

LA INFLUENCIA DEL MEDIO TELEVISIVO EN EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN DE LA INFANCIA

Resumen: El presente artículo trata de abordar la complejidad de la influencia del visionado televisivo en el proceso de socialización de la infancia. Para ello, analizamos los presupuestos teóricos que están a la base de dicho proceso, profundizamos en el papel que desempeña la televisión como agencia socializadora de la infancia al tiempo que centramos nuestra atención en las implicaciones pedagógicas para dicho periodo evolutivo. El artículo concluye con una serie de reflexiones pedagógicas y propuestas de mejora que pretenden contribuir a la optimización de la realidad educativa.

Palabras clave: Socialización, Socialización temprana, Infancia, Televisión, Educación

THE INFLUENCE OF TELEVISION IN THE PROCESS OF SOCIALIZATION FOR CHILDREN

Abstract: This paper is address to the complexity of the influence of watching television upon the process of childhood socialization. In order to do so, we analyze theoretical assumptions placed on the base of this process. We study in depth the roll of television as socializing agency of childhood as well as we centre our attention upon pedagogic implications for such evolutionary period. As paper conclusion we present a list of pedagogic reflections and proposals addressed to contribute to the optimization of educational reality.

Keywords: Socialization, Early socialization, Childhood, Television, Education

L'INFLUENCE DE LA TELEVISION DANS LE PROCESSUS DE SOCIALISATION POUR LES ENFANTS

Sommaire: Cette étude peut répondre à la complexité de l'influence de regarder la télévision sur le processus de socialisation de l'enfance. À cet effet, nous analysons les hypothèses théoriques placées sur la base de ce processus. On étudie de manière approfondie le rôle de la télévision comme agence de socialisation de l'enfance ainsi que nous avons notre centre de l'attention sur les incidences pédagogiques pour cette période évolutive. Comme conclusion du document, nous présentons des réflexions et propositions pédagogiques adressées à contribuer à l'optimisation de la réalité éducative.

Mots clefs: Socialisation, socialisation précoce, enfance, télévision, éducation

LA INFLUENCIA DEL MEDIO TELEVISIVO EN EL PROCESO DE SOCIALIZACIÓN DE LA INFANCIA

Paz Cánovas Leonhardt
paz.canovas@uv.es
Piedad, Sahuquillo Mateo
piedad.sahuquillo@uv.es
Universidad de Valencia

1.- PROCESO DE SOCIALIZACIÓN

Podemos afirmar que el comienzo del proceso de socialización se sitúa en el mismo momento del nacimiento, y va desarrollándose cuando entra en contacto con su familia, sus amigos, la escuela, los medios de comunicación y todo el resto de instancias con que el ser humano se relaciona. El ser humano y en consecuencia lo que entendemos por sociedad humana implica, fundamentalmente, que junto a una dimensión individual poseemos una dimensión social, aquella que se ve realizada sobre todo a través de las relaciones interpersonales que se establecen entre los seres humanos. El individuo cuando nace es una persona en cuanto tiene capacidad de desarrollar aptitudes como la conciencia, el sentido de la responsabilidad, etc. pero es seguro que abandonada esa persona totalmente a sí misma, no desarrollaría nunca esas capacidades.

Sin duda, el mayor impacto del proceso de socialización ocurre en los primeros años de vida, por la inmadurez y la indeterminación biológica que los caracteriza. Es entonces cuando se sientan las bases de la personalidad, aunque la duración de este proceso abarca la totalidad del ciclo vital. Si bien es cierto que se considera que el ser humano al nacer es un ser indefenso, un ser que necesita de las relaciones humanas y sociales para su pleno desarrollo (incluso para su supervivencia física), también es evidente que posee un gran potencial de aprendizaje. Potencial que le posibilitará ese pleno desarrollo tanto personal como social, al que hacemos referencia, fundamentalmente, a través de la asimilación de los valores más aceptados en la sociedad en la que vive. Giddens (1995,93) afirma al respecto que la socialización es “el proceso por el cual el niño indefenso se va convirtiendo gradualmente en una persona autoconsciente y capaz de conocer, diestra en las formas de la cultura en la que ella o él ha nacido”. Los seres humanos no nacemos

programados en nuestro código genético para pertenecer a las redes sociales con que convivimos. Por ello, cada persona tendrá que aprender, desde el momento de su nacimiento, a ser parte de dichas redes.

Las personas, al nacer, no podemos afirmar que “per se” poseamos la capacidad de ser sociales como algo innato, que nos viene dado por la genética. Sin embargo, sí poseemos la capacidad que nos permite llegar a serlo, la posibilidad de llevar a cabo un aprendizaje social a través de lo que denominamos “proceso de socialización” que irá revertiendo en cada uno de nosotros como verdaderos protagonistas de dicho proceso. Así, entendemos la socialización como la realización efectiva, el desarrollo de dicha capacidad. Es pues un proceso que supone un aprendizaje y adaptación constantes durante el que un individuo aprende e interioriza los elementos socio-culturales de su medio ambiente, los integra a la estructura de su personalidad, bajo la influencia de experiencias y de agentes sociales significativos, y se adapta así al entorno social en que le ha tocado vivir. A través del proceso de socialización, vamos entrando en contacto con el mundo social que nos rodea, adquiriendo todas aquellas pautas, valores culturales, costumbres, etc., necesarias para habitar en un contexto determinado. Por ende, el objetivo final de la educación sería precisamente construir ese ser social en cada uno de nosotros (Durkheim, 1976).

Qué duda cabe que el conocimiento social es premisa de toda educación, y que este proceso está totalmente vinculado a la subjetividad, a los grupos de pertenencia, a los esquemas mentales previos, etc. (Escámez y Ortega, 1986) a la dialéctica entre “los otros” y él mismo. Además, cabe destacar que se ha ido pasando de un esquema tradicional en que el sujeto era visto como mero receptor de “lo social”, a uno mucho más actual y dinámico en que se considera que, si bien lo que ya existe socialmente influye y determina al individuo, a la vez éste también hace lo propio con la sociedad en que vive. La conceptualización del término “socialización” ha ido orientándose cada vez más hacia la consideración activa del sujeto inmerso en dicho proceso. Lo entendemos, por tanto, como un proceso bidireccional, pues el agente social es al mismo tiempo una construcción social y construye la sociedad; es agente de su propia realidad. Los niños no son receptáculos pasivos, incompletos; antes bien, son participantes activos en el proceso de socialización en que interactúan con las agencias/instancias implicadas como ahora la familia, la escuela, los iguales, pero también los medios de comunicación e información. En concreto centramos nuestra atención en la televisión por su proximidad, familiaridad, cercanía cotidiana con que es consumida por los niños.

El tiempo correspondiente a la evolución humana, el grupo cultural en el que se internalizan los modelos de conducta y la función adaptativa del proceso permiten distinguir tres tipos de socialización: 1) Socialización primaria: tiene lugar en el seno del grupo primario familiar, dentro del cual el menor, sobre todo por imitación, asimila sus valores, costumbres, pautas de interacción, etc.; 2) Socialización secundaria: este segundo nivel se da dentro de los grupos secundarios. Significa un progreso en cuanto que una persona se introduce en nuevos grupos sociales, internalizando tanto los usos, modos,

roles, etc. de los institucionales como de las subculturas, subgrupos sociales, etc.; 3) Socialización terciaria: este tercer nivel suele ser sinónimo de reinserción o resocialización. Corresponde a la educación correccional o terapéutica y trata de reintegrar en la sociedad a los sujetos disocializados.

Partiendo de esta diferenciación de niveles de socialización, consideramos necesario clarificar en qué nivel de socialización se sitúa la televisión como agencia influyente en dicho proceso y objeto de este trabajo. Desde nuestra perspectiva, los medios de comunicación, y concretamente la televisión, entrarían a formar parte de la socialización primaria y secundaria, pues conviven desde el primer momento con los niños en el contexto familiar. Pero, además, introduce a niños y adolescentes en distintos escenarios que, aunque les ofrecen una visión panorámica, no experiencial de la realidad, por aprendizaje vicario pueden asimilar como propios los contenidos, significados, etc. de los mismos. En palabras de Gerbner, Morgan y Signorielli (1996,36), “la televisión se ha convertido en la fuente primaria común de socialización e información cotidiana para lo que antes eran poblaciones heterogéneas, trascendiendo barreras históricas de movilidad y cultura”.

La televisión es un “recurso proliferador y globalizado para la construcción de la identidad cultural y un lugar de cuestionamiento de los significados” (Barker, 2003,277), pues hace circular todo un bricolaje de representaciones de status socio-cultural, género, edad... con las que nos identificamos o contra las que luchamos. Es decir, tal y como plantea Tomlinson (1991), los medios de comunicación son el aspecto representacional más importante de la cultura moderna. Sin duda, sus significados están a su vez mediatizados por la experiencia vivida de la cultura cotidiana. En un mismo orden de cosas plantea Bourdieu (1996) que el mundo social es descrito y prescrito por la televisión. La televisión se convierte en el árbitro de acceso a la existencia social y política.

El estudio de estos aspectos lleva consigo una reflexión crítica sobre la importancia de los medios de comunicación, en concreto de la televisión, en la sociedad del presente y del futuro y el papel que, como contexto socializador, juega en el desarrollo de los más jóvenes (Rodrigo, 1994). Se trata pues de hacernos conscientes de que la televisión (como medio de comunicación), junto con la familia, la escuela y el grupo de iguales, configuran el entramado socializador que envuelve a nuestros niños y adolescentes.

2.- AGENTES Y CONTEXTOS SOCIALIZADORES: EL PAPEL DE LA TELEVISIÓN

Toda persona que nace y co-existe junto a otras en el seno de una sociedad concreta, necesita de un proceso que le permita alcanzar la condición de “ser social”. Este proceso, que en su más amplio sentido denominamos “proceso de socialización”, no surge de la nada, antes bien, de una serie de propósitos previos que serán llevados a la práctica por los que aquí denominamos agentes/contextos de socialización o agencias/contextos socializadores.

Los agentes y contextos socializadores “son los encargados de satisfacer las necesidades del niño e incorporarlo al grupo social. Entre estos están determinadas personas, algunas instituciones, los medios de comunicación social y otros instrumentos” (Palacios, Marchesi y Coll, 1995,100). Tradicionalmente se ha entendido que la familia y la escuela eran las agencias socializadoras por excelencia, a través de las que el niño entraba en contacto con el mundo que le rodeaba, y en el que más tarde debería desenvolverse autónomamente. Estas dos agencias, junto a la importancia del grupo de iguales para la socialización y desarrollo de niños y adolescentes, han formado parte durante largo tiempo de diferentes estudios pedagógicos. Sin embargo, hoy habitamos un mundo en el que los medios de comunicación (concretamente la televisión) forman parte de la vida cotidiana de cualquier persona (Sierra, 2006), prácticamente desde el momento de su nacimiento.

En este sentido, debemos plantearnos una percepción más compleja de los medios de comunicación y la televisión como contextos socializadores. Estar atentos a la continua interacción entre televisión, familia, grupo de edad y procesos cognitivos individuales (Cowan et al., 1993; Lull, 1990), pues generalmente se considera la televisión como una tecnología que viene de fuera y altera el contexto social tradicional, dificultando así un análisis más a fondo de la realidad social en que nos encontramos inmersos.

Así, de los medios de comunicación, la televisión es el más accesible para los niños, ya que está presente en la mayor parte de los hogares y no requiere de habilidades muy complejas para recibir la información, como sería, por ejemplo, leer (Median, 2000). No pretendemos por ello negar la existencia y convivencia con el resto de medios, sino reflejar la importancia que la televisión ha adquirido en nuestras vidas, sobre todo por las razones que ahora señalamos: el volumen de horas diarias que niños y adolescentes le dedican; la consiguiente reducción de horas dedicadas a otras actividades (tanto escolares como extra-escolares), así como de la comunicación interpersonal; el gran impacto y seguimiento que genera en los menores; las preocupaciones a nivel social que se han ido generando debido al fuerte impacto anteriormente señalado; cotidianeidad: está totalmente integrada en la práctica totalidad de hogares, casi como un mueble más; accesibilidad: por ser un medio al que todos tenemos acceso y con el que convivimos a diario.

Sin duda, el papel de la televisión es destacable no sólo por su facilidad en el acceso sino sobre todo porque ejerce efectos sustantivos en la formación de los ciudadanos, en la configuración y transmisión de valores y actitudes. Es por ello que, hemos de hacernos conscientes de que junto a los beneficios aportados, también encierran ciertos peligros, efectos perniciosos que desde el mundo educativo hemos de considerar e intentar compensar. “La televisión no es sólo instrumento de comunicación; es también, a la vez, *paideía*, un instrumento “antropogenético”, un *médium* que genera un nuevo *ánthropos*, un nuevo tipo de ser humano”(Sartori, 1998,36).

En palabras de Pérez Tornero (1994) el ambiente televisión es un ámbito de existencia, un espacio en el que habitamos, construimos nuestra intimidad y nuestras relaciones sociales y se teje la socialidad. Del mismo modo, Levine (1997), afirma que la televisión se constituye en experiencia cultural compartida, donde todos los miembros de nuestra sociedad (independientemente de su sexo, edad, religión, etc.) se unen alrededor de ella. En este sentido, se afirma que estamos en un nuevo periodo o etapa histórica llamada sociedad del conocimiento o de la información, donde ésta resulta determinante para la vida cotidiana, llegando a otorgar altas cotas de poder a quienes fácilmente acceden a ella. Así, a través de los medios de comunicación entramos en contacto con determinadas informaciones, realidades (objetivas o no) que de otro modo, probablemente, nunca llegaríamos a conocer.

Tal y como plantea Pérez Tornero (1996), de alguna manera, los medios se encargan de la construcción de nuestra propia identidad, tanto personal como social. Así, quienes minimizan el efecto de los medios dejan de reconocer, al menos, cuatro hechos fundamentales que caracterizan nuestra época: su completa mediatización: trabajo, conocimiento e intelecto; crecimiento expansivo del tiempo concedido a los medios; potencia de la economía mediática; enormes transformaciones de tiempos y espacios. A este respecto hay autores que incluso dan razones para prescindir del medio televisivo, aunque con algunas reservas. En este sentido, encontramos interesante la aportación de Esparza (2001) al respecto, cuando plantea ocho razones para prescindir de la televisión, y alguna para conservar dicho medio: 1) La televisión se ha emancipado: varios años de intenso ejercicio comercial han hecho que la tv deje de estar sometida a criterios ajenos a ella misma.; 2) En la televisión, el medio es el mensaje; 3) El medio es también el masaje: la televisión envía sus contenidos a una velocidad que nuestro cerebro no siempre puede digerir; 4) El mensaje televisivo tiende al empobrecimiento constante: la competencia comercial se establece en torno al objetivo de eliminar cualquier esfuerzo intelectual del espectador; 5) Para adultos (con reservas): los niños experimentan con mayor intensidad que los adultos el “efecto masaje” de la televisión y la alteración del sentido de la realidad que la tele transmite; 6) La televisión ha fracasado como instrumento educativo; 7) La televisión ha fracasado como terreno específico de la creación artística: la deriva comercial ha hecho que el consumo predomine sobre la creación; 8) La televisión ha fracasado como estímulo a la participación de los ciudadanos en la vida pública: la tele no quiere ciudadanos (persona), quiere espectadores (cifra de share).

De uno u otro modo, consideramos necesaria la intervención pedagógica, a partir siempre del conocimiento del medio, de aquellos aspectos que le caracterizan y la influencia que puede ejercer. Como señala De Bofarull (1999), las siguientes ideas responden a características de la televisión que es necesario tener presentes a la hora de trabajar con ella: la televisión informa, pero de manera fragmentada; cuando el niño regresa al mundo, choca con la vulgaridad de la rutina de cada día; la televisión no requiere concentración, sólo apertura a la misma; la televisión puede convertirse en el refugio del mal estudiante y acentuar su fracaso escolar; la televisión empobrece la expresión oral de modo evidente.

Desde nuestra perspectiva, la televisión se ha constituido en uno de los contextos de socialización con mayor fuerza. Función muy significativa que vienen a compartir en cierta medida con la institución familiar y la escolar, que antes representaban, junto al grupo de iguales, los contextos básicos de socialización. Sin duda, el estudio del papel de la televisión en sí y su influencia socializadora (Merton, 1964) resulta ser una ardua tarea a la hora de abordarla, pues no podemos simplificarla a unos consejos o recetas sino que debemos ir más allá, orientando hacia la complejidad que encierra el propio medio. En este sentido, afirma McLuhan (1996,323) “es más factible “presentar” la televisión como una compleja *gestalt* de datos reunidos”.

3.- LA TELEVISIÓN COMO CONTEXTO DE SOCIALIZACIÓN TEMPRANA PARA LA INFANCIA

Sin duda, la elección de la infancia como población a estudiar en relación a la influencia televisiva, podría venir justificada desde diferentes ámbitos y por distintos motivos. Sin embargo, haciendo referencia al aspecto educativo y a la evolución psicológica de los sujetos, nos parece interesante destacar las aportaciones que al respecto hacen Vasta, Haith y Miller (1996). Así, estos autores plantean la importancia de estudiar la infancia fundamentalmente por cinco razones: es un período de desarrollo rápido; las influencias que se producen en este período son a largo plazo; permite realizar intuiciones sobre los procesos adultos complejos; por las aplicaciones de las políticas sociales; porque resulta un tema interesante.

Sobre todo, nuestro interés se centra en las tres primeras razones que proporcionan estos autores, ya que consideramos necesario atender a la infancia por ser el futuro de nuestra sociedad, por ser un período que indiscutiblemente repercutirá en el futuro de los propios sujetos que ahora son objeto de estudio, y sobre todo, por ser una población que necesita de nuestra intervención educativa para su pleno desarrollo.

En la misma línea, hemos de considerar que “vivimos en una época de cambios drásticos y trascendentales [...] en las propias experiencias vitales de los niños” (Buckingham 2002,75). Y, son precisamente parte de estos cambios los que responden al pronto contacto de los niños con el mundo de la televisión, un mundo que permite a su vez ponerles en contacto con otros que de no ser así probablemente no conocerían tan temprano. Podemos afirmar que la televisión es hoy una nueva escuela de los niños, una escuela atractiva y divertida a la que asisten a diario (Llana et al., 2005). Una escuela bien diferente a aquella en que han de ser responsables y esforzarse para aprender, donde no todo les viene dado.

Paralelamente, la infancia es un periodo especialmente susceptible a la influencia de la televisión en los términos que aquí planteamos, pues pese a considerar a los niños seres activos, no podemos olvidar que desde su todavía poco desarrollada capacidad crítica y ausencia de juicio propio, van “absorbiendo” lo que van viendo, sin poder discriminar

de entre toda esa gran cantidad de información que reciben. En este sentido, estamos de acuerdo con Sander (1990,24) cuando afirma que “niños y jóvenes saben mucho más del mundo de los adultos, los conocen gracias a la televisión y a los medios de comunicación, incluso antes de ser capaces de experimentarlos por si mismos”.

Los niños se encuentran expuestos constantemente a diferentes modelos que resultan ser para ellos significativos, con los que parcial o totalmente tienden a identificarse. Sin embargo, estos modelos, habitualmente, no han sido creados pensando en formar, a veces ni siquiera en informar, sino buscando divertir. Así, tanto a través de los padres, como de la escuela, como del grupo de iguales, como ahora de los medios de comunicación van recibiendo de su entorno valores, actitudes, modos de conducta, etc., que irán contribuyendo a su proceso de construcción y consolidación de su propia identidad personal dentro de un contexto social concreto.

Más allá de su valor de diversión o evasión, los medios de comunicación (y concretamente la televisión), cumplen una función socializadora de la que el espectador no suele ser consciente. Es por ello que suelen ser más eficaces desde el punto de vista socializador por cuanto actúan de manera inadvertida (Ferrés, 1998). Sin duda, la televisión transmite contenidos que pueden ser “peligrosos” desde el punto de vista educativo, pero al mismo tiempo también proporciona a los niños la posibilidad de conocer desde bien temprano aspectos que de otro modo no conocerían, pues proporciona “conocimiento acerca de diversos aspectos del mundo con el que no tienen un contacto directo” (Halloran, 1974,62).

De hecho, a partir de la realidad televisiva, se han ido desarrollando distintas aportaciones que vienen a corroborar la influencia de este medio en el proceso de socialización. Ciertamente, estas aportaciones han cobrado diferentes tintes, ya sea en sentido positivo o negativo. Incluso, ha habido autores que han planteado la exposición a la televisión como algo totalmente negativo, “como una pérdida de tiempo”. En palabras de Popper y Condry (1998:73) “la televisión es una ladrona de tiempo”. Si bien, a priori, este planteamiento puede resultar demasiado extremista, hemos considerado necesario tomar esta aportación pues en numerosas ocasiones se olvida la necesidad de profundizar más en el papel que desempeñan los propios sujetos en la producción, adquisición, procesamiento y utilización de la información que les llega desde los medios de comunicación (Martín Serrano, 1990) planteando de manera indiscriminada la programación en función más de los intereses de los medios que de los telespectadores. Mientras, otros autores afirman que la televisión presenta una visión fragmentada de la realidad (Barthelmes, 1990), proporcionando experiencias correspondientes al plano simbólico pero no efectivas para la vida real.

Desde nuestra perspectiva, consideramos la relación entre el espectador, su contexto social y la televisión parte de un proceso muy complejo. Los niños no son individuos pasivos sino mentes que entienden, seleccionan y utilizan información. La televisión es parte de sus vidas cotidianas y la forma en que la utilizan no está necesariamente mol-

deada por los contenidos televisivos, sino por el uso y la comprensión individual. Los niños interpretan los contenidos y negocian sus significados de acuerdo a su edad, habilidad e influencias socializadoras. (Albero, 1996). Es por ello que consideramos necesario adoptar una perspectiva que llegue mucho más allá de la mera transmisión de contenidos por parte de la televisión, para plantear cómo los niños interactúan con dichos contenidos, cómo sus preferencias son diversas, cuáles son sus intereses en el visionado y cuáles son las consecuencias de la exposición al medio.

Sin duda, han sido muchos y muy diversos los estudios que han tratado de ir vislumbrando la influencia que ejercen los medios de comunicación sobre la infancia. Estos estudios han sido abordados desde diferentes perspectivas y han ido dando lugar a posturas, en ocasiones incluso enfrentadas, en relación a la repercusión de los medios. Vilches (1999). En este sentido, Del Moral (1998) plantea la existencia de tres versiones a la hora de considerar la influencia que ejerce la televisión, sobre todo en cuanto a la violencia que transmiten sus contenidos: 1) Algunos estudiosos del tema cuestionan la influencia de la televisión, afirmando que no afecta a quienes se exponen a sus contenidos (en el caso que nos ocupa, niños y adolescentes), pues en realidad las verdaderas causas de la violencia hemos de buscarlas en el propio contexto socio-cultural de los niños; 2) Hay autores que afirman que la televisión y los contenidos violentos que a través de ella se muestran, sí que afectan peligrosamente y nocivamente a los telespectadores, pues la televisión transmite muchos contenidos agresivos que conducen a la asunción de comportamientos del mismo talante por parte de los telespectadores; 3) En tercer lugar, un sector más moderado defiende que la influencia de la violencia televisiva viene sobre todo marcada por el sistema de valores de cada persona.

Sin duda, pretender aferrarse a una de estas posturas podría llegar a ser negativo desde el punto de vista educativo, pues sólo tendríamos una visión parcial del tema. Es por ello que nuestro propósito en este trabajo no ha sido adoptar una postura totalmente pesimista desde la que pretendamos negar la televisión. Antes bien, somos conscientes de la evidente influencia de la televisión tanto en sentido positivo como negativo. Es decir, a través de la televisión los niños entran en contacto con un mundo (en ocasiones irreal) que les transmite información, les permite conocer valores, actitudes, comportamientos, normas que posiblemente les ayuden en su desarrollo social, pero también contactan con aspectos que pueden llegar a ser nocivos si no acontece una intervención educativa por parte del resto de agencias que participan en dicho proceso.

En este sentido, desde principios de los años 90 viene planteándose una cuestión de suma importancia relativa a la progresiva desaparición de la infancia (Postman, 1990) como tal, a la excesivamente pronta incorporación de los niños y niñas a la vida adulta, a la pérdida de etapas de gran calidad educativa y lúdica. Y es precisamente en este contexto donde los medios de comunicación (sobre todo la televisión) desarrollan una labor protagonista en la transmisión de modelos y estilos de vida para la infancia radicalmente diferentes a los que anteriormente eran habituales. En palabras de McQuail (1983,249), “los medios de comunicación desempeñan un papel en la temprana socialización de los niños y en la socialización a largo plazo de los adultos”. Los mass media ofrecen de

forma constante modelos de vida y de comportamiento antes de que ocurra la auténtica experiencia. De este modo, los niños encuentran en los medios (y sobre todo en la televisión) lecciones sobre la vida y las conectan con su propia experiencia, pudiendo pesar mucho esto en la conformación de las expectativas y aspiraciones de los propios niños.

Por otra parte, Tedesco (1995) señala cómo incluso el rol de la familia se ha visto amornado en pro del protagonismo adquirido por otros contextos socializadores. La televisión ofrece información, caminos que llevan a la infancia a descubrir “secretos” en otras épocas guardados hasta bien entrada la adolescencia. Postman (1982, 1990) postula que es precisamente la televisión la que va desvelando esos secretos, sobre todo, en lo que respecta a la sexualidad, la violencia y la competencia de los adultos para dirigir el mundo. En este contexto, el autor destaca el insustituible papel de la familia como agencia mediadora en el proceso, no sólo por los mensajes que en su seno se transmite a los niños sino, fundamentalmente, por las barreras y límites que establece. Barreras que, al mismo tiempo, la televisión trata de eliminar, pues a través de ella se ofrecen, de forma indiscriminada, imágenes de ficción pero también del mundo real.

En un mismo orden de cosas, Garbarino et al. (1992) y Fernández-Villanueva et al. (2004), inciden en cómo los niños aprenden modelos agresivos a través de los medios desde edades bien tempranas. Así, estos niños ven cómo los personajes (cada vez con mayores visos de realidad) logran lo que desean haciendo uso de la violencia, de modo que ésta parece no sólo funcional sino también la clave del éxito en la vida adulta. Estos autores alertan del peligro que esto encierra y de la necesidad de actuar desde las instancias educativas implicadas. Sin duda, el medio televisivo también contribuye a afianzar las connotaciones que se asocian al “yo” actual, al propio de la sociedad en que nos ha tocado vivir. Como afirma Cushman (1990), se trata de un “yo” competitivo, más individualista, subjetivo, volcado en su interior y, por ende, más aislado de los demás. En este sentido, Rosengren también (1992) vincula la reducción actual de la etapa infantil a la influencia de los medios de comunicación. Este autor plantea que, particularmente la televisión, se constituye en agente de socialización de gran importancia, contribuyendo a crear la percepción de los niños de la realidad cultural en la que viven.

En palabras de De Bofarull (2005,65) “la inocencia de un niño que debe descubrir la vida y su realidad de un modo paulatino, en consonancia con su desarrollo psicoevolutivo, con su capacidad de entender y elaborar las cosas que surgen ante él, ha quedado tocada”. Sin duda, a través de la televisión, a los niños se les descubre un mundo ajeno que pronto dejará de serlo. Un mundo marcado más por las formas de ser y de hacer adultas que por las propias de la infancia. Así, Meyrowitz (1985) argumenta que los niños son socializados dentro de las reglas de los adultos a una edad más temprana de lo que era habitual hace años, debido a la influencia de la televisión. En un mismo orden de cosas, Heath y Bryant (1992) plantean que una prolongada exposición a los contenidos televisivos enseña a los receptores el mundo, próximo y lejano, e indica el comportamiento que se considera adecuado en el mismo. Por lo que respecta al tipo de contenido televisivo que consumen niños y adolescentes, así como a la finalidad con que lo

hacen, Van Evra (1990) argumenta que los efectos socializadores de la televisión en los niños son mayores cuando el objetivo de verla es la diversión y cuando se percibe el contenido como real, atribuyendo dichos efectos a una carencia de pensamiento o juicio crítico durante la recepción. De este modo, Hartley (2000) llama nuestra atención sobre la importancia del uso que hagamos del medio televisivo, partiendo de la convicción de que no es un artefacto nefasto en sí, sino que todo depende de la orientación, actividades, reflexiones, etc., que construyamos o no en torno a ella y en relación a los más pequeños. Para muchos parece claro que “los efectos de la televisión son diferentes en cada niño, dependiendo de su temperamento, necesidades, creencias y valores ya existentes, y de su ambiente social” (Lucas et al., 1999,239).

4.- A MODO DE CONCLUSIÓN

En definitiva, el proceso a través del cual los más pequeños entran a formar parte de la sociedad en que les ha tocado vivir, lejos de ser un proceso neutro, está marcado por numerosas influencias que provienen de distintos factores del contexto. De estos factores, tal y como ha quedado planteado, cabe señalar el relevante potencial de influencia que ostenta el medio televisivo, ante el que no podemos permanecer impasibles si deseamos influir positivamente en la educación de los más jóvenes.

No cabe duda de que todos los niños, al tiempo que se entretienen con la televisión, absorben información que contribuye a conformar las ideas y actitudes que determinarán su comportamiento futuro. Así, los efectos de la televisión en el proceso de socialización serán especialmente significativos en los receptores que ven con bastante frecuencia la televisión y que tienen poca información alternativa disponible.

Por el contrario, también puede entender la televisión como un mundo irreal, sin intentar perpetuarla en la vida cotidiana, pero para esto necesita del apoyo y explicación de aquellos que se constituyen en sus educadores.

El medio televisivo con que conviven a diario los niños ofrece, en ocasiones, contenidos que, desde nuestro punto de vista, requieren de una buena intervención pedagógica para su entendimiento y reflexión. Así, para el desarrollo de esta ardua, pero necesaria, tarea se hace indispensable la co-implicación de las distintas agencias y contextos implicados en la educación de dicha población. Sin embargo, debemos comenzar desde la familia como el primer (en orden de importancia) contexto donde el menor se educa. La familia, por tanto, debe erigirse en protagonista del proceso pues tiene la posibilidad de, desde lo más próximo y cercano de las relaciones familiares, dar a conocer a los más pequeños el medio televisivo, ayudarles a acercarse a él pero a no fundirse con él, contribuir a la construcción de un juicio crítico que les permita ser selectivos-reflexivos a la hora de consumir televisión.

5.- BIBLIOGRAFÍA

- ALBERO, M. (1996): Televisión y contextos sociales en la infancia: hábitos televisivos y juego infantil, *Comunicar*, 6, 129 – 139.
- BARKER, CH. (2003): *Televisión, globalización e identidades culturales*. Barcelona, Paidós.
- BARTHELMES, J. (1990): ¿Por qué miras? Relación de los media y las familias, *Infancia y Sociedad*, 3, 50 – 63.
- BOURDIEU, P. (1996): *Sobre la televisión*. Barcelona, Llibres a l'abast - Edicions 62.
- BUCKINGHAM, D. (2002): *Creecer en la era de los medios electrónicos*. Madrid, Ediciones Morata.
- COWAN, P., FIELD, D., HANSON, D., SKOLNICK, A. and SWANSON, G. (1993): *Family, Self and Society: Towards a New Agenda for Family Research*. London, Lawrence Earlbaum Associates..
- CUSHMAN, P. (1990): Why the self is empty: toward a historically situated psychology, *American Psychologist*, 45, 599-611.
- DE BOFARULL, I. (1999): La tarea de la familia ante la televisión, *Comunicación y Pedagogía*, 157, 61 – 67.
- DE BOFARULL, I. (2005): *Ocio y tiempo libre: un reto para la familia*. Navarra, Eunsa.
- DEL MORAL, E. (1998): Discusiones acerca de la influencia de la representación de la violencia en la televisión, *Comunicación y Pedagogía*, 152, 138 – 145.
- DURKHEIM, E. (1976): *La educación como socialización*. Salamanca, Sígueme.
- ESCÁMEZ, J. y ORTEGA, P. (1986): *La enseñanza de actitudes y valores*. Valencia, Nau Llibres.
- ESPARZA, J. J. (2001): *Informe sobre la televisión. El invento maligno*. Salamanca, Criterio Libros.
- FERNÁNDEZ-VILLANUEVA, C.; DOMÍNGUEZ, R., REVILLA, J. C.; ANAGNOSTOU, A (2004):. Formas de legitimación de la violencia en televisión. *Política y sociedad*, 41, 183-199.
- FERRÉS, J. (1998): La televisión en tiempos de cambio, *Comunicación y Pedagogía*, 151, 142 – 146.
- GARBARINO, J., DUBROW, N., KOSTELNY, K. y PARDO, C. (1992): *Children in Danger: Coping with the Consequences of Community Violence*. San Francisco, Jossey-Bass.

- GERBNER, G., MORGAN, M. y SIGNORIELLI, N. (1996): Crecer con la televisión: perspectiva de aculturación, en BRYANT, J. y ZILLMAN, D. (1996) *Los efectos de los medios de comunicación. Investigaciones y teorías*. Barcelona, Paidós Comunicación, 35-66.
- GIDDENS, A. (1995): *Sociología*. Madrid, Alianza.
- HALLORAN, J. (1974): *Los efectos de la televisión*. Madrid, Editorial Nacional.
- HARTLEY, J. (2000): *Los usos de la televisión*. Barcelona, Paidós.
- HEATH, R. L. y BRYANT, J. (1992): *Human communication theory and research: concepts, contexts and challenges*. NJ, Hillsdale, Lawrence Erlbaum Associates.
- LEVINE, M. (1997): *La violencia en los medios de comunicación: cómo afecta al desarrollo de los niños y adolescentes*. Bogotá, Norma.
- LUCAS, A., GARCÍA, C. y RUIZ, J. A. (1999): *Sociología de la Comunicación*. Madrid, Trotta.
- LULL, J. (1990): *Incidencia Familiar Beijing. Ethnographic Research on Television's Audiences*. London, Routledge.
- LLANA, M. et al (2005): *La televisión como agencia de socialización: impacto de su rol socializadores el comportamiento de niños y niñas durante la jornada escolar*. Chile, Universidad de Chile.
- MARTÍN SERRANO, M. (1990): La participación de los medios audiovisuales en la construcción de la visión del mundo de los niños, *Infancia y sociedad* 3, 5-18.
- McLUHAN, M. (1996): *Comprender los medios de comunicación. Las extensiones del ser humano*. Barcelona, Paidós.
- McQUAIL, D. (1983): *Introducción a la teoría de la comunicación de masas*. Barcelona, Paidós.
- MEDIAN, C. (2000): La televisión y su influencia en los niños, en <http://www.intec.edu.do/-cdp/docs/Television.htm>
- MERTON, R. K. (1964): *Mass persuasion*. New York, Harper.
- MEYROWITZ, J. (1985): *No sense of place: the impact of electronic media on social behaviour*. New York, OUP.
- PÉREZ TORNERO, J. M. (1994): *El desafío educativo de la televisión. Para comprender y usar el medio*. Barcelona, Paidós.
- PÉREZ TORNERO, J. M. (1996): ¿Qué es consumir medios de comunicación? Claves para su comprensión, *Comunicar*, 7, 15 – 18.
- POSTMAN, N. (1982): *The disappearance of childhood*. New York, Delacorte Press.
- POSTMAN, N. (1990): *La desaparición de la infancia*, Barcelona, Eumo.

- POPPER, K. y CONDRY, J. (1998): *La televisión es mala maestra*. México, Fondo de Cultura Económica.
- RODRIGO, M^a. J. (1994): *Contexto y desarrollo social*. Madrid, Síntesis.
- ROSENGREN, K. E. (1992): The structural invariance of change: comparative studies of media use, en BLUMLER et al. (Eds.) *Comparatively Speaking: communication and culture across space and time*. Newbury Park, CA, Sage, 140-178).
- SANDER, E. (1990): Los medios de comunicación en la vida cotidiana de la familia. Relación generacional y cultura juvenil, *Infancia y sociedad*, 3, 19 – 29.
- SANTA MARÍA, H. (1998): La televisión como medio de comunicación, *Comunicación y Pedagogía*, 153, 71 – 75.
- Sierra, F. (2006): *Políticas de comunicación y educación. Crítica y desarrollo de la sociedad del conocimiento*. Barcelona, Gedisa.
- SARTORI, G. (1998): *Homo videns. La sociedad teledirigida*. Madrid, Taurus.
- TEDESCO, J. C. (1995): *El nuevo pacto educativo: educación, competitividad y ciudadanía en la sociedad moderna*. Madrid, Aluda/Anaya.
- TOMLINSON, J. (1991): *Cultural Imperialism*. Londres, Pinter Press.
- VAN EVRA, J. (1990): *Television and child development*. Hillsdale, NJ, Lawrence Erlbaum.
- VASTA, R., HAITH, M. y MILLER, S. (1996): *Psicología Infantil*. Barcelona, Ariel Psicología.
- VILCHES, L. (1999): *La televisión: los efectos del bien y del mal*. Barcelona, Paidós Ibérica.

Para citar la presente editorial puede utilizar la siguiente referencia:

CÁNOVAS LEONHARDT, Paz y SAHUQUILLO MATEO, Piedad (2008). La influencia del medio televisivo en el proceso de socialización de la infancia. En SÁNCHEZ i PERIS, Francesc J. (Coord.) Videojuegos: una herramienta educativa del “homo digitalis” [monográfico en línea]. *Revista Electrónica Teoría de la Educación: Educación y Cultura en la Sociedad de la Información*. Vol. 9, nº 3. Universidad de Salamanca [Fecha de consulta: dd/mm/aaaa].
http://www.usal.es/~teoriaeducacion/rev_numero_09_03/n9_03_leonhardt_sauquillo.pdf
ISSN: 1138-9737