

## **FAMILIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN. MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y FAMILIA**

**Blas Bermejo Campos  
Julio Cabero Almenara**  
*Universidad de Sevilla*

### **I. Introducción**

Sin querer entrar en profundidad en el tema de las funciones que la familia desempeña en la sociedad cultural occidental, el profesor Llorent ha recogido en dos publicaciones diferentes (1995 y 1996) comunicaciones e intervenciones sobre la temática, en los dos congresos que lleva ya organizados sobre la problemática de la "Familia y la Educación", e independientemente de la corriente filosófica y cultural, desde la institución familiar siempre nos encontraremos con la consideración de ser una institución que desempeña una función básica: la socialización; es decir, desempeñar el rol de encardinar e introducir a los nuevos seres en los patrones culturales y axiológicos del modelo social en el cual se desenvuelve esta institución. Función que podrá ser percibida tanto desde una óptica de relación positiva, "a favor de", o negativa, "en contra de", en función de la afinidad entre los patrones ideológicos de los padres y los valores imperantes en la sociedad.

Como nos llama la atención Llorent (1996, 9):

«La familia es una institución sociocultural, económica e ideológica, esencial e insustituible para entender nuestro pasado y presente. Constituye la unidad básica de nuestro tejido social y es clave en el desarrollo personal del hombre».

No queremos decir con ello que ésta sea la única función que desempeña la familia como núcleo formativo y comunicativo, ya que éstos pueden ser bastante diversos y difíciles de precisar, como claramente se refleja en los objetivos básicos que Loscertales (1996, 55) llega a señalar que desempeña:

**«... los miembros de una familia están unidos para ser felices, y ayudarse mutuamente a lograr dentro del entorno familiar las metas individuales de crecimiento y plenitud personales».**

No podemos olvidar que el concepto de familia y las funciones a desempeñar como institución se han visto modificadas en los últimos años como consecuencia de diversos hechos, tales como: la significación que la infancia ha ido adquiriendo en nuestra sociedad, donde los niños y niñas empiezan a percibirse no como adultos pequeñitos, sino como personas con sus derechos y responsabilidades; la entrada en el mundo laboral de la mujer; la feminización de la sociedad, donde actitudes y valores considerados negativos por ser femeninos empiezan a ser asumidos y dignificados; el aumento de la calidad de vida en las sociedades occidentales; y por último la influencia que los medios de comunicación social están alcanzando como instituciones socializadoras.

Adentrándonos en el último de los aspectos citados, no podemos dejar de reconocer que otras de las instituciones que en la cultura occidental desempeña la función de socialización, independientemente de la escuela, son los medios de comunicación social o medios de comunicación de masas como también son conocidos. Digamos desde el principio que nosotros vamos a entender por ellos lo siguiente:

**«... aquellos sistemas mediáticos de información unidireccional, que de forma individual o en interacción, transmiten mensajes a una serie de personas “a priori” desconocidas y de forma simultánea. Estos sistemas mediáticos responden a una serie de características básicas que los diferencia de otros, como por ejemplo los medios audiovisuales y las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En primer lugar, su sentido unidireccional de la información, ya que más que favorecer un proceso verdaderamente comunicativo, entendiendo por éste aquél que**

posibilita que los sujetos receptores y destinatarios de los mensajes se conviertan en emisores, propician modelos puramente informativos» (Cabero y Loscertales, 1995, 103).

Las funciones que se le han asignado a éstos varían claramente según la escuela o corriente dentro de la cual nos desenvolvamos (Wolf, 1987). Nosotros en un reciente trabajo (Cabero, 1994) realizamos una síntesis de las propuestas de diferentes autores y llegamos a señalar seis funciones básicas: informadora-comunicativa, económica, estética-expresiva, de diversión y entretenimiento, substitutiva y socializadora.

Con la función que a nosotros aquí nos interesa, la socializadora, los medios de comunicación

«... persiguen la incorporación del receptor a un grupo cultural, presentándole las normas por las que éste se rige, y las conductas aceptadas y rechazadas. Desde esta perspectiva los medios desempeñan también una función ideologizante y adoctrinante. En definitiva cumplen una clara función ideológica en cuanto sistema de representación de la realidad sociocultural y política donde se desarrolla el individuo» (Cabero, 1994, 79).

Función socializadora que como indica Fernández Enguita (1995, 20) persigue el

«... sustituir los mecanismos de control externo de la conducta por resortes de control interno; en otras palabras, que los individuos hagan lo que tienen que hacer y no hagan lo que deben de hacer sin necesidad de que nadie venga a resolverlo».

Lo comentado hasta ahora nos lleva a señalar que una función tan significativa como la que nos estamos refiriendo es, en cierta medida, compartida por ambas instituciones sociales. Por otra parte, nos tememos que una serie de acontecimientos (número de horas que los receptores pasan sometidos al influjo de estos medios, modificación de las funciones que en

la sociedad actual está desempeñando la familia, disminución del papel de influencia significativa de los padres, aumento de la significación de otros elementos socioculturales en la consideración de patrones culturales en los individuos, volumen de medios a los que el receptor se encuentra progresivamente sometido...) estén repercutiendo para que progresivamente los medios estén cubriendo funciones que anteriormente desempeñaba la institución familiar. No podemos olvidar que las últimas generaciones infantiles han crecido al influjo directo de medios como la televisión y la radio, como nos sugiere Sander (1990, 24):

«Niños y jóvenes participan ya desde muy pronto con ayuda de los medios de comunicación en el mundo adulto de la política, las catástrofes y las diferentes culturas. Su conocimiento ha cambiado: saben mucho más del mundo de los adultos, lo conocen gracias a la televisión y a los medios de comunicación, incluso antes de ser capaces de experimentarlos por sí mismos».

Al respecto, creemos que nadie puede negar que cada vez nos encontramos más inmersos dentro de una sociedad mediática de comunicación, de manera que las separaciones que anteriormente se establecían en base al dominio técnico-industrial, en la actualidad están empezando a establecer en función del dominio técnico-comunicativo. En un futuro más o menos cercano, por no decir que ya nos encontramos en él, las sociedades se dividirán por el dominio y la incorporación que hagan de las tecnologías de la información y comunicación en los diferentes aspectos de la sociedad, ya desde el ocio y la diversión, ya desde el sector industrial y empresarial, o ya desde el sector de la investigación. Y en este aspecto nos tememos que las separaciones que se originen serán más significativas y trascendentales que las realizadas en su momento entre una sociedad industrial y otra agrícola.

En este nuevo contexto que se nos presenta bien estará, antes de reflexionar sobre los efectos que los medios pueden tener en la sociedad actual y el análisis de los más significativos, dedicar unos instantes a analizar las influencias interactivas que pueden darse entre los medios de comunicación en la familia, y las influencias de la familia en la interacción que los receptores realicen con los medios de comunicación.

## **II. La influencia de los medios de comunicación en la familia. La influencia de la familia en los medios de comunicación social**

Digamos desde el principio que nuestra percepción al respecto es de que existen influencias mutuas e interactivas entre estas dos instituciones socializantes de la sociedad. La exposición a determinados medios de comunicación de masas, como han puesto de manifiesto Gunter y otros (1995), es una actividad compleja que requiere diversos problemas de decisión, actividades de atención que incluyen la acomodación para ignorar las distracciones del contexto. Requieren estrategias de comprensión de considerable complejidad. Sin olvidar una dimensión social de extrema significación, y es que la interacción con determinados medios se tiende a realizar en presencia de otros, y en este caso este hecho viene claramente determinado por la familia.

Como se ha venido demostrando desde las teorías de los efectos de los medios, y a las cuáles nos referiremos posteriormente, el efecto de los medios no es exclusivamente en un sentido unidireccional, sino dentro de la interacción de una serie de problemas complejos. De manera que en nuestro caso tan significativo puede ser lo que los medios le aportan a la familia, como lo que la familia es capaz de aportar a los medios, mediante una actitud crítica y reflexiva hacia los mismos.

Tanto estemos a favor como en contra de la utilización de los medios de comunicación social, la realidad es que éstos, sin que la familia haya tomado todavía ningún tipo de decisión, como posteriormente comentaremos, condicionan. Así, la primera influencia nos la encontramos en la organización del espacio doméstico, como nos llama la atención la periodista Lolo Rico (1995, 15) que ha sido directora de programas infantiles y juveniles en televisión, respecto a uno de los medios de comunicación social más significativo:

«La televisión hoy forma parte del mobiliario de todos los hogares. Sin embargo, no se trata de un mueble más, si así fuere sería fácil prescindir de ella o relegarla a un segundo lugar. No, lamentablemente la televisión se ha convertido en el centro de la familia y se alza en el cuarto de estar como si se tratara de un altar ante el que todos nos inclináramos para pedirle dones o entregarle nuestras ofrendas».

Ahora bien, esta influencia no solamente condiciona cuando estamos directamente enfrente del aparato, sino también incluso antes; a manera de ejemplo, decir que la ordenación espacial de uno de los lugares más interactivos y comunicativos de la casa, el salón, se tiende a organizar espacialmente en función del lugar en el cual el arquitecto ha situado la toma de la antena de tv.

Desde un punto de vista económico, no podemos tampoco olvidar el condicionante que introducen, ya que el número de receptores audiovisuales que se están situando en los hogares españoles está sobrepasando al de la unidad familiar, en cierta medida como consecuencia del aumento de la oferta de programas comunicativos, y al objeto de evitar discusiones familiares sobre la programación a observar.

Creemos que no nos equivocamos al afirmar que la televisión se ha convertido en el centro de la vida social de la familia, en torno a ella se unen sus miembros, y es ella la que tiende a seleccionar los contenidos de discusión y las actividades a la que son dedicadas las horas libre de ocio. En algunos casos, incluso se convierte en la música de fondo de la familia.

El efecto interactivo de la influencia familia-medios de comunicación de masas al que anteriormente hacíamos referencia, lo podemos observar en el problema tan analizado del efecto violento de los medios de comunicación social, y sobre todo del medio cinematográfico y televisivo. Al respecto como creemos que acertadamente apuntaron Schramm y otros hace tiempo:

«Para algunos niños, bajo algunas condiciones, alguna televisión es perjudicial. Para otros niños bajo idénticas condiciones, o para idénticos niños bajo otras condiciones puede ser beneficiosa. Para muchos niños, bajo muchas condiciones, mucha televisión es probablemente perjudicial, ni perjudicial, ni particularmente beneficiosa» (Schramm y otros, 1961, 13).

Dicho en otros términos, se ha encontrado una alta correlación positiva en las investigaciones que se han centrado en estos estudios de comportamientos violentos, entre los programas que observaban los adolescentes y el comportamiento agresivo de la familia. Ello posiblemente nos lleva a asumir que algunas veces, y bajo ciertas condiciones, los medios

más que crear patrones culturales, lo que sirven son como elementos potenciadores de patrones culturales y sociales ya asumidos conscientes o inconscientemente en los entornos familiares. Singer y Singer (1993, 8) tras analizar esta problemática llegan a señalar:

«Proponemos que existe un vínculo entre la imaginación, la respuesta del niño a los patrones de conducta de los padres y la probable imitación de los contenidos agresivos de la televisión».

En diferentes trabajos nosotros hemos apuntado cómo las actitudes que tengamos hacia los medios, tanto en general como hacia alguno de ellos en concreto, condicionarán las interacciones que establezcamos con los mismos, ello ocurre tanto con el medio vídeo (Cabero, 1989), como con el informático (Cabero, 1993). Actitudes que no olvidemos vienen condicionadas por el contexto en el cual nos desenvolvamos, sea éste escolar o familiar. En la investigación sobre el medio informático a la que nos hemos referido, nos encontramos que la presencia de ordenadores en los domicilios paternos de los estudiantes, condicionaban las actitudes que los mismos tenían hacia los ordenadores y la informática.

Ahora bien, no es sólo cuestión de tener en cuenta cómo los medios de comunicación influyen en las familias y el contexto en el cual éstas se desenvuelven, sino también contemplar la otra perspectiva, es decir, cómo los medios de comunicación se pueden ver influenciados por el comportamiento existente dentro de las familias.

Aún siendo cierto, como hemos comentado anteriormente, que la influencia de los medios no es tan directa como desde determinadas teorías se nos ha hecho creer, también lo es que los medios, sobre todo con la redundancia de la información y de los mensajes y con la presentación de estereotipos en personas de reconocido y atribuido prestigio social, van creando valores "positivos" que tienden a ser imitados sobre todo por las personas como menos nivel cultural y menor edad, para decodificar e identificar los mensajes ocultos, como los que se tienden a reflejar en diferentes series donde nunca existen problemas laborales, los roles laborales de los diferentes géneros están claramente identificados y no existe la tendencia a salirse de los mismos, donde la ternura es el elemento básicos

del desarrollo de las acciones, y donde el mundo es idílico y la existencia de grandes problemas son situaciones ocasionales.

Ante esta situación, la familia puede desempeñar un verdadero papel para el aprendizaje y la concreción de los medios. Como ya llegamos a señalar con claridad en otro trabajo (Cabero, 1994, 81), para nosotros tanto los padres como el ambiente familiar desempeñan un claro y significativo papel de mediador respecto a la adquisición de hábitos de exposición y comprensión de los mensajes transmitidos por los medios de comunicación de masas. Como nos llama la atención Cebrián de la Serna:

«... los padres pueden aumentar los criterios de credibilidad sobre las conductas, eventos y personas que aparecen en la TV. Pueden también, analizar qué probabilidad tienen de que ocurran estos fenómenos en la realidad; discutir y contrastar estas situaciones televisivas desiguales y mal representadas de la vida... Ayudar, en suma, a ver estos eventos positivamente diferenciando la realidad y la ficción».

Es cierto que estos comentarios podrían entenderse demasiado centrados en el medio televisivo, pero con otros medios de comunicación social o de masas, como queramos definirlos, el papel de la familia es de máxima transcendencia, tanto en el desarrollo de hábitos para el consumo y la exposición, como para la interpretación crítica de los mensajes que se presentan a través de ellos, valga como ejemplo el caso de la prensa. En este caso, los padres pueden ir creando en sus hijos no sólo el sentido de consumidores de medios impresos, y si es mejor aún consumidores de diferentes medios impresos que les permitan el contraste y la contraposición de noticias, sino también la reflexión sobre la información que allí se ofrece contrastándola con las presentadas en otros medios impresos, o en otros medios de comunicación social. Como es bien sabido, los hábitos de lectura se adquieren desde pequeño, una familia donde los niños observen cómo sus padres invierten horas en la utilización de estos medios, los motivarán sin lugar a dudas hacia su uso.

Otro caso de la potenciación de actitudes hacia los medios en los entornos familiares nos lo encontramos en las que las mujeres suelen tener hacia los ordenadores. En todos los estudios donde éstas se han analizado se ha encontrado que son menores en las mujeres que en los hombres,

siendo lo que se ha venido a denominar como "computerfobia" superior en ellas (Cabero, 1993). Los motivos que se han expuesto para explicarlos son diversos y van, desde explicaciones de la existencia de menor cantidad de testosterona en la mujeres, hasta la especialización de los hemisferios cerebrales. Para nosotros, la explicación pudiera ser más elemental, y a lo mejor consiste en las posibilidades de experimentar con estas tecnologías que se facilitan a los hijos varones o hembras: ¿a quién en una familia se le regala antes un ordenador al hijo o a la hija?

Para nosotros, la significación del papel de la familia en el consumo de los medios de comunicación no se traduce exclusivamente en el uso concreto que puedan hacer de los mismos, sino también en hacerles adquirir el hábito de ampliar el número de medios con los cuales debemos de interaccionar. Como es bien sabido, todos los medios tienden a presentarnos la realidad en función de la ideología que los sustenta y de los códigos simbólicos que moviliza. Desde esta perspectiva un ciudadano estará más formado no sólo por el hecho de utilizar los medios, sino fundamentalmente por la diversidad de los mismos que utiliza. Recordemos que en el estudio realizado por Singer y Singer (1993), encontraron cómo altos niveles de agresividad se relacionaban con altos consumos de televisión, y al contrario.

Diferentes investigaciones llaman la atención cómo en las familias donde entre los padres y los niños adolescente existen intercambios de ideas y comentarios de los programas, los hijos ven menos televisión y son más selectivos en las programaciones. Por el contrario en las familias donde no se realizan comentarios sobre los programas televisivos, se ve más televisión, se interacciona menos con otros medios, y una gran proporción de los contenidos de la comunicación familiar gira en torno a temas marginales relacionados con los programas observados en la televisión (Orozco y Charles, 1992).

La mediación que el ambiente familiar pueda desempeñar con la televisión como medio de comunicación, depende prioritariamente del papel que se le asigne. No es lo mismo, que la televisión sea percibida como instrumento informativo y cultural que como instrumento de diversión, distracción y ocio. En este sentido, cuatro tipos de familias se han contemplado respecto al rol mediador que pueden jugar ante el medio de comunicación de masas del que hablamos, pero que creemos pueden trasladarse con matices a otros medios: permisiva, familia cuya preocupa-

ción se centra en la cantidad de exposición que el niño es sometido a los medios de comunicación, las que asumen una actitud activa, y las represivas, que utilizan a los medios como instrumentos de castigo ante otras conductas realizadas por los niños (Orozco y Charles, 1992). Las dos primeras ejercen una función menos mediadora, la última puede desencadenar efectos contrarios a los esperados, ya que la observación de los mensajes se asume como premio. Apareciendo la última como la más llamativa.

En las familias donde se emplea el convencimiento y la discusión como técnica para mantener la disciplina, los hijos tienden a ser menos susceptibles a mensajes transmitido y a las manipulaciones que se originan por los medios. Por el contrario, las familias donde la disciplina se mantiene mediante conductas represivas y castigos, los hijos tienden a creer más los mensajes emitidos, y seguir las propuestas actitudinales, conductuales y culturales formulados desde ellos. O dicho en otras palabras, existe una cierta influencia entre el comportamiento seguido en las familias y la influencia y utilización que se hace de los medios de comunicación.

Realizados estos comentarios respecto a las interacciones que pueden establecerse entre ambas instituciones, pasaremos a realizar algunos comentarios en torno a los posibles efectos que los medios de comunicación social pueden tener, tanto a nivel social, como familiar e individual, con el objeto de acercarnos de forma más coherente a la problemática que aquí nos preocupa.

### **III. La realidad (?) de los efectos de los medios**

Al analizar la temática de los efectos de los medios de comunicación pensamos que es necesario asumir de entrada el planteamiento expuesto hace ya tiempo por Katz y Lazarsfeld (1979) cuando indicaron que el estudio sobre los efectos de los medios se había desarrollado desde una perspectiva bastante simple, ya que la realidad es que no existe un único efecto de los medios, sino una diversidad de interacción de los mismos. Encontrándonos su influencia, desde la dimensión interna individual, como la creación y potenciación de actitudes y valores, hasta la dimensión cultural y política, sin olvidarnos del contexto familiar.

El tema de los efectos de los medios ha recibido diferente tratamiento en la investigación en medios en función del paradigma en el cual nos pudiéramos mover: teoría hipodérmica, la corriente empírico-

experimental o de la persuasión, los estudios empíricos sobre los efectos limitados, la teoría funcionalista, la teoría crítica, la perspectiva culturalológica, la perspectiva de los "cultural studies", y las teorías comunicativas. Aunque de ellos tres han sido los que fundamentalmente se han preocupado por el problema: la teoría hipodérmica, la de los efectos limitados, y la de los efectos a largo plazo.

La teoría hipodérmica adquiere sus bases conceptuales desde la psicología comportamental, y desde aquí los medios son percibidos como estímulos que provocan determinadas conductas, previsibles algunas veces por el refuerzo establecido. Desde aquí los individuos son contemplados como colectivos masificados. Desde esta perspectiva, las relaciones se establecen entre el medio y el receptor, olvidando todos los elementos mediacionales, externos e internos, que puedan influir en los patrones conductuales que se obtengan como consecuencia del sometimiento a los medios.

Desde la perspectiva de los efectos limitados de los medios, aunque el problema sigue siendo cómo los medios influyen sobre el individuo, éstos se analizan desde una perspectiva cuantitativa y cualitativamente diferente, ya que la influencia es percibida como el cómputo de una serie de medios en los cuales socialmente se desenvuelve el individuo, de manera que los medios aquí solamente son un elemento más de influencia sobre el individuo, y de influencia dentro de un contexto determinado.

En este último caso al que nos referimos las fundamentaciones las recibe no tanto desde la perspectiva psicológica conductual, sino más bien desde una perspectiva sociológica, donde se asume la influencia del contexto cercano del individuo como determinante de las interacciones que establezcan con los medios y de los efectos que éstos sean capaz de producirle.

En definitiva, desde esta perspectiva, se empieza a asumir que el efecto de los medios ya no depende tanto del medio en sí, ni del individuo aislado y de sus características psicológicas y culturales, sino fundamentalmente de la estructura social en la cual se desenvuelva el individuo; en nuestro caso, del entorno familiar en el cual se desenvuelva. Desde aquí los medios, ya no son tanto los creadores de actitudes y valores, sino más bien instrumentos potenciadores de conductas previamente incorporadas en el repertorio conductual de los sujetos.

Como nos llama la atención Wolf (1994), en la actualidad se está desarrollando una vuelta atrás hacia la significación de los medios sobre los efectos individuales y sociales.

«Hoy estamos en una fase de reevaluación del poder de influencia de los media, y además, el estudio de los efectos ha desplazado su atención hasta las influencias a largo plazo, sobre todo aquellas que se ejercen ya no sólo sobre cada individuo sino sobre el sistema social entero o sobre parte de él» (Wolf, 1994, 48).

Uno de los estudiosos más significativos del impacto de los medios de comunicación social ha sido McQuail, el cual en 1985 escribió uno de los libros que ha tenido más significación sobre la problemática que nos ocupa: *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*, en el que diferencia tres grandes momentos de desarrollo de los estudios sobre los efectos de los medios. En el último, que es el que nos interesa a nosotros en este momento, se empiezan a contemplar una serie de variables que determinan una nueva posición sobre el estudio de la temática que nos ocupa, así se empieza la preocupación por el estudio del efecto de los medios no tanto a corto como a medio plazo, la consideración del papel que juegan las variables del contexto en la predisposición y la motivación, y la significación de la ideología, por ejemplo.

Desde estas nuevas posiciones, se nos viene a señalar que el efecto de los medios no es tan significativo, o mejor dicho unidireccional, como desde las primeras posiciones se nos quería hacer ver. Como recientemente ha afirmado Vilches (1993, 33):

«Se afirma entonces que la comunicación de masas no produce efectos en las audiencias sino que su función se traduce más en el refuerzo que en el cambio de actitudes».

El recorrido efectuado nos permite señalar que, para nosotros, los medios no llegan a producir por sí solos tantos efectos como se les ha venido a considerar, tanto desde la literatura científica, como desde el mundo coloquial, sino que más bien desempeñan un papel de potenciador

de conductas preexistentes en los individuos. Dicho en otros términos, el posible impacto de los medios no dependerá exclusivamente del medio en sí, sino de la interacción de una serie de variables que irán desde las características cognitivas y actitudinales del sujeto que recibe los mensajes, el contexto en el cual éstos son recibidos o las características de diseño y presentación del medio en cuestión al cual nos estemos refiriendo. Sin olvidarnos de las características concretas de los contenidos a transmitir.

En este núcleo de variables, el interés y las actitudes que los receptores tengan hacia medios concretos serán determinantes de los efectos que en la recepción y codificación los medios puedan producir. Sin olvidarnos, como se está poniendo de manifiesto desde las últimas líneas de investigación en medios de comunicación, que los sujetos no se exponen a los medios de forma azarosa, sino más bien tienden a exponerse a medios claramente relacionados con sus creencias y actitudes. Ejemplo claro de lo que decimos es la prensa con la que individualmente tendemos a interaccionar.

Aspectos como los comentados anteriormente, nos llevan claramente a señalar que los medios tienen una clara función de potenciación y refuerzo de las actitudes y creencias preexistentes en los individuos. En otras palabras, más que crear actitudes y valores, tienden a potenciar los existentes en los individuos adquiridos en otros contextos más inmediatos y cercanos, como bien pudieran ser el círculo familiar o el círculo de amigos. Y es desde esta perspectiva desde la que de nuevo reclamamos el papel significativo de la familia en las interacciones que establezcamos con los medios de comunicación social.

Realizados estos comentarios previos pasaremos al último de los puntos que trataremos en nuestro artículo, el papel que la familia puede desempeñar en algunos de los medios con presencia más usual en nuestra cultura familiar actual, como es el caso de la televisión y los videojuegos.

#### **IV. El impacto de la televisión y los videojuegos y el papel de la familia**

Creemos que todos estaremos de acuerdo en reconocer que dos de los medios más utilizados en el contexto doméstico son la televisión y los videojuegos. Con ello no queremos decir que otros no tengan su significación, así por ejemplo no podemos olvidarnos ni de la prensa, ni de la radio, ni del medio informático. Ahora bien, los motivos que nos han

llevado a seleccionar estos dos son básicamente los siguientes: son los que más impacto, por el número de horas que se utilizan, tienen en los receptores de menor edad; su presencia va siendo cotidiana en los hogares de nuestra cultura occidental; y ha existido cierta preocupación y, por qué negarlo, en algunos momentos, la alarma social que alrededor de ellos se ha originado.

Todos estaremos de acuerdo, sin la necesidad de citar ningún estudio, que uno de los medios frente a los cuales invertimos mayor número de horas es el televisivo. Algunos estudios llaman incluso la atención que el número de horas anuales que los niños de edad escolar pasan enfrente de la pantalla es mayor que el que invierten en los centros escolares. Aunque la realidad, como ponen de manifiesto Alonso y otros (1995, 21) es que el menor consumo de tiempo diario se da en los sujetos de 113-24 años (157 minutos), dedicando los de 4 a 12 años 168 minutos, los de 25 a 44 años 181 minutos, los de 45 a 65 años 243 minutos diarios, y la personas con más de 65 años 294 minutos. Por clase sociales los de alta tienden a observarlo un promedio de 168 minutos, los de media de 202 minutos y los de baja de 220 minutos, siendo también las mujeres las que más tiempo invierten frente al medio, 223 minutos, frente a los 197 invertidos por los hombres.

Sin querer entrar en análisis tan minuciosos, la realidad, y creemos que todos estaremos de acuerdo, es que es uno de los medios de comunicación social más significativos de nuestra cultura occidental y frente al cual invertimos un mayor número de horas. Por otra parte, no nos interesa tampoco entrar en un análisis de la calidad de los programas que tienden a ser observados por los receptores, éstos parecen claramente determinados por diferentes hechos como por ejemplo: las conductas de observación de los programas son claramente diferentes en función de éstos sean coobservados con otros u observados independientemente (Gunter y otros, 1995), la edad de los receptores, la clase social a la que pertenezcan los receptores, y la actitud que en el contexto familiar exista hacia el medio.

En el último de los aspectos comentados, cuando en un estudio (Nikken y otros 1996) les preguntaron a las madres que puntuaran las características que deberían de tener los programas de televisión para los niños, de una lista de once opciones: tener efectos positivos sobre los niños, ser comprensibles para los niños, no tener efectos negativos para los niños,

ser exitosa, que involucre a los niños para la realización de actividades, ser familiar para los niños, ser humorística, ser realista, tener profundidad en la presentación de las diferentes temáticas, ser original, y tener una buena carga estética. De estas propuestas tres fueron las mejor seleccionadas por las madres: comprensibilidad, calidad estética y artística, y que involucre a los niños.

Realizadas estas matizaciones, lo que a nosotros aquí nos interesa destacar es que la actividad que se realice en el ambiente familiar con la televisión será extremadamente condicionadora de los efectos que el medio pueda tener sobre los niños y del uso que éstos en el futuro puedan realizar del mismo.

Martínez y Peralta (1996) en un reciente trabajo han propuesto cuatro grandes modelos de consumo familiar de la televisión; dos que consideran negativos: pasivos y activos, y dos asertivos: comunicativos y críticos. El primero de ellos viene caracterizado por la dependencia total del medio y de las programaciones y contenidos que por medio de él se transmiten; la actividad más significativa del receptor pasa por la utilización del "zapping indiscriminado", el receptor es un mero consumidor pasivo de los mensajes transmitidos por el medio. En el segundo, pueden darse dos tipos de actitudes, la aceptación o la negación absoluta del medio, dependencia o rechazo absoluto. En el tercero y cuarto la televisión es un medio más y se observa cuando en él hay información de interés cultural, estético o de distracción, en ellos se tiende a establecer un debate familiar sobre la calidad de los programas transmitidos.

Sin entrar en la significación de estos modelos, lo que sí parece cierto es que existen dos claras formas de abordar la problemática televisiva en la familia: el consumo pasivo o el consumo activo y crítico. En el primero la familia puede depender del medio, mientras que en el segundo el medio depende de la familia.

Ahora bien, ¿qué podemos hacer para un consumo racional y crítico de la televisión que permita la creación de receptores activos?

Digamos de entrada que para una correcta interpretación de los comentarios que posteriormente vamos a realizar es necesario señalar que asumimos de entrada que los padres no son, ni tienen por qué serlo, profesionales en la alfabetización icónica, sí pueden realizar una serie de actividades que favorezcan el desarrollo de una actividad crítica en sus hijos

frente a los medios de comunicación. Sin lugar a dudas, la primera mediación es la coobservación de los programas con sus hijos, ya que ello posibilita el intercambio de información sobre el mensaje transmitido y la decodificación correcta de los mensajes que se estén transmitiendo por los mismos. Desde esta perspectiva, es necesario señalar que cualquier discusión debe girar en torno a separar que la realidad presentada mediante la televisión es una realidad indirecta, manipulada y expuesta allí con unos fines específicos: estéticos, convencer al espectador, vender determinados productos... En definitiva, lo que venimos a decir es que los padres y el contexto familiar es un elemento significativo para la socialización de los niños hacia el medio televisivo.

Junto a esta observación conjunta de los programas, no podemos olvidar que para una observación crítica de la programación es necesario el conocimiento de las emisiones y la selección consciente de los programas que se ofrecen. Aspecto que cada vez se convierte en una situación de mayor dificultad dado la amplitud de cadenas que se nos van ofreciendo, y las que a corto plazo se nos ofrecerán. Esta selección pasa necesariamente por la adquisición de dos destrezas, hábitos o habilidades, como queramos denominarlas, y que son: solamente tener encendido el receptor cuando esté observando las emisiones, y saber desconectar el medio. Como ya hemos señalado en otra parte de nuestro trabajo, es un hábito común en nuestra cultura tener el receptor de televisión a manera de equipo de música de fondo.

Es importante tener también en cuenta que si no nos es posible observar, entre otros motivos por razones de tiempo presencial, la televisión con los niños, al menos si debemos hacer un esfuerzo significativo en enterarnos cuáles son los programas que ven y qué motivos preferentemente le llevan a ello.

A nuestro modo de ver, es importante que los comentarios que se realicen sobre los programas observados no se limiten exclusivamente a los contenidos de las emisiones, sino también a reflexionar entre el paralelismo entre lo presentado en la emisión y lo que ellos observan en la realidad, los roles que las personas que han intervenido han desempeñado, o la forma técnica y estética desde la cual se ha abordado el programa.

Por último, la formación para el mejor uso de la televisión, pasa necesariamente por potenciar la utilización de diversos medios de

comunicación y la inversión del tiempo libre y de ocio en diferentes actividades lúdicas y recreativas.

Uno de los medios que en las últimas décadas está adquiriendo una presencia significativa y constante en los hogares españoles son los videojuegos, contando a éstos tanto los incorporados en los medios informáticos como los de carácter autónomo, en las conocidas videoconsolas o videojuegos portátiles. Posiblemente sea uno de los medios en torno a los cuales se han originado más preocupaciones que ninguna otra vez se habían destinado a otros medios.

Antes de analizar las ventajas e inconvenientes que los videojuegos pueden tener de cara a la formación y desarrollo de la personalidad de los usuarios, queremos señalar desde el principio que para nosotros éstos van a venir claramente determinados, no sólo por el tipo y contenidos de los mismos, sino también y fundamentalmente por las horas de interacción que los receptores establezcan con los mismos, y el contexto y ambiente social donde éste se desarrolle.

Digamos desde el principio, que ha existido cierta tendencia a considerar a los videojuegos como productores de efectos adversos en sus usuarios; éstos, de acuerdo con las propuestas de diferentes autores (Pérez, 1994; Calvo, 1996), los podemos sintetizar en:

- Efectos negativos sobre la salud física (tensión ocular, cambios circulatorios, aumento de la frecuencia cardiaca, aumento de la presión arterial...) y psíquica de los usuarios.
- Creación de niños violentos y asociales.
- Desarrollo de niños introvertidos.
- Aumento del stress.
- Aumento de la agresividad.
- Crean fuerte adicción.
- La adicción que crean hace que los niños no dediquen tiempo a otras actividades más positivas, como por ejemplo las tareas escolares o la interacción con medios impresos.
- Pueden favorecer la aparición de psicopatologías como la epilepsia, convulsiones, etc.

Sin disponer de datos para refutar tales argumentos, lo que si podemos señalar es que tales planteamientos se deben más a opiniones y especulaciones, que a hallazgos experimentales científicos; por otra parte,

en algunos argumentos la realidad es que su efecto nos es mayor que con otros medios como por ejemplo el televisivo, sin olvidarnos que los efectos son de intensidad limitada y en el tiempo inmediato al período del postjuego.

En oposición a lo que decimos, diferentes estudios han puesto de manifiesto que los videojuegos poseen una serie de efectos positivos para las personas que interaccionan con ellos; así por ejemplo se le atribuyen las siguientes ventajas y posibilidades:

- Pueden servir para la introducción de los niños en el mundo de la tecnología, sobre todo de la tecnología informática.
- Mejoran determinadas destrezas motoras y cognitivas, como por ejemplo: la coordinación óculo-manual, la visualización espacial, el sentido del dominio, y la solución de problemas.
- Estimulan la memoria inmediata.
- Potencian la atención selectiva.

En esta línea que comentamos, Calvo (1996, 336-338) ha realizado una síntesis bastante significativa de las posibilidades educativas y didácticas que los videojuegos pueden aportar al proceso de enseñanza-aprendizaje, de los cuales destacamos algunos de ellos:

- Pueden simular experiencias o situaciones de la vida real.
- Pueden ayudar en el desarrollo de habilidades para la identificación y asimilación de conceptos numéricos, reconocimiento de palabras, identificación de objetos y colores...
- Poseen un nivel alto para la motivación.
- Se piensa que los conocimientos y habilidades aprendidos con los videojuegos pueden ser transferidos a situaciones reales de la vida cotidiana.

El problema que se nos presenta es de nuevo complejo, por una parte una serie de hallazgos nos indican lo beneficioso de tales instrumentos, y por otra se nos llama la atención sobre lo perjudicial de tales actividades. De nuevo para nosotros aquí el papel que puede desempeñar la familia es trascendental, no en el sentido de impedir su utilización sino de orientarla hacia posiciones positivas. Por una parte, el hecho de que esta actividad lúdica sea compartida por padres e hijos, como cualquier instrumento más recreativo, hace que el videojuego se convierta en un instrumento mediador

y facilitador de relaciones entre padres e hijos, favoreciendo la comunicación entre ellos.

Por otra parte, en esta relación padres e hijos, el primero podrá tender hacia la utilización de diferentes tipos de videojuegos, no todos poseen una carga violenta.

Desde nuestro punto de vista, y queremos señalar que no disponemos de datos empíricos para su justificación, el principal problema de los videojuegos puede radicar en que se conviertan en una actividad individual y aislada por parte del niño y la niña. En este caso, igual que ocurre con el medio que comentamos anteriormente, pueden darse relaciones de extrema dependencia de los usuarios frente al medio, creando un mundo fantástico, no real, e impidiendo la realización de otras actividades.

Para finalizar señalar que frente a los medios de comunicación social o de masas el papel que puede desempeñar la familia es de máxima trascendencia, ya que a través de ella se puede influir para pasar de posiciones de supeditación a los mismos, a posiciones de comprenderlos como instrumentos culturales, con una significación para las personas que nos desenvolvemos en la cultura occidental.

## Bibliografía

- ALONSO, M. y otros (1995): *Teleniños públicos. Teleniños privados*, Madrid. Ediciones de la Torre.
- CABERO, J. (1994): "Los padres como mediadores en la formación en medios de comunicación", en F. LOSCERTALES (Comp.): *Las escuelas de padres y los problemas sociales de la educación*. Sevilla. Grupo de Investigación Comunicación y Rol Docente. 77-84.
- CABERO, J. (1989): *Tecnología educativa: utilización didáctica del vídeo*. Barcelona. PPU.
- CABERO, J. (Coord) (1993): *Investigaciones sobre la informática en el centro*. Barcelona. PPU.
- CABERO, J. y LOSCERTALES, F. (1995): "La imagen del profesorado y la enseñanza en los medios de comunicación de masas", en *Revista de Educación*, 306, 87-125.
- CALVO, A.M. (1996): "Videojuegos: del juego al medio didáctico", en J. SALINAS, y otros (Coords.): *Edutec 95. Redes de comunicación, redes de aprendizaje*. Mallorca. Servicio de Publicaciones de la Universidad de las Islas Baleares. 331-340.

- GUNTER, B. y otros (1995): "Watching people watching television: what goes on in front of the TV set?", en *Journal of Educational Television*, 21, 3, 165-191.
- KATZ, E. y LAZARFELD, P. (197): *La influencia personal. El individuo en el proceso de comunicación de masas*. Barcelona. Hispano-Europea.
- LOSCERTALES, F. (1996): "La comunicación instrumento educativo privilegiado", en V.LLORENT, (Coord.): *Familia y educación. Un enfoque pluridisciplinar*. Sevilla. Departamento de Teoría e Historia de la Educación. 43-69.
- LLORENT, V. (Coord.) (1996): *Familia y educación. Un enfoque pluridisciplinar*. Sevilla, Departamento de Teoría e Historia de la Educación.
- LLORENT, V. (Ed) (1995): *Familia, comunicación y educación*. Sevilla. Departamento de Teoría e Historia de la Educación.
- MARTINEZ, E. y PERALTA, I. (1996): "La educación para el consumo crítico de la televisión en la familia", en *Comunicar*, 7, 60-68.
- McQUAIL, D. (1985): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona. Paidós.
- MORAGAS: *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona. Gustavo Gili. 173-189.
- OROZCO, G. y CHARLES, M. (1992): "Medios de comunicación, familia y escuela", en *Tecnología y Comunicación Educativa*. 22, 63-76.
- PEREZ, M.A. (1994): "Los videojuegos como una nueva realidad social y cultural", en *Infancia y Sociedad*, 20, 73-91.
- RICO, L. (1995): "La familia y la escuela en la educación para la imagen", en *Comunicar*, 4, 15-18.
- SANDER, E. (1990): "Los medios de comunicación en la vida cotidiana de la familia. Relación generacional y cultura juvenil", en *Infancia y Sociedad*, 3, 19-29.
- SCHRAMM, W. y otros (1961): *Television in the lives of our children*. Palo Alto. Sanford University Press.
- SINGER, J. y SINGER, D. (1993): "Las experiencias familiares, el consumo de televisión y su influencia en la marginación, desasosiego y agresividad en el niño", en *Infancia y Sociedad*, 20, 5-26.
- VILCHES, L. (1993): *La televisión, los efectos del bien y del mal*. Barcelona. Paidós.
- WOLF, M. (1987): *La investigación en medios de comunicación de masas*. Madrid. Paidós.
- WOLF, M. (1994): *Los efectos sociales de los media*. Barcelona. Paidós.
- WRIGHT, Ch. (1977): "Análisis funcional y comunicación de masas", en M. DE MORAGAS: *Sociología de la comunicación de masas*. Barcelona. Gustavo Gili. 173-189.