado, por otra parte, debe realizar propuestas para que todas las instituciones y los agentes implicados en la sociedad tomen posiciones, esclarezcan y definan actuaciones y se dispongan a la solución de los problemas. La familia no debe cerrar los ojos a lo que hacen sus hijos y deben continuar su crítica ante los medios. Su responsabilidad es educadora, empleando los elementos de didáctica familiar que correspondan, ya que los niños y jóvenes, pueden sufrir en gran medida la influencia física, psíquica y consumista de los medios. El aprendizaje necesario para que las familias sean capaces de utilizar con equilibrio la televisión, supone un esfuerzo completo de todos sus integrantes, especialmente de los padres.

Pero también las cadenas de televisión deben asumir sus propias responsabilidades. Los modelos familiares, éticos, sociales y culturales que la televisión aporta, están muy lejos de lo que es la familia en nuestra sociedad. Se consumen otros estilos de vida y de costumbres; se integran diferentes y multiformes relaciones familiares, éticas y sexuales. Las series que la televisión presenta, reproducen situaciones por lo general muy lejanas a la realidad, por lo que la juventud vive y reproduce la fascinación por lo desconocido.

Una salida es, a largo plazo, el que los espectadores –consumidores– ejerzan su derecho de intervención y logren mejorar la calidad de la programación. Para ello es preciso implicarse como familia consumidora de imagen en la formación personal hacia medios y mensajes y procurar que los sistemas educativos, familiares, regionales, estatales y sociales, hagan inexcusable un diseño de enseñanza-aprendizaje en el que se consideren los medios de comunicación y su análisis crítico (Peralta, 2005). Se puede y debe exigir a las productoras de televisión, sin que ello evite la responsabilidad formativa de la familia. Las asociaciones de consumidores adquieren cada día mayor fuerza; hay asociaciones exclusivas cuyo objetivo es informar y defender a los usuarios de la televisión.

1. Poder cultural de la televisión

La televisión ayuda a crear costumbres, lo más profundo de los elementos culturales de una sociedad. Las costumbres generan consumo, cambian a medio plazo –a veces a muy corto– la estructura familiar y social, pueden del mismo modo crear irrealidades y fantasías con negativa incidencia en la misma cultura en la que participan. Estar a merced de los impactos vertiginosos de los medios de comunicación, hace inestable la socialización, pone en cuestión los sistemas educativos formales e informales y perjudica notablemente las relaciones interpersonales y familiares. Por ello, la responsabilidad de la televisión en la socialización es inmensa, creada por la especie humana, puede perfectamente estar al servicio de ella –de toda ella– y de su cultura.

Los medios de comunicación, tienen la obligación social de defender y proteger el interés público, la protección de los espectadores, especialmente del menor, hace necesario que la responsabilidad caiga también en la televisión. Y los medios de comunicación de masas son los grandes productores de significación y sentido en las sociedades de masas y, por tanto, los grandes mediadores en la percepción e interpretación de la realidad. Los medios de comunicación de masas aparecen como altavoces de la realidad social y como intermediarios en la comprensión e interpretación de la misma.

Las empresas que poseen las cadenas de televisión se rigen por los mismos patrones de rentabilidad económica que el resto de las industrias del país, detentando un poder importante en el espacio individual, familiar y social capaz de intervenciones decisivas en la vida política y económica, aunque sólo sea como control del resto de los poderes. De manera diferente que la prensa, que es mediador político: canalizan y crean la opinión pública que es el elemento decisivo en las políticas prácticas. O planteando críticas hacia los poderes y demandas de decisiones políticas, la televisión es fundamentalmente instrumento de cultura: vehículos de difusión de obras culturales que tienen en los medios el principal soporte para su difusión; pero, también creadores de moda o de pautas culturales, modeladores de costumbres, difusores de ideas y opiniones, promotores de conductas sociales y privadas.

2. La televisión educadora

Es necesario que las televisiones acepten la responsabilidad de educar. Para que una televisión sea educativa, debe tener intencionalidad educativa. Propósitos y objetivos claros, definición de la audiencia a la que va dirigida y por ende adecuación de los métodos, lenguajes y estructuras a ella (Martínez-Salanova, 2005). Algunos intentos de la televisión pública y de algunas televisiones autonómicas, han tenido éxito en este sentido. Sin embargo, en general, pocos son los programas que podemos considerar educativos y no es necesario, ni conveniente, que toda la televisión lo sea.

Normalmente confundimos educativo con instructivo. Lo instructivo tiene que ver con los conocimientos o movimientos que se aprenden mecánicamente. Para que sean educativos, estos aprendizajes deben poseer algo más, que sean significativos, que estén en un contexto más amplio, que el que aprende los inserte en un entorno, que asimile los valores del aprendizaje, etc. Un documental puede ser instructivo, pero si no está dentro de un contexto, si no se adapta el lenguaje, las formas y los tiempos, a la edad de quien que se pretende sea espectador, no será educativo (Martínez-Salanova, 2006).

Toda la televisión debe ser educadora (no necesariamente educativa), pues nos encontramos en un mundo en el que los problemas los debemos encarar entre todos. No es posible que las televisiones, con la fuerza cultural y capacidad subyugadora que poseen entre los ciudadanos, se desentiendan de esa responsabilidad. Una televisión educadora es la que plantea, propone y estructura sus programas pensando en que en el mundo hay problemas de todos y que hay que colaborar en crear corrientes de opinión y de debate para que los ciudadanos busquen también su propia responsabilidad.

3. ¿Por qué no consensuar un programa de trabajo?

¿Por qué no unirnos en el trabajo común de hacer una televisión que sirva a todos? ¿Podría darse un compromiso educativo entre la familia, la escuela y la televisión? Todos nos culpamos a todos por lo mal que está el mundo, se habla de la juventud, de la indisciplina en los colegios, del botellón, de los accidentes de tráfico, de la irresponsabilidad política, de la insolidaridad... pero, ¿quién hace algo para sistematizar una reflexión activa y militante por la responsabilidad colectiva? Los medios de comunicación se defienden con el argumento de que ellos informan, que es su obligación. Muchos profesores y bastantes centros educativos se dedican exclusivamente a cumplir con la letra de lo que dicta el programa de estudios, y dejan a la familia la responsabilidad de lo que consideran educativo, desechando lo que hace tantos años se había logrado, la figura del profesor educador-versus el de profesor instructor. La administración del estado, y las autonómicas salvo excepciones, cuando hacen algo, se limitan a controlar vagamente que no se produzcan excesos en horarios infantiles, a colocar en horario infantil algunos documentales y dibujos animados, mientras miran para otro lado cuando los profesores necesitan apoyo y formación para tomarse en serio la televisión como elemento socializador y dejan, igualmente, en manos de los padres la totalidad del problema de la educación. La iglesia, que protesta contra asignaturas como la de Educación para la ciudadanía, en la que caben estos temas y muchos más, necesarios, olvida que tiene foros y púlpitos, en los que tampoco educa, ni forma, ni instruye hacia una educación solidaria y democrática, pero en los que pone el grito en el cielo contra los males del mundo. La familia, en ocasiones mal informada y peor formada, deja a las televisiones e Internet el cuidado y la instrucción de sus vástagos, no se preocupa mucho por los horarios y contenidos de la televisión, se enfrenta a la escuela en vez de ayudarla, exige a la administración soluciones y no cuestiona el trabajo de los medios. En resumen, el uno por el otro, la casa sin barrer, del dicho español. Pregunta: ¿Quién le pone el cascabel al gato?

En un mundo integrado, globalizado, en plena sociedad de la información y la comunicación no es admisible que no se globalice, ni se integre, ni se comparta la responsabilidad. Tenemos muy claros algunos de los problemas candentes del momento, no es posible que los agentes sociales evadan su trabajo educador, que se sacudan los problemas de encima y que los carguen en las espaldas de los demás.

Si bien es cierto que, en cierta medida, para el futuro, más que de la propia televisión, dependerá del cambio que se produzca en la familia y en la escuela, el papel que la televisión tendrá en el proceso de socialización de las generaciones que nos continúen es muy importante y significativo. La televisión mejorará si se aprende a verla, si la educación se promueve en un ámbito cognitivo, en el que predomine la experimentación y la creatividad, en el que los niños, desde pequeños, estén cerca del mundo de las imágenes y de los procesos productivos de las mismas, desmitificando los medios desde su interior, a partir del debate responsable, del trabajo en equipo y de las relaciones sociales. Si mejora la demanda, es posible que las cadenas de televisión, mejoraran su oferta.

En las conclusiones del seminario de expertos de Santiago de Compostela hay pistas para algunas de estas líneas de trabajo: a la administración educativa le sugiere: «crear la figura de un profesor-a responsable de comunicación audiovisual y multimedia en todos los centros educativos, con las funciones de fomentar la educación en comunicación audiovisual en el centro y de optimizar los procesos de enseñanza-aprendizaje mediante la incorporación de la comunicación audiovisual y multimedia».

A las familias y asociaciones de consumidores: «propiciar la creación de programas de formación para madres y padres en colaboración con las AMPAS y asociaciones de consumidores con el fin de contribuir a la formación permanente en el ámbito familiar y procurar el encuentro entre hijos, madres, padres y profesionales de la educación».

A ayuntamientos y corporaciones locales: «promover la colaboración de las radios y televisiones locales en actividades de educación formal y no formal encaminadas a la alfabetización audiovisual y multimedia de la población».

A las cadenas de televisión: «reclamar de las Administraciones incentivos a las empresas audiovisuales y editoriales para establecer líneas de producción de programas audiovisuales e interactivos adecuados para el desarrollo integral de la alfabetización audiovisual y multimedia».

A las industrias del audiovisual: «las nuevas formas de producción de mensajes destinados a las nuevas pantallas exigen que las propias industrias del audiovisual y del multimedia contribuyan al desarrollo de investigaciones que permitan avanzar en la promoción de la educación audiovisual».

Referencias

- MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, E. (2005): «Ciudadanos y pantallas: pasividad o responsabilidad», en *Comunicar*, 25.
- MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, E. (2006): «La televisión educadora y la figura de los padres», en *Padres y Maestros*, 300. A Coruña: 14-17.
- PERALTA FERREYRA, I. (2005): «El televisor: La pantalla estrella. El acto educativo ayuda a superar la dicotomía entre realidad y ficción», en *Comunicar*, 25.
- VARIOS (2005): Conclusiones del Seminario de expertos. Encuentro Internacional Sobre Educación Audiovisual. Santiago de Compostela, 7 de Diciembre.