

Educar al hombre mediático

1. Una historia de temores

En un diálogo recogido por Platón, Sócrates relataba así a Fedro el encuentro entre el rey egipcio Thamus y Theuth, el dios inventor de la escritura: «Thamus respondió: Theuth, inventor ejemplar, quien descubre un arte no es el mejor juez del bien y el mal que conllevará a quienes lo practiquen. (...) Tú eres el padre de la escritura, y a causa del afecto que tienes por tu criatura, le atribuyes la función contraria de la que tiene de verdad. Quienes la aprendan dejarán de ejercitar la memoria; confiarán en la escritura para que les recuerde cosas por medio de recursos externos en lugar de utilizar los recursos internos que tienen; (...) recibirán cantidad de información sin la instrucción adecuada y, en consecuencia se crearán muy eruditos cuando en el fondo serán ignorantes.»

Se trata del primer episodio documentado de un conflicto repetido a lo largo de la historia occidental. Los temores de Sócrates se repitieron con la invención de la imprenta. Y renacieron con la llegada de los medios de comunicación audiovisuales. La Iglesia, y el conjunto de instituciones sociales que formaban el conglomerado en el poder durante el medioevo, atacaron con ferocidad el invento de Guttemberg. Posteriormente, han sido los pensadores neoilustrados los principales enemigos de los medios de comunicación audiovisuales.

Tal vez la metáfora más brillante para expresar estos temores es la que construyó George Orwell en su novela *1984*. La mayoría de los comentarios sobre esta obra insisten en la figura del Gran Hermano que utiliza los medios electrónicos para controlar la vida pública y privada de sus súbditos. Pero Orwell muestra una forma más sutil de control a través de lo que denomina la «neohabla». El Gran Hermano orwelliano crea un nuevo lenguaje en el que determinadas palabras desaparecen con la intención de eliminar de esta manera ciertos conceptos que referían. No es sólo un problema planteado en la cultura occidental, sino también en la oriental. Confucio, preguntado por qué decisiones tomaría para encargarse de la administración del país, exigió, en primer lugar, la reforma del lenguaje.

Existe pues una preocupación secular referida a la influencia del lenguaje en el que se emite el discurso público respecto a la configuración social. Ahora que la escritura ocupa el altar de las aulas, el razonamiento socrático podría escucharse en boca de cualquier maestro respecto a la influencia



perniciosa de los medios audiovisuales sobre sus alumnos. Como Postman ha señalado en otro de sus libros, la importancia de la aparición de un nuevo lenguaje como vehículo del discurso público no reside en sus virtudes y defectos para transmitir ciertos conocimientos sino en sus consecuencias en el nivel epistemológico. La definición de verdad fue el habla en la época de Sócrates, pasó a ser la letra escrita primero e impresa después, y ahora el propio Postman postula que es audiovisual, o sea, mediática o mediatizada.

Siguiendo la línea de este razonamiento, podríamos recordar como Durkheim defendió en su momento la continuidad entre religión y ciencia en la función de suministrar los conceptos compartidos colectivamente. Podríamos decir que la epistemología de la era verbal provino del mundo religioso; la de la era escrita del ámbito científico y en la era mediática del conglomerado formado por el mundo de la comunicación. Para Fedro, la verdad se identificaba con el discurso del maestro; para los ilustrados con el discurso del científico y para el hombre posmoderno con el discurso del presentador del telediario. Ahora, es verdad aquello que es comunicado, no aquello que es demostrado o aquello que es trascendente.

Cada uno de estos períodos conlleva que el gobierno del discurso público se encuentre en manos de instituciones diferentes. La familia fue la principal institución que se interpuso entre el individuo y la sociedad en la era verbal. La escuela lo hizo en la era de la escritura. Y los medios de comunicación lo hacen en la era audiovisual. Evidentemente, en ningún caso la aparición de nuevos discursos públicos no ha significado la destrucción total de las instituciones que gobernaron los anteriores. Instituciones sociales como la familia o la iglesia, siguen existiendo en nuestros días. Las instituciones educativas mantienen su importancia. Pero son los medios de comunicación quienes aparentemente gobiernan el discurso público de la posmodernidad.

Se ha escrito mucho sobre las formas como los medios ejercen este liderazgo. Se habló en un primer momento de persuasión, es decir, de que ejercían un control total sobre las experiencias, relatos y conocimientos que llegaban hasta los individuos. Hizo fortuna el aforismo de McLuhan: *El medio es el mensaje*. Pero ahora cada día se habla más de su influjo en la cognición. La obra de Postman es un buen ejemplo de ello. Contrariamente a sus predecesoras, las instituciones de los medios no parecen engendrar una cosmovisión propia y completa puesto que una de sus características intrínsecas es el pluralismo. Esta gran reivindicación ilustrada la han llevado los medios hasta el extremo y han conseguido propiciar un *pensamiento débil*.

Los medios de comunicación gobiernan el discurso público de la posmodernidad



La modernidad ilustrada se construyó sobre dos pilares fundamentales: La ciudad y los medios de comunicación, las instituciones que encarnaron durante un par de siglos el ideal del pluralismo. Desde esta perspectiva, los medios se limitan a administrar las cosmovisiones presentes en una sociedad dada. Son administradores del conocimiento más que inventores y precursores de nuevas formas de entender el mundo. Lo que ocurre es que esa misma ausencia de un metarrelato colectivo es en sí

misma una cosmovisión, que algunos han llamado cultura mosaico, otros preferimos denominar como *cultura del video-clip* y que se encuentra en la base de algunos movimientos culturales occidentales como la denominada *Generación X* o la multiculturalidad.

El paso del tiempo y el desencanto posmoderno han llevado a encontrar defectos en la idílica visión del pluralismo ilustrado administrado por los medios de comunicación. Señalaremos los dos que gozan de un mayor consenso.

El aforismo de McLuhan, el medio es el mensaje, es utilizado a diestra y siniestra sin que a menudo se pare a pensar en su significado profundo. Hay algunos discursos, que esconden ciertos tipos de cosmovisiones, que se muestran incapaces de circular sobre el soporte del lenguaje de los medios de comunicación. Ello significa que el pluralismo administrado por los medios deja fuera del alcance del ciudadano algunas posibilidades. Los medios aseguran el pluralismo, pero se trata de una pluralidad técnicamente limitada. No es nada nuevo, todo lenguaje –también el verbal y el escrito– se muestra incapaz de abarcarlo todo. Recordemos las máximas del primer Wittgenstein: «De lo que no se puede hablar es mejor callar»; «Hay cosas que no se pueden decir, sólo se pueden mostrar».

La segunda limitación del lenguaje de los medios proviene de la ruptura de lo que Walter Benjamin llamó el «paradigma teatral». Durante años ha primado la lectura aristocrática de la obra de Benjamin. Sin esconder esta dimensión, se hace necesaria una relectura de su concepto de *aura*. Visto desde una perspectiva tan popular en nuestros días como es la de los *cultural*

**Los medios de comunicación
son hoy por hoy la principal
institución de mediación entre
individuo y sociedad**



studies, el concepto de aura no es más que una llamada de atención sobre la ruptura que los modernos medios de comunicación producen entre texto y contexto. Raymond Williams ha llegado a dividir las etapas de la comunicación humana en función de esta ruptura del paradigma teatral. Se ha producido, según Williams, una progresiva implantación de lenguajes de comunicación cada vez más alejados de los «medios físicos inherentes» al cuerpo humano. Tal disociación se inicia con la escritura, prosigue con la imprenta o la fotografía y culmina con la televisión. Aún podríamos profundizar más hablando de la informática y su lenguaje digital, las autopistas de la comunicación y la inminente realidad virtual. Los medios permiten progresivamente acceder a experiencias y saberes cada vez más alejados en el espacio y en el tiempo de nuestra realidad cotidiana. Pero nuestro conocimiento de esos otros mundos es descontextualizado y, por tanto, tenemos problemas para integrar su significado.

Tenemos pues el siguiente panorama: los medios de comunicación son hoy por hoy el principal vehículo del discurso público, la principal institución de mediación entre individuo y sociedad. Tales medios se nos presentan con dos limitaciones principales: vehículan un pluralismo limitado por las características de los lenguajes que utilizan; destruyen la vinculación entre texto y contexto. Dos problemas que se encuentran en la raíz de la crisis de las *transmisiones* que ha definido Lluís Duch.

2. La iconosfera del hombre mediático

Una primera constatación: jamás la principal institución de mediación social ha conseguido eclipsar a las anteriores. La mayoría ni siquiera lo han intentado. La familia subsistió a la creación de la escuela. Y la escuela ha subsistido al impacto de los medios de comunicación. Para explicar este fenómeno resulta útil la distinción que algunos autores hacen entre discurso público y lenguaje privado. Parecería que hay cierta estructura profunda del individuo cuya configuración depende en mayor medida de sus experiencias a través de lenguajes «inherentes» a su propio cuerpo y que permanece inalterable a los discursos públicos.

Si bien tal planteamiento resulta sugerente, no podemos obviar que no estamos seguros que ocurra lo mismo respecto a la «estructura profunda» colectiva. Los medios son la única institución que asegura hoy por hoy que ciertas experiencias sean compartidas por el conjunto de una sociedad. Pero tampoco ésto es claro. Tal vez el hombre mediático no llega a compartir experiencias a través de la comunicación de masas, sino que tan sólo comparte relatos. Una peculiaridad que tampoco tenemos la certeza que se

limite al lenguaje de los medios. Tal vez ninguno de ustedes, a pesar de que nos estamos comunicando *face to face*, llegue a compartir mis experiencias y mis conocimientos sobre este tema tal y como yo los vivo. Tal vez mi texto en cada uno de los contextos en que ustedes lo leen tenga diversas interpretaciones. Y, sin llegar a ninguna forma de neosolipsismo, lleguemos a pensar que no existe ningún mensaje autónomo sino que existen tantos mensajes como emisores y receptores los compartan.

El hombre mediático, como sus predecesores, no es unidimensional. Comparte infinidad de relatos a través de los medios de comunicación pero sólo reconoce como experiencia aquello que recibe a través de los lenguajes *inherentes*. Ello le hace diferente. Sabe que existen mundos diferentes al suyo aunque no los sienta como propios. Incluso reafirma su identidad en contraste con estos mundos. Aquí encontraríamos una posible explicación, por ejemplo, al renacer del nacionalismo a finales de este siglo sin que nadie entienda como es posible en la era de la globalización. Se entiende también así cómo se construye el pensamiento débil sobre los restos de los grandes metarrelatos que se muestran impotentes para convencer de la unicidad de sus postulados a un hombre mediático cargado de escepticismo.

3. Posibilidades educativas de los medios

Este hombre mediático, situado en la encrucijada del pluralismo, la globalización, el pensamiento débil y el escepticismo, es ciertamente difícil de educar. No es mi intención entrar en el ámbito pedagógico que son ustedes quienes dominan. Pero sí me gustaría hacer algunas constataciones.

La familia y la escuela han entrado en conflicto cuando alguna de las dos ha intentado irrumpir en el terreno propio de la otra. Y sobretodo cuando alguna de las dos ha hecho dejación de sus funciones en beneficio de la otra. Por tanto, nadie puede confiar a los medios aquellas funciones que son propias de otras instituciones. Cuando se habla de la influencia de la televisión en los niños, ¿alguien piensa en los cambios que han sacudido a la familia y a la escuela? Tal vez la televisión se limita a ocupar un espacio formativo que otros han dejado libre. Dudo mucho que entre la voz de un padre o una madre que le habla de los perjuicios de la guerra y los gritos de cualquier héroe *manga*, un niño opte mayoritariamente y automáticamente por la norma del japonés. Podríamos poner multitud de ejemplos referidos a otras críticas habituales como la falta de hábitos de lectura o las normas sexuales. En los términos que utiliza la sociología del conocimiento, no tenemos ninguna certeza que los medios de comunicación hayan adquirido el rango de *otro significativo* para los individuos que los leen.



Y lo que es así para los aspectos negativos también lo es para los positivos. Los defectos de una ética de consenso como la ilustrada no tienen como única causa el imperio del lenguaje mediático en el discurso público. Su carácter intrínsecamente pluralista le impide incluso conseguir que la mayoría sea tolerante, los intolerantes también buscan su lugar bajo el sol mediático.

Paralelamente, la fuerza de toda cosmovisión se ve amenazada por el impacto del pluralismo mediático. Para educar al hombre mediático hacen falta más argumentos que la mera presentación de una cosmovisión como la única viable. Es un individuo más informado lo cual puede llegar a complicar que esté mejor comunicado.

Los medios de comunicación no pretenden educar a los individuos, y, además, tienen pocas posibilidades de hacerlo. Ello no significa que no condicionen su educación. No se puede obviar su presencia al plantear cualquier tipo de pedagogía. Pero su presencia implica algo más que cambiar un libro de ciencias naturales por una película de Costeau.

4. Educar al hombre mediático

Educar al hombre mediático no puede pretender «liberarlo» de su supuesta «esclavitud» respecto a los medios de comunicación. Significa en todo caso acercarse a él desde su multidimensionalidad, la cual podemos reducir a un decálogo:

1. Es un hombre, o una mujer para ser políticamente correctos, que se integra en la sociedad a través de la familia y de la escuela, pero no sólo a través de estas instituciones. También lo hace, y tal vez principalmente, a través de los medios de comunicación gracias a los cuales relativiza sus propias normas y las entiende como una posibilidad más en un mundo complejo, dinámico y plural.

2. Se trata de individuos que tienen acceso a experiencias por medio de lenguajes afectivos y racionales pero que también conocen a través de los lenguajes denominados «sincréticos» donde la frontera entre razón y sentimiento es difusa, prácticamente inexistente.

3. Es un hombre que no tiene tiempo. No porque se lo quite la televisión sino porque vive en un sistema socioeconómico que prima la rapidez como un valor.

4. Nos encontramos ante individuos muy bien informados, Eco ha hablado incluso de la enfermedad de la información, pero no por ello están mejor formados ni mucho menos «comunicados» ciñéndonos a la distinción de Duch.

Educar al hombre mediático significa acercarse a él desde su multidimensionalidad

Un individuo con una familia desestructurada y sin escolarizar será carne de cañón de los medios de comunicación

5. De todo ello se desprende que es también un hombre perplejo, que tiene los mismos problemas que sus antepasados pero que tiene ante él muchas más recetas de soluciones y le cuesta discernir y ponderar las que encajan con su verdad.

6. No es un hombre multicultural sino en todo caso un individuo que conoce la diferencia lo cual no significa que la entienda ni mucho menos que la respete. A menudo, no hace más que incomodarle.

7. Es un *voyeur*, lo cual quiere decir que le gusta «ver» la realidad más que entenderla, leerla o escucharla. Tal condición no le hace inútil para decodificar lenguajes orales o escritos pero prefiere el relato icónico, y por tanto analógico, que cualquier forma de digitalización de la realidad. Entiende, tal vez equivocadamente, que lo analógico se acerca con mayor precisión a la verdad que lo digital.

8. El *voyeur* tiende a primar lo espectacular por encima de cualquier otro valor ético o estético.

9. En ciertos casos tiene una cierta tendencia al fundamentalismo, sobre todo cuando la complejidad y la perplejidad le conducen a la angustia.

10. No es excesivamente diferente a quienes lo analizan, es decir, es capaz de descubrir las falacias y manipulaciones de los medios de comunicación. En todo caso su vulnerabilidad dependerá del grado de cohesión que tenga respecto a las otras instituciones sociales a través de las cuales se integra en la sociedad. Un individuo con una familia desestructurada y sin escolarizar será carne de cañón de los medios de comunicación, de las sectas destructivas o de los políticos fascistas.

5. Medios de comunicación y pedagogía social. Apuntes para un debate.

Cabría finalmente apuntar algunas cuestiones para proseguir serenamente el debate entre Pedagogía y Sociología de la Comunicación más allá de las mutuas descalificaciones.

a) Visto lo que hemos visto hasta ahora, ¿Todavía se puede confiar en los medios de comunicación para cualquier tipo de educación no formal?

b) La mayor libertad metodológica de la pedagogía social, sin renunciar al principio de educar, ¿No puede permitir acercarse al hombre mediático pensando en lo que realmente es y no lo que debería ser?

c) La educación entre los colectivos menos favorecidos de la sociedad, ¿No debería plantearse como primer objetivo reconstruir las instituciones tradicionales de socialización más que luchar contra la influencia mediática?

d) ¿No sería posible que la pedagogía social adoptara como propios los lenguajes «sincréticos» para dirigirse al hombre mediático?

e) ¿No cabría preguntarse, antes que nada, qué tipo de cosmovisión



propone cualquier acción educativa antes que dejarse llevar por la ilusión pluralista ilustrada soportada por los medios de comunicación y que ha traído como consecuencia el imperio angustioso del «pensamiento débil»?

f) En definitiva, ¿No valdría la pena convivir con las instituciones de los medios más que sumergirse en la lucha desigual por destruirlos?

6. A modo de epílogo

Demasiado a menudo, los medios de comunicación reflejan una imagen de nosotros mismos que nos incomoda, nos angustia y nos provoca indignación. La reacción es doble. Algunos disparan contra el cristal con la intención de destruir esta imagen desagradable. Otros se limitan a descalificarla y creen insultarla al recordar la virtualidad del instrumento óptico. Pero nadie se para a discutir en el referente que traen ante nuestros ojos. Y no lo entiendan cómo una visión catastrofista de la sociedad actual. Es la que es y en muchos aspectos, por ejemplo en el del conocimiento y en el de la tolerancia, mejor que las anteriores por muchos esfuerzos que se hagan para dibujarlas idílicamente.

Pero la batalla no se gana en el espejo. Los medios de comunicación, ese es su problema, deben descabalgarse de la arrogancia con la que trabajan. Fíjense que ellos son los más interesados en demostrar su poder. Pero sería otorgárselo que el resto de instituciones sociales, principalmente las educativas, renunciaran a actuar y se limitaran a disparar contra el espejo.

El hombre mediático necesita más que nunca de la educación porque se halla sumergido en la perplejidad de la complejidad. Pero cualquier forma de acción educativa no puede empezar por acusar al objeto sobre el que actúa de ser portador de todos los males imaginables contagiados por la televisión.

Albert Sáez
Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna
Universitat Ramon Llull

Educar al hombre mediático

Educar al hombre mediático

La aparición de cualquier nueva tecnología de la comunicación ha despertado recelos desde Sócrates hasta hoy. Los cambios en el lenguaje que domina el discurso público parecen poner en peligro las instituciones sociales de mediación preexistentes. Ocurre actualmente entre escuela y medios de comunicación. La Pedagogía recela de los media. Esta ponencia pretende sentar las bases para una discusión serena entre comunicadores y maestros sobre la base de definir las características del hombre mediático, sujeto y objeto de la educación postmoderna.

Educate to media man

The coming-up of any new communications technology has been received with distrust from Socrates to the present day. The changes in the language that rules the public discourse seems to be threatening the pre-existing intermediary social institutions. It happens nowadays between the school and the media. Pedagogues remain sceptical about the mass media. The article aims at a calm discussion between representatives of media and teachers in order to establish the features of the media man, the subject and object of postmodern education.

Autor: Albert Sáez

Artículo: Educar al hombre mediático

Referencia: Educación Social núm. 7 pp. 12 - 20

Dirección profesional: Facultat de Ciències de la Comunicació
Blanquerna. Universitat Ramon Llull
C. Valldonzella, 23
08001 Barcelona