

Que te(le) aproveche

Manuel Fandos Ígado

1. La carta: preliminares



Seguro que conocemos todos algún «manual de buenas maneras», todavía no soy conocedor de uno en el que se indique cuál debe ser la distribución en torno a la mesa de sillas, platos, adornos, puntos de luz, tarjetas... y, naturalmente, convidados, en el que se recoja qué lugar más o menos privilegiado debe ocupar el receptor de televisión; cuándo debe conectarse o apagarse, qué posibles técnicas se pueden aplicar para trocear-analizar, saborear-comprender y mondar-mondarse (entre otras) los distintos platos –más o menos elaborados–, del variopinto menú de la programación televisiva.

Ya sé, ya sé, tal vez la respuesta debería ser, «—¡Oiga! Es que la televisión no debe estar en el comedor». Supongo que intentando reflejar la idea de lo saludable que es comer «sin la tele».

Si éste fuera el planteamiento, me vería obligado a recordarle a mi interlo-

ctor que no parece muy en boga la ética kantiana del *deber por el deber* y que aparece, no sé si demasiado, pero sí abundantemente extendida, la costumbre de comer con, frente, en torno... al receptor de televisión.

Por lo tanto, dado que en un considerable conjunto de hogares al televisor se le adjudica, al menos, el papel de comensal, algo habremos de regular al respecto.

De acuerdo con los tiempos en que vivimos, enseñar a comer con cuchillo y tenedor es paralelo a enseñar a ver la televisión, y aquí la familia desempeña una función sustancial. Un inquilino ha entrado sin permiso en nuestros hogares. Hemos sido unos excelentes anfitriones. Antes, los cuartos de estar ritualizaban su espacio alrededor de una mesa, donde se conversaba; hoy el cuarto de estar se ha convertido en el cuarto de ver, con el televisor en su centro, que convoca a la familia y preside la casa.

Claro está, después de estas brevísimas reflexiones introductorias, me encuentro ante un problema. Dado que no soy un experto profesional de la cuestión protocolaria, no parece que pueda aportar muchas luces al problema planteado.

Sin embargo, tampoco soy de los que abandonan a la primera dificultad. Así que, marcha marchando, y considerando mi condición de docente, pretendo atender esta situación como quien trata de alfabetizar, contemplando las cuestiones más elementales; las famosas «cuatro reglas», o el intento de instrucción a través de las operaciones más sencillas.

Por si fuera necesario justificar el porqué de este interés alfabetizador, traigo aquí una afirmación de Joan Ferrés (1995) en su libro *Televisión y Educación*: «una escuela que no enseña a ver televisión, es una escuela que no educa».

No obstante, y por si fuera demasiado tajante este aserto, aporto también aquí una reflexión de Pérez Tornero (1994) en el *Desafío educativo de la televisión*: «encender un receptor, apoltronarse en un sillón frente a la pantalla y consumir el programa que accidentalmente captamos, es tan sólo usar mecánicamente la televisión. No es ni conocerla ni utilizarla racionalmente... Saber usar la televisión requiere un acto consciente, no automático ni reflejo, un acto de voluntad intencional... necesita partir de una cierta comprensión de su mensaje, de sus estructuras sígnicas y discursivas... demanda conocer el funcionamiento del medio y las posibilidades pragmáticas que ofrece...».

Sea como fuere, es evidente que la televisión juega un papel fundamental en la socialización, tanto en la adquisición de información como en la adopción de modelos de comportamiento. Así pues, se impone una telealfabetización además de un «manual de teleprotocolo».

Partiendo de lo dicho y, como hasta ahora, en un tono distendido a pesar de la seriedad del tema, veamos qué cuatro operaciones podríamos considerar: 1ª La teleadicción; 2ª La telesustracción; 3ª El teleproducto; y 4ª La tele(di)visión. La cuestión está servida.

2. Los entrantes: la teleadicción

«Mandíbulas relajadas, cuerpo inerte, mirada fija y como vacía. No participan de lo que están viendo, no se rien ni se asustan frente a una aparición inesperada. Simplemente miran, y no pueden dejar de hacerlo hasta que la televisión se apaga». Ésta es la descripción de un niño, pequeño teleadicto, tal como lo ve Alejandra Vallejo Nágera, en su libro *Mi hijo ya no juega, sólo ve la televisión*. Y lo más curioso es que el tiempo que los niños permanecen frente al televisor lo hacen «de una forma que resulta increíble en un niño: con pasividad, silencio e inmóviles durante horas» (Mendoza, 1994).

Hoy, los alumnos llegan a la escuela con un proceso temprano de estimulación, que se mantiene a lo largo de los años, además de una cultura ambiental diferente por la que se está asimilando por parte de los jóvenes, y sin traumas, el desarrollo tecnológico, incorporándolo, naturalmente a su *modus vivendi*.

La televisión aparece como un elemento de ocio incorporado al mundo familiar. Toda la familia la considera como el elemento de distracción más importante. La televisión se ve en silencio en nuestras casas. No comentamos lo que ven nuestros hijos y cuando alguien dice algo, se le pide o se le ordena que se calle inmediatamente. Parece que el aparato de televisión paraliza el habla y la acción y, mientras dura su encantamiento, convierte a los vivos en estatuas. El peligro principal no reside tanto en las conductas que pueda producir, cuanto en que impide las conversaciones, los juegos, las festividades familiares, las discusiones... cuestiones extraordinariamente relevantes para el aprendizaje y formación del carácter de los niños.

El ocio ya no es como antes, el componente educativo y de comunicación es muy potente en los nuevos productos audiovisuales, multimediáticos, cibernéticos... Hoy ya es muy fácil comprobar el éxito de los *nuevos billares*, con todo tipo de máquinas y simuladores informáticos. El ordenador, como la televisión y el vídeo, son parte de nuestra cultura y debemos explotarlos con fines educativos.

A las nuevas generaciones –y no tan nuevas–, les cuesta desarrollar otro tipo de actividad en su tiempo de ocio que no sea estar frente a una pantalla *con destellos mágicos*.

Si las tecnologías informáticas, las audiovisuales, la plataforma multimedia, en general, capta la atención de manera masiva en niños, adolescentes y jóvenes, –y no tanto–, al menos ¿no podríamos estructurar algún tipo de modelo, algún tipo de estrategia que, basándose en esos principios, consiga mantener la atención y motivación de nuestras aulas y evite la frustración y el desánimo de docentes y discentes?

No parece discutible hoy el que deberíamos tomar lo que de positivo pueda existir en estas «nuevas formas», considerar, al menos, el tratar de adoptar el modelo o modelos subyacentes para aplicarlo/s, en su caso, después en otras situaciones, sobre todo para nosotros, las educativas.

Está claro que las realidades de las pantallas no son las auténticas. Necesariamente, la *importación* del modelo o modelos, deberá de pasar por las correspondientes cribas de la crítica y el análisis. Considérense, si no, algunos de los aspectos intrínsecos al conjunto de las programaciones infantiles y juveniles de las distintas cadenas de televisión y que Lolo Rico (1994) denuncia:

- Los presentadores, modelos de identificación, son estereotipados y convencionales.
- Sólo se corresponden con una clase social.
- La imagen de mujer es degradatoria.
- La incitación al consumo es la meta de muchos de los programas. Se propone no sólo la adquisición de juguetes u otros objetos, sino de una forma de ser y una manera de vivir que nada tiene que ver con la realidad y mucho con la publicidad.
- Se genera frustración al no estar al alcance de los telespectadores el consumo que se propone. La frustración a su vez genera violencia.
- El lenguaje es limitado y pobre, cuando no incorrecto y vulgar. Las dosis de violencia son elevadas y la posible moraleja que se podría sacar de los telefilms y películas de acción es negativa en sí misma: los buenos matan. Los malos deben morir. La violencia suele ejercerse desde el poder. Se trata de la ley del más fuerte. Los dibujos animados también son agresivos y violentos. Su calidad es malísima.
- En general tienen escasa calidad las series que forman el conjunto de los que se llaman programas contenedores.

2. El primer plato: la telesustracción

La UNESCO (1992), en su informe, indica que la televisión aumenta la pasividad intelectual, aparta del trabajo escolar, limita la creatividad y el tiempo

para otras actividades... asegurando que el uso masivo de este medio puede retrasar o alterar las etapas de aprendizaje infantil. Y a todo esto habría que añadir la influencia directa en cada niño en particular: miedos, excitaciones, refuerzos o inhibiciones de comportamientos, etc.

En todo caso, que el soporte pantalla (tele, videojuegos, ordenador, videoconsolas...) es en la actualidad la primera actividad de ocio de los escolares, en prácticamente todas las clases sociales, es algo en lo que es fácil coincidir; que la televisión es –o al menos puede ser– una fuente de manipulación es algo que la mayoría de los adultos tenemos presente y que no es fácil discernir entre lo que es y lo que no es manipulación, son afirmaciones casi de perogrullo.

A pesar de todo esto, el ocio no está reñido con la sana fantasía, con lo imaginativo, con el humor, con el ingenio, con la capacidad intelectual, con determinados conocimientos, con el mundo en que vivimos, con la realidad, con los valores humanos, con lo solidario, con una imagen digna de nosotros mismos que no esté basada en la capacidad adquisitiva.

Continúo citando a Vallejo Nágera «si su hijo pasa cinco horas ante el televisor, son horas que no habla, no se mueve, no explora, no imagina ni crea, no estudia, no lee, no juega...». Tiempo perdido y muchas veces perjudicial, que se agrava cuando se trata de los más pequeños. «Si la televisión –sigue diciendo– es capaz de distorsionar, dirigir y motivar el comportamiento de los adultos, ¿cómo no va a influir de forma mucho más intensa en los niños que aún no poseen mecanismos de defensa para juzgar ni para opinar, sino sólo para aprender?».

Hoy es, desde el televisor, desde donde se indica con dibujos animados que hay que ir al colegio o que ha llegado el momento de comer porque va a empezar el informativo o que hay que irse a dormir porque emiten una película que no pueden ver los pequeños. Se ve demasiada televisión, aproximadamente, mes y medio al año, que incluye, cuatro mil escenas de violencia y unos diez mil eslóganes publicitarios.

Son diferentes las razones por las que la televisión es motivo de preocupación en todo el mundo. Aquí quedan apuntadas algunas:

- Por el dirigismo que ostenta en numerosos aspectos, ya sean éticos, morales, sociales, económicos o incluso ideológicos.
- Porque contribuye a crear falsas necesidades y fomenta el consumismo, sobre todo en los más jóvenes.
- Por el sensacionalismo y frivolidad con que se tratan muchos temas, considerados relevantes.
- Porque en cierta medida, distorsiona la convivencia familiar, si no se sabe utilizar adecuadamente.

Recordemos cómo define María Moliner en su *Diccionario* el concepto de educar: «capacitar la inteligencia y la sensibilidad para escoger entre lo bueno y lo malo». Y, elegir entre lo mejor y lo peor, entre lo aceptable y lo rechazable, es siempre el fruto de una labor de reflexión y de ejercicio del espíritu crítico. He aquí una de nuestras tareas fundamentales ante el mundo de reflejos de nuestras pantallas domésticas.

El mayor peligro que nos acecha es el de no darnos cuenta de que los medios de comunicación, la televisión, la plataforma multimedia... pueden crear, crean patrones ideológicos incuestionables por sus consumidores, nosotros. Es precisa una urgente formación que favorezca el espíritu crítico de las *audiencias*.

3. El segundo plato: el teleproducto

El televisor no es hoy sólo un receptor de imágenes. Las nuevas tecnologías han hecho del televisor el soporte de múltiples funciones: de información (teletexto), de ocio (vídeo, televisión por cable), de trabajo (ordenador personal), de entretenimiento (videojuegos), de comunicación (videotex, correo electrónico...). Todo un futuro que acaba de comenzar y para el que necesitamos estar preparados, para poder afrontarlo con acierto.

Hoy en día, *la cultura del botón* –apretamos algo y comienza a funcionar como queremos que funcione– exige cada día más, que nos planteemos unas estrategias apropiadas, tanto desde el punto de vista instructivo, como desde la perspectiva de las ideas para lograr que cada persona consiga ser un espectador –telespectador en nuestro caso– activo, crítico, creativo y pragmático. Y en este pragmatismo y como producto, la técnica también ha puesto a nuestro alcance el poder *programar* y diseñar previamente lo que queremos ver o, al menos, tener la oportunidad de apagar o, simplemente cambiar de canal.

Parece claro que los que manejan la imagen conocen su poder y su fuerza manipuladora. A nosotros, los telespectadores, corresponde ahora contrarrestar esa *manipulación*, aprendiendo a leer imágenes.

Así pues, los primeros que tenemos que aprender a ver la televisión somos los adultos. En la medida en que los adultos aprendamos así aprenderán los que nos rodean, es decir, los niños y los alumnos.

Un aspecto clave es que los niños vean la televisión acompañados de alguno de sus padres y si ello no es posible, interesarse sobre lo que han visto en las horas en que han estado solos ante el televisor. Es la única forma de saber lo que ven y saber también lo que les interesa o no. Y, a partir de ahí, dialogar, orientar, programar, controlar...

La televisión sólo deberíamos verla, cuando no haya nada mejor que hacer y el programa verdaderamente interese. Y deberíamos dedicarnos a numerosas actividades y sentarnos ante la pequeña pantalla con más espíritu crítico para juzgar y seleccionar. Algunos consejos que sirvan de medidas preventivas a los padres y contribuyan a mejorar las circunstancias en que ven televisión los niños (Moliner, 1994) (Fandos y Martínez, 1996):

- Acompañar a los niños a ver la tele. Ver la tele en compañía de otros niños y de algún adulto. Hacer comentarios sobre los contenidos o sobre cualquier otro aspecto del programa. Si hay violencia, sexo o cualquier otra inconveniencia debe explicárseles su significado en el contexto del filme.
 - No utilizar la tele para calmar, ni para distraer a los niños.
 - Seleccionar los programas más idóneos. Limitar en lo posible el tiempo dedicado por los niños a ver la televisión. No se trata de poner un límite rígido, pero sí de evitar que la televisión funcione como «teleniñera» o «telechupete».
 - No ver la tele al tiempo que se come.
 - El juego es la actividad por excelencia de los niños y, por ello, la tele no debería suplirlo.
 - Presionar en los colegios, mediante las APAs y llevándolo a los Consejos Escolares, para que se introduzcan programas de «telealfabetización».
 - Controlar el tiempo que los niños permanecen frente al televisor, vigilar los programas que ven y comentarlos con ellos.
 - No convertir nunca el ver la televisión en un premio o recompensa de algo.
 - Protestar y exigir que lo que aparezca en las pantallas presuntamente destinado a niños y a jóvenes tenga una calidad y unos contenidos responsables y dignos... y sobre todo, sin ningún género de manipulación.
 - Defender y mantener las televisiones públicas para que se usen en beneficio de todos con criterios de bienestar cultural y no con criterios puramente económicos, políticos y/o comerciales.
- No debemos olvidar, finalmente, que los propios medios son, en sí mismos, un producto del propio consumo y que la familia tiene la primera y primordial responsabilidad de intentar paliar el conjunto de problemas que podría generar este poder destelleante.

4. El tercer plato: la tele(di)visión

Después de tan opulentos manjares –por distender un tanto el tono de las reflexiones vertidas–, me apresuro a citar al profesor Grande Covián, eminente

experto en nutrición que siempre decía que la única comida que no engordaba –ahora que están tan de moda los cuerpos *danone*– era la que quedaba en el plato.

De entre las *cuatro reglas*, la división es, tal vez, la más compleja; dado que en su correcta ejecución interviene el producto y la sustracción...

Pues bien, después de lo dicho, por un lado, es probable que lo mejor sea lo que queda por decir, y por otro, para digerir adecuadamente este *plato*, es preciso contemplar los anteriores.

Ha quedado dicho que debemos desarrollar capacidades y conocer estrategias eficaces que nos permitan descifrar y entender objetivamente los mensajes que, aparentemente, representan la realidad y, ante todo, solucionar de forma autónoma las situaciones problemáticas y consumir de forma reflexiva y consciente. En caso contrario, estaremos cometiendo *un pecado de omisión*, al no asumir una responsabilidad activa frente a la actual pasividad cómplice.

El mundo que se aproxima al siglo XXI se vuelve interactivo. Los pioneros empiezan a vivir su existencia a golpe de telemática, videojuegos, CD-ROM, ordenadores multimedia, televisión de ida y vuelta, correo electrónico, realidad virtual, versión electrónica de los periódicos, libros interactivos...; en definitiva, en palabras de Santos Rodríguez, director de Anaya Multimedia: «si nuestra generación ha asumido en su subconsciente que, para aprender hacen falta lápices, libros, museos y documentales de televisión, en un futuro muy próximo, habrá que añadir una nueva arma educativa, el espacio multimediático».

Integrar vídeo, imágenes, sonido y texto para explicar un determinado concepto, hecho-acontecimiento, etc. es, sin duda, más estimulante y versátil que el uso de una pizarra o una explicación oral.

En las exposiciones se suele seguir una metodología analítica, de lo general a lo particular y los recursos utilizados como imprescindibles son la pizarra, los apuntes y/o los libros. Los medios audiovisuales y la cibernética o la interacción de ambos, sólo son utilizados en algunas asignaturas, por contados profesores y en determinados momentos.

Sin embargo, nos encontramos en un momento en el que, técnicamente, es posible explorar un tema en un orden subjetivo –en función de los conocimientos previos o de los intereses del «navegante»–. La información ya no tiene por qué ser secuencial, hoy puede estar vinculada entre sí a través de interacciones conceptuales (hipertexto), o audiovisuales (multimedia), –cabría hablar también de hipermedia–; sin olvidar, además, el notable nivel de instantaneidad que permite el ordenador (Fandos, 1995b: 213-226).

Hay, siempre ha habido, profesionales que se han arriesgado y, amparados en la tan manida *investigación-acción*, se han aventurado a explicar, por

ejemplo, el Motín de Esquilache partiendo del fenómeno de las *tribus urbanas*, y estudiando lo que de contestatario pueden tener o haber tenido los atuendos de *los mods, los rockers, los hippies, los skinheads, los funk, glam, heavies, punk, goths, rapers, grunge, tecnos, ravers...* y un buen largo etc., estableciendo alguna analogía que haya permitido a los alumnos una aproximación más constructivista y significativa de aquel acontecimiento histórico.

Pueden parecer cuestiones un tanto «traídas por los pelos», sin embargo, la experiencia demuestra que estas supuestas salidas de tono obtienen resultados muy interesantes. Traigo a colación este hecho para justificar cómo, con un poco de imaginación y una buena dosis de profesionalidad, muchas de las cosas que se emiten en las televisiones, los juegos computerizados, las videoconsolas..., que nuestros alumnos y/o hijos manejan, pueden servir para introducir o explicar de un modo más significativo algunos de los contenidos del currículum, prácticamente en todas las áreas y materias.

Del mismo modo que nos parece plausible utilizar determinados intereses de nuestros alumnos por algo, para rentabilizarlo desde el punto de vista didáctico, –recuerdo meritorias iniciativas globalizadoras en torno al interés que suscita la vuelta ciclista a España–, podemos aprovecharnos del *tirón* que tiene entre nuestros alumnos el destello de las pantallas.

¿Acaso no se trabajan muchos contenidos matemáticos y geográficos en juegos como el *Sim City*? ¿No podríamos dar cabida a muchos de los contenidos, tanto procedimentales como actitudinales o, incluso, conceptuales de la Lengua en muchos *juegos de rol*? ¿Qué decir del idioma, si muchos de ellos están en inglés? ¿No es un problema, en muchas ocasiones, la transversalidad? Aquí puede quedar perfectamente conjugada.

Es cierto que los videojuegos gozan de muy mala prensa, y se dice de ellos, para menospreciarlos, por ejemplo, que pueden generar estrés, o que somete a los usuarios a una excesiva estimulación visual, que tienen una desmesurada violencia, que pueden crear una cierta adicción, que fomentan la competitividad, que confunden realidad y ficción... Pero tampoco es menos cierto que los usuarios son sujetos activos y no pasivos, que los juegos son extraordinariamente atractivos, que desarrollan rapidez en los reflejos, que necesitan de una cierta capacidad de concentración, de paciencia y de raciocinio, que sujetan a reglas, que facilitan un manejo básico del ordenador, que promueven la coordinación visomanual... (Fandos, 1995). En fin que, como todo, tienen sus pros y sus contras.

Aprovechemos, pues, los pros y minimicemos en lo posible los contras.

El mal gusto, como el bueno, se educa; a pensar y discurrir o a lo contrario se habitúa; la belleza, la cultura, los valores intelectuales y éticos se enseñan.

5. Postres, cafés y licores

Dado que es el momento de la tertulia más informal, de los corrillos, de los chascarrillos... sería el momento de aportar el ingenioso gráfico de «los modelos familiares del consumo de televisión» que Enrique Martínez, con su particular humor trae en otro capítulo de este libro y que ya quedó publicado en la revista *Comunicar*, 7 (Martínez y Peralta, 1996).

Con menos humor, pero no con menos acierto, Hamelink (1995) propuso un decálogo que no me resisto a recoger:

- Serás un consumidor de los medios, discriminador de productos y en estado de alerta.
- Lucharás activamente contra toda forma de censura.
- No interferirás indebidamente en la independencia editorial.
- Actuarás contra los estereotipos racistas y sexistas en los medios.
- Buscarás canales de información alternativos.
- Demandarás aportaciones pluralistas de información.
- Contribuirás a proteger la privacidad de las personas.
- Serás siempre fuente de información fiable.
- No serás cómplice de la práctica del periodismo pagado.
- Exigirás responsabilidad de los productores de los medios.

Si lo que finalmente pretendemos es enseñar y aprender a autoprogramarse el consumo televisivo, así como despertar en los usuarios habituales de la televisión la conciencia de buen telespectador mediante la reflexión sobre las emisiones de los distintos canales, necesariamente tendremos que pasar por el elenco de normas que Enrique Martínez (1996) nos propone y que quedan recogidas seguidamente:

- Ver la televisión en familia.
- Comentar programas y películas.
- Aceptar positivamente los acontecimientos tecnológicos.
- Ser críticos, sin temor, ante aspectos negativos.
- Detectar y evitar la manipulación del medio.
- Conocer por la prensa los programas del día y planificar.
- Es conveniente un solo televisor para toda la familia.

- Comenzar la educación hacia la televisión desde el nacimiento.
- Enseñar a apagar el televisor.
- Encender el televisor sólo cuando interese.
- No ver la televisión comiendo.
- Apagar la televisión cuando hay visitas.
- Intentar que la televisión no sea el centro de la casa.

Después de cuanto ha quedado dicho y para no ser excesivamente pesado no queda más que el deseo de un buen provecho, con una ligera digestión y un excelente sabor de boca final. ■

Otras sugerencias de la carta: bibliografía

- AGUADED, J.I.; MONESCILLO, M. y MÉNDEZ, J.M. (1996): «Orientación educativa para un consumo racional», en *Comunicar*, 7. Huelva, Grupo Comunicar.
- BIASUTO GARCÍA, M.A. (1996): «Dime qué compras y te diré cómo piensas», en *Comunicar*, 7. Huelva, Grupo Comunicar.
- BLANCO MARTÍN, M.A. (1996): «Consumidores de signos símbolos y mensajes», en *Comunicar*, 7. Huelva, Grupo Comunicar.
- CORREO DE LA UNESCO (1992): *Tele...visiones*.
- FANDOS IGADO, M. (1995): *Juega con la imagen. Imagina juegos. Hacia una integración curricular de los medios de comunicación en la enseñanza*. Huelva, Grupo Pedagógico «Prensa Educación» de Andalucía. Colección Aula de comunicación, nº 4.
- FANDOS IGADO, M. (1995b): «Infordomésticos y Educación», en AGUADED, J.I. y CABERO, J. (Dirs.): *Educación y Medios de Comunicación en el contexto iberoamericano*. Universidad Internacional de Andalucía, Sede Iberoamericana de la Rábida.
- FANDOS IGADO, M. y MARTÍNEZ GRACIA, M. J. (1996): «Fobias y filias televisuales», en *Comunicar*, 6 pp. 38-43. Huelva, Grupo Comunicar.
- FANDOS IGADO, M. (1996): «La educación cognitiva en la era del silicio», en MOLINA, S. y FANDOS M. (Coords.): *Educación cognitiva*. Zaragoza, Mira; 2º vol.
- FERRÉS I PRATS, J. (1995): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- HAMELINK, C. (1995): «Ethics for Media Users», en *European Journal of Communication*. Vol. 10. nº 4. Diciembre. Londres.
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ, E. (1995): «Educación para la lectura crítica de la televisión», en *Comunicar*, 4. Huelva, Grupo Comunicar.
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ, E. y PERALTA FERREYRA, I. (1996): «La educación para el consumo crítico de la televisión en la familia», en *Comunicar*, 7. Huelva, Grupo Comunicar.
- MENDOZA GARCÍA, J. (1994): «Niños y televisión» en MARCH, J.C. (Coord.) (1994): *La generación televisión*. Granada, Junta de Andalucía, monografías de EASP, nº 2; pp. 214-215.

MOLINERO MOLINERO, J. (1994): «Infancia, televisión y educación», en MARCH, J.C. (Coord.) (1994): *La Generación Televisión*. Granada, Junta de Andalucía, monografías de EASP, nº 2; pp. 32-134.

PÉREZ TORNERO, J.M. (1994): *El desafío de la televisión*. Barcelona, Paidós.

RICO OLIVER, L. (1992): *Televisión: fábrica de mentiras. La manipulación de nuestros hijos*. Madrid, Espasa Calpe.

RICO OLIVER, L. (1994): *El buen telespectador. Cómo ver y enseñar a ver la televisión*. Madrid, Espasa Calpe.

RICO OLIVER, L. (1994): «La vida no es un invento mío», en MARCH, J.C. (Coord.): *La Generación Televisión*. Granada, Junta de Andalucía, monografías de EASP, nº 2; pp. 82-83.

○ **Manuel Fandos Ígado** es profesor y psicopedagogo en Equipos de Orientación Educativa en Zaragoza.

