

Familia y medios de comunicación de masas

Elena Sánchez y J. Luis Rodríguez Diéguez
Salamanca

Los autores plantean en este trabajo el nuevo contexto familiar y educativo que introduce la presencia de los medios de comunicación en las aulas, apostando por un programa de intervención educativa que propicie la conexión e influencia recíproca de la familia y la escuela en la educación de las nuevas generaciones, a través de las competencias lingüístico-icónicas necesarias en la sociedad actual.

1. Una realidad compleja

Se ha transformado en un tópico de tanto repetirlo, como también hace el «Informe Delors»¹, que las nuevas tecnologías han hecho entrar a la Humanidad en la era de la comunicación universal; eliminando la distancia, contribuyen a forjar las sociedades del mañana y, debido a su causa, aquéllas pueden no responder a ningún esquema del pasado. A lo dicho, hay que añadir que es de esperar que muy pronto, sobre todo si hablamos de países desarrollados, la interactividad permitirá dialogar y transmitir conocimientos sin límite de distancia ni de tiempo de operación. No hay duda de que las relaciones sociales, familiares y de trabajo pueden verse afectadas por fenómenos como el reseñado ya que crean, al margen del mundo real, uno virtual cuyos caracteres y

riesgos son difíciles de prever en estos momentos.

No obstante y, a pesar de lo dicho, la problemática de los medios de comunicación es muy antigua y no se reduce sólo al supuesto de la revolución tecnológica a la que estamos asistiendo en la actualidad. Desde una perspectiva histórica ya en los años 30 se empezó a haber una viva controversia sobre el fenómeno de la radio que entonces emergía con fuerza. No fueron ajenos a este debate intelectuales europeos como Max Horkheimer, Theodor Adorno, Charles Wright o el propio Ortega y Gasset y los americanos que realizan los primeros estudios sobre los *mass media* como Charles Cooley o Louis Wirth entre otros muchos. Con la irrupción de la televisión, el debate se agudiza y comenzamos a asistir a

una cierta anatematización del medio fielmente reflejada por U. Eco². Posteriormente, sobre todo a partir de la segunda mitad de los años setenta, han comenzado a surgir estudios que suponen una nueva aproximación al tema y cuyo fin último es el de posibilitar la dimensión activa del espectador de manera que se pueda utilizar la potencialidad del medio con mejores resultados³.

Centrándonos concretamente en el tema, es muy sugerente la tesis que ofrece Neil Postman en un trabajo que liga el fenómeno de los medios de comunicación con la desaparición prematura de la niñez en la sociedad contemporánea⁴. Sostiene este autor que los medios de comunicación y en especial la televisión están alterando el proceso de socialización de los niños puesto que el acceso a la información supone el desvelamiento de los siguientes secretos: la sexualidad, la violencia y la competencia de los adultos para dirigir el mundo. Precisamente, y es un hecho comúnmente aceptado, en estos tres aspectos la familia cumple una importante misión no sólo por los valores que transmite sino por las barreras que impone.

Hemos de pensar que, aunque desde la aparición de la imprenta existen de hecho medios de comunicación, sin embargo el acceso a la información estaba restringido a unos pocos por cuanto se hacía indispensable el conocimiento de las técnicas lectoras y la disponibilidad del instrumento escrito para poder acceder a aquélla. No es extraño, pues, que la diatriba sobre la bondad o no de los medios de comunicación surgiera, como ya se ha dicho, en el momento en que aparece la radio y se recrudeciera con la generalización de la televisión.

Sigamos con la argumentación de Postman: sostiene este autor que la socialización familiar se basaba en la existencia de la niñez como algo especial y apartado de la vida adulta. La diferencia entre ambas estaba esta-

blecida por una especie de barrera que suponía la existencia de «secretos»: acerca de la sexualidad, el dinero, la violencia, la muerte, la enfermedad... El niño participaba de estas ideas de manera progresiva y según el entender de cada núcleo familiar. La inmediatez de la radio y la televisión (más la segunda por ser más utilizada y lanzar un mensaje más intuitivo), la falta de filtraje de las noticias que normalmente se dirigen a un público indiferenciado o, como apuntamos antes, el hecho de que en estos medios la lectura ya no es un requisito para acceder al mensaje, han alterado profundamente las propias relaciones entre ni-

ños y adultos y, probablemente, marcan el esquema psicológico de ambos sin que entremos ahora en valoraciones sobre el sentido positivo o negativo del mismo. Aquella situación pasada, mediante la cual escuela y familia emitían mensajes parecidos y, de hecho, cada una se comportaba como prolongación de la otra, se encuentra en situación de ruptura y con nuevos factores interpuestos como son los representados por los medios de comunicación.

Desde un punto de vista de mera constatación sociológica, hemos de reconocer que los medios de comunicación han traído modificaciones en la dinámica de la propia vida familiar y, ello, en un triple sentido: En primer lugar se ha producido una cierta dispersión espacial de los miembros de la familia en el contexto físico del hogar. No es infrecuente que existan diversos aparatos, ya sea TV,

Aquella situación pasada, mediante la cual escuela y familia emitían mensajes parecidos y, de hecho, cada una se comportaba como prolongación de la otra, se encuentra en situación de ruptura y con nuevos factores interpuestos como son los representados por los medios de comunicación.

vídeo, radio u ordenador, lo que hace que cada uno pueda estar entretenido en actividades diferentes o contemplando programas también distintos. ¿Supondría esto una pérdida de diálogo o, más bien, aprovechando los estímulos que emanan de los medios se podría arbitrar algún modo de positivarlos para favorecer aquél?

En segundo lugar, la contemplación permanente de la TV u otros medios puede fomentar, de hecho, la inactividad del espectador, siendo especialmente preocupante si se trata de los más pequeños. Tal vez por ello no es infrecuente escuchar el término de «niñera electrónica» al referirse a ellos. No deja de ser cierto que se ha desarrollado por parte del niño una cierta pasión por las nuevas tecnologías que, con frecuencia, escapan de la acción adulta, unas veces por ignorancia, otras, tal vez por comodidad.

Este peligro de pasividad está dejando paso al fenómeno, todavía no muy generalizado, de la «videosocialización»⁵, gracias al cual el individuo puede escoger su programa «a la carta» o comunicarse con personas y lugares remotos. Es muy difícil otear las consecuencias de este fenómeno, sobre todo en el campo de la maduración del hombre. Este acceso a la pluralidad bien podría conformar otro sello de identidad individual basada en la inmensa potencialidad de información a la que puede acceder el niño o el adolescente así como en otro estilo relacional con personas de países o culturas diferentes. Como ocurre siempre con cualquier avance técnico, no hay duda de que este fenómeno tendrá su cariz positivo y también sus riesgos desde el momento en que este estilo de comunicación nunca podrá sustituir al conocimiento en profundidad, no sólo de ideas, sino sobre

todo de sentimientos, que se encuentra en la base de una auténtica comunicación humana.

En tercer lugar, los medios de comunicación representan un potente instrumento para la creación de necesidades humanas, cosa bien conocida por los expertos en publicidad. Se han transformado en un aliado insustituible para conseguir la conformación del «consumidor satisfecho» como irónicamente lo denominaba Tierno Galván, refiriéndose al ideal de hombre de la sociedad técnico-informada. La mundialización es un fenómeno imparable y con hondas raíces positivas si ello propicia un estrechamiento entre pueblos y hombres; pero sería casi dramático que sólo sirviera para uniformizar a los países con la pérdida de los valores que les son propios.

Lo dicho sucintamente hasta ahora son aspectos del fenómeno que estamos analizando

no forzosamente positivos ni negativos en sí mismos; pueden serlo de una u otra forma dependiendo de la impronta que marque su uso. Hemos de reconocer, sin embargo, que los medios de comunicación tienen un perfil nítidamente positivo en no pocos aspectos. A modo de ejemplo, podemos reconocer sin paliativos que se han transformado en un potente medio de inculturación con la carga formadora que este hecho conlleva. La apertura del conocimiento que propician es casi infinito. Pensando en los niños de niveles socioeconómicos más desfavorecidos, la posibilidad de conocer nuevas tierras, nuevas culturas,

el acceso a un vocabulario más rico que el de su ambiente familiar, etc. supone una riqueza cultural fuera de toda duda.

Por otro lado, los medios de comunicación han enriquecido la posibilidad de ocio, la utilización del tiempo libre siempre, claro

La mundialización es un fenómeno imparable y con hondas raíces positivas si ello propicia un estrechamiento entre pueblos y hombres; pero sería casi dramático que sólo sirviera para uniformizar a los países con la pérdida de los valores que les son propios.

está, que no se transformen en el único modo de pasar el tiempo anulando otras actividades ya sean físicas, lúdicas, sociales, creativas... Es innegable, pues, que se está produciendo un cambio de perspectiva cuando se habla de los medios de comunicación. Concretamente, en el contexto familiar (Lull, 1988)⁶ son múltiples los usos y el estilo relacional que posibilitan. Desde esta dimensión podemos, sintéticamente, describir los siguientes:

- **Uso estructural:** desde el momento que los medios de comunicación se encuentran en el trasfondo de la vida cotidiana ya que marcan ritmos de encuentro, regulan no pocas conversaciones domésticas e, incluso, modelan los tiempos de actividad y ocio de sus usuarios.

- **Uso relacional:** puesto que, a través de sus mensajes, dan la oportunidad de que cada uno exprese, libre y espontáneamente, su propia opinión. Claro está que para que se den esas dos condiciones deberá preexistir en el estilo de interacción familiar el mismo clima de libertad y espontaneidad entre sus componentes.

- **Uso social:** es una derivación de lo ya expresado. Los medios pueden constituir un factor de socialización puesto que brindan numerosas ocasiones para establecer contraste de pareceres. En la medida en que se respeten las condiciones educativas de un verdadero diálogo, se verá cumplida su potencialidad socializadora entre los miembros de la familia.

- **Acercamiento o rechazo:** se producirá uno u otro en la medida en que se acepte o evite el acercamiento físico o verbal. De este modo pueden transformarse en un factor que aumente la solidaridad familiar o que ponga de manifiesto posibles discrepancias subyacentes (de ideas, aficiones o sentimientos de empatía, aceptación o rechazo).

- **Relaciones de competencia o dominio:**

los medios de comunicación ofrecen múltiples ocasiones para que los miembros de la familia reafirmen sus propios roles: el que es o aspira a ser líder y cuya opinión tiende a convertirse en norma, el sumiso que acepta los criterios del otro, el que se abstiene de intervenir... Claramente puede deducirse que el grado de cohesión familiar y el estilo relacional que existe entre sus miembros –autoritario o no, por ejemplo– puede quedar manifiestamente patente en múltiples ocasiones a través de las conductas que generan, como si se tratara de un test proyectivo, los mensajes más o menos explícitos de los medios de comunicación.

Estamos, pues, ante una problemática muy compleja y que no ha hecho nada más que comenzar, dado el avance continuo de las nuevas tecnologías y cuyas consecuencias en el plano familiar, por un lado,

y en el entramado educativo, por otro, son difíciles de adivinar. No obstante, el tema es por sí mismo tan decisivo para la formación del hombre que se hace necesario precisar unos principios educativos básicos que iluminen esta realidad.

2. **Unas sugerencias para un diseño de intervención**

Las consideraciones que hasta aquí hemos realizado configuran la posibilidad de un programa de intervención educativa que podría propiciar la influencia coordinada y recíproca de familia y escuela. ¿En qué consistiría el plan de actuación? No cabe pensar en realizar una propuesta cerrada. Sólo pretendemos diseñar un marco de referencia elaborado a partir de las notas que se han anticipado. La concreción del plan de intervención sería fruto de un análisis de las posibilidades y de las necesidades de cada entorno. Las etapas o

Este plan que sugerimos se apoya en tres de los conceptos eje que se han señalado antes: la socialización, la capacitación crítica y un instrumento al servicio de esa capacitación: la alfabetización icónica.

fases que señalamos ahora no pueden entenderse, por tanto, ni como prioridades conceptuales ni como secuencia de intervención, sino como posibles líneas maestras de elaboración del plan de actuación conjunta, que habría de ampliarse o restringirse, adecuarse y adaptarse en cada entorno concreto.

Este plan que sugerimos se apoya en tres de los conceptos eje que se han señalado antes: la socialización, la capacitación crítica y un instrumento al servicio de esa capacitación: la alfabetización icónica.

2.1. La socialización y los medios de comunicación

Un primer paso, aceptadas las salvedades realizadas, podría ser la consideración de situaciones referidas a la socialización. Veamos el sentido que concedemos a la socialización en su relación con los medios de comunicación de masas.

La función informativa de la escuela puede verse esencialmente condicionada por las nuevas tecnologías. Un contenido conceptual puede ser construido a partir de una serie de operaciones informativas mediadas por tecnologías verbo-icónicas, mediante la utilización de documentos «explotados» por la escuela. La riqueza existente en el mundo de los documentales sobre algunos de los contenidos considerados «propios de la escuela», de algunos contenidos curriculares, permiten su inmediata importación a la enseñanza en soportes diferentes, como podrían ser el vídeo, la televisión o el ordenador. No parece imposible la «sustitución» del profesor, en esas funciones por instrumentos y medios suficientemente integrados en las actividades escolares ... que habrían de ser coordinados por algún tipo de profesional de la enseñanza.

Ese relevo de la escuela en las funciones

informativas concede un amplio margen a otro grupo de funciones que se desarrollan en el ámbito escolarizado : las funciones de socialización.

La socialización exige una intervención recíproca del grupo y el sujeto, intervención tal, que es necesaria para la participación y la convivencia en el grupo. Todavía, se podría decir, no cabe aprender a participar en el grupo si no es participando. La función socializadora de la escuela exige la presencia de los alumnos. Así como la función informativa permitiría, sin más dificultad que la económica y la de coordinación, el trabajo conjunto de padres y maestros, no parece tan evidente la posibilidad de relación social fuera de un grupo social. La escuela aparece como insustituible en cierto tipo de socialización: la socialización en una sociedad predominantemente simétrica. La función socializadora del profesor consiste esencialmente en aparecer tan sólo cuando sea necesario, provocando la autorregulación del grupo en la mayor medida posible.

Dos conclusiones a partir de estas consideraciones: es evidente que la familia podría complementar la función informativa de la escuela. Pero también, y además, la familia podría completar la función social de la institución escolar: no en balde es otro grupo social de características diferenciadas con el grupo/clase. Porque las relaciones sociales no son siempre ni sólo simétricas. La estructura social tiene frecuentemente a la base una estructura jerárquica que marca de algún modo los ejes de convivencia. La asimetría que pretendería evitar la escuela podría ser complementada en la familia.

Función informativa de base tecnológica y función socializadora podrían y deberían interrelacionarse, y posibilitar la interacción entre escuela y familia. La función social que

Es evidente que la familia podría complementar la función informativa de la escuela. Pero también, y además, la familia podría completar la función social de la institución escolar.

hemos indicado más atrás, tal como reseñaba Lull, sería un interesante modo de articular las relaciones de socialización y complementar la socialización escolar, coordinando las situaciones de simetría y las asimétricas.

2.2. *El desarrollo de la capacidad crítica*

Un segundo tipo de situaciones, que enlazaría de modo directo con la anterior, sería la relativa a la necesidad de desarrollar la capacidad crítica del consumidor de medios. La situación de «pasividad» ante los medios debería convertirse en una actividad posibilitada por el desarrollo de la capacidad crítica frente al mensaje de los medios. El mensaje vehiculado por los medios de comunicación suele ser eficaz y técnicamente muy elaborado. Sin embargo, no se puede sustraer a las características básicas de los mensajes de masas. Las reflexiones de Postman sobre violencia, sexualidad y competencia se hacen aún más evidentes si las asociamos al análisis de la publicidad —una categoría de medio de comunicación de masas ampliamente estudiada— que hacía Abraham Moles: un mensaje altamente elaborado implica la presencia de dos componentes diferenciados: un componente semántico (qué pretende decir el mensaje) y un componente estético (cómo se acompaña el mensaje semántico para que sea atractivo y motivador), integrados ambos en una sola unidad⁷.

El componente estético suele frecuentemente estar constituido por elementos de carácter agresivo o sexual. Basta con revisar los anuncios de cualquier revista o programa de televisión.

Capacitar para la diferenciación de esos dos elementos constitutivos de los mensajes publicitarios puede ser una interesante tarea del «uso social» de la televisión. Estamos así

cargando de contenidos una utilización formal de la televisión.

Una vía de acceso a este tipo de actividades críticas con los medios de comunicación de interés especial es el tebeo. El tebeo es un medio masivo de comunicación que presenta peculiaridades que le dan un especial valor añadido. Uno deriva de su accesibilidad. Otro va ligado a la adaptación del tebeo como medio al ritmo de lectura y análisis de los distintos sujetos.

Un anuncio de televisión suele venir marcado por su propio montaje y, consecuentemente, tiene un *tempo* característico, cuya ruptura no es fácil, a no ser que se encuentre grabado en vídeo. Pero incluso así, no resulta fácil la adaptación al ritmo individual de lectura. El tebeo posibilita un análisis «ralentizado» sin perder su sentido comunicativo. Pueden considerarse simultáneamente dos planos distintos, comparar sus características, etc.

El tebeo, en suma, permite ser analizado de modo más fácil «in vitro» que la televisión. Y la serie de posibilidades implícitas en el uso didáctico del tebeo han sido bastante estudiadas⁸. La combinación de estos dos medios, la televisión en función de su uso, y el cómic por su accesibilidad y adaptabilidad pueden integrarse sin graves dificultades, podrían constituir el segundo de los núcleos de trabajo en la relación cooperativa familia/escuela en el ámbito de los medios de comunicación. Sería el modo de evitar la creación y multiplicación de «consumidores satisfechos», la potenciación de creación de necesidades.

2.3. *La alfabetización verboicónica*

Un tercer bloque temático, sin descartar la presencia de otra serie de ellos, llega de la mano de los problemas enlazados directamen-

El mensaje vehiculado por los medios de comunicación suele ser eficaz y técnicamente muy elaborado. Sin embargo, no se puede sustraer a las características básicas de los mensajes de masas.

te con los procesos de comunicación por la vía verbo-icónica. Se trata del fenómeno de la alfabetización verbo-icónica, y consecuentemente del analfabetismo icónico, casi tan grave como el analfabetismo verbal.

Una de las características del signo icónico es su semejanza con aquello que representa. Un dibujo de un ordenador «se parece» a un ordenador. Es el tema de la analogía, que diera lugar a un brillante artículo, ya clásico, de Umberto Eco⁹.

La identificación analógica se produce mediante un proceso elemento a elemento. En

Pero la alfabetización icónica no se detiene ahí: es necesario que el sujeto sea capaz de interpretar la serie de matices que supone la presencia de Mafalda, ante su padre, armada de vaso de agua y silla como exigencia para el desarrollo de un mensaje autónomo, largo, extenso y sesudo sobre el tema que plantea.

3. Conclusión

Esta propuesta, apenas esbozada y necesitada de una mayor consistencia y coherencia, podría cumplir el objetivo de facilitar la tarea de formación en la familia de habilidades y



un mensaje predominantemente icónico no es difícil: se identifica un objeto mediante el enlace más fácil y directo del denominado «triángulo de Ogden-Richards»: la realidad no tiene otro mediador entre ella y el receptor que la imagen de esa realidad. La comunicación verbal exige una alfabetización superficial –deletrear la palabra «árbol» y asociarla con la imagen del árbol– y una alfabetización profunda –entender las acepciones y los sentidos de «árbol» en distintos contextos–, pero la alfabetización icónica sólo pide esta alfabetización profunda. Como consecuencia es frecuente que se olvide esta posibilidad de análisis.

En la historieta de Quino, que se reproduce, la identificación del grifo, del vaso de agua, la silla, de Mafalda y de su padre daría lugar a una competencia lingüística icónica de carácter general. Es un proceso elemental de alfabetización que viene asociado a la identificación de los componentes del «vocabulario icónico».

competencias lingüístico- icónicas. Es evidente que estamos hablando de un tipo de familia peculiar. Una familia en la que pudiera llevarse a cabo este tipo de tareas presupone unas determinadas habilidades, unos determinados intereses y actitudes.

Sobre el objetivo que se pretende de modo directo, cabría señalar la posibilidad y el interés de otro objetivo, éste más generalizador y global: convertir el diseño de intervención en una base de trabajo que propicie y ponga sobre el tapete la necesidad de una colaboración estrecha de todos los miembros de la comunidad educativa.

La aceptación teórica de este principio es evidente. Otra cosa son los distintos modos de entenderlo y las posibles estrategias para desarrollarlo y potenciarlo. Un intento de acción coordinada familias/centros en torno a los problemas derivados del influjo de los medios de comunicación puede proporcionar un territorio de debate y análisis que daría lugar a toda

otra serie de posibilidades posteriores que reafirmaran este principio.

4. Notas

¹ DELORS, J. (1996): *La educación. Informe a la UNESCO de la Comisión internacional sobre la educación para el siglo XXI*. Madrid, Santillana/UNESCO.

² ECO, U. (1975): *Apocalípticos e integrados ante la cultura de masas*. Barcelona, Lumen.

³ Esta dimensión queda reflejada, por ejemplo, en los trabajos de MORLEY, D. (1986): *Family Television. Cultural Power and Domestic Leisure*. London, Comedia; y de MORLEY, D. (1992): *Television, Audiences and Cultural Studies*.

London, Routledge.

⁴ Cfr. TEDESCO, J.C. (1995): *El nuevo pacto educativo* Madrid, Anaya.

⁵ MARTELLI, S. (1996): «Familia e TV: solo consumo?», en *La Familia*, Noviembre-Diciembre; 30-44.

⁶ LULL, J. (1988): *World Families Watch Television*. Newbury Park, Sage.

⁷ ECO, U. (1972): «Semiología de los mensajes visuales», en VARIOS: *Análisis de las imágenes*. Buenos Aires, Tiempo Contemporáneo; 25-33.

⁸ RODRÍGUEZ DIÉGUEZ, J.L. (1988): *El cómic y su utilización didáctica*. Barcelona, Gustavo Gili.

⁹ MOLES, A. (1970): *L'affiche dans la société urbaine*. Paris, Dunod.

Elena Sánchez García y José Luis Rodríguez Diéguez son profesores del Departamento de Didáctica de la Universidad de Salamanca.



© Enrique Martínez-Salanova '98 para COMUNICAR