

SOCIEDAD, COMUNICACIÓN Y NUEVAS FORMAS EDUCATIVAS

Ramón Reig/Aurora Labio Bernal
Departamento de Periodismo II
Universidad de Sevilla
ramonreig@us.es, auroralabio@us.es

Palabras Claves: Comunicación/Sociedad/Educación

Sociedad, Comunicación y Formación

Teun A. van Dijk¹ ha escrito: “una vez que somos capaces de influenciar las creencias sociales de un grupo, podemos controlar indirectamente las acciones de sus miembros. Éste es el núcleo de la reproducción del poder y la base de la definición de la hegemonía”. La hegemonía necesita signos que la hagan posible, signos que se conviertan en distintivos y en falsos centros de identidad e importancia. Una de las inclinaciones naturales de la especie es el consumo. La ideología dominante procurará tergiversar el consumo y convertir sus representaciones, sus iconos más identificadores, en núcleos de atención y valoración social. Entonces, todo fenómeno inconsciente, no calculado, que haya podido aparecer como consecuencia de una actividad mercantil ancestral propia de la especie en la que esa ideología se desenvuelve, desaparece. Blanca Muñoz² apunta: “La moda, por ejemplo, aparece como el paradigma de las nuevas dimensiones que ha emprendido la ideología conscientemente planificada”.

Los grupos humanos tienen su fundamento en una serie de niveles: familia, colegio, universidad, sociedad. La ideología debe incidir sobre dichos niveles si desea ser efectiva. En los países avanzados y en los segmentos poblacionales con poder adquisitivo de los países no industrializados, se dan los cuatro niveles pero no es extraño que falten algunos bajo determinadas condiciones socioeconómicas. Desde luego lo que está siempre presente es el entorno, el contexto: la sociedad que, puede afirmarse, contiene, en los casos de los segmentos sociales con poder adquisitivo, al resto de los niveles sobre los que va a ejercer una influencia decisiva.

¹ VAN DIJK, Teun A.: “El análisis crítico del discurso”, en *Anthropos*, núm. 186, monográfico sobre *Semiología Crítica. De la historia del sentido al sentido de la historia*, Barcelona, 1999, p. 31.

² MUÑOZ, Blanca: “Ideología y dominación simbólica en el modelo cultural post-industrial: para un proyecto teórico y temático de semiología crítica”, en el número citado de *Anthropos*, p. 59.

Sin embargo, hay que trabajar sobre la base de la transmutación de los niveles enumerados. Ya hace años que estudiosos como Esteinou Madrid³ dejaron claro que la irrupción de la comunicación había supuesto un cambio de orden en los niveles de formación. El niño acude al colegio llevando ya un prolongado tiempo de mensajes televisuales en su mente. En el colegio, sus formadores han recibido, asimismo, el influjo audiovisual. Cuando regresa a casa, de nuevo le espera esa influencia (en la que incluimos a Internet), bajo la que también están sus padres. La comunicación interpersonal disminuye. En bastante más de la mitad de los hogares de los países avanzados hay más de un televisor, los niños disponen en más de un 90 por ciento de teléfonos móviles y se sienten más atraídos por los videojuegos que por el televisor (en su dormitorio pueden tener un ordenador y un televisor). La comunicación audiovisual se ha situado por delante de la influencia de la familia y el colegio⁴.

Formación made in USA

La ideología llega a la sociedad a través del medio audiovisual, sobre todo, antes de que el ser humano “descubra” Internet, y, después, sigue operando. El subsector audiovisual es una parte esencial del sector comunicacional y éste, a su vez, forma parte de la macroestructura socioeconómica cuya actividad conocemos como economía de mercado. Sus mensajes, en su inmensa mayoría, no van a tirar piedras sobre su propio tejado, como dice Marcial Murciano⁵. El sector audiovisual y la comunicación en general, como toda actividad de mercado, están sujetos a la cuenta final de resultados. Siempre tratará de que ésta sea favorable o, al menos, equilibrada. Esto puede ir en contra de la calidad de la programación, sobre todo en la televisión en abierto. Se procurará ofrecer al espectador programación relacionada con los llamados instintos primarios: sexo, violencia, acción, emotividad anodina, etc., que, además, es de mediano y bajo coste. La programación de la comunicación de pago (televisión) puede ser de mayor calidad pero carente de metodología, es una información “anárquica”, de recipientes que no se comunican entre sí, es decir, apta para adquirir información pero no conocimiento, si no se posee la base formativa previa para observar ese mosaico desde arriba y comprender lo que representa.

³ ESTEINOU MADRID, Francisco Javier: *Los medios de comunicación y la construcción de la hegemonía*,. Ed. Trillas, México, 1992.

⁴ Sobre este tema, REIG, Ramón: “Familia, infancia y medios de comunicación”, en VV.AA.: *El niño y la imagen*, Pablo de la Torriente Editorial, La Habana, 1996 y REIG, Ramón: “La dimensión ética de la comunicación: los niños y sus derechos en los medios”, en VV.AA.: *Las otras ventanas del aula*, ICAIC, La Habana, 1997.

⁵ MURCIANO, Marcial: *Estructura y dinámica e la comunicación internacional*, Ed. Bosch, Barcelona, 1992.

La transmisión ideológica se lleva a cabo de forma sutil: películas norteamericanas nos muestran continuamente amplias casas de familias norteamericanas felices, con zonas ajardinadas, mientras se desarrolla el argumento, sin contar la aparición continua de símbolos estadounidenses, empezando por el inevitable enfoque de la bandera en plano principal o secundario. La asociación familia-héroe familiar-zonas verdes-bandera, etc., operará en nuestra mente, estimulando, por ejemplo, el individualismo estéril pero individualismo al fin, que es lo que se pretende: si hacemos nuestra la idea de que podemos solucionarlo todo solos, damos por supuesto que la organización con otros para lograr fines es inútil, esto es positivo para todo poder. Lo anterior lleva consigo la intencionalidad de proyectar la atracción por el país estelar del mercado. También se ofrecerán múltiples expresiones y escenas emotivas que rozan el ridículo pero que resultan permeables al cerebro para lograr objetivos concretos.

Aunque puedan no convencer algunos aspectos al receptor, lo cierto es que se da una dinámica intensísima de mensajes *made in USA*. Casi todo lo que nuestros jóvenes consideran positivo y les causa asombro y persuasión, procede de allí, luego aquello, en el fondo, es “guay”, “mola cantidad”, en expresiones actuales. Pero, al margen de que mole o no mole, es que no existen apenas otros mensajes con los que comparar a los anteriores y los que existan lo tienen muy difícil ya que la venta USA se basa en el estudio de las zonas más “erógenas” de los distintos públicos.

La atracción por el país estelar del mercado es esencial y, al mismo tiempo, está llena de contradicciones dentro del propio Sistema. Por un lado, es el contrincante “a batir” desde el punto de vista comercial y monetario (la lucha del euro contra el dólar está ahí, su significado más profundo es ignorado por el público). Por otro, se debe cuidar la relación y la imagen del país líder del Nuevo Orden Mundial, el gran impulsor del éxtasis cibernético, el ganador de la Guerra Fría, que cuenta con un gran número de representantes-propagandistas en Europa y Japón (las otras dos zonas de la Tríada: las tres se odian y se aman al mismo tiempo). Por tanto, hay que “criticar” a los EE.UU. pero dentro de un orden. Así, aparecerán críticas⁶ de vez en cuando en algunos medios de comunicación que, de paso, ofrecen de esta manera “carnaza” a sus receptores “progresistas”. También tendremos libros con contenidos anti-USA más o menos intensos. Pero las mismas empresas comunicacionales que llevan a cabo la proyección

⁶ Sobre las discrepancias que legitiman el sistema puede verse LABIO BERNAL, Aurora: “Comunicación alternativa en Estados Unidos: *Project Censored*, el descubrimiento de las ‘no noticias’”, en *Revista Antrhopos*, nº 209, Barcelona, 2005, pp. 136-139.

de estos mensajes estarán, al mismo tiempo, emitiendo muchos más que, de forma explícita o implícita, favorecen a los Estados Unidos.

Un ejemplo claro es el Grupo Prisa, en España, conectado a su vez a grupos de Francia-EEUU (NBC-Vivendi) o Colombia (Bavaria), que tiene a algunos de sus profesionales encargados de reflexionar crítica y constructivamente sobre la globalización y los Estados Unidos al tiempo que ha establecido múltiples acuerdos en su división audiovisual con multinacionales norteamericanas de la comunicación, desde la CNN hasta la Warner, que ya son el mismo conglomerado. La presencia del mensaje *made in USA* en informativos, documentales, películas, etc., es abrumadora⁷.

En numerosas secuencias de películas *made in USA*, además de contemplar los mensajes explícitos e implícitos antes indicados, es cierto que, igualmente, veremos escenas violentas, pero al final triunfará la violencia legal y positiva. De todas formas, el mensaje ya está logrado. Por un lado, se puede interpretar que tanto “buenos” como “malos” logran objetivos mediante la violencia, aunque sea la parte positiva la que alcance la victoria final. Lo negativo es el mientras y ese final; ambos, en mentes predispuestas a la violencia, sobre todo, desencadenarán efectos lamentables. Por otra parte, llueve sobre mojado: una sociedad en tensión por sus características de competitividad, propias de la sociedad del éxtasis cibernético⁸, se vuelve más violenta con esta estrategia mercantil de programación que parece no tener límites éticos y, lo que es más grave, ningún contrapeso ideológico sólido que le haga frente y le ofrezca a la población los múltiples aspectos que encierra la Historia del ser humano al tiempo

⁷ Hay que resaltar que, en España, ha tenido lugar en los últimos veinte años un auténtico lavado de cerebro en relación con la imagen de los Estados Unidos. España era uno de los países occidentales más antinorteamericanos (y aún lo sigue siendo, a pesar de todo), un sentimiento que creció más durante el franquismo pero que venía del siglo XIX. Este sentimiento persiste en capas de población cada vez más reducidas. Sin embargo, el sistemático olvido consciente de la Historia más cercana y la subida obligada al carro de los nuevos tiempos (que encierra la aceptación de la supremacía mensajística estadounidense) ha llevado consigo una especie de ley de punto final sobre tan “espinoso” tema. Las nuevas generaciones, en su generalidad, no suelen plantearse este problema (porque consideramos que Estados Unidos es un problema mundial, no por su admirable infraestructura científica –utilizada también desde una óptica insolidaria de mercado– sino a causa de sus postulados egocéntricos, egoístas y ortodoxos, que se están exportando a gran velocidad al resto del mundo, empezando precisamente por Europa y Japón). El conflicto de Irak ha llevado a las autoridades políticas españolas (PSOE) a una situación casi esquizoide porque, a la vez que el PSOE se ha visto obligado a retirar las tropas españolas de aquel lugar en 2004, según su promesa electoral en unas elecciones que no esperaba ganar pero que las bombas del 11 de marzo le pusieron en bandeja, se es consciente de que hay que estar al lado del Imperio, con cual las ambigüedades son constantes. Aún así, ha sido la actuación estadounidense en Irak y Guantánamo, sobre todo, lo que ha avivado el sentimiento “anti-yanqui” antes mencionado.

⁸ Esta expresión quiere denunciar el excesivo misticismo e importancia que se le está dando a las llamadas nuevas tecnologías, que se presentan por ciertos círculos de poder como fines en sí mismas hasta el paroxismo, como si fueran una revolución en el sentido ético-social-económico del término, algo que es falso.

que entretiene a esa población deleitándola, formándola e informándola. Porque, que quede claro: aquí no hay que prohibir ni censurar nada; cada cual que se distraiga o se autodestruya espiritualmente si así lo desea. Aquí se trata de contraponer, de enfrentar unos mensajes con otros.

En definitiva, el foco democrático por excelencia debe quedar esencialmente a salvo. A principios de noviembre del año 2000 tuvieron lugar unas elecciones presidenciales que enfrentaron a George W. Bush (republicano) y a Al Gore (demócrata, que anunció, a principios de los años noventa, junto al presidente Clinton, para quien trabajaba como vicepresidente, la importancia crucial de las autopistas de la información para el desarrollo de la economía mundial). El resultado de los comicios se convirtió en una pesadilla de nunca acabar debido a irregularidades de diversa índole, hasta el punto de que no se proclamó presidente (Bush) hasta dos meses después, tras enfrentamientos dialécticos, físicos (manifestaciones), recuento manual de votos en Florida, intervenciones de gobernadores estatales y de la Justicia. Todas las disposiciones históricas que convertían a Estados Unidos en una pseudodemocracia (el poder del llamado Colegio Electoral por encima del sufragio universal, por ejemplo) saltaron a la opinión pública (sin contar el elevadísimo abstencionismo habitual). Sin embargo, todo esto fue tratado con exquisita prudencia por la comunicación occidental. Se habló y mucho, es cierto, pero sin demasiados mensajes peyorativos, con cuidado, sin cargar las tintas en exceso. No es recomendable desprestigiar al *señorito* que nos guía económica y espiritualmente, no se le pueden dar concesiones al enemigo.

Aún así, se podían encontrar algunos textos significativos. El escritor estadounidense Gore Vidal⁹ escribió, entre otras cuestiones:

Hasta el 12 de diciembre [cuando interviene la Justicia en el proceso] hemos disfrutado de un buen número de elecciones apaciblemente corruptas, decentemente ocultas a la vista del público, que han permitido a la mayor nación del país mantener su brillante curso en la historia (...).

La política norteamericana es, básicamente, un asunto de familia, como en la mayor parte de las oligarquías. Cuando se le preguntó al padre de la Constitución, James Madison, cómo demonios podía el Congreso hacer algo de provecho si el país tenía ya cien millones de habitantes y sus representantes elegidos pasaban de medio millar, Madison respondió: “No hay que preocuparse, la ley de hierro de la oligarquía siempre prevalece”. Esos padres fundadores, que tanto nos gusta citar, sentían tal temor y aborrecimiento por la democracia que se inventaron el Colegio Electoral para sofocar la voz del pueblo de la misma forma que el Tribunal Supremo ha sofocado la de los votantes de Florida el 12 de diciembre [del año 2000]. No estamos predestinados a ser una democracia, sometida por ello a la tiranía mayoritaria, ni tampoco una dictadura,

⁹ VIDAL, Gore: “La ley de hierro de la oligarquía siempre gana”, en *El País*, 31-12-2000, pp. 13-14.

sometida a la locura cesarista. John Adams dijo que éramos una nación de leyes, no de hombres, lo que con el tiempo se ha convertido en una nación de abogados, no de personas... o al menos de personas cuyos votos se cuentan en las elecciones.

Nos enteramos pues de una nueva forma de democracia censataria y de una nueva prueba de cómo en Estados Unidos han descubierto la cuadratura del círculo. Sin embargo, estas cuestiones son lo de menos, la transmisión ideológica debe seguir no sólo en el mundo de la ficción audiovisual, como veíamos antes, sino en el terreno de los mensajes periodísticos tanto en los propios EE.UU. como en Europa, que ha importado casi todas las fórmulas norteamericanas, convirtiendo al periodismo en espectáculo como están haciendo paulatinamente en los mismos EE.UU.

Los informativos ofrecerán noticias sin perspectiva, adaptadas a formatos rápidos como el audiovisual (que es espectáculo incluso aquí). La línea editorial seguirá los intereses macroestructurales e incluso se dirá explícitamente que lo que sucede no tiene vuelta de hoja. Un periodista y presentador de informativos de la cadena de televisión española Antena 3 TV, Ernesto Saenz de Buruaga, cerraba en 2000 con esta frase todos sus informativos: “Así son las cosas y así se las hemos contado”. No hay duda, por tanto. En los aspectos más esenciales, es decir, en los temas que más puedan afectar a la credibilidad de la ideología de mercado, todos los informativos se comportarán de manera cautelosa: el mensaje será similar. También los informativos se detendrán, sobre todo, en aspectos emotivos, simplistas y asombrosos sin contextualización alguna, sin perspectiva, esto es, sin raíces: catástrofes, sucesos en general, pederastia, abusos de cualquier tipo contra la mujer, contra los inmigrantes, etc., todo tratado con metodología filmica, si se nos permite la expresión. Pero no vamos a detenernos más en este tema, de sobra tratado¹⁰. Sólo añadiremos que la instrumentación del arma audiovisual por parte de su estructura de poder exige que no aparezcan en pantalla otras realidades existentes.

La “prohibición” de otras voces y el entretenimiento

Tanto en el Occidente desarrollado como, en mucha mayor medida, en el mundo en vías de un desarrollo que va demasiado despacio, es imprescindible que tengan poca o nula

¹⁰ Véanse RAMONET, Ignacio: *La tiranía de la información*, Ed. Debate, Barcelona, 1998 y REIG, Ramón: *La información binaria. Emotividad y simplicidad en el periodismo*, Eds. de la Asociación Cultural Gallo de Vidrio, Sevilla, 1994.

presencia en las cámaras, otras realidades, otras voces que podrían hacer que el ciudadano pudiera asomarse a nuevas interrogantes que apenas conoce. Javier Esteinou Madrid¹¹ explica este aspecto al referirse al caso mexicano:

(...) observamos que no obstante que en la actualidad la sociedad mexicana ya ha llegado a alcanzar los 100 millones de habitantes, y pese a que, en última instancia, los grupos básicos que sostienen a nuestra nación son los que financian el funcionamiento de la televisión; confirmamos que la mayor parte de estos sectores básicos no tienen acceso para participar dentro de este medio de comunicación para exponer colectivamente sus necesidades e incorporarse a los procesos de gestión pública del país vía esta tecnología cultural.

En este sentido, constatamos, por ejemplo que las organizaciones campesinas no cuentan con espacios televisivos para desde estos solicitar apoyos crediticios para trabajar en el campo, exigir mejores precios de garantía a sus cosechas, demandar el reparto de tierras, denunciar el extendido cacicazgo y la corrupción de autoridades o funcionarios, etc. Los sindicatos tampoco cuentan con tiempo informativo para pedir aumentos salariales, elevar sus condiciones generales de vida, denunciar las anomalías existentes en el interior de las mismas, etc.

Los partidos políticos tampoco gozan de suficiente margen televisivo para fortalecer su participación en la sociedad, perfeccionar el sistema electoral, mantener contacto masivo con sus representantes, difundir sus propuestas y posiciones partidistas, salvo en los períodos electorales, etc. Los numerosos grupos indígenas fundadores desde hace milenios de nuestro territorio y cultura, todavía, en el siglo XXI, no tienen ningún espacio en la televisión para expresar sus necesidades, dolor y tristeza generado desde hace 500 años con la Conquista Española, etc.

La programación llamada “de entretenimiento” contiene, asimismo, una carga de transmisión ideológica. Nos estamos refiriendo, por ejemplo, a los concursos donde no es necesario un esfuerzo intelectual notorio ni un nivel cultural tan sólo aceptable. Este tipo de concursos-espectáculos, al mismo tiempo que, en efecto, entretienen, son una apología de la ganancia fácil y rápida, del consumo, la ostentación, el lujo, la competitividad, etc. De hecho, también son un estímulo a la emigración-inmigración. Como ha demostrado el periodista Javier Ronda¹² en su tesis doctoral, una de las causas que estimulan a los habitantes del norte de Marruecos a cruzar el Estrecho de Gibraltar en pateras, arriesgando hasta el límite la vida y sometiéndose a los dictados de las mafias, son programas del tipo que comentamos (*El precio justo*, en su día, pongamos por caso), que impulsan a estas gentes a buscar un “mundo mejor”. En el norte de Marruecos la televisión española se ve tanto o más que la marroquí.

¹¹ ESTEINOU MADRID, Javier: “Globalización, medios de comunicación y cultura en México a principios del siglo XXI”, en *Ámbitos. Revista Internacional de Comunicación*, núm. 5, 2º Semestre de 2000, pp. 12-13.

¹² RONDA IGLESIAS, Javier: *La información en Marruecos y la influencia social de los mensajes audiovisuales españoles*. Tesis doctoral presentada en el Departamento de Periodismo de la Universidad de Sevilla. Director: Ramón Reig. Inédita.

Familias, profesores e ideología

La familia se halla cansada, con pocas fuerzas para presentar batalla a todo un aparato de consumo al que los hijos sitúan en un lugar preferente de sus vidas. Los mismos padres son víctimas de este engranaje, hasta los más impermeables a él; si no logran su objetivo de micro-contrapoder paternal, tratan de vivir con resignación y conservar los aspectos espirituales. En esta pugna desigual, gana el más fuerte, es tremendo tener que luchar contra los mensajes audiovisuales alienantes de forma continua para que tus hijos puedan darse cuenta de que existe en la vida bastante más que eso. Y encima, perder.

Los profesores de los colegios se quejan de que la sociedad ha ido minusvalorándolos progresivamente. Aparece también el cansancio, aumenta el absentismo y las bajas por enfermedad (una de las causas ya se sabe: la depresión). Es cierto que no pocos profesores se han “funcionalizado” y no hacen grandes esfuerzos por recuperar la autoestima, la ilusión por el conocimiento, para trasladarlo todo a sus alumnos (lo mismo le ocurre a bastantes padres). Pero no puede pasarse por alto el contexto en el que trabajan. Ese contexto valora más la información que el conocimiento, los datos más que su interpretación; centra su atención en el pragmatismo, estimula la violencia en el alumno. El éxtasis cibernético nos habla de la tele-enseñanza, pero un alto directivo de la filial de una multinacional de las telecomunicaciones, nos decía en junio del año 2000 que en los Estados Unidos no pocos padres desean la tele-enseñanza con tal de que sus hijos no vayan a los colegios, donde pueden ser víctimas de agresiones ya conocidas de sobra, que hasta pueden causar la muerte. Como es natural, esos padres prefieren que pierdan el contacto personal con sus profesores antes de que pierdan la vida.

Los ignorantes pueden presentar esto como un triunfo de la “nación Internet”, en sus encendidas predicaciones, y a nuestras ideas como apocalípticas (sin embargo, resulta que ahora los integrados son los apocalípticos porque predicán una especie de muerte personal y social a quien no se sume al “orgasmo” cibernético). Pero Internet no es un ente aislado sino que ha nacido en un contexto, el de la economía de mercado, que es, en última instancia, el causante de esto. ¿Quién, si no? ¿Los padres? ¿Los hijos? ¿La sociedad, como dicen a veces tirando balones fuera, espantándose responsabilidades? ¿Sobre qué valores, sobre qué ideología funciona la sociedad? ¿Quién la proyecta? ¿A través de qué instrumentos? ¿Quién fabrica esos instrumentos?... Y no se nos responda con eso de que cada uno es libre y existe el libre albedrío. El relativismo actual tiene por

norma ignorar que el ser humano, como cualquier ser vivo, está muy influido por su entorno y, en muchas ocasiones, sometido a él (micro y macro-entorno).

La ideología debe lograr que la sociedad haga suyos unos valores, unos comportamientos, y los *internalice*. La ideología supone además que, por ejemplo, en España, los colegios privados, que se nutren de dinero público, puedan, sin embargo, enseñar conforme a los intereses del mercado y de minorías concretas. La ideología supone barrer la Historia o, al menos, orillar en gran medida aquellos aspectos indeseables para ella. Supone marginar la Historia o, más que eso, sus significantes y sus significados. Se trata de formar seres listos, no inteligentes. Para ello, las claves didácticas y docentes que puedan ser de utilidad para la conformación de mentalidades críticas deben disminuir o desaparecer. Y si disminuyen en los padres y en los profesores el fin estará mejor logrado.

Toda esta estrategia no iba a quedarse ahí. Era preciso eliminar también de la memoria colectiva, especialmente de la de los jóvenes, a los pensadores que, cada uno con sus matices metodológicos y con sus personalidades, creían en la dinámica marxista o, simplemente, pensaban de una manera poco ortodoxa (desde el punto de vista del mercado). La Escuela de Frankfurt, Sartre, Camus, Althusser, el mismo Marcuse..., todos debían ser marginados. Incluso los pensamientos relacionados con el marxismo y el psicoanálisis y el marxismo y el cristianismo. Todas las salidas que despertaron las ilusiones, que dieron ganas de vivir a gran parte de los habitantes de Occidente, empezando por los jóvenes universitarios, fueron abrasadas. Diríamos incluso más: los intelectuales dejaban de significar algo como pensadores, estamos tentados de afirmar que el pensamiento mismo dejaba de tener sentido. Vicente Verdú¹³ ha narrado y reflexionado sobre este tema y otros, en el caso de los Estados Unidos, un caso que se extiende con rapidez a Europa. Empezaba la sociedad de la competencia, del vacío mental y espiritual pero, eso sí, con las magníficas ventajas de la cibernética. El Roto le hacía decir a uno de sus personajes: “Hemos acabado con el comunismo. Vamos ahora por la Revolución del. 68”.

Hasta el científico es negativo en esta nueva sociedad; suele ser el malo de las ramplonas películas norteamericanas, sobre todo si se atreve a ir contra la Biblia y desafía las “leyes de Dios”. Todo lo contrario de lo que sucede en la realidad donde el trabajo de los científicos en relación con el genoma humano –impulsado por los poderes

¹³ Ver VERDÚ, Vicente: *El planeta americano*, Ed. Anarama, Barcelona, 1997.

anglosajones puritanos y *filobíblicos*, que ponen así una vela a Dios y otra al Diablo, en unión con las empresas privadas de la gran y misteriosa industria químico-farmacéutica-hace subir o bajar la Bolsa. Ya se sabe que las películas sirven con asiduidad de elemento catártico y que, en la vida real, casi siempre vencen los malos (en este caso el dios Mercado).

La Universidad y la conciencia crítica como identidad educativa

De los niveles indicados –familia, colegio, universidad, sociedad- se ha reflexionado sobre todos ellos menos sobre el mundo intelectual universitario o similar. ¿Qué ha pasado con él? Simplemente que está también en el contexto que se acaba de constatar. Esta parte del presente texto la van a escribir por nosotros insignes analistas con cuyos planteamientos nos identificamos básicamente. La conexión contexto-Universidad la ve así Manuel González de Ávila¹⁴:

(...) tras la disolución del pensamiento alternativo y de los proyectos cívicos de reforma o de reconstrucción social, y tras la despolitización radical de la mayoría de nuestros ciudadanos de nuestras democracias, las Universidades y sus miembros se han convertido en sujetos esquizofrénicos, escindidos en un sector tecnocrático, aquel que se afana por producir innovaciones tecnológicas al servicio de la empresa privada, sin plantearse las molestas cuestiones del porqué, el para qué o el para quién de sus inventos, y otro ideocrático, compuesto por las ciencias humanas y los saberes tradicionales (filosofía, literatura, historia), cuyos portavoces parecen mayoritariamente haber quedado muy aliviados tras el reconocimiento planetario de que lo suyo es la debilidad del pensamiento y la impotencia histórica, hasta tal punto que quienes detentan el dominio simbólico son ellos mismos dominados política y económicamente.

En el contexto que se acaba de comprobar el *ombiguismo* académico parece haberse intensificado. Las voces discrepantes son contadas. La dinámica docente –y por consiguiente discente- es monótona, se automargina de cuestiones y enfoques que puedan perturbar la paz del Poder y la paz –en buena medida resignada- de la sociedad. “En su paso de intelectual a profesor de ciencias humanas y saberes tradicionales, el representante de la conciencia crítica ha perdido la conciencia: (se) ha desmayado, y desde ese estado de crisis farfulla incomprensibles oráculos en los que el público propicio, compuesto por los demás universitarios, sus colegas/competidores, descifra encantado los secretos de su propia legitimidad y la clave de su personal justificación por existir en la forma en la que lo hace (según la certera expresión de P. Bourdieu)”¹⁵.

¹⁴ GONZÁLEZ DE ÁVILA, Manuel: “Criticar e interpretar (Introducción para todos los públicos)”, en *Anthropos*, núm. 168, Barcelona, 1999, p. 15.

¹⁵ González de Ávila, id..

González de Ávila llama la atención sobre la teorización estéril en cuya dinámica han penetrado ciertos sectores universitarios, soslayando así la tarea imprescindible de una universidad que interprete lo que está sucediendo fuera de sus muros. En este sentido, afirma, con razón, que es en la universidad donde debe llevarse a cabo este ejercicio crítico teórico-práctico.

En definitiva, buen número de universidades en Occidente, se han convertido en un lugar para “guardar” voces indeseables pero útiles y en otro tipo de “guardería”: la juvenil. El joven actual –listo o inteligente- es sometido a un “mareo de la perdiz”, a un engaño con apariencia de aprendizaje: puede acceder a becas internacionales de diversos tipos, a cursos, *masters* y programas de postgrado, etc. Los años van pasando y, al final, se encuentra con un buen currículum pero sin estabilidad laboral alguna, salvo las excepciones de rigor. La naturaleza juvenil y la poca experiencia hacen que esto sea recibido como algo atractivo e interesante pero el tiempo va despertando de su “letargo paradisíaco” al joven, quien se pregunta que, a pesar de todo, sigue sin poder planificar su vida, sigue sin ser dueño de ella.

Lo que acabamos de decir podría formar parte de lo que González de Ávila llama teoría-función, frente a la teoría-ficción. Leamos sus propias palabras¹⁶:

Creo que hoy es necesario trazar una línea divisoria entre dos géneros de producción teórica, entre lo que podría denominarse la “teoría-ficción” y la “teoría-función”. Mientras que la primera es un ejercicio retórico de índole culturalista, carente de controles metodológicos y de verificaciones empíricas, basado en el abuso del lenguaje y destinado a proporcionar a su autor una rentabilidad inmediata en el mercado de los valores intelectuales de moda, la segunda pretende operar sobre las estructuras de la realidad común o compartida –ésta en la que todos vivimos y a la que se refiere el “lenguaje público”-, para sacarlas a la luz en un ejercicio científico de objetivación, que es a su vez condición de posibilidad de su transformación. Por supuesto que también la teoría-función proporciona, o debería proporcionar, ciertos rendimientos al que la practica, abonados en forma de capital científico-universitario: ¿pues quiénes, si no son los científicos, y dónde, si no es en la Universidad, van a tener la oportunidad de dedicarse a indagar lo que propiamente hablando no le interesa a casi nadie que se indague: la verdad del orden social en sus múltiples campos (culturales y no culturales)? No serán, en todo caso, los trabajadores por cuenta ajena en el seno de la empresa privada, ni los funcionarios de los organismos directamente gubernamentales... Quizá ahora se entiendan mejor los reproches que al comienzo he hecho a la figura caricaturesca del “profesor”: puesto que se supone que él posee los instrumentos intelectuales necesarios para abrir la comprensión de la realidad vivida, resulta tanto más inaceptable que los emplee tan sólo para engendrar sin sonrojo inacabables interpretaciones, cuyo auténtico tema –no nos equivoquemos- es él mismo, sus propias modalidades de existencia y su casi nunca parco narcisismo. Dicho de otro modo: me parece urgente exigir en lo sucesivo al trabajo intelectual otra legalidad y otra legitimidad distintas de la meramente interpretativa, y ello especialmente cuando aquél

¹⁶ Idem, p. 18.

no se ocupe de manifestaciones culturales sobredeterminadas por la estética –y en consecuencia por la lógica de consumo de la alta cultura-, sino que tenga por objeto el entramado de prácticas significantes que constituye nuestra cotidianidad social, como en el caso del discurso publicitario.

Las afirmaciones del profesor González de Ávila desembocan donde, lógicamente, deben hacerlo: en la proyección social de la universidad, es decir, hay que recuperar la dinámica y el método que, sobre todo en esa segunda mitad del siglo XX, incrustaron la ilusión de “comerse el mundo”, en el sentido intelectual revolucionario de la expresión; la ilusión –y la decisión- de transmutar los valores, entre buena parte de la población, con los jóvenes al frente, a los que ya ni siquiera se les permite tener el derecho de rebelarse o de equivocarse; los han convertido –y ellos son incapaces de salir de ahí, en su mayoría- en seres de senectud prematura sin capacidad de reacción porque, “ya sabéis lo que hay fuera de nosotros: el llanto y rechinar de dientes, las ideas caducas arrasadas por la Historia, los residuos intelectuales derivados de la muerte del Maligno. Hay que ser *homo videns* y *homo bit*, pragmáticos. Habéis nacido ahora, en la sociedad del éxtasis cibernético, experimentad y gozad con su orgasmo, lo anterior no ha existido, la Historia se ha terminado, hemos vencido, podéis comprobarlo, de lo contrario, perderéis el carro del progreso”. Este es el discurso de la conformidad pero lo que González de Ávila va a decirnos¹⁷ es justamente lo contrario:

(...) sin la no-conformidad con el entorno y la resistencia a aceptar ciegamente los patrones establecidos, tanto científicos como culturales, políticos o sociales, no es posible sacar al trabajo del conocimiento de los estrictos límites que le marca la reproducción de lo ya existente, la repetición de los paradigmas dominantes en ciencia y de las estructuras institucionales en política, que cuentan para sí con el inmenso poder que les confiere su puro y simple estar-ahí, con la dominación de su facticidad. Con todo, no es sólo esta doble y difícil labor -producir saber riguroso y transformarlo continuamente- la que concierne al intelectual; también le atañe la tarea de hacer que el saber salga de alguna manera de los confines del campo científico y que ejerza sus efectos sobre la realidad común, pues si el conocimiento científico necesita de condiciones relativamente esotéricas para su elaboración –la peligrosa especialización, la rigurosa selectividad de los circuitos universitarios, etc.-no es menos cierto, que si no hubiera manera de exoterizarlo, de hacerle respirar el aire de la calle, resultaría al cabo tan inútil como, probablemente, falso.

Algo similar nos va a decir Teun A. van Dijk¹⁸ cuando trata sobre la finalidad del Análisis Crítico del Discurso (ACD):

Crucial para los analistas críticos del discurso es la conciencia explícita de su papel en la sociedad. Prolongando una tradición que rechaza la posibilidad de una ciencia “libre

¹⁷ Id., p. 21.

¹⁸ Art. cit., p. 23.

de valores”, aquéllos argumentan que la ciencia, y especialmente el discurso académico, son inherentemente partes de la estructura social, por la que están influidos, y que se producen en la interacción social. En lugar de denegar o de ignorar las relaciones entre el trabajo académico y la sociedad, los analistas críticos proponen que tales relaciones sean estudiadas y tomadas en consideración, y que las prácticas académicas se basen en dichas observaciones. La elaboración de teoría, la descripción y la explicación, también en el análisis del discurso, están “situadas” sociopolíticamente, tanto si nos gusta como si no. La reflexión sobre su papel en la sociedad y en la vida política se convierte así en constituyente esencial de la empresa analítica del discurso.

Las tesis de Alberto Moncada sobre Educación y Comunicación

Otro autor que nos va a ayudar a escribir esta parte de nuestro trabajo es el sociólogo Alberto Moncada quien publicó un libro en mayo del año 2000¹⁹, donde desarrolla unas proposiciones de tremenda utilidad. En sus tesis, Moncada –un paradigma de intelectual crítico- lleva a cabo una interrelación muy acertada entre los niveles que han centrado los contenidos de este texto: la educación, la comunicación y la sociedad. Podrían enumerarse así:

1. (...) El principal mensaje es el predominio de la vida privada sobre la pública, la conversión del ciudadano en consumidor.
2. (...) El estado de tu educación, como el de tu salud, depende del estado de tu bolsillo.
(...) En la escuela se transmiten valores y también mensajes ideológicos que van coincidiendo progresivamente con los que reciben los adultos a través de los medios de comunicación.
3. Los niños de la tele han nacido y crecen bajo el principio de que el estudio, el trabajo son tiempos inevitables, obligatorios entre un entretenimiento y otro porque la vida está hecha sobre todo para disfrutar. Todo lo contrario de lo que aprendieron sus padres y abuelos que crecieron con la idea del deber como destino y el placer como lenitivo en un ambiente general de escasez. La industria del entretenimiento rivaliza hoy con la de las armas en la cabecera de la exportación americana al resto del mundo. Hay gran variedad de productos pero la receta es la misma, explotar los sentimientos más elementales, apostar por el mínimo común denominador estético porque ello es garantía de público, de audiencia.
4. “Cuanta más televisión ves, menos te enteras de lo que pasa”. El modelo de *infotainment*, información entretenida, impide la profundidad y privilegia lo superficial y lo provocativo. Para que un acontecimiento se convierta en noticia ha de pasar varios

¹⁹ MONCADA, Alberto: *Manipulación mediática. Educar, informar o entretener*, Eds. Libertarias-Prodhufi, Madrid, 2000.

filtros, dictados por quiénes controlan la información, que no siempre son los periodistas. Algunos de éstos, los “pundits”, los mandarines, conviven habitualmente con los poderosos de la política y del dinero y se convierten en sus apéndices mediáticos, en sus cómplices en la manipulación de la información. La publicidad es, obviamente, el escenario más propicio para esa manipulación pero hay otros. Todos recibimos cada día un aluvión de noticias pero este torrente enmascara justamente lo más relevante, una información veraz sobre los poderes, sus intereses y sus maquinaciones que tantas veces se nos sustrae y que hay que encontrar en medios marginales. A los poderes reales les conviene que el entretenimiento sustituya, o al menos, modifique a la información.

5. Los editores y dueños artesanos e independientes están siendo sustituidos por grandes corporaciones que se coaligan merced a movimientos de concentración horizontal y vertical. También se hacen multinacionales y, sobre todo, forman parte de multinegocios, empresas con otros fines a las cuales sirven de apéndice mediático. El escenario del poder informativo es ya todo el mundo, especialmente a partir de la mundialización de la publicidad. La publicidad a escala internacional crea alianzas que propician el gigantismo y, sobre todo, la subordinación de los medios a la rentabilidad económica. Ello significa que el espacio para la información y el periodismo crítico, de servicio público es cada vez más reducido y se despliega en los márgenes del gran negocio mediático. La esperanza en Internet empieza a debilitarse por su progresiva comercialización y para cuando llegue a las masas no parece que conserve sus actuales perfiles libertarios.

6. Todo el sistema educativo está cada vez más abierto al mundo mercantil. La investigación científica es funcional a las necesidades del sistema productivo. Los títulos y certificados de educación están cada vez más cercanos a la demanda de profesionales configurada por las máquinas y los sistemas informáticos. La industria editorial, cada vez más concentrada, se consolida como el primer poder ideológico al depender la pedagogía más de los textos que de los maestros. La nueva fenomenología de la infancia y la adolescencia recibe su legitimación de un sistema educativo que prima la competitividad y la polivalencia.

7. El currículum invisible del poder [la transmisión ideológica] nos explica cual es nuestro puesto en la sociedad y que la mejor receta para mantenerlo es conformarnos. El currículum invisible del pensamiento crítico nos enseña que la mayoría de los pactos sociales están dictados por ese mismo poder y que si tenemos acceso a una verdadera información, podremos desprendernos de la falsa conciencia. El poder nos receta la pacificación, el pensamiento crítico pone condiciones a ella y, sobre todo, quiere

sustituirla por una paz consensuada democráticamente. Los periodistas están particularmente afectados por ese conflicto entre los dos currículos invisibles en cuanto que, muchas veces, se ven forzados a ocultar la información crítica²⁰.

8. La subordinación de la democracia a los otros juegos de poder, los que se producen, tantas veces ásperamente, entre los protagonistas del poder económico, no se ha debilitado sino más bien fortalecido con la nueva fenomenología mediática. No solamente porque la política se hace ya, principalmente, en los medios de comunicación sino, sobre todo, porque los dueños de éstos y sus principales protagonistas contribuyen a relativizar el diálogo democrático. Esto se hace de muchas maneras, desde la transformación de las elecciones en luchas personales sin discusión doctrinal, a la venta de los candidatos merced a mecanismos publicitarios. El diálogo entre poder político y poder económico se complementa hoy con un nuevo personaje, el poder mediático, que está implicado corporativamente en que la democracia siga siendo manipulada desde arriba. Ello es tan obvio que la participación ciudadana en las elecciones va disminuyendo al mismo ritmo que la democracia mediática va avanzando. Ello coincide con una notable disminución de las garantías legales que protegen la libertad de expresión. En Estados Unidos y, cada vez más, en el resto de países de la OECD [ámbito occidental mundial], esa libertad sirve más para defender a los empresarios mediáticos que a los periodistas y, frecuentemente, sirve en particular a que aquellos controlen a éstos. La política “entretenimiento” domina no solamente las campañas sino los escenarios tradicionalmente consagrados a la negociación y a la contienda política y en ellos la influencia de la ciudadanía como tal es decreciente.

9. La capacidad de que maestros, periodistas y pensadores críticos modifiquen esta situación se debilita en la misma medida en que las fuerzas que diseñan la información impiden la discusión política ciudadana. Los maestros siempre han sabido que la escuela es débil en relación con otros factores de influencia en sus alumnos y hoy la competitividad laboral y el consumismo son las asignaturas de moda. La tremenda hipoteca que tiene la publicidad sobre la comunicación y el mensaje subyacente: “vivir para gastar” disminuye bastante la posibilidad de mantener debates sobre derechos y deberes de las personas y de las corporaciones. La globalización juega a favor de las empresas y cuanto más grandes son éstas menos resulta posible llevarles la contraria. La globalización produce indefensión laboral y cívica pero no hay, a la vista, movimientos

²⁰ A pesar de ello, ningún periodista osará reconocer públicamente que se autocensura o que es censurado por su empresa periodística. La máxima de la independencia y la libertad parecen funcionar como coartada para el profesional de la información, pero la intromisión del poder político-económico, vinculado a la estructura mediática a la que pertenece, hará inevitable su sometimiento. Sobre este tema también puede verse LABIO BERNAL, Aurora: “La profesión periodística ante los intereses de la estructura informativa. Una aproximación al tema”, en *Ámbitos*, nº 6, Ed. GREHCCO/Universidad de Sevilla, 2001, pp. 81-94.

sociales en cantidad y calidad suficientes para llevarles la contraria, en parte por esa pasividad ciudadana nacida de la estrategia del “entretenimiento” que permea todo el escenario de la información.

En busca del método perdido

A través de la constatación y razonamiento de sus tesis, Moncada demuestra la existencia de esa otra red en la que el ser humano está inmerso. Internet e Interred, la sociedad red cibernética está en el interior de la sociedad red socioeconómica. La primera es útil para mermar la influencia de la segunda pero, como se ha visto, requiere mucho más que listeza tecnológica, requiere conocimiento. La Interred puede explicarnos tanto el “determinismo” al que están sometidos los seres humanos en general como la postura de la juventud que, más que conformista, se deriva de una sociedad fruto (caduco) de una ideología (que da vueltas sobre sí misma incapaz de despertar esperanzas que vayan más allá del tener) que estimula la apatía cognoscitiva y la confusión.

Este determinismo –cuya superación requiere y exige un enorme esfuerzo- está en consonancia con el método de análisis de Marx sobre la ideología. Blanca Muñoz²¹ nos dirá al respecto: “Para Marx, serán las condiciones históricas, económicas y sociales que articulan el sistema de clases, las que actúan distorsionando la conciencia social e individual”. Como contraposición, añadirá Muñoz: “para Parsons y el funcionalismo, la ideología se resume en el sistema de creencias compartido que estructura tipos de personalidad”. Es cierto que la sociedad posee un sistema de creencias ancestral pero Marx responderá que en la formación del mismo han tenido una influencia decisiva las ideologías dominantes en cada momento, lo cual nos lleva a la actualidad y a su ideología que, incluso, debido al poder comunicacional-mediático, conforma un sistema de creencias ajeno con más rapidez que nunca. En este sentido, según van Dijk²²:

(...) los grupos poderosos tienen acceso preferente al discurso público y lo controlan, y a través del discurso controlan las mentes del público (...) Esto no sólo significa que mucha gente interpretará el mundo del modo en que los poderosos o las élites se lo presentan, sino también que actuará (más) en consonancia con los deseos y los intereses de los poderosos.

²¹ MUÑOZ, Blanca: “Ideología y dominación simbólica en el modelo cultural post-industrial: para un proyecto teórico y temático de semiología crítica”, en *Anthropos*, núm. cit., p. 57.

²² VAN DIJK, art. cit., p. 32.

Por otra parte, en nuestros días, sobre todo en Occidente, la noción de “clase social” es muy confusa (otra cuestión es el llamado Tercer Mundo) y puede que hasta anti-rigurosa, pero este detalle no invalida la esencia del análisis marxiano. Marx trata de la conciencia social e individual. Desde este último aspecto, creo que Nietzsche completa a Marx, aunque el autor de *Así hablaba Zaratustra* deteste las ideas socialistas y comunistas por lo que suponen de gregarismo. Pero eso no significa que, a escala teórica, no exista una complementación. Tanto Marx como Nietzsche coinciden en su elitismo, en su visión excepcional de las cosas. La tarea de formación individual requiere para Nietzsche un gran esfuerzo, un enorme ejercicio de voluntad de poder, para que el sujeto se funda consigo mismo, con su sombra y con la naturaleza. La meditación a solas con uno mismo es fundamental para ser libre, de ahí que rechace el libre albedrío, el empleo anodino del concepto libertad y, por supuesto, ese ritual al que llaman democracia. “La teoría del libre albedrío es un invento de las clases *dirigentes*”, llegó a escribir²³. La postura nietzscheana es ésta: el hombre, a solas consigo mismo, sólo tiene una vía de escape: la del peregrino que siempre se aleja un poco más del desierto de la realidad –una realidad que conoce, no se trata de una huida para no conocerla sino al revés, para completarla con el conocimiento de uno mismo-. Tan sólo ese viaje sin fin garantizará –dice Nietzsche- la sinceridad en el mundo y, con ello, la libertad²⁴.

Por lo que se refiere a la aparente apatía de la juventud, encerrada en la Interred y en la sociedad del éxtasis cibernético, es evidente que las posiciones intelectuales que antes denunciaba González de Ávila tienen mucho que ver en el tema. Pero hay que afirmar que el joven no puede pasarse la vida reprochándole a generaciones anteriores que se hayan acomodado intelectualmente. Primero porque no todos sus miembros lo han hecho y, segundo, y aspecto principal, porque ante los vacíos cognoscitivo y espiritual corresponde a las nuevas generaciones hurgar en la Historia para explicarse lo que les está ocurriendo (hay una minoría de jóvenes muy activa que debe unirse para hacerlo, los cambios relevantes, en el fondo, no los hacen las mayorías).

De nuevo, surge la voluntad de poder, la reacción y el crecimiento ante la adversidad. Volvamos a Nietzsche. López Castellón escribe²⁵:

²³ NIETZSCHE, Friedrich: *El caminante y su sombra*, Prólogo: Enrique López Castellón. Traducción: Luis Díaz Marín, Edimat Libros, Madrid, 1999, Aforismo 9, p. 36. La cursiva es de Nietzsche.

²⁴ Véase LÓPEZ CASTELLÓN, Enrique: “Soliloquios de un hombre errante”, prólogo a NIETZSCHE, Friedrich: *El caminante y su sombra*, Traducción: Luis Díaz Marín, Edimat Libros, Madrid, 1999, p. 7.

²⁵ López Castellón, op. cit., p. 17.

(...) en medio de los indecibles dolores que le torturan, Nietzsche es lo bastante fuerte para escribir: “¡Avancemos, amigos, unos miles de años! Muchos goces aguardan al hombre, goces cuyo aroma no ha llegado todavía hasta nosotros. Sin embargo, tenemos derecho a permitirnos ese goce, a invocarlo, a anunciarlo como algo necesario, siempre que no se estanque el desarrollo de la razón humana”.

A nuestro juicio, este Nietzsche racionalista, que no ve impedimento en llevar a cabo una síntesis entre lo dionisiaco y lo racional, es el mejor Nietzsche, el más estimulante, el que nos enseña a vivir mejor (en el sentido de la buena vida aristotélico) y a comprender que nuestros problemas son de menor importancia de lo que parecen, son superables o, al menos, superables en buena medida.

Los requisitos fundamentales de la nueva educación

Según se desprende de todo lo dicho, los requisitos que deben poseer las nuevas formas educativas son los siguientes:

- Una nueva mentalidad en los ciudadanos, empezando por los de mayor edad, es decir, padres, abuelos y educadores. Esta mentalidad debe desterrar los puritanismos y los prejuicios, así como los modelos mentales derivados del consumismo. El niño y el joven, como siempre ha ocurrido, sólo que ahora sucede en mucha mayor medida, saben bastante más de la existencia de lo que sus progenitores y educadores suponen. Un niño puede levantarse por la noche sin que sus padres lo perciban y puede conectar un televisor o una computadora: todo el mundo, con sus virtudes y defectos, con sus perversiones y estéticas, se despliega ante él. Ante esta realidad hay que coger al toro por los cuernos.
- Lo anterior convierte en inadmisibles y altamente negativos para la educación del futuro un hecho: que las materias que intentan formar a los niños y jóvenes en Comunicación e Información, cuando existen, sean de carácter optativo en la enseñanza primaria y secundaria y además sean impartidas –a veces por mero trámite burocrático- por profesores de otras áreas de conocimiento mientras crece el número de desempleados entre los egresados de las facultades de ciencias de la comunicación.
- En Educación no hay ningún tema tabú, todo puede ser debatido, rechazado o aceptado. La libertad de pensamiento es absoluta, siempre coordinada y orientada por un profesor librepensador.

- Si no existe ningún tema tabú es, además de por lo indicado en el primer punto, por lo siguiente: las relaciones sexuales plenas comienzan a los 14 ó 16 años o antes; los niños prefieren a veces series de dibujos animados violentas que pacíficas (*Bola de dragón* más que *Los Trotamúsicos*, por ejemplo); los niños y jóvenes en un 65 por ciento ven la televisión en horario de programación para mayores, en compañía o no de los mayores. Un 42 por ciento lo hace en soledad; la franja de *prime time* de madrugada (esa franja con programas tipo *Crónicas marcianas*, etc.) es seguida por niños y jóvenes. Los niños y los jóvenes son utilizados de forma ilegal por la publicidad –en sus más variadas formas- para crear consumidores.
- Ante todo lo anterior, los educadores –padres, familia en general, profesores-, están obligados a formarse y acudir a las fuentes documentales que los preparen para afrontar la nueva situación con el método adecuado.
- ¿Cuál es el método adecuado? El de la Totalidad, el estructural, todo está interrelacionado, el mundo sólo empezará a ser comprendido cuando se contemple como un mosaico, no como una tesela. Este método es el que se está procurando borrar de la mente de los que lo poseían y de la enseñanza en general. Si este método se borra se pierde la perspectiva histórica y la conciencia crítica. Así es posible “jugar” a la democracia y hacer que el ciudadano o se trague casi todo lo que le dan o, al menos, dude y la duda continuada facilita también el dominio. La duda es un principio humano y científico esencial pero no la duda y el dogmatismo de la ignorancia y el analfabetismo funcional. Igual que en las ciencias llamadas puras y exactas –incluso en las médicas- hay principios fijos sobre los que se levantan otros muchos, lo mismo ocurre en el campo de las ciencias sociales y de las ciencias humanas.
- Es imprescindible un cuerpo de docentes y especialistas en formar a los formadores según el método estructural.
- El niño, el joven y, por supuesto, el universitario, deben educarse sobre la base de las nuevas tecnologías para que aprendan a utilizarlas como medio, no como fin; para que aprendan a dominarlas y no ser dominados por ellas. En el colegio debe analizarse y a la vez usarse desde un periódico hasta un programa informático, pasando por un ordenador. Los análisis de todo tipo de mensajes deben ser continuos. Así se formará un ciudadano maduro y crítico que

demandará en el futuro algo más que la llamada televisión basura, si bien todo esto hay que entenderlo en la seguridad de que nos estaremos refiriendo, por regla general, a una inmensa minoría porque la mayoría tenderá a la comodidad. Pero lo que mueve a una sociedad hacia el progreso hegeliano es la minoría.

La neuróloga y Premio Nóbel de Medicina en 1986, Rita Levi-Montalcini ha declarado a *El País*, sobre la necesidad de una nueva educación en el siglo XXI:

“La conclusión que puede extraerse del siglo XX es que debemos cambiar los mecanismos de instrucción y la relación errónea entre los adultos y los niños. Hasta ahora nos hemos movido entre el autoritarismo de tipo victoriano, o sea, haz esto porque tú eres pequeño y yo soy mayor, y el permisivismo, o sea, haz lo que quieras. En mi libro *Tiempo de acción* hablo de la educación cognitiva, que hace del niño un “productor activo”, y no un “consumidor pasivo” de formación. Si cambiamos la forma de educar a los niños, es decir, de enfrentarlos con la vida, quizá cambiaremos el mundo. Los métodos educativos tradicionales son absurdos. Nuestra única esperanza consiste en actuar desde el principio, porque el niño lo percibe todo ya en el primer año de vida. Debemos dar alas al genio que cada *homo sapiens* lleva dentro. Si no nos damos cuenta de que ese ser apenas nacido que tenemos ante nosotros percibe todos los mensajes, buenos y malos, estamos acabados. Cuando ese niño tenga 20 años puede pensar que es una buena idea matar a quien considere un ser inferior. A mí, por ejemplo, que soy judía”.

Existen claros proyectos y realidades de utilización de los medios de comunicación y las nuevas tecnologías en la Educación. La Generalitat de Cataluña, consciente de que los niños pasan más tiempo frente al televisor que en el colegio (concretamente 990 horas anuales entre los 4 y los 12 años, frente a las 960 que transcurren en el colegio) ha proyectado métodos para enseñar a los alumnos a ver la televisión²⁶. A su vez, hace ya tres años que la enseñanza en Cuba se está remodelando mediante la introducción en las aulas de las nuevas tecnologías y el televisor²⁷. He aquí, sin duda, el camino a seguir. Ahora ya no sólo hay que educar sobre la televisión, sino, lo que resulta aún más complejo, sobre Internet porque la fuga de niños y jóvenes desde la pantalla del televisor a la del computador prosigue.

²⁶ Véase *El País*, “La construcción del ojo crítico”, por Mar Padilla, 4-4-2005, p. 43.

²⁷ *El País*, “Revolución en las aulas de Cuba”, por Mauricio Vicent, 4-4-2005, p. 42.