

Significar, promover, remover y renovar la cultura

Educación familiar y socialización con los medios de comunicación

Enrique Martínez-Salanova e Ilda Peralta
Almería

Los autores, haciéndose eco de la problemática que los medios de comunicación provocan en la educación familiar, plantean algunas vías de reflexión y solución desde una perspectiva antropológica. En este texto se presenta la preocupación inicial de los grupos humanos por la influencia, muchas veces nefasta, de la cultura mediática, un análisis de las formas de socialización y la incidencia de los medios de comunicación y los cambios culturales que pueden promoverse desde la familia. El desafío que enfrenta a la familia está en asimilar otras culturas, enriqueciendo la propia y sin que éstas la destruyan, adelantándose los padres en su formación y logrando una educación que permita la actitud crítica ante los medios.

«Ni los padres, al fin de siglo, disponen de tiempo o de sistema eficaz para formar, ni los profesores recuperan su condición de guías morales. Los niños se hacen la moral por su cuenta o, mejor, se la hacen a medias con la televisión, ese sujeto con el que comparten más tiempo, del que reciben mayores fascinaciones y poder de persuasión»
(Vicente Verdú en El País).

«Tan antigua como la fascinación humana por las escenas provocativas de violencia o de erotismo es la sincera preocupación de que contemplar estas imágenes puede ser perjudicial para la mente, sobre todo de los menores de edad, por ser muy impresionables. Ya nos lo advirtió San Agustín hace 1.600 años en su relato de Alipio. Según la historia, un día, este inocente y afable joven romano se dejó arrastrar por sus insistentes amigos y acudió a regañadientes al anfiteatro a presenciar un espectáculo de gladiadores. Aprensivo de lo que se disponía a ver, Alipio cerró los ojos, pero, al poco rato, movido por los intensos gritos de excitación

del público, no pudo resistir su curiosidad y los abrió. Las macabras escenas le embriagaron de placer. En ese instante, escribe San Agustín, Alipio enloqueció y nunca más fue el mismo: La herida que recibió en su alma fue más grave que la que había recibido el Gladiador en el cuerpo»
(Luis Rojas Marcos, en Nuestro circo romano).

1. La preocupación familiar por lo mediático

«Los analfabetos del futuro serán las personas que no sepan leer fotografías»
(László Moholy-Nagy).

Los padres, en general los adultos, estamos a caballo entre dos culturas. La cultura mecanicista en la que hemos nacido y con la cual convivimos todavía y la cultura cibernética, propiciada por los biólogos desde las primeras décadas de este siglo y continuada fundamentalmente por todos aquellos que han

entrado en el mundo de los sistemas, de la informática y de los medios de comunicación. Nuestros hijos viven la era de la cultura cibernética, han nacido con ella, y sus cerebros se adecuan desde sus primeros balbuceos a un mundo plagado de iconos, de imágenes y de signos, en el que prima la velocidad que traen consigo las nuevas tecnologías.

Los adultos de la familia están, en general, confundidos y preocupados por no poder atender las demandas de los más jóvenes en cuanto a posibilidades tecnológicas por una parte y por razón de la posible dependencia, adicción de éstos hacia los aparatos, ordenadores, televisión, etc. Por cuestiones económicas en muchos casos y de ignorancia en otros, los mayores de la casa, quedamos atrasados y desvinculados de sus apetencias y necesidades. Esto provoca en el sistema educativo familiar inquietudes, desequilibrios y problemas ya que al no conocer los padres las verdaderas necesidades de sus hijos difícilmente les van a poder ayudar ni apoyar en su aprendizaje, y lo que tal vez es más grave, no comprenderán su afición por determinados modos de estudiar o divertirse.

Si, además de lo que hemos dicho, añadimos que los adultos en la mayoría de los casos no estamos preparados para leer, entender, comprender, utilizar y cuestionar el lenguaje icónico, difícilmente enseñaremos a nuestros niños y adolescentes a encarar el mundo de las nuevas tecnologías de la educación.

2. Cómo nos socializamos y la incidencia de los medios de comunicación

2.1. La información en el proceso de socialización

«El niño se alimenta de leche, papillas e información» (José Antonio Marina, en El Laberinto sentimental).

El ritmo de la información se hace cada día más vertiginoso. La dualidad de los procesos de modernización y tecnificación se manifiesta en que conducen tanto al descubrimiento y la creación de pautas culturales como a su cambio y destrucción. De ahí la preocupación de familias, sociedades y en definitiva de todo grupo humano.

La cultura es un fenómeno esencialmente humano; el ambiente en el cual viven los seres humanos está constituido principalmente por la acumulación de actividades de generaciones anteriores. La especie humana por otra parte, acumula experiencia por medio de la palabra; los estímulos eficaces que despiertan los comportamientos son en gran parte productos de las vidas de gentes que existieron antes. Hasta nuestra época, esta acumulación de experiencias se mantenía de generación en generación con pocos y muy relativos cambios,

en un avance muy lento. Hoy los patrones culturales cambian con una celeridad nunca dada en la historia de la Humanidad, casi a la misma velocidad que lo hacen las nuevas tecnologías. En la familia, en pocos años, se ha notado esta gran transformación que desestabiliza en muchos momentos el estatus establecido, la cultura tradicional, y la lleva a una situación de crisis, de conflicto y en muchos casos de confrontación. La crisis generacional, aunque siempre ha existido, se convierte hoy en una grieta que amenaza con la ruptura entre los comportamientos culturales acumulados durante siglos, y los que provienen de afuera, de un mundo en el que van desapareciendo las fronteras.

«El proceso de integración de un individuo a su sociedad se llama socialización. Comprende la adaptación del individuo a los compañeros; la obtención de una posición en relación con ellos establece su condición y el papel

Si los adultos no estamos preparados para leer, entender, comprender, utilizar y cuestionar el lenguaje icónico, difícilmente enseñaremos a nuestros niños a encarar el mundo de las nuevas tecnologías.

que ha de desempeñar en la vida de la comunidad» (Herskovitz). Todos los individuos de la especie humana pasamos a través de varias etapas según nuestro grado de madurez, distinguiéndose cada etapa por ciertas formas de conducta permitidas y prohibidas, tales como el retozar en los pequeños o ejercer el poder entre los mayores. Cuando se llega a la madurez sexual y entra en juego el instinto procreador, se participa de nuevo en una agrupación familiar, pero ahora como padres, protectores e instructores. El proceso de socialización constituye una parte del proceso por el cual los hombres se adaptan a sus compañeros a través de todo el acervo de tradiciones económicas, sociales, tecnológicas, religiosas, estéticas y lingüísticas que han heredado. En la actualidad, los medios de comunicación sustituyen en muchos casos a los mayores en la socialización de niños, adolescentes y jóvenes. Lo que antes el niño o el adolescente recibía exclusivamente por vía de sus mayores en la familia o en la escuela, lo recibe ahora a través de los medios de comunicación, fundamentalmente la televisión.

2.2. Es en la infancia donde se crea la afirmación cultural del individuo

«Parapensar es necesario vivir» (F. Alonso Barahona en Antropología del cine).

Para que un individuo posea las pautas culturales por las que su grupo lo acepta socialmente, convirtiéndose en persona «cult», se pasa por un proceso que se llama endoculturación. Puede ser aprendizaje consciente o inconsciente, tiene lugar dentro de unos límites culturales aceptados por determinado colectivo y aunque forma parte de la experiencia social, deriva de la expresión individual más bien que de la asociación con otros en el grupo.

El proceso de endoculturación es sumamente complejo. En los primeros años de la vida de un individuo es, en gran parte, cuestión de condicionamientos fundamentales: hábitos de comer, dormir, de hablar, de limpieza personal cuya inculcación se ha visto que reviste significación especial en la formación de la personalidad y en los futuros hábitos del adulto. Sin embargo, la endoculturación no termina con la infancia. A medida que un individuo continúa a través de la niñez y de la adolescencia hasta llegar al estado de adulto, está continuamente expuesto a ese proceso de aprender, el cual puede decirse que no acaba sino con la muerte.

En los primeros años de la vida, el niño adquiere las pautas culturales que en la etapa adulta van a conformar su personalidad. El equilibrio emocional, la aceptación, la violencia, la intolerancia, la paz, el consumo, el respeto a personas y ambientes, y todas las normas de comportamiento que se afianzan en la madurez y que le van a distinguir no solamente como individuo sino también su rol y estatus en la sociedad en que vive.

2.3. Es en la edad adulta cuando los individuos pueden apoyar el cambio social

«La lectura de la imagen es cosa de tres: de su productor, del texto icónico y de su lector» (Roman Gubern).

Cuando un hombre o una mujer han alcanzado la madurez, ha sido tan condicionado que ya se mueve cómodamente dentro de los límites de la conducta aceptada establecida por su grupo. En adelante, las nuevas formas de conducta que se le presenten serán principalmente las supuestas en los cambios de cultura, nuevas invenciones o descubrimientos, nuevas ideas difundidas desde fuera de su sociedad acerca de las cuales, como

Nuestros hijos viven la era de la cultura cibernética, han nacido con ella, y sus cerebros se adecuan desde sus primeros balbuceos a un mundo plagado de iconos, de imágenes y de signos, en el que prima la velocidad que traen consigo las nuevas tecnologías.

individuo, tiene que decidirse y desempeñar así su papel en la reorientación de su cultura.

La mayor parte de este aprendizaje recibido por la especie humana endoculturalmente, está por debajo del pensamiento consciente. Se recibe de manera subliminal y raramente, si no se está muy pendiente, puede ser valorado y enfrentado conscientemente con el fin de que pueda provocar cambios reflexivos en la sociedad.

3. Los bienes y los males que a la cultura aportan los medios de comunicación

3.1. La colonización cultural

La incógnita que hoy se plantea a la familia y por lo tanto a la sociedad es qué grupo humano educa actualmente a nuestros niños y adolescentes y por ende, a qué grupo humano y con qué costumbres se integran. Nuestro grupo humano, que ha sido mantenido con muy pocos cambios en su estructura social, se ve en estos momentos vapuleado por otras formas de vivir, de pensar, de divertirse. Nuestros jóvenes son «educados» de manera diferente a la tradicional por grupos humanos con más poder económico, y por lo tanto mediático, que el nuestro. La mundialización, la homogeneización de las pautas culturales, o la aldea global en la que se ha convertido el planeta en gran medida debido a los medios de comunicación provocan por un lado la afinidad cultural y favorecen la igualdad de oportunidades socializadoras; por otra parte, esta homogeneización dificulta la génesis de nuevas estructuras socioculturales y empobrece costumbres, civilizaciones y lenguajes.

Hace no mucho tiempo, vimos en el norte de Argentina, en la precordillera andina, cerca de la frontera boliviana a jóvenes indígenas, de puras facciones quechuas, que se visten y peinan exactamente igual, y con las mismas marcas, que nuestros adolescentes de pueblos

y ciudades españolas. La fuente de pautas es la misma, ya que los nuestros igualmente lo hacen como los jóvenes norteamericanos o ingleses.

El comportamiento homogéneo de nuestro entorno hace pensar en verdaderas colonizaciones de unos países sobre otros, de unas costumbres que llevan al consumo no crítico de los medios de comunicación y de las nuevas tecnologías.

Las consecuencias psicológicas de la extensión de la cultura occidental, en primer lugar, y especialmente de la anglosajona no guardan proporción alguna con sus conse-

cuencias materiales. Esta difusión cultural de amplitud mundial ha impedido, como nunca le ha ocurrido antes a la especie humana, tener civilizaciones de otros pueblos al alcance de la mano, lo que ha dado a nuestra cultura una universalidad compacta y por otra parte la preocupación social de sentirse colonizada de forma que hace largo tiempo hemos dejado de considerar como histórica, y a la que miramos con pasividad acrítica, más bien como necesaria e inevitable.

3.2. Los modelos humanos

3.2.1. La familia americana en casa

«A los niños se les enseña a escribir, no a ver la televisión» (Len Masterman).

Uno de los maestros de nuestro tiempo es la televisión. Nuestros niños y jóvenes pasan semanalmente casi tanto tiempo ante ella como en los centros educativos. La comunicación que nuestros niños y adolescentes mantienen con la televisión es mayor que la que tienen con sus padres. Las pautas culturales norteamericanas se introducen día a día directamente en nuestras casas, ya sea por medio de series, telefilms, publicidad, etc., o por productos, costumbres o comidas de uso común que han asimilado el estilo norteamericano.

Hay más violencia en la familia que la que se vive desde el televisor. Los comportamientos violentos, racistas o sexistas, la televisión los refuerza, pero nos lo crea.

No somos capaces de dominar esta situación de colonización que nos aqueja. La podemos paliar sin excesivos traumas logrando un sistema educativo que realmente comience en la familia, y que tenga muy claro lo que es la propia cultura al mismo tiempo que respete y asimile con creatividad aquellos productos culturales que otras civilizaciones nos aportan mediáticamente.

Por otra parte, el rechazo sistemático a otras realidades culturales genera respuestas predominantes que desgraciadamente se convierten en actitudes radicales, integrismo, racismo y violencia. «Nunca hubo una época en que la civilización estuviera más necesitada de individuos con genuina conciencia cultural, que puedan ver objetivamente la conducta socialmente condicionada de otros pueblos, sin temor y sin recriminación» (Herkovits).

3.2.2. *Los modelos familiares*

Lo que en primer lugar se asimila culturalmente en la vida son los patrones culturales familiares. El aprendizaje es un proceso imitativo; el comportamiento nuevo implica alguna clase de modelo como estímulo y el acercamiento a ese modelo puede ser completo o aproximado. El copiar llega a ser una necesidad que se ve recompensada aun con la copia inexacta, que puede implicar nuevas formas de recompensa. Se imita o copia durante toda la etapa vital del individuo, sin disminuir en la madurez. No obstante las pautas perdurables son las de la infancia, generalmente provenientes del entorno familiar y en la mayoría de los casos, inconscientes.

«Es de sentido común que los niños y las niñas aprenden de lo que ven. Nacemos con una gran capacidad de imitar la conducta de las personas que nos rodean. Incluso criaturas

de 14 meses ya copian gestos y movimientos que ven en el televisor. No es de extrañar, pues, que entre los cientos de experimentos que en los últimos 30 años han buscado una prueba objetiva de la influencia maligna de la televisión en los menores, algunos demuestren que programas que contienen altos niveles de violencia pueden causar agresividad a corto plazo en ciertos jóvenes impulsivos ya predispuestos a ella» (Luis Rojas Marcos).

3.3. *La violencia*

Se han llenado páginas de periódicos y se han elaborado multitud de informes y de trabajos en relación con la violencia en televisión. Una organización de consumidores andaluza

logró que cierta serie de dibujos animados japonesa fuera cambiada de hora en la programación de Canal Sur para que no afectara a los menores. En relación a la violencia hay que destacar que sexo y violencia van unidos en la mayoría de ocasiones en cine y televisión. Si lo decimos de otra forma, en el mundo de la imagen en movimiento el sexo es violento, o se representa de manera brusca, agresiva, apasionadamente rabiosa. Nuestros niños y jóvenes, que desde su nacimiento ven escenas sexuales o eróticas en televisión consciente o inconscientemente equiparan el acto sexual a un acto violento, lleno de furia y falta de inteli-

gencia y respeto. Los niños, sobre todo los más pequeños, «se abruman al no poder explicar sus propias reacciones ante estímulos tan desconcertantes» (Rojas Marcos).

El desafío para la institución familiar es grande, ya que ella es la depositaria de la mayor cuota de responsabilidad inmediata en la educación. Sin embargo, no es conveniente sobrevalorar la importancia de los medios de

La crisis generacional, aunque siempre ha existido, se convierte hoy en una grieta que amenaza con la ruptura entre los comportamientos culturales acumulados durante siglos, y los que provienen de afuera, de un mundo en el que van desapareciendo las fronteras.

comunicación en el deterioro de los valores y de otras pautas culturales, pues la televisión no puede por sí sola malograr lo que se ha logrado colectivamente durante muchas generaciones, ni lo que la naturaleza humana recibe genéticamente. Una formación de los padres en relación a los medios de comunicación y el uso que los jóvenes y adolescentes pueden hacer de ellos es la clave para eliminar, o por lo menos aminsonar el problema; siempre, con personas ya adiestradas, es más fácil conseguir que los medios se pongan a favor de una construcción cultural.

En muchas ocasiones –y está suficientemente estudiado– hay más violencia en la familia que la que se vive desde el televisor. Los comportamientos violentos, racistas o sexistas, la televisión los refuerza, pero no los crea. Es la familia la que debe poner los «medios» para que la educación sea conforme a unos valores; es la familia la que debe convertirse en «medio» transmisor de cultura.

3.4. Inhibición, despersonalización, falta de compromiso

En muchas ocasiones, los más jóvenes del grupo familiar reproducen la misma falta de compromiso que ven en sus progenitores. La televisión, por ejemplo, es el refugio de muchos padres a la vuelta de su trabajo. El padre

se protege de los problemas familiares, estudios de los hijos, producción de alimentos o cuidado del hogar introduciéndose en el mundo

fácil y engañoso de la televisión. El modelo que los jóvenes observan e imitan, es lo más lejano a lo que posiblemente los padres y la sociedad desean y necesitan. Somos los mismos padres los que posteriormente pondremos el grito en el cielo culpando a los medios de comunicación, a la sociedad o a quién sabe qué, de que nuestros hijos viven en un clima de vio-

lencia, despreocupación e intolerancia. Conviene analizar no obstante las actitudes indiferentes que se aprecian en algunos adolescentes que son testigos de actos de agresión y no se inmutan, pues puede responder en parte a la dieta regular de crueldad que durante años han recibido de la televisión.

4. Los cambios culturales que pueden promoverse desde la familia

4.1. El aprendizaje en familia

Es en la familia donde el aprender cobra una significación especial que hay que entender muy bien si queremos darnos cuenta del importante papel que desempeña en la configuración del modo de vida de un pueblo.

No podemos ni debemos perder nuestras raíces, nuestro lenguaje y nuestros modos de comportamiento. La cultura es ante y por enci-

- Se estima que un joven a los 16 años de vida ha dedicado:
 - 46.000 horas a dormir.
 - 22.000 horas a ver la televisión, más de la sexta parte del tiempo.
 - 13.000 horas en ir al colegio.
- El 96% de los niños de 4 a 10 años ven diariamente la TV.
- El 93% la ven más de 3 horas diarias de promedio.
- Para el 56% representa la única forma de pasar el tiempo libre. (Estudio General de Medios)
- El 31% de los niños ven siempre solos la televisión.
- El 35% la ve en ocasiones con sus padres. (EGM)
- El 13% de los niños españoles tienen la televisión en su cuarto.
- Más de cuatrocientos mil niños españoles menores de 14 años ven por la noche programas que terminan de una y media a dos de la madrugada (Noticias de periódicos nacionales).
- Antes de cumplir 18 años un niño español puede llegar a presenciar más de 200.000 actos violentos a través de la televisión (IV Congreso estatal sobre la infancia maltratada).
- La televisión engancha como una droga e influye en decisiones tan importantes como la profesión que les gustaría elegir (Encuesta de la Cátedra de Educación Sanitaria de la Universidad Complutense sobre 31.257 niños de la Comunidad de Madrid).

ma de todo, un sistema de aprendizaje, de transmisión de conocimientos, algunos de los cuales ni siquiera sabemos que poseemos; nuestro sistema familiar ha cambiado en los últimos años. Actualmente los niños y adolescentes pasan más tiempo con sus educadores y con los medios de comunicación y el ordenador que con su familia; puede asegurarse que estamos asistiendo a un importante cambio cultural cuyos resultados no serán apreciados de inmediato. Es posible que haya que esperar a la mitad del siglo venidero para saber dónde acaba lo que está comenzando.

Al mismo tiempo nos proponemos evolucionar social y técnicamente, realizando cambios que supongan un avance en los modos de vida de nuestra sociedad. Antropólogos, en los últimos tiempos, afirman que el próximo paso evolutivo de la especie humana no se puede basar en las leyes deterministas de la lucha por la supervivencia de la especie, pues el mundo se destruiría en pedazos. El próximo paso debe ser el de la solidaridad de los grupos, etnias y naciones con el fin de salvar el planeta y por lo tanto la especie humana.

4.2. Educación desde el principio

«Mientras los buenos padres dedican acaso treinta minutos diarios a hablar con sus hijos, la televisión les consagra tres y cuatro horas y, ciertamente, con más atracción ante sus ojos que los consejos de papá o mamá. No aceptar la participación de los miles de crímenes que se lanzan desde la televisión sobre los centenares de crímenes de que son protagonistas los chicos sería creerlos inanes. Si ese bombardeo de conocimientos no les enseñaran nada, ninguna otra cosa podría enseñarles la mitad» (Vicente Verdú).

Los adultos en la mayoría de los casos no estamos preparados para leer, entender, comprender, utilizar y cuestionar el lenguaje icónico; por ello, difícilmente enseñaremos a nuestros niños y adolescentes a encarar el mundo de las nuevas tecnologías de la educación.

El diálogo familiar debe comenzar desde el principio, desde el nacimiento. Un anuncio publicitario, un llamamiento contra las drogas dirigido más bien a los padres, propuesto por el Ministerio del Interior, Plan Nacional sobre Drogas, hace la referencia familiar «Tener un hijo, te cambia la vida... perderlo aún más». Evita las drogas. Dialoga con él. Y en letra pequeña: «Desde el principio, desde casa. La mejor prevención contra la droga es el diálogo». Todo lo que pudiéramos extrapolar a cualquier situación de aprendizaje debe comenzar desde el principio, antes de la cuna, en la formación de los padres.

«Es una evidencia que la presencia de un televisor en un hogar tiene un efecto masivo de censurar la conversación familiar. Ya no se habla, y si se habla, las palabras son tenidas como un fenómeno parasitario. De esta manera desaparece, por la presencia de la televisión, toda una trama de enunciados, gestos, conductas que garantizaban la circulación de ideas dentro de la familia y que definían el lugar de cada uno en su seno» (Pierre Baudry).

4.3. Adelantarse a los acontecimientos

Los adultos debemos adelantarnos a los acontecimientos educativos. Somos nosotros los que debemos prepararnos para ello. En el hogar, generalmente los hijos superan a sus padres en el uso de las nuevas tecnologías. En la mayoría de las familias los padres quedan atrasados y sus conocimientos obsoletos, dando lugar a un círculo vicioso que dificulta la reflexión educativa en familia. Los padres que no saben de informática, o que no son capaces de leer imágenes pues desconocen los mínimos elementales no pueden apoyar a sus hijos, ni es posible que los orienten y

motiven hacia un racional uso de los medios.

«Los educadores y psicólogos ponen el énfasis de este problema en la desintegración de la familia y, en segundo lugar, en la desorientación de las escuelas. En pocas ocasiones, sin embargo, aparece la televisión como la fuente capital. Soñar con que la familia recupere su papel de control y su intensidad educativa es ilusión. Pensar en que la escuela sea lo que fue, con educadores integrales es, igualmente, fantasía. Lo único que no es ficción es justamente la ficción televisiva» (V. Verdú).

A pesar de tener su dosis de razón, la visión catastrofista que presenta la anterior afirmación no puede eliminar el esfuerzo que la familia debe realizar para recuperar en su seno el control de los medios de comunicación.

4.4. Los medios de comunicación pueden promover la participación

«Pocas veces he visto un programa serio que no trivializara el tema sometido a discusión. Todo se orienta a la imagen: la política, la psicología, la historia, la ciencia, cualquier asunto que se les ocurra» (T. Sharpe).

Los medios de comunicación nos muestran un mundo que se enfrenta a problemas variados y de diferente profundidad, desde el hambre masiva e indiscriminada y los desastres ecológicos hasta los últimos devaneos amorosos del famoso de turno que nos cuentan los programas y revistas del corazón. El espectador consigue generalmente hacerse con ideas superficiales del mundo que le rodea, sintiéndose muchas veces impotente para conocer rigurosamente y en profundidad la realidad de los hechos o el sentido verdadero de los pensamientos u opiniones.

La familia, al ser el primer hito en la carrera de la formación permanente, es responsable en primer lugar de la aceptación de los

medios y posteriormente de la utilización que se hace de ellos con fines socializadores o más aún como soporte y plataforma para un cambio social. La familia debe tomar la responsabilidad de hacer reaccionar a sus miembros ante los horrores y las tragedias humanas al mismo tiempo que se adquiere el espíritu crítico ante noticias sensacionales o sensacionalistas.

La familia educa para la participación, siendo los medios de comunicación apoyos necesarios para lograrlo. La cooperación necesita información veraz, amplia y sopesada de los hechos; la reciprocidad requiere variedad de opiniones, situaciones, tendencias,

creencias y costumbres. Los medios de comunicación, si son verdaderos transmisores, van a proporcionar a los individuos la posibilidad de conocer problemas de su entorno y crear la sensibilidad necesaria para potenciar la participación.

4.5. El consumo familiar de imágenes, ideas y medios

La nueva tecnología consigue que las imágenes den la vuelta al mundo en fracciones de segundo. Hemos visto en directo imágenes terroríficas, matanzas, fusilamientos, hambre, guerra, bodas reales, actitudes y comportamientos de famosos, convirtiendo la información en un culto a la imagen icónica. Las leyes feroces del mercado y la tecnología han convertido cierto periodismo en algo inevitable. Se opina que la libertad depende de una comunicación sin límites, pasamos por las noticias más graves por encima y nos quedamos en las más sensacionalistas.

El mundo del consumismo se combate mediante una educación adecuada. Niños y adolescentes necesitan una guía inicial en la familia que les permita aumentar su capacidad crítica. El debate familiar es importante para

En la mayoría de las familias los padres quedan atrasados y sus conocimientos obsoletos, dando lugar a un círculo vicioso que dificulta la reflexión educativa en familia.

romper el maleficio de una televisión que ocupa más tiempo que la conversación y vida en familia.

5. Medios en los que debe tomar posiciones la familia

5.1. Videojuegos, droga infantil y juvenil

Los videojuegos son el entretenimiento más común que aportan las nuevas tecnologías al juego infantil. Proporciona a los niños nuevos mundos en los que entrar, vivencias que nunca hubiera soñado tener y la responsabilidad relativa en la toma de decisiones que no le admite ni la familia ni la escuela. Mediante el CD-ROM y otros avances tecnológicos, niños y adolescentes tienen garantizado para siempre no solamente un pasatiempo de su agrado sino que además pueden introducirse en su propio mundo virtual evitando todo aquello que del mundo real les molesta.

La velocidad a la que nuestros hijos toman decisiones en el ordenador desarrolla su capacidad de detectar problemas y solucionarlos, agilizando y aumentando las posibilidades de las células nerviosas y sus relaciones comunicativas.

No olvidemos sin embargo que la tecnología revoluciona, y engendra cultura al mismo tiempo y velocidad que la destruye. Los videojuegos generan adicción porque construyen un mundo completo, son un fin en sí mismos;

surten de entretenimiento, de técnica y de creación al mismo tiempo que alienan al que juega, que llega al convencimiento de que el mundo virtual es auténtico.

5.2. Internet, ciberespacio y cultura familiar

Más de cien colegios españoles tienen ya página propia en Internet. Las ventajas que aporta Internet a la educación son innumerables. Las redes informáticas favorecen la democratización del uso de la información; el acceso a las nuevas tecnologías proporciona la posibilidad de cambiar experiencias con cualquier parte del mundo. Por primera vez se ha encontrado un medio de comunicación de masas bidireccional. La familia, por el momento, no ha entrado en Internet.

Internet va entrando en las casas pero no en las familias, y menos como unidad educativa básica. Sucedió de la misma forma con el cine, con la fotografía y tal vez con la literatura. El que el mundo sea reactivo a Internet proviene en muchos casos de mecanismos de defensa que los padres, profesores, responsables sociales y autoridades aplican a sí mismos al desconocer lo que Internet significa, promueve y remueve. El acceso a la investigación,

que Internet hace realidad y que será uno de los logros en el futuro, intimida a padres y maestros porque no han atisbado por el mo-



mento las grandes posibilidades del medio.

En el momento en que Internet sea realidad educativa en las familias, los padres tendrán la ocasión de ampliar el mundo de los conocimientos, los accesos a la información y se podrá valorar la importancia e incidencia del medio en los sistemas socializadores.

5.3. Jugar en casa con el cine a través de Internet

Las grandes productoras de cine compiten en un nuevo consumo: el de la película en el ordenador. Con una película de fama se puede jugar, acercarse a los actores, biografías, escenas importantes, en definitiva, al producto película como elemento a consumir. Sin olvidar que a través de Internet se puede entrar, navegar y perderse, en el mundo del cine, nos podemos entretener jugando con el cine: buscaremos cachorros de «ciento un dálmatas», jugaremos al baloncesto con Michael Jordan en «Space Jam», o a matar marcianos en «Mars Attacks», salvaremos ocho supervivientes junto a Stallone en «Pánico en el túnel», etc. Nos preguntaremos si vale la pena acercarse al cine a ver la película o es mejor jugar en casa con ella.

Para no restringir la capacidad y potencia del cine como elemento cultural no podemos quedarnos en la navegación por el ciberespacio. Hay que seguir yendo al cine. Las redes informáticas, al igual que los libros, facilitan y complementan los conocimientos, motivan hacia la utilización y reproducen reflexivamente aquello que otros piensan o han investigado.

5.4. Manga (cómic) y anime (dibujo animado) japoneses

Se ha criticado la violencia de los comics

japoneses. También se ha generado una opinión sobre la calidad intrínseca y formal de dichos dibujos. Igualmente se ha mitificado la influencia que tienen en la adquisición de ciertos comportamientos negativos en la niñez. El cómic japonés –manga– y los dibujos animados japoneses –anime– han entrado con fuerza en la cultura occidental, pasando de ser meros complementos de programación televisiva, a sustentar entre niños, jóvenes y ado-

lescentes toda una cultura icónica diferente y muy llamativa. En el tebeo japonés, como en el europeo, hay sexo y violencia, y también aventuras y romanticismo; hay mangas para pequeños y para mayores; hay mangas eróticos y pornográficos. En cuanto a contenidos no es ni mejor ni peor que lo que conocíamos.

La clave de una introducción tan profunda de imágenes japonesas en Occidente está en el sentido del ritmo, el dominio del movimiento, aún en el cómic, y el lenguaje cinematográfico con el que se trabaja, y que han acercado lenguajes y transformado la forma de hacer comics.

El manga es un lenguaje gráfico muy ligado a las formas narrativas de la televisión y el cine; un manga es un *story board* al que se añaden algunas palabras alrededor de los dibujos, mientras que el tebeo europeo está más ligado a las formas narrativas de la literatura. Si a ello se añade la diversidad de secuencias, la técnica del dibujo, la resolución de formas, tramas y colores, deberemos reconsiderar nuestra opinión y analizar si del cómic japonés solamente hay que rechazar lo violento, o intentar utilizarlo y aprender de su dinámica.

5.5. El cd-rom, multimedia e investigación en casa

En formato cd-rom encontramos ya casi

Los videojuegos generan adicción porque construyen un mundo completo, son un fin en sí mismos; surten de entretenimiento, de técnica y de creación al mismo tiempo que alienan al que juega, que llega al convencimiento de que el mundo virtual es auténtico.

todo lo que se puede descubrir en enciclopedias, mapas, informaciones, etc. Desde el Diccionario de la Real Academia, pasando por el mapa de carreteras, libros de arte, viajes y aprendizaje de idiomas hasta la Liga de Fútbol de este año.

El modo y forma de leer y de investigar va cambiando. La ventaja es que en este caso la información se convierte en interactiva, y aunque la interactividad también se daba con el libro, aquí existe una gran posibilidad de utilizar todos los sentidos. El sonido, la palabra, la música, lo imaginativo e icónico, la vista y el tacto y textos, ilustraciones y dibujos, y en un tiempo no muy lejano la identificación por calor, formas corporales o voz.

Las carencias que todavía tiene el sistema, y la escasez en algunos casos de material puede hacer que deba complementarse la información con lo que proporcionan libros y enciclopedias tradicionales.

Es la familia la que prioritariamente debe asumir, si es posible, la utilización de recursos multimedia. Por el momento, salvo excepciones, la escuela no tiene a disposición del alumno lo necesario para cubrir las necesidades. El cd-rom informativo puede sustituir a los videojuegos, ya que proporciona diversión, manipulación de elementos informáticos y variedad de estímulos al mismo tiempo que incita al conocimiento y la investigación. Cada día se hace más accesible el mundo del cd-rom y es de desear que la familia dedique algún dinero a la adquisición de material distinto al

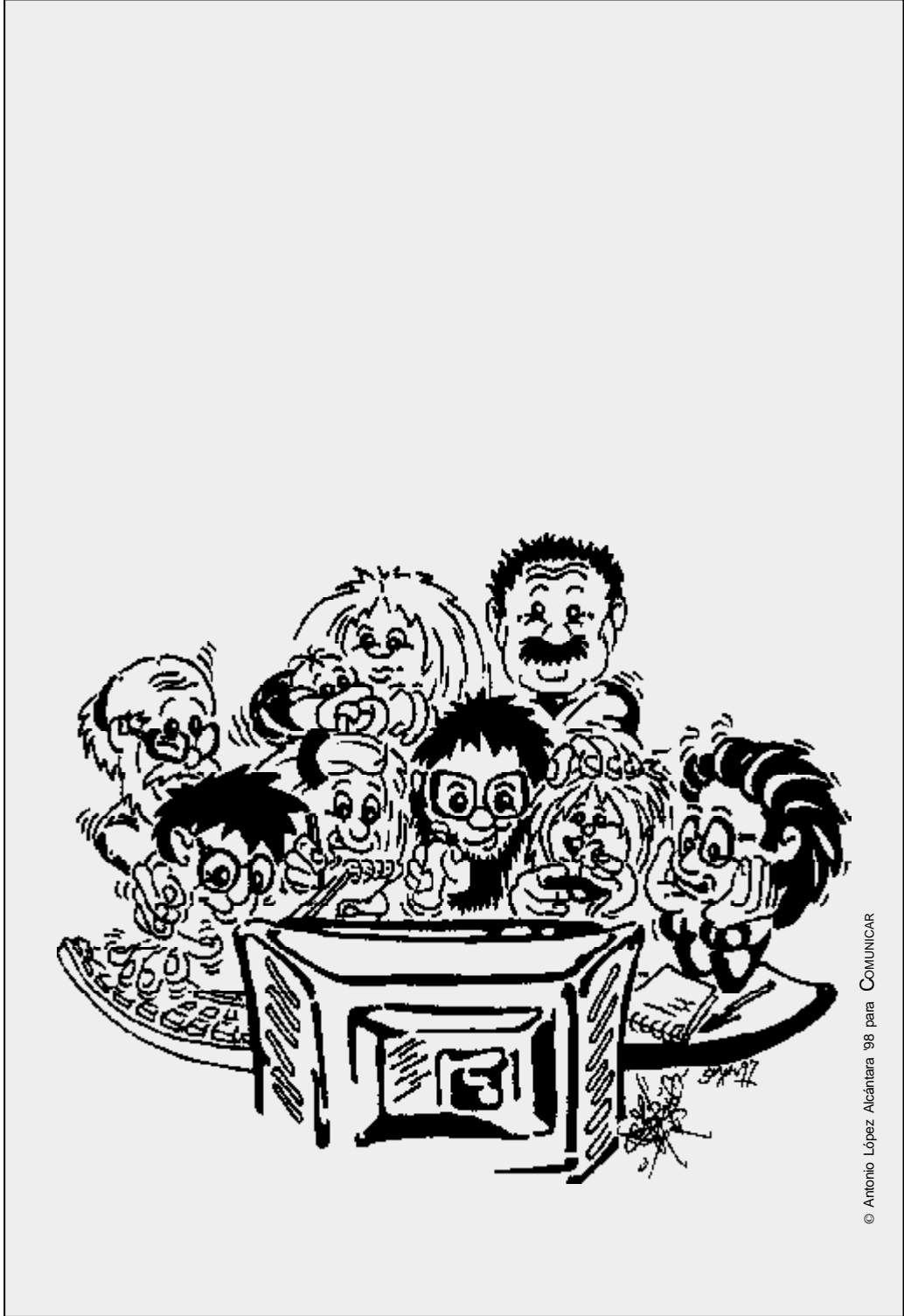
juego, al mismo tiempo que dedique algún tiempo a apoyar a los hijos en el uso de las tecnologías multimedia.

Referencias

- AGUADED, J.I. y OTROS (Eds.) (1994): *¿Cómo enseñar y aprender la actualidad?* Sevilla, Grupo Pedagógico Andaluz «Prensa y Educación».
- BALLÓ J. y PÉREZ, X. (1997): *La semilla inmortal (Los argumentos universales del cine)*. Barcelona, Anagrama.
- BORDIEU, P. (1997): *Sobre la televisión*. Barcelona, Anagrama.
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ, E. (1994): «Los medios en la cultura y la sociedad actual», en *Comunica*, 2; 98-102.
- FERRÉS, J. (1994): *Televisión y educación*. Barcelona, Paidós.
- MARTÍNEZ-SALANOVA, E. (1997): «La práctica del aprendizaje mediante los medios de comunicación», en *El formador*, 7. Abril de 1997. Publicación trimestral de la Federación Andaluza de Centros de Estudios Privados; 4-9.
- GRIJELMO, A. (1997): *El estilo del periodista*. Madrid, Taurus.
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ, E. (1995): «Educación para la lectura crítica de la televisión», en *Comunicar*, 4.
- MARTÍNEZ SÁNCHEZ, E. y PERALTA FERREYRA, I. (1996): «La educación para el consumo crítico de la televisión en la familia», en *Comunicar* 7; 60-68.
- MARTÍNEZ-SALANOVA, E. y PERALTA, I. (1997): «El consumo crítico de la tele: desafío educativo para la escuela y la sociedad», en AGUADED, J.I. (Dir.): *La otra mirada a la tele*. Sevilla, Consejería de Trabajo; 141-155.
- MARTÍNEZ-SALANOVA SÁNCHEZ, E. (1997): «El valor de la imagen en movimiento. Necesidad didáctica de la utilización del cine para una educación en valores», en *Comunicar* 9; 23-35.
- RICO, L. (1994): «TV fábrica de mentiras. La manipulación de nuestros hijos». Madrid, Espasa Calpe.
- RICO, L. (1994): «El buen telespectador. Cómo ver y enseñar a ver televisión». Madrid, Espasa Calpe.
- VILCHES, L. (1992): «La lectura de la imagen. Prensa, cine y televisión». Barcelona, Paidós.

Enrique Martínez-Salanova Sánchez es pedagogo, antropólogo y vicepresidente del Grupo Comunicar.

Ilda Peralta Ferreyra es profesora de Educación de Adultos en Almería y coordinadora de la Comisión Provincial de Almería del Grupo Comunicar.



© Antonio López Alcántara '98 para COMUNICAR