

EL PODER EDUCATIVO DE LA TELEVISIÓN

Television and its educational power: a parallel discourse to school

Concepción Medrano Samaniego

Universidad del País Vasco

Resumen

En este trabajo se parte de la hipótesis de que los propios contenidos televisivos son fuente de aprendizaje a través de las narraciones televisivas. En concreto, defendemos la idea de que es posible enseñar y aprender valores a través de dichas narraciones. Se sistematizan algunas de las investigaciones que han abordado la relación entre televisión y valores desde una triple dimensión: los propios contenidos; el medio en sí mismo y el lenguaje. Esta revisión nos permite defender que las condenas reiteradas a la televisión, responsabilizándola de la mayoría de los males que sufre la juventud, no pueden apoyarse en los estudios que la psicología ha realizado en las últimas décadas. Entendemos que el telespectador incorpora la información televisiva desde distintos contextos y que la enculturación no es unidireccional. Existe una interacción entre contextos de desarrollo y mensajes. Concretamente nos interesa analizar los valores implícitos y explícitos que subyacen a los contenidos televisivos. Para ello basándonos en el modelo elaborado por Schwartz y Bilsky hemos creado un cuestionario (Val-TV 01) con el fin de clasificar los valores e interpretar las conductas visualizadas en los textos televisivos y relacionarlos con los propios valores de los adolescentes.

Palabras clave: *El medio televisivo. Las narrativas televisivas. El aprendizaje y la enseñanza de valores. Cuestionario de percepción de valores*

Abstract

This study is based on the hypothesis that television contents themselves constitute a source of learning through television narratives. In specific terms, we defend the idea that it is possible to teach and learn values through said narratives. Some of the research dealing with the relationship between television and values is categorized from a three-fold standpoint: the contents themselves, the medium itself and the language. As a result of this review, we maintain that reiterated attacks on television, blaming it for the majority of problems suffered by young people today, are not supported by the studies carried out by psychologists over recent decades. We believe that viewers incorporate the information provided by television from different contexts and that the enculturation is not unidirectional. There is an interrelation between development contexts and messages. We are specifically interested in analyzing the implicit and explicit values underlying television contents. Thus, based on the model developed by Schwartz and Bilsky, we have compiled a questionnaire (Val-TV 0.1) with the aim of classifying values and interpreting the behaviors visualized in television texts, and relating them to adolescents own values.

Key words: *TV medium. TV narratives. Teaching, learning values. Value Perception questionnaire.*

Correspondencia: Concepción Medrano Samaniego. Facultad de Filosofía y Ciencias de la Educación. Departamento de Psicología Evolutiva y de la Educación. Avda Tolosa, 70 - 2009 Donostia. E-mail: pepmesac@sc.ehu.es.

Introducción

El objetivo de este trabajo es plantear el hecho de ver la televisión como una oportunidad para trabajar los valores mediante las narraciones televisivas. Con el fin de poder responder dicho objetivo, se parte del siguiente interrogante: ¿Debemos continuar pensando que la televisión ejerce una influencia negativa a través de sus contenidos en nuestra infancia y juventud?.

En este tema es preciso considerar que el discurso o debate sobre la televisión ha sido normalmente fatalista y, en ocasiones, algo simplista y mecanicista. Es decir, un discurso defensivo (es contraproducente el visionado de la televisión) y por lo tanto, hay que protegerse de sus efectos nocivos. Ahora bien, si queremos abordar esta influencia con seriedad, es preciso considerar diversas variables tanto personales como contextuales. El visionado de la televisión es un proceso mediado, que va más allá de una relación unidireccional del medio sobre las personas e incide en la capacidad de procesamiento de la información, la afectividad, la personalidad, etc. Hoy en día la visión del contenido comunicativo como una variable aislada, capaz de imponer un efecto en la persona, no se corresponde con la idea de un ambiente mediático. En todo caso se puede hablar de efectos de los medios, en el sentido de haberse constituido como un ambiente o un contexto esencial para la existencia humana. (Pérez Tornero, 2003).

En la actualidad, hay que superar posicionamientos reduccionistas y entender que la televisión es posible abordarla como una fuente de aprendizaje (Medrano, 2005). Para ello se van a considerar tres dimensiones: 1. Los propios contenidos narrativos. 2. El medio en sí mismo y 3. El lenguaje televisivo.

La televisión y sus tres dimensiones: el contenido, el medio y el lenguaje

Al revisar la investigación disponible aparecen distintos datos referidos a alguna de estas tres dimensiones: los contenidos narrativos; el medio en sí mismo y el lenguaje televisivo.

1. Desde la perspectiva de los *contenidos televisivos* se demuestra la influencia de la televisión como modelo de aprendizaje en las percepciones y conductas de la infancia y adolescencia. Aunque hay que recordar que muchos de estos datos se refieren al visionado de conductas violentas (Bryant y Zillmann 2002; Ward, 2003) así como conductas que promueven valores materialistas y consumistas (Cheung y Chan, 1996). La mayoría de estos trabajos, como era de esperar, demuestran el aumento o tendencia hacia la conducta agresiva, materialista, o sexualidad incorrecta en aquellos sujetos que ven habitualmente escenas de violencia, consumismo o sexo soez en la televisión. Aunque en un análisis más matizado, también, se ha demostrado que cuando la violencia es injustificada decrecen las actitudes agresivas de los sujetos estudiados (Green y Stonner, 1973; Hoyt, 1970; Berkowitz y Powers, 1979; Palmer y Dorr, 1980). De cualquier forma, también, se comprueba que la edad de los telespectadores y el contexto donde se produce la acción son factores muy relevantes a la hora de investigar la influencia de los actos violentos en las actitudes y conductas de los niños y adolescentes. En

definitiva que la visualización de las conductas violentas hay que contextualizarla y estudiar todos los aspectos que interactúan en su visionado.

2. En segundo lugar, si nos referimos a la *televisión como medio*, también nos encontramos con algunos datos que nos pueden hacer reflexionar acerca de su poder educativo. En el trabajo longitudinal realizado por Anderson, Huston, Schmitt, Linebarger y Wright (2001) se demuestra que los sujetos que habían dedicado más tiempo a ver la televisión en la infancia manifiestan puntuaciones más altas en las distintas materias curriculares, así como en determinadas actitudes. Aunque este tipo de investigaciones exigen un conocimiento de las variables intermedias, como por ejemplo, la selección por parte de los padres de ciertos programas educativos, el visionado de los contenidos junto a los padres, el no desplazamiento de otras actividades, etc., es importante tenerlas en cuenta por los datos que nos aportan respecto a la optimización de la televisión educativa. Concretamente, a finales de la década de los sesenta en Estados Unidos, los programas educativos *Sesame Street* y *Mister Rogers Neighborhood* son un buen ejemplo del poder educativo del medio televisivo. Ciertamente, esta experiencia hay que contextualizarla en muestras americanas y con una población muy específica, pero puede ser un ejemplo pionero de televisión educativa.

Respecto a esta segunda dimensión, la televisión como medio, son diversos los autores que han realizado una importante crítica a la misma por su escaso valor educativo, bien sea porque impide el desarrollo de otras actividades o bien, porque dadas sus características, dificulta el diálogo y la argumentación e impide la construcción activa de nuevos conocimientos. Me parece importante señalar que muchas de las críticas realizadas a la televisión se refieren a esta dimensión (como medio), sin tener en cuenta *los contenidos* que se transmiten mediante el mismo. Vila (1998) opina que esta posición no está en lo cierto y que el reconocimiento de la capacidad educativa de la televisión no debe limitarse a las capacidades desarrolladas en los aspectos tecnológicos, sino a las que se desarrollan a través de los contenidos.

Vilches (1996), un autor que ha estudiado en profundidad la televisión, señala que ésta es un *medio*, como antes lo han sido la música y la literatura, que representa el mito de la sociedad actual a través de lo narrativo, así como del ritual de la cotidianidad y de lo fantástico, sin tener que buscar una realidad objetiva tal y como se hace en la ciencia. En este sentido me parece importante diferenciar entre las condiciones de manipulación y alienación cultural de un medio comunicativo como la televisión y todos los aspectos de novedad cultural, estética y *transmisión de valores* que es posible trabajar desde el punto de vista educativo. Durante la infancia y adolescencia se aprende lo que se vive en términos de valores y la televisión puede ser una fuente de aprendizaje vicario. No olvidemos que determinadas películas que se exponen en nuestros cines saturadas de violencia, autoritarismo, poder, dominancia, etc tienen un gran atractivo para los mismos adolescentes que están trabajando en sus centros escolares programas de intervención para mejorar la convivencia, relaciones basadas en el respeto, la empatía, etc. Por esta razón, me parece relevante trabajar de manera explícita e intencional el “currículum oculto” que conllevan las narraciones televisivas planificando y sistematizando una intervención educativa.

En tercer lugar no sólo los contenidos y el propio medio sino también *el tipo de lenguaje* hay que abordarlo como favorecedor del desarrollo en diversos aspectos funcionales. Para ello, es necesario que se respeten ciertas condiciones en las propias emisiones, ya que la multimodalidad constituye una condición humana y este aspecto puede ser uno de los puntos a favor del lenguaje televisivo. La televisión aún en un mismo espacio sensorial la imagen visual, la palabra y la imagen musical (Beentjes, Koning y Huysmans, 2001).

Más concretamente nos referimos a que el estudio del lenguaje mediático debe incluir elementos (encuadre, composición, tipografía, etc.); reglas y convenciones de las emisiones; aspectos sintagmáticos (metáforas, paradojas, personificación, etc.); lecturas (fílmicas, situacionales, temáticas) y, análisis crítico y valorativo. La fuerza y poder de la televisión se explica, exactamente, por la posibilidad de ofrecer imágenes visuales en acción combinándolas con los mensajes auditivos. Este hecho favorece el *aprendizaje observacional*, a través del cual los telespectadores al observar el modelo, es posible que repitan complejos patrones de conducta. Aunque es preciso insistir en que no concebimos al espectador como un sujeto pasivo sometido a la influencia del medio (el impacto inevitable) que reproduce o imita conductas, sí pensamos que se pueden aprender conductas (adecuadas o inadecuadas) a través de la imagen visual, musical y la palabra.

Disponemos de muchos ejemplos cotidianos para explicar estas conductas. Fijémonos en la influencia de “Operación Triunfo” en nuestra juventud y la relación que puede tener con la rapidez en conseguir el éxito, sin considerar todo el esfuerzo que supone alcanzar algo que es importante para nosotros. Los logros importantes en nuestras relaciones personales y en nuestro desarrollo profesional nunca se alcanzan sin un gran esfuerzo y de forma rápida.

Si consideramos estos tres aspectos es posible trabajar en las instituciones educativas y con el profesorado los valores que se transmiten a través de las narraciones televisivas. Pensamos que responsabilizar a la televisión de la pasividad y falta de creatividad que se puede observar en la infancia y en la juventud no se puede defender en base a los estudios que la psicología ha realizado en las últimas décadas. Lo que ocurre es que hay poca conciencia acerca de la importancia de la educación televisiva en la escuela. A veces, existe una fisura muy grande entre la realidad cotidiana del alumno y su realidad escolar. Si es demostrable que los niños pasan la mayor parte de su tiempo libre viendo la televisión y desplazando a otras actividades, ¿por qué no intervenimos para aprovechar el potencial educativo que presenta el medio? ¿es posible y deseable enseñar a consumir de una manera inteligente los contenidos televisivos?.

El informe de Anderson y Collins (1988) acerca de la influencia de la televisión en el comportamiento cognitivo de los niños demuestra la imprecisión que supone afirmar que la televisión genera pasividad en los niños o que disminuye su capacidad lectora. El balance no es positivo ni negativo, sino que depende de múltiples factores.

En consecuencia resulta relevante trabajar los contenidos televisivos más allá del propio medio puesto que son una fuente de aprendizaje. Defender esta idea

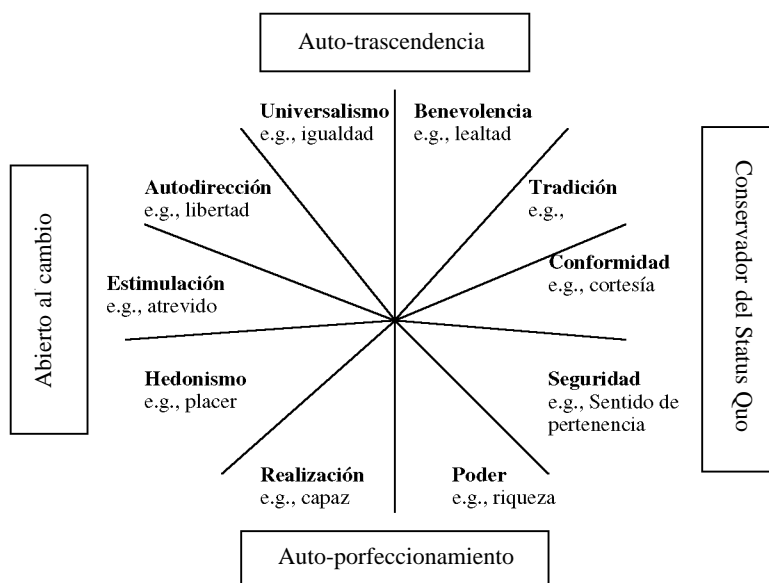
supone realizar una intervención educativa que favorezca una recontextualización de los valores que se transmiten a través de dicho medio. La decodificación de los mensajes es una de las estrategias que favorece la participación frente a la falta de implicación de los telespectadores. Es decir, la explicitación de los distintos valores que impregnan los contenidos televisivos, puede también evitar la profunda escisión que existe, en ocasiones, entre “el currículum escolar” y el adquirido mediante la televisión.

Los contenidos específicos que se transmiten, así como los aspectos relacionados con la cohesión familiar, los hábitos de ver la televisión con los hijos, etc. es preciso considerarlos si nos interesa conocer la influencia del medio en el desarrollo cognitivo, emocional y ético de la infancia y la juventud. Es decir, se defiende la hipótesis de que los propios contenidos son fuente de aprendizaje de valores. La estrategia que se propone es reconstruir los significados que transmiten dichos contenidos (Medrano, Cortes y Palacios, 2006).

Los valores en las narraciones televisivas desde el modelo de Schwartz

Con el propósito de analizar los valores implícitos y explícitos que subyacen a los contenidos televisivos un equipo de investigación formado por Ana Aierbe, Santiago Palacios y la persona que suscribe esta reflexión (profesores de la Universidad del País Vasco) junto con Alejandra Cortés (Universidad de Zaragoza) proponemos el modelo elaborado por Schwartz, Sagiv y Boehnke, (2000) y Schwartz y Boehnke, (2003) para poder interpretar los contenidos/conductas visualizados en términos de valores. Dichos autores conceptualizan los valores como representaciones cognitivas con origen en las necesidades biológicas básicas, en las de interacción social y en las demandas de las distintas institucionales sociales. Aunque también se interpretan como una construcción individual de una meta transituacional (valores finales/instrumentales) donde las metas expresan intereses (individuales/colectivos/ambos) que tienen que ver con un dominio motivacional (disfrute, seguridad, logro, autodirección, conformidad, prosocialidad, poder social y madurez) y que estos intereses son evaluados dentro de un rango de importancia/no importancia como principios de actuación del individuo. A partir de este planteamiento inicial, se proponen hacer una exploración intercultural de valores que pretende responder a tres cuestiones fundamentales: a) ¿cómo afectan las experiencias sociales a las prioridades de valor de los sujetos?; b) ¿cómo afectan la prioridad de valor en el comportamiento?; c) ¿qué diferencias transculturales existen y cuáles son sus causas y efectos? Para ello ha de atenderse a los aspectos como el contenido, la comprensividad, la equivalencia de significado y la estructura de valores. Se puede observar la estructura del sistema de valores propuesta por Schwartz (1994) en el cuadro 1.

El modelo de Schwartz puede considerarse como una integración del modelo de Rokeach y las perspectivas más culturalistas que se han centrado en categorizar los valores en dominios motivacionales y/o de contenido con el objetivo de conocer la estructura subyacente a los sistemas de valores. En opinión de estos autores hay



Cuadro 1. Modelo circunferencial de valores

aspectos universales de la psicología humana y de los sistemas de interacción que se encuentran en todas las culturas y, a la vez, se constituyen en ejes articuladores universales de los sistemas de valores humanos.

En nuestra opinión (Palacios, Medrano y Cortés, 2005; Medrano, Palacios y Aierbe, 2006) este modelo tiene la enorme ventaja de ofrecer una clasificación sólida no sólo desde el punto de vista teórico-conceptual sino que, también, posee un refrendo estadístico-experimental que nos puede facilitar enormemente el análisis de valores en las narraciones televisivas de manera cuantitativa a partir de la creación de un instrumento “ad hoc”. La estructura de valores propuesta por este autor, nos ofrece un esquema de interpretación de las conductas visualizadas en las narraciones televisivas, en términos de valores. Aunque, no se trata en sentido estricto de una teoría, sino más bien de un esquema categorial que nos facilita un trabajo empírico experimental. De acuerdo a lo expuesto anteriormente, el modelo de Schwartz nos ofrece, también, un marco de referencia para poder trabajar junto con el profesorado los valores que quieren desarrollar en sus alumnos y la discrepancia con los valores que se transmiten en las narraciones televisivas. La reflexión y valoración explícita sobre esta discrepancia puede favorecer la construcción de aquellos valores que consideramos deseables desde la perspectiva educativa.

Igualmente este modelo nos permite explicitar los valores. Por un lado, los que se perciben en los contenidos televisivos, y por otro, los propios valores de los sujetos estudiados. La explicitación de los valores nos parece un aspecto muy relevante en la enseñanza y aprendizaje de los mismos, dado que nos facilita la traducción de los mensajes implícitos y, a su vez, poder compartirlos con otras personas. Desde este marco de referencia, y en el contexto de una investigación más amplia, hemos elaborado un cuestionario (ver Anexo I) basado en las categorías

de Schwartz para al análisis de los valores transmitidos por aquellos programas más vistos por los adolescentes (elegidos por ellos mismos) y para relacionarlos con los valores que el propio sujeto manifiesta como relevantes en su vida. En una fase posterior, nos hemos planteado como objetivo elaborar unas guías y pautas generales de intervención, que permitan trabajar los textos televisivos a través de padres y profesores como mediadores en la reconstrucción de los valores.

La reconstrucción de significados en el contexto escolar

Si estamos convencidos de que las narraciones televisivas, además de entretenernos y presentarnos distintos estilos de vida y de personas, también, nos transmiten valores, resulta imprescindible que en el contexto escolar se establezcan pautas y guías para la reconstrucción de dicho valores. Y esto, porque los valores que se transmiten no son neutros, ni coinciden en muchas ocasiones con los valores que se promueven desde el contexto escolar. Es decir, las narraciones comunican un significado muy concreto que puede ser ideológico y moralizante. Al referirnos a las narraciones hay que señalar que éstas mantienen un equilibrio muy complejo entre dos funciones diferentes y complementarias. Por un lado, plantean significados cerrados y unívocos; pero por otro lado, también, transmiten significados abiertos y dialógicos que nos ofrecen la posibilidad de negociar y construir nuevos significados. Las narraciones televisivas buscan una respuesta en el telespectador y, es a partir de este hecho, desde dónde se puede empezar a reconstruir los significados.

La primera propuesta de trabajo se refiere a la necesidad de interpretar los contenidos televisivos en términos de valores. En este sentido, el instrumento que presentamos en esta reflexión puede facilitar al profesorado el conocimiento de los valores de sus alumnos, así como los valores que perciben en los programas visualizados. No obstante, la implicación de los profesores en la visualización de los distintos programas se hace completamente imprescindible, si no sería como si la escuela ofreciera los textos a los alumnos pero sin instrucción y sin maestro. Saber ver la televisión puede ser un hábito como otros muchos que se va aprendiendo con el tiempo y, al mismo tiempo, un buen recurso desde el punto de vista educativo. Como señala Aguaded (2005) la educación de la competencia televisiva es un recurso clave para superar el “divorcio” existente entre los universos mediáticos y el escolar de los alumnos. La adquisición de habilidades para aprender y enseñar a ver la televisión favorece la conexión de la escuela con el mundo cotidiano del niño o adolescente y, además, acerca otros medios de comunicación a la realidad de las aulas.

La mediateca de aula se convertirá en un espacio donde los niños visualicen determinados videos ya seleccionados o narraciones televisivas que posteriormente se trabajen con guiones estructurados por el profesorado incidiendo, en concreto, en tres tipos de estrategias: la primera, pondrá el acento en la descodificación de los mensajes; la segunda, en la comprensión de la información y, la tercera, en el debate y relación con los valores que la escuela quiera fomentar. El papel del facilitador consistirá en la reconstrucción de nuevos significados, siendo un mediador entre los alumnos y su contexto.

Ahora bien con el fin de comprender el proceso a través del cual se puede aprender a través de la televisión, es necesario considerar la forma y el contenido. La televisión presenta formatos diferentes a los libros de textos, materiales de instrucción u otras fuentes de aprendizaje. Los contenidos televisivos representan un complejo sistema simbólico que requieren una decodificación antes de poder ser comprendidos por los alumnos, e incluso, por muchos adultos. Por esta razón, es conveniente capacitarlos para que puedan decodificar determinados códigos simbólicos que faciliten la comprensión del contenido. Es cierto que la imagen, también, está presente en los textos que la escuela maneja y en este sentido no se puede decir que es algo nuevo. No obstante, no hay que olvidar que en la televisión tiene más prioridad el pensamiento asociativo y primario versus el pensamiento reflexivo, lógico o racional. En este sentido, se dice que genera un discurso diferente. De hecho, el esfuerzo intelectual que supone leer un libro o incluso un comic es bastante más grande que el de sentarse a ver la televisión.

En concreto, si analizamos las características de los programas y el contenido desde el punto de vista educativo, se ha demostrado que algunos relatos audiovisuales contribuyen a la construcción del pensamiento del niño y otros le perjudican. Los textos audiovisuales narrativizantes (como Heide, La abeja Maya o David el Gnomo) generan una estructura vertical de pensamiento necesaria para la vida escolar. Es decir, el pensamiento se organiza en sólidas jerarquías y es posible hacer inferencias y deducciones. Los relatos narrativos le aportan al telespectador valores y elementos concretos de identificación de identidad. Mientras que los textos desnarrativizantes (como Bola Dragón) crean estructuras de pensamiento pobres, horizontales y yuxtapuestas que interfieren con las formas de pensamiento que exige la educación escolar (Bermejo 2005). En los textos desnarrativizantes se da más importancia a los aspectos perceptivos y el pensamiento se nutre de lo inmediato y lo rápido. Por ejemplo, Bola Dragón introduce “clinchers” sonoros y visuales para mantener la atención y crea tensión dramática pero no comprensión de la intriga. La investigación también demuestra que los relatos audiovisuales sobre la realidad (informativos, documentales, etc) pueden tener mayor impacto que los relatos de ficción. Las noticias son también relatos y comparten con las historias de ficción las mismas características que los relatos narrativos. La diferencia entre el impacto sobre el pensamiento del niño de los relatos de ficción y los relatos informativos es más una cuestión de grado que de naturaleza.

Por otro lado, algunos autores (Aguaded, 2000) destacan que los adolescentes buscan una programación más específica, que realmente les sirva, y no como una actividad solamente divertida como suelen hacer los niños. Este aspecto es importante considerarlo a la hora e trabajar en las aulas.

Otro aspecto estudiado en la investigación es el referido a los efectos positivos de los relatos narrativos que son mucho más fuertes y persistentes cuando los adultos intervienen activamente en su visionado. Si en el contexto escolar se interviene para que los destinatarios de un determinado programa desarrollen una actitud de escucha activa y crítica acerca de lo visionado, existen más probabilidades de que cualquier programa pueda resultar educativo con independencia de que dicho programa lo sea en sí mismo

Reflexiones finales

Más allá de las condenas reiteradas a la televisión, es evidente que ésta no sólo entretiene, como destacan sus responsables, sino que también forma. Ahora bien, para que la televisión sea educativa debe reunir dos requisitos: a) estar disponible para las demandas de los niños, lo cual conlleva estar junto a ellos y b) saber “leer” la televisión. Los adultos no sólo deben hacer el esfuerzo de una visión compartida sino que deben mostrar confianza en su propia capacidad para influir en ellos. Desde el marco referencial de análisis que se ha expuesto, resulta necesario el conocimiento por parte del profesorado del modelo de Schwartz , así como de estrategias específicas de trabajo en el aula (aspectos instrumentales y técnicos) para comenzar una intervención educativa. Aunque por otro lado, uno de los aspectos más importantes para el profesorado es que tenga adquiridas las competencias y actitudes necesarias para la estimulación y el desarrollo valores.

El informe de Anderson, Huston, Schmitt, Linebarger, y Wright (2001) sobre la influencia de la televisión en el comportamiento cognitivo de los niños demuestra la imprecisión que supone afirmar que la televisión genera pasividad en éstos o que disminuye su capacidad lectora. Incluso, algunos autores como Repossi (1989) defienden que la televisión constituye un estímulo importante en el desarrollo de la capacidad de comprensión lectora al favorecer la adquisición de destrezas cognitivas y lingüísticas. Igualmente Greenfield (1985), al comparar la influencia de la televisión con otros medios, como la radio o el libro, concluye que la televisión facilita el recuerdo de las imágenes concretas de los personajes, aunque con referencias a la narración vagas e imprecisas, mientras que cuando se oye o se lee una narración los niños relatan con más precisión y concreción la historia dado que no pueden apoyarse en las imágenes visuales. La mayor parte de las investigaciones que han comparado la comprensión de una narración visual y una verbal concluyen que los niños recuerdan más aspectos del relato visto que del únicamente “escuchado”.

En definitiva los datos que existen son contradictorios. En ocasiones, se demuestra que las criaturas familiarizadas con la televisión son más creativas (Corominas, 1999). Mientras que otros trabajos sostienen que el propio medio televisivo ritualiza procesos imaginativos, encauzándolos hacia situaciones sin misterio, héroes mecanizados y finales sin ninguna emoción. Por otro lado, también existen muchos datos que demuestran que la televisión presenta modelos edificantes a través de situaciones cotidianas donde la colaboración, las relaciones con personas diferentes, el respeto, etc. están presentes (Medrano, 2005). Incluso, se afirma que el libro de texto presenta una visión más uniforme de los valores que el medio televisivo.

De acuerdo a estos resultados y desde la perspectiva psicoeducativa, es urgente plantearnos la necesidad de contrarrestar los efectos negativos de este medio a través de los propios contenidos que presenta como fuente de aprendizaje. Desde la creación en la Universidad de Birmingham (1964) del *Center for Cultural Studies* con el propósito de avanzar en la reflexión teórica y la investigación empírica, respecto a la influencia de los mensajes de los mass-media en poblaciones concretas, se ha dado gran importancia a la decodificación que podemos realizar en educación de los discursos televisivos. Ahora bien, dichos discursos son la síntesis de los estilos

culturales y de las instituciones sociales a las que representan. Estamos firmemente convencidos de que existen argumentos suficientes para compartir con otros autores la idea de que la institución escolar se equivoca viendo un competidor en la televisión. Esta última ha pasado a ser junto con la escuela en las sociedades llamadas “avanzadas” los dos hechos culturales a los que la infancia dedica la mayor parte de su tiempo de vigilia.

La televisión ya no es únicamente un entretenimiento sino que se ha convertido en uno de los grandes enculturizadores de la infancia. La televisión debe ofrecernos la oportunidad de hacer un proceso enriquecedor para el telespectador y evitar las posturas proteccionistas o defensivas contra la influencia negativa de la misma.

En este sentido, la sociedad también se ha planteado la defensa del menor y lo ha abordado, de momento, como un tema de horarios de emisión. A pesar de que la situación es más compleja y tiene relación con el consumo y los hábitos familiares nos parece una decisión importante. Concretamente, en Diciembre de 2004 el Gobierno llegó a un acuerdo con TVE, Tele 5, Antena 3, y Canal plus para suscribir un código que proteja a los menores. Es un pacto voluntario de autoregulación que fija unos criterios generales y unos horarios de precaución, dónde no pueden emitirse determinados programas. Ciertamente es un éxito que las cadenas se pongan de acuerdo sin la intervención directa por parte del Estado. Ahora bien, si atendemos a las organizaciones de telespectadores, en las parrillas continúan los espacios más polémicos y los cambios en sus contenidos son poco apreciables. Es decir, en el futuro necesitamos intervenciones más allá de la emisión de horarios que incidan directamente en la dieta mediática que cada sociedad elige para sus ciudadanos. No olvidemos que la UNESCO considera a la televisión como un servicio de información, educación y entretenimiento. El informe sobre el impacto de la televisión en la infancia elaborado por Del Río y otros (2004) ofrece diferentes orientaciones y propuestas para una influencia positiva de la televisión de gran interés tanto para los productores como para la actuación educativa e investigadora. Igualmente, han propuesto la necesidad urgente de crear un Observatorio sobre el desarrollo infantil y la televisión que ayude a la sociedad a asumir propuestas culturales sobre sí misma y a elegir la dieta mediática.

Es preciso que a lo largo de la infancia y de la adolescencia del sujeto se le ofrezcan oportunidades de formarse en el medio televisivo con el fin de que el propio medio pueda constituirse en una fuente de aprendizaje. En definitiva, es un error plantear los efectos de la televisión en términos de impacto inevitable. Si así fuera nos encontraríamos con conductas meramente imitativas o reproductoras dónde no tendría cabida la influencia educativa a través de la mediación de los adultos en el contexto familiar o escolar. En concreto, pensamos que las narrativas televisivas pueden ser un mediador dialógico importante para reconstruir significados. Es decir, se puede “andamiar” a las generaciones más jóvenes para que negocien sus identidades y sus reglas sociomorales. Los textos televisivos deben invitar a un diálogo que proporcionen nuevos significados a través de la reflexión y de la reconstrucción de aquellos valores en los que deseamos educar. Sabemos que los textos con una estructura narrativa clásica crean estructuras verticales que favorecen

la construcción del pensamiento, la identidad y las interacciones sociales. Mientras que los textos desnarrativizantes favorecen una estructura horizontal que genera un pensamiento pobre. La producción y la programación de contenidos debe buscar entretenimiento, pero sobre todo, generar un pensamiento narrativo que contribuya a la formación del pensamiento.

En síntesis, la televisión no tiene una influencia directa (buena o mala) sobre el telespectador sino que la relación es compleja y es preciso conocer las variables que intervienen en cada caso para poder analizar dicha relación. La investigación ha puesto de manifiesto que intervienen variables ligadas al sujeto (inteligencia, edad, etc) al programa (adecuación a la edad, estructura, etc.) al contexto donde se ve la televisión y a la mediación de adultos en el propio visionado. El cuestionario que se presenta (Aierbe, Cortés, Medrano y Palacios 2006) puede promover la explicitación de los valores que se perciben en los contenidos televisivos y contrastarlos con los propios valores.

La influencia de la televisión en la socialización de los jóvenes ya ha sido demostrada. Así como la importancia que posee el hecho de que éstos reconozcan sus propios valores en los contenidos visualizados y, muy importante, que los perciban funcionales para sí mismos. No debemos olvidar que en un futuro muy próximo, la televisión interactiva y temática va a tener una gran aceptación, sobre todo, entre los jóvenes porque se elige de forma personalizada los contenidos más cercanos a las ideas y los valores.

Pensamos que a través de los medios de comunicación, si éstos se utilizan de manera intencional, es posible educar en valores y lograr alumnos más críticos. La televisión puede ser utilizada por el profesorado en cuatro áreas que impregnan el currículo escolar: 1.- Como instrumento o estrategia didáctica en cualquier área de aprendizaje (lenguas, social, matemáticas, expresión plástica, etc.). 2.- Como una variable mediadora que favorezca la interdisciplinariedad mediante programas sobre por ejemplo: el desarrollo de la mente, la vida en otros planetas, las costumbres no occidentales, la comunicación en el mundo animal, etc. 3.- Como una estrategia para transmitir información estructurada que proviene de fuera del aula. 4.- Finalmente, la televisión se utilizará como un medio para transmitir información elaborada por los propios alumnos, con sentido crítico y participativo.

No cabe duda que el protagonismo que están adquiriendo, hoy en día, los medios audiovisuales genera nuevos contextos que es preciso conocer para poder establecer las intervenciones necesarias. En este sentido algunos trabajos recientes desarrollados en nuestro contexto (Basterretxea, 2005) señalan que, a pesar de la gran presencia de aparatos tecnológicos en los hogares, no se puede hablar de una alfabetización de los medios.

Referencias Bibliográficas

- Aierbe, A.; Cortés, A.; Medrano, C. y Palacios, S. (2006) Cuestionario de Valores y televisión .Val-TV 0.1(Inédito).
- Aguaded, J. I. (2000). *Televisión y telespectadores*. Huelva: Grupo Comunicar Ediciones.
- Aguaded, J. I. (2005). Enseñar a ver la televisión: una apuesta necesaria y posible. *Comunicar*, 25, 51-55.
- Anderson, D. R. y Collins, P. (1988). *The impact of children´s education: television influence on cognitive development*. Washington DC: U.S. Departement of Education.
- Anderson, D. R., Huston, A. C. , Schmitt, K. L., Linebarger, D. L.y Wright, J. C. (2001). Early Childhood television viewing and adolescent behavior: the recontact study. *Momographs of The Society for Research in Child Development*, 264(66)1.
- Basterretxea,, J. I. (2005). *Gaztetxoak ete telebista*. Ikerketa soziologikoa. Hik Hasi Jardunaldiak. Telebista eta Hezkuntza.
- Beentjes, J. W. J., Koning, E.y Huysmans, F. (2001).Children´s comprehension of visual formal features in television programs. *Applied Developmental Psychology*, 22, 623-638.
- Bermejo Berros, J. (2005). *Narrativa audiovisual. Investigación y aplicaciones*. Madrid: Pirámide.
- Berkowitz, L. y Powers, P. C. (1979). Effects of timing and justification of witnessed aggression on the observers´ punitiveness. *Journal of Research in Personality*, 13, 71-80.
- Bryant, J y Zillmann, D. (2002). *Media effects. Advances in Theory and Research*. New Jersey: Lawrence Erlbaum.
- Cheung, C. y Chan, C. (1996). Televisión viewing and mean world value in Hong Kong´s adolescents. *Social Behavior and Personality*, 24, 351-364.
- Corominas, A. (1999). *Modelos y medios de comunicación de masas*. Bilbao: Desclée y Brouwer.
- Del Río, P., Álvarez, A. y Del Río,M.(2004). *Pigmalión. Informe sobre el impacto de la televisión en la infancia*. Madrid: Fundación Infancia Aprendizaje.
- Green, R. G. y Stonner, D. (1973). Context effects in observed violence. *Journal of Personality and Social Psychology*, 25, 145-150.
- Greenfield, P. M. (1985). *El niño y los medios de comunicación*. Madrid: Morata.(Versión original 1984).
- Hoyt, J. L. (1970). Effect of media violence “justification” on aggression. *Journal of Broadcasting*, 14, 455-464.
- Medrano, C.(2005). ¿Se puede favorecer el aprendizaje de valores a través de las

- narraciones televisivas? *Revista de Educación*, 338, 245-270.
- Medrano, C.; Palacios, S. y Aierbe, A. (2006). Los hábitos televisivos y preferencias televisivas en jóvenes y adolescentes: un estudio realizado en el País Vasco. *Revista la Latina* (en prensa).
- Medrano, C.; Cortés, A. y Palacios, S. (2006). La televisión y el desarrollo de valores. *Revista de Educación* (en prensa).
- Palacios, S., Medrano, C. y Cortés, P. A. (2005) *Valores y preferencias televisivas una experiencia universitaria*. *Comunicar* 25, 290.
- Palmer, E. L. y Dorr, A. (1980). (Ed). *Children and the Faces of Television*. New York: Academic Press.
- Pérez Tornero, J.M. (2003). Libro Blanco de la Educación Audiovisual. *Quaderns del CAC*. Número extraordinario, Noviembre.
- Reposi, A. (1989). Nivel de comprensión lectora en escolares rurales de la comuna de Valdivia y algunos factores condicionantes. *Estudios Pedagógicos* 15, 43-56.
- Schwartz, S. H. (1994). Are there universal aspects in the structure and contents of human values? *Journal of Social Issues*, 50(4)19-45.
- Schwartz, S. H., Sagiv, L. y Boehnke, K. (2000). Worries and values. *Journal of Personality*, 68, 309-346.
- Schwartz, S. H.; Boehnke, K. (2003). Evaluating the structure of human values with confirmatory factor analysis. *Journal of Research in Personality*, 38, 230-255.
- Vila, I.(1988). *Familia, Escuela y Comunidad*. Barcelona: Horsori.
- Vilches, L. (1996). *La television. Los efectos del bien y del mal*. Barcelona: Paidós.
- Ward, M. (2003). Understanding the role of entertainment media in the sexual socialization of American youth: A review of empirical research. *Developmental Review* 23, 347-388.

Concepción Medrano Samaniego. Profesora titular de la Facultad de Filosofía y CC. de la Educación en la Universidad del País Vasco. Trabaja en la línea de educación y valores. En la actualidad desarrolla una investigación sobre valores y televisión. Entre sus publicaciones cabe destacar: Elexpuru, I. y Medrano, C. (2002). Desarrollo de los valores en las Instituciones Educativas. Diaz-Aguado, M.J y Medrano, C. (1995). Educación y razonamiento moral. De la Caba, M.A.y Medrano, C. (2005). Aprender a Vivir juntos. Currículo vasco para el periodo de la escolaridad obligatoria.

Fecha de recepción: 06/03/2006

Fecha de aceptación: 22/05/2006

ANEXO I

Valores y televisión. Val-TV 0.1

Instrucciones 1ª parte

1. Indica, desde completamente en desacuerdo a completamente de acuerdo, hasta qué punto consideras importante para ti lo que se dice en la frase.

Autodirección

Elegir las propias metas (objetivos de vida) con independencia y libertad; guiarse en la vida por la curiosidad y por la creatividad.

Estimulación

Tener audacia para (atreverse a) llevar una vida variada y excitante.

Hedonismo

Llevar (tener) una vida placentera.

Logro

Proponerse metas exigentes (ambiciosas) en la vida y tener inteligencia para conseguirlas (triunfar).

Poder

Ser una persona socialmente reconocida, tener autoridad, tener riqueza e influencia social.

Seguridad.

Sentirse miembro aceptado en la sociedad, que haya orden en la sociedad y seguridad tanto en el país como en la familia.

Conformidad

Respeto hacia los padres y personas mayores, relaciones cordiales entre las personas, que la gente respete las normas y sepa comportarse.

Tradicición

Respetar las tradiciones y que las personas sean prudentes y no engreídas (soberbias).

Benevolencia

Amistad y capacidad de perdonar, sinceridad y fidelidad a la palabra, responsabilidad.

Universalismo

Sabiduría y armonía interior, apertura a los demás, respeto hacia el medio ambiente, sentido de la igualdad y de la justicia.

Completamente en
desacuerdo

En desacuerdo

Indiferente

De acuerdo

Completamente de
acuerdo

2. Ordena las 10 frases (de 1 a 10), desde la más importante a la menos importante para ti

Instrucciones 2ª parte

1. Indica, desde completamente en desacuerdo a completamente de acuerdo, hasta qué punto te parece a ti que el PROGRAMA DE TELEVISION QUE MÁS TE GUSTA fomenta lo que se dice en cada frase.

Completamente en
desacuerdo En desacuerdo Indiferente De acuerdo Completamente de
acuerdo

2. Ordena las 10 frases (de 1 a 10), desde la que más fomenta a la que menos el programa

Autodirección

Elegir las propias metas (objetivos de vida) con independencia y libertad; guiarse en la vida por la curiosidad y por la creatividad.

Estimulación

Tener audacia para (atreverse a) llevar una vida variada y excitante.

Hedonismo

Llevar (tener) una vida placentera.

Logro

Proponerse metas exigentes (ambiciosas) en la vida y tener inteligencia para conseguirlas (triunfar).

Poder

Ser una persona socialmente reconocida, tener autoridad, tener riqueza e influencia social.

Seguridad.

Sentirse miembro aceptado en la sociedad, que haya orden en la sociedad y seguridad tanto en el país como en la familia.

Conformidad

Respeto hacia los padres y personas mayores, relaciones cordiales entre las personas, que la gente respete las normas y sepa comportarse.

Tradicción

Respetar las tradiciones y que las personas sean prudentes y no engreídas (soberbias).

Benevolencia

Amistad y capacidad de perdonar, sinceridad y fidelidad a la palabra, responsabilidad.

Universalismo

Sabiduría y armonía interior, apertura a los demás, respeto hacia el medio ambiente, sentido de la igualdad y de la justicia.

El programa de televisión que más te gusta