

MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: DE LA EDUCACIÓN AUDIOVISUAL A LA EDUCACIÓN TRASCENDENTAL

LUIS MANUEL MARTÍNEZ DOMÍNGUEZ

Basta con abrir los ojos para contemplar las magníficas prestaciones que los medios de comunicación ofrecen a la educación. Nos encontramos con términos como "medios educativos", "tecnología educativa" y "tecnología didáctica", "medios audiovisuales de enseñanza", etc.¹, que hacen referencia a la utilización de los medios de comunicación en el campo de la didáctica, de la motivación escolar, de la instrucción, de la formación profesional, etc.

En general, cuando se habla de los medios de comunicación en el ámbito de la educación se viene a referir a una serie de instrumentos o dispositivos para la transmisión de información entre las personas, que no implica la relación directa y presencial entre ellas². Entre estos medios se incluyen desde los más tradicionales como el libro o la prensa hasta las redes informáticas más innovadoras pasando por los ya clásicos medios como la radio, la televisión, el vídeo, etc.

A pesar de la mucha literatura existente al respecto, lo cierto es que cuando en el comercio, la industria y en los servicios es de uso común la tecnología audiovisual y la informática, el utillaje básico de la escuela sigue siendo la pizarra, el cuaderno y el libro de texto. Es un fenómeno explicable por muchos factores pero no justificable por ninguno de ellos. La tecnología no es una cuestión complementaria a la que se puede renunciar, sino que es una característica esencial de nuestra cultura, y queramos o no, debemos aprender a interactuar con estos medios sin perder nuestra dignidad de personas.

¹ COLOM, A; SUREDA, J. y SALINAS, J. (1988) *Tecnología y medios educativos*. Cincel: Madrid.

² TRILLA, J. (1998) *La educación fuera de la escuela*. Ariel: Barcelona, p.136.

Esquema 1.

USOS Y FUNCIONES EDUCATIVOS DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN

1	Utilización en la escuela de contenidos y programas no específicamente educativos de los medios de comunicación de masas	Usos y funciones dentro del sistema educativo graduado	EDUCACIÓN FORMAL
2	Utilización en la escuela de programas específicos creados para ella (TV escolar...)		
3	Utilización en la escuela de los medios como recurso de expresión, creación e investigación para los discentes (TVCC, revistas escolares...)		
4	Utilización extraescolar de los medios para la enseñanza reglada de niveles del sistema educativo graduado (universidad a distancia...)		
5	Programas extraescolares de enseñanza metódica no ubicados en el sistema educativo graduado (cursos radiofónicos de idiomas, alfabetización...)	Usos y funciones fuera del sistema educativo graduado	EDUCACIÓN NO FORMAL
6	Programas a través de los medios de comunicación de masa dirigidos a la población en general, con finalidades formativas en áreas específicas		
7	Utilización de los medios en la animación sociocultural, desarrollo comunitario, etc. (vídeo comunitario, radios libres, tele-club...)		
8	Programas de divulgación científica, artísticos y culturales en los medios de comunicación de masas	Usos y funciones fuera del sistema educativo graduado	EDUCACIÓN INFORMAL
9	Programas infantiles y juveniles en los medios de comunicación de masas		
10	Efectos educativos informales producidos por los medios en sí mismos y por el resto de contenidos vehiculados en ellos	Influjo educativo no buscado	EDUCACIÓN FAMILIAR
11	Utilización autocontrolada y crítica de los medios de comunicación como elementos de integración sociocultural, de promoción de valores o, sencillamente, de descanso y diversión en el seno de la familia.	Usos y funciones dentro de la familia	

De este esquema se deduce que los medios de comunicación de masas facilitan un buen número de conocimientos, a veces ajenos a los contenidos propios de la escuela y a veces coincidentes con éstos.

En nuestro estudio nos referiremos a los medios de comunicación en este sentido; no como medios que se ponen intencionalmente para educar, sino como medios de comunicación cotidianos, que en cuanto que son comunicación humana, tienen efectos educativos en sí mismos, sin buscarlos e incluso en contra del querer de padres y educadores¹.

Para situar nuestro tema, será menester esbozar una sistematización previa del uso y funcionalidad de los medios de comunicación social en el terreno de la educación en general. En el siguiente esquema, adaptando y completando el realizado por Jaime Trilla², identificamos diez usos y funciones directamente educativos, perfectamente distinguibles entre sí, que resumen aquella versatilidad referida a lo pedagógico. A su vez, destacamos otra forma en que la utilización, activa o pasiva, de los medios de comunicación afecta, de continuo, al desarrollo personal, es decir, a la educación de un ser humano sin proponérselo.

En nuestro caso, lo que nos interesa resaltar son los puntos 10 y 11 que hacen referencia a los efectos de los medios de comunicación de masas en la educación que, en su mayoría, pedagógicamente no son perseguidos, así como el intento de los padres por controlar dicho influjo para la buena formación de los hijos.

I. EL PENSAMIENTO DÉBIL COMO EFECTO EDUCATIVO DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL.

Es sabido que los medios en sí mismo contribuyen a la formación de actitudes y estructuras perceptivas, así como la modificación de las costumbres y las formas de vida cotidianas. Tales efectos psicosociales pueden ser contemplados también desde una perspectiva pedagógica, y aunque ya sea un tópico considerable el repetirlo, hay que recordar la sentencia *mcLuhaniana* de que en la actualidad los niños aprenden más fuera de la escuela que en ella³.

Los medios de comunicación social introducen con gran facilidad una tromba de ideas y formas de ver la vida que, en buena parte, no ayudan a los jóvenes a ser mejores, sino que se presentan con una serie de rasgos —de modo encubierto, casi siempre— en radical desacuerdo con la forma de entender la vida que les han enseñado sus padres. Además, numerosos estudios demuestran cómo el abuso de la televisión perjudica seriamente el rendimiento escolar⁴.

Los mensajes de los medios de comunicación social llegan a los jóvenes de forma sensacional, y bajo esta apariencia agradable, contrarrestan, en muchos casos, la labor educativa de los padres en el hogar. Contando a su vez, con que muchos padres se encuentran también, muy mediatizados por el influjo materialista, hedonistas y permisivo que generan estos medios. Las convicciones que antes los jóvenes adquirían en la familia y en la escuela ahora provienen no sólo de estos dos canales, sino de la influencia a veces superior de los medios de comunicación, que llegan a adquirir así un papel protagonista en el proceso educativo.

El "fantástico" estilo de vida, placentero y exitoso, sin responsabilidades ni exigencias morales, de la vida de los "famosos", es de gran aceptación entre los jóvenes porque consolida su propia inmadurez, porque va a favor de la corriente y les evita un planteamiento de lucha personal y la incómoda tarea de tener que pensar

¹ S.O.S. Familia, es un ejemplo de asociación de padres preocupados por la influencia negativa que los medios de comunicación pueden ejercer sobre sus hijos y realizan desde 1991 campañas preventivas de información. Véase, MOYA, C. Y DUFAR, L.E. (1997) *Televisión*, S.O.S.Familia: Madrid. Este libro denuncia la degradación moral de la programación televisiva y lucha por elevar el nivel cultural.

² IDEM, p. 137.

³ McLUHAN, M. (1969) *La comprensión de los medios como extensión del hombre*, Diana: México.

⁴ IGLESIAS, F. (1990) *La Televisión dominada*, Rialp: Madrid.

ASCH, S.E. (1984) Fuerzas de grupo en la modificación y distorsión de los juicios. En TORREGROSA, J. y CRESPO, E. (comps.) *Estudios Básicos de Psicología Social*, Hora:

a fondo sobre el sentido de la vida, etc. Además, al ir en contra de lo que los padres les enseñan, es un acicate para ciertas edades.

Las ideas y costumbres que llegan a través de los medios de comunicación, se concretan en un conjunto de tópicos -"frases hechas"- y de "slogans" precisamente fabricados para que los jóvenes -y los mayores con mentalidad adolescente- los repitan y se acostumbren a opinar sobre lo inmutable y a dogmatizar en lo opinable.

Estas ideas y costumbres se encaminan a crear en la juventud una continua necesidad de consumir; de experimentar nuevas sensaciones y meterles en una carrera desenfrenada hacia la novedad, pero dentro de esta perspectiva materialista, la novedad permanente no existe, por lo que se crea una mayor dependencia de los medios de comunicación social, tratando de escapar del "aburrimiento crónico" y del vacío que se derivan de una vida volcada en lo efímero.

El objetivo queda entonces centrado en adquirir y reemplazar rápidamente bienes "de consumo", estrictamente materiales, entendiéndolo por "nuevo" el último producto del cambio y apoyándose en un falso principio: "Todo lo nuevo, por presente es bueno; todo lo viejo por pasado es malo." El resultado no es otro sino el de encontrarse cada vez con más jóvenes que viven una vida superficial, en una dimensión casi animal, porque no han encontrado el sentido de sus vidas. Por falta de formación y de valores sólidos, se pierden en una necesidad constante de distraerse, de hacer caso al primer lazo de frase brillante, pero hueca, de repetir machaconamente tópicos preconcebidos.

Los medios de comunicación se fundamentan en el ya manido: "una imagen vale más que mil palabras". Los medios de comunicación social, por lo general, ofrecen una argumentación débil y escasa, cuando no inexistente, utilizando un lenguaje emocional que repercute en un bienestar inmediato, aunque a la larga, provoca un estado de insatisfacción y vacío existencial que hay que llenar con nuevas sensaciones, creándose así, una dependencia de continua novedad que esclaviza y degenera a la persona.

El gran aliado de los medios de comunicación social es su rápida y masiva difusión que tranquiliza las conciencias: "es que todos lo hacen" (tópico). Bajo el pretexto de normalidad, algunos padres se sienten confundidos y se plantean si son ellos los que han perdido el tren de la historia.

Estudios en psicología social nos demuestran el fenómeno del conformismo social⁷-popularmente, *borreguismo*-: cuando un ser humano renuncia a pensar se deja arrastrar por las tendencias de moda. Los estudios experimentales de Solomon Asch hicieron ver mediante una mayoría cómplice que emitía juicios deliberadamente erróneos sobre un material perceptivo altamente estructurado, a pesar de ello, que un tercio de los sujetos experimentales adoptaran dichos juicios. Algunos autores explican este fenómeno como consecuencia de la necesidad que el individuo o minoría tiene de la aprobación social, de la aceptación por parte de los demás. O también, lo explican como reacción a la necesidad que el individuo o minoría tiene de información que le permita ajustarse al medio⁸. El fenómeno al aceptarse mayoritariamente se interpreta como bueno; - *quizás no sea lo mejor pero es el camino más seguro para "no tener problemas", ya lo dice el refrán: a donde fueres has lo que vieres.*

La masa empuja e impide pensar y convierte al hombre en juguete de los otros. Al no analizar críticamente los contenidos del ambiente, se ven convertidos en realizadores prácticos y pasivos -como dóciles corderitos- de lo que unos "pensadores" han creado para ellos⁹. Los jóvenes se ven manejados por otros que fabrican su ropa, sus ideas, sus gestos, sus gustos. Como explicaría un autor contemporáneo, la moda esclaviza a los desertores de la eternidad, a los que no han sabido trascender.

⁷ ASCH, S.E.(1984) *Fuerzas de grupo en la modificación y distorsión de los juicios*. En TORREGROSA, J. y CRESPO, E. (comps.) *Estudios Básicos de Psicología Social*, Hora: Barcelona.

⁸ DEUTSCH, M. Y GERARD, H.B.(1955) "A study of normative and informational influence upon individual judgement". *Journal of Abnormal and Social Psychology*, nº61, pp. 181-189.

⁹ CANTO, J.M.(1994) *Psicología Social e Influencia. Estrategias de Poder y procesos de cambio*, Aljibe: Málaga. Análisis actualizado de los procesos de influencia social

Ortega y Gasset hacía notar cómo el hecho más significativo de su época "la rebelión de las masas". Cuando estamos comenzando el siglo XXI podemos decir que hemos superado la rebelión de las masas para entrar en la "tiranía de las masas", que obliga a la más penosa mediocridad.

El sistema educativo actual está perdido, no sirve a la persona, sino a la masa. No se busca el mejoramiento personal, sino la conservación del pacto social, y bajo este principio, la muchedumbre tolerante obedece al concepto de que "la mayoría manda".

De la filosofía de Rousseau brotó el tiránico y absurdo principio de la voluntad de la mayoría tiene siempre la razón. Según Rousseau, debemos obedecer la voluntad general, que siempre está en lo cierto. Lo real, sin embargo, es que "la verdad jamás está en la mayoría", como lo ha dicho el cardenal Ratzinger.

II. DEL PENSAMIENTO DÉBIL AL VICIO Y LA CORRUPCIÓN

Cuando no existe un control real de los mensajes que se introducen en uno mismo, éstos adquieren dominio sobre el yo. Una persona formada de modo insuficiente tiene dificultades para discriminar la información que penetra en su mente y queda como hipnotizada, con el consiguiente deterioro de su comportamiento.

Se establece, por tanto, una línea causal que une el pensamiento débil producido por la cultura de masas, con un debilitamiento del carácter y la voluntad de la persona, lo que es grave porque los temperamentos débiles son los que caen más fácilmente en el vicio y la corrupción.

Cuando una persona tiene la voluntad debilitada no está en condiciones de hacer lo que quiere porque le puede el *me apetece*. A modo de ejemplo podemos citar la situación, bastante habitual, del estudiante que quiere ser un profesional competente pero a la hora de estudiar deja a un lado sus ambiciosos proyectos y se pone a ver la tele. La experiencia demuestra que aquel que renuncia a su propia excelencia por la dependencia al gusto efímero, siempre se encuentra insatisfecho.

Como ya hemos dejado patente, los contenidos habituales de los medios de comunicación social no tratan de educar sino de vender, y montan su producción en la oferta engañosamente fácil. Lo fácil es atractivo pero no suele ser educativo: se educa en busca de valores y lo valioso cuesta esfuerzo. El maleducado no necesita de ningún esfuerzo para vivir como lo hace. A la inversa, ser educado, es decir, vivir según nuestra dignidad de persona requiere siempre de una actitud vigilante y un carácter templado, de voluntad y esfuerzo sostenido a través del tiempo.

Con todo esto queremos llegar a que todos estos problemas de pensamiento débil, de subjetivismo o como se le quiera llamar, responden, por lo general, a un problema de autocontrol: el ser humano prefiere la belleza, la bondad, lo valioso pero eso requiere esfuerzo, y quien no quiere o no puede poner dicho esfuerzo, por falta de una buena educación en muchos casos, busca argumentaciones que justifiquen su búsqueda compulsiva de lo cutre, lo zafio, lo falso, lo perverso...

Los tópicos se convierten en un pretexto para dar rienda suelta a los deseos e impulsos más primitivos o animales sin sentir molestia, vergüenza ni culpabilidad: *Se tu mismo; no te reprimas; no dejes que te coman el coco; Esa es tu verdad y esta es la mía... -encantado; lo que es bueno para ti no tiene que ser bueno par mi; cada uno tiene que buscar su propia autorrealización; yo hago lo que quiero; yo estoy contento conmigo mismo; Yo te tolero, tolérame tu a mí..* Y podríamos seguir con una dilatada ristra de frases yoicas -yo, yo, yo...- similares, a cual más insuficiente.

Las carencias educativas en estos planteamientos son evidentes, pero éste es el cáncer educativo que en este momento nos aqueja: la ausencia de valores supremos y verdaderos.

III. EDUCAR DESDE LA CULTURA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN SOCIAL

A pesar del posible mal que los medios de comunicación social pueden ocasionar en la educación de las personas sería ridículo e inútil, utilizar la actitud del erizo, como si estos medios fuesen un nuevo opio del pueblo que carcome el espíritu de nuestro tiempo. Nuestro tiempo es el tiempo de los medios de comunicación de masas y es aquí, sin escapismos ni enclaustramientos, donde debemos desarrollarnos como personas. Además, el uso ordenado de estos medios nos ofrece un inmenso campo de relaciones humanas, de visión universal, que salta los localismos recalitrantes, facilitando la amplitud de miras y el enriquecimiento de las culturas¹⁰.

Si bien es verdad que ahora nos vemos todos expuestos a los masivos ataques de la información confeccionada que puede provocar una uniformidad de formas de vida esclava de mitos, tabúes, modelos e idolatrías universales y simultáneamente difundidos, también es cierto que se nos brinda la posibilidad de vacunarnos contra el "color local" y el aire viciado del costumbrismo sin alma, que tan triste confusiones de valores, tantos separatismos y "chauvinismos" antihumanos han fomentado y sostenido.

El caso es que los medios de comunicación social se desarrollan, se extienden, se perfeccionan sin cesar. Los políticos y todos aquellos que buscan poder, saben que de los medios de comunicación depende su éxito e intentan acapararlos o, al menos controlarlos lo más ampliamente posible. ¿Lograremos orientar hacia el bien del hombre este ímán poderosísimo, evitando los escollos totalitarios y paternalistas de la manipulación más gigantesca que ha conocido la historia?

Nuestro reto como educadores no está en diseñar un preservativo intelectual con el que utilizar con seguridad los medios de comunicación social, sino en lograr transformar la pasividad tan criticada que provocan nuestra cultura de masa en un goce sereno, concentrado y realmente contemplativo.

Vale la pena comprometerse en la evolución que está teniendo lugar. Durante siglos se guisaba en las altas esferas intelectuales una especie de plato único cultural, al que, eventualmente agotado, se permitía acceder a las masas incorregibles e ineducables. Hoy ya tenemos una cultura de masa, difundida por los medios de comunicación social, de nivel ciertamente todavía bajo, pero de la que podría surgir una auténtica cultura personalizante y democrática, es decir, una cultura para todos, donde todos tienen posibilidad de formarse como personas.

La repulsa desairada y la crítica negativa fueron siempre inútiles y, a veces, nocivas. Como diría Wayne Dyer, *todo lo que combates te debilita y todo lo que defiendes te da fuerza*¹¹. Desde esta premisa la lucha está en formar personas de criterio que hagan de los medios de comunicación social un instrumento de personalización y de comunicación auténticamente humana.

El entusiasmo bobalicón ante las conquistas técnicas y la explotación desconsiderada y concupiscente de las mismas preparan desilusiones y envilecimientos en las personas a las que deberían haber servido. Pero la participación responsable lleva siempre a la medida y a la madurez.

IV. DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN A LA TRASCENDENCIA

El salto a la trascendencia se convierte en tarea de titanes, cuando la persona queda transformada en alimento de los medios de comunicación social, que lo absorben, digieren y asimilan al interés colectivo y pasivo contenedor para los millones de mensajes comunicacionales que la bombardean continuamente, con el objeto de convencerla para comprar tal o cual producto o adherirse a diversas ideologías.

¹⁰ CUMMIS, J.(1989) "De la ciudad aislada a la aldea global", *Comunicación, Lengua y Educación*, n° 1, pp.57-70.

¹¹ DYER, W.(1993) *Tus zonas mágicas*, Grijalbo: Barcelona, p.81.

El espacio interior del hombre se reduce cada vez más, asfixiado por la influencia desmesurada de los medios de comunicación, la publicidad y las exigencias del estado de bienestar.

Sin embargo, nuestra propuesta es hacer de estos medios cauces de contemplación, de unión, medio para amar al mundo apasionadamente. Y esto se consigue alimentando la vida interior, la vida del espíritu, sin hacer cosas raras, sencillamente fomentando la vida en la familia, el amor de los unos por los otros. Los padres deben esforzarse en desarrollar en sus hijos, frente a la nivelación "estándar" que proponen los medios de comunicación y que iguala a todos despersonalizándolos, una "desnivelación" por la fuerza creadora de la personalidad.

Con el propio ejemplo observado en la familia, se sientan las bases de una auténtica educación de la libertad, fortaleciendo el entendimiento y la voluntad ante cualquier tipo de presión reduccionista.

Debemos aprender a utilizar los medios de comunicación con elegancia y señorío, con orden y templanza. No se trata sólo de evitar lo que ofende a la verdad, al bien o a lo bello, sino debemos encontrar en ellos lo que afianza y eleva al hombre a la conciencia de su dignidad; descubrir, mediante el disfrute contemplativo, el alto grado en que estamos en la naturaleza; captando lo que nos habla de la posibilidad de acrecentar en uno mismo las dotes de energía y virtud de que disponemos...

Habrà quién piense que todo esto son idealizaciones, y que los tiempos pasados eran más fáciles. Pero aunque sin duda es tarea ardua, los tiempos pasados tenían sus dificultades propias. Cada tiempo hay que hacerlo, y hacerlo bien es siempre la compleja tarea práctica con la que nos enfrentamos. Muchos estiman que no hace falta esfuerzo de atención para adquirir el arte de la vida, que pueden saber cómo conducirla en general, su matrimonio, la educación de sus hijos, etc., sin tener que pasar por el aprendizaje. Otros consideran que todo eso son antigüedades que no merecen la menor atención. Otros, por fin, lo toman como un estudio meramente teórico.

La sabiduría está en el saber práctico, un saber hacerlo. Se trata de algo muy sencillo, o sea, muy difícil. Construir, no meramente instruir, educar, a una persona, a una sociedad, esa es la tarea escondida y grandiosa. Y una de las claves está en el buen uso y disfrute de los medios de comunicación social. En ellos se forja una cultura y en buena parte nuestra personalidad.

Si una sociedad no tiene personas que trascienden lo estrictamente material y elevan la categoría humana de sus medios de comunicación, no vale nada.

No se trata de que vivamos en el siglo III o en el siglo XXI, de que dispongamos de unos medios o de otros, de lo que se trata fundamentalmente, es de dar sentido a todo lo que hacemos, encaminando todas nuestras acciones y comportamientos hacia nuestro fin último como personas, que nos aleja de lo animal y nos acerca a Dios.