Fin educativo para nuestra cultura: aprender a ser semióticamente fuerte

Educational aim four our culture: learning to be semioticly strong

José Ángel López Herrerías

Madrid (España)

RESUMEN

La especie humana es vida comunicativa. Lo humano se concreta y realiza en la comunicación, generador inexcusable de la concreta realidad de cada yo.

Estar expuesto hoy a un mundo comunicacional invasor, (el mundo de la imagen, de la televisión), apela a nuevos retos educativos, que animen la realización de un mundo comunicativo valioso.

La imagen comunica de otra manera que el diálogo y la lectura. La comunicación televisiva, comunicación de imágenes, apela con a) baja presencia perceptiva; b) escaso control consciente; c) actitud cognitiva de carácter pasivo; d) fuerte incidencia en la configuración de la personalidad (intereses, motivaciones, lenguaje...).

Educarse para ser «semióticamente fuerte» es la propuesta pedagógica alternativa, válida para animar personas autónomas y críticas en el contexto cultural televisivo actual.

ABSTRACT

The human species is a communicative life. The persons are realized in the communication, necessary generator of the concrete reality of myself.

To be exposed today to an invasor communication world (the culture of the image, of the television) appeals to the new educative challenges, that decide the realization of the valuable communication culture.

The images communicates otherwise that the dialogue and the reading. The television communication, a message of the images, appeals with: a) low perceptive attention; b) limited conscious control; c) cognitive attitude of the passive character; d) a strong impact in the configuration of the personality (interests, motivations, language...).

To be educated for being « semiotically strong» is the alternative pedagogic proposal, valid for deciding the autonomus and critical persons in the actual televisive cultural context.

DESCRIPTORES / KEYWORDS

Educación, cultura, alfabetización mediática, leer.
Education, culture, mediatic literacy, to read.

1. Cultura y educación

La biología humana, capaz de psiquismo consciente, se construye en el ineludible intercambio de los encuentros *apalabrados*, con los *otros*, en cuanto que realidad de necesaria experiencia comunicacional. Los humanos, seres bio-psico-socio-culturales, complejos, somos diferentes a todo otro ser de la naturaleza por la emergencia peculiar de la palabra. «El único animal que tiene palabra», decía Aristóteles en su *Política.* «Máxima joya de nuestra condición humana», expresaba Octavio Paz, refiriéndose, claro está, a la palabra. Esta complejidad y emergencia consciente humana requiere la ineludible experiencia de la culturalización. Es en los encuentros de los humanos en grupos, donde se ejecuta la emergencia del espíritu personal y donde en el intercambio de unos y otros se manifiesta el múltiple *cultivo* de experiencias, de respuestas y de creaciones, que definen nuestra realidad. Los humanos llenamos nuestra comunicación intercambiada de afanes, proyectos, seguridades, ritos y lenguajes. Expresiones ya religiosas, ya artísticas, ya legislativas, ya organizativas, y un largo y variado número de todo tipo de creaciones, que aportan seguridad, poder, mantenimiento y satisfacción a un muy amplio abanico de necesidades. Son las respuestas *culturales* que la desligada biología humana provoca, como una diferenciada forma de presentarse la vida en nuestro planeta.

Pero para describir y comprender lo humano no basta el concepto *cultura.* Este concepto acoge la referencia a todo objeto material o espiritual, que integra el mundo concreto y simbólico de un grupo humano más o menos extenso. Todo lo que hay en un determinado *locus* histórico forma parte de una cultura. Mas la construcción y presencia de lo cultural no agota la inquieta e histórica vida humana (una vida en permanente *faciendum, estar haciéndose,* no *factum,* decía Ortega), sino que requiere *per-feccionarse* de una valiosa manera. Aquí aparece el concepto de *educación.* La educación es a la cultura como una vitamina,

o un aporte nuevo de valiosidad a lo establecido. Una cultura sin el acicate superador de la educación es encontrarse con una visión de lo real acabado, perfecto, incambiable. La educación añade a la cultura perfeccionamiento humano. Algo considerado educativo está siempre en una cultura, pues de lo contrario, no estaría. Sin embargo, todo lo cultural no es educativo. Si así lo considerásemos, estaríamos a punto de afirmar que algún grupo humano ha conseguido la perfección. Son las expresiones de los iluminismos de todo tipo, bien ejemplificados en los no muy lejanos totalitarismos bolchevique y fascista. Así, en el mundo actual de cultura comunicacional icónica (intuitiva, sintética, apelante) con los hipotéticos riesgos de seducir, reducir y especializar las capacidades humanas en un determinado estilo, se requiere un subrayado interés educativo que se compagine con ese formato comunicacional reseñado. Una propuesta educativa en que la finalidad y los medios diseñados animen personas que sean capaces de «leer, interpretar y recrear la cultura establecida».

2. Cultura y educación en los tiempos de la comunicación

La especie humana es *vida comunicativa.* Como todo lo vivo, pero en grado diferente y superador. Y es que el ser humano añade a los procesos «comunicacionales» de la bioquímica y de los estímulos y respuestas, la experiencia de lo consciente como configuración de cada yo personal. Por eso, lo humano, que sobrenada en un hacer de intercambio biológico, se concreta y realiza en un ineludible magma comunicacional que, a su vez, es el generador inexcusable de la propia y concreta realidad personal de cada yo. Así, la filogenia de lo humano se ha hecho a lo largo de millones de años sobre la plataforma vivencial de procesos de comunicación. El hombre nace, y se fue construyendo, hablando, pintando, escribiendo, cantando, narrando. Somos lo que somos por el permanente intercambio de mensajes: afanes, sentimientos, dudas, inquietudes, lamentos, alegrías... Somos un animal semiótico, o intercambiador de signos, o de comunicación.

Todos los momentos históricos, en lo que han tenido de organización de defensa, de poder, de creencias, de búsqueda de seguridades... siempre han estado definidos y reconocidos, por los miembros integrantes de toda comunidad, por medio de lo comunicado. No es de extrañar, que cuando ahora en los tiempos modernos del siglo XIX y XX, ya en el siglo XXI, las revoluciones industriales, políticas, creenciales e ideológicas hayan tomado como elemento de poder, de expresión y de dedicación, todo lo referido al mundo de la comunicación. Así, la tecnología más avanzada, con más acopio de medios de toda índole, ya humanos, ya tecnológicos, ya simbólicos, sea la referida a las comunicaciones. Lo mismo ocurre en la vertiente más simbólica de la vida cultural, en lo político, en la dedicación del tiempo, en el manejo permanente de la vida cotidiana... en todo. Todo es comunicación y todo está transido por la comunicación. Eso sí, la comunicación de nuestro tiempo tecnológica, generalizada, dominante, omnipresente, instantánea. El hecho que más ha cambiado nuestra cultura y más directamente está orientando las luces y las sombras de nuestra actualidad mundial es el de la globalización y mundialización de la comunicación.

Ese estar expuesto permanentemente a un mundo comunicacional invasor y peculiar (el mundo de la imagen, la televisión), apela a nuevos retos educativos, que animen la realización de un mundo comunicativo valioso. De lo contrario, bien podría ocurrir que siendo como somos *vida comunicativa,* la raíz de nuestro yo, de nuestro ser personal consciente, quede manejado, realizado, vivido, por las influencias soterradas e incontroladas de quienes organizados tienen poder de decisión, de emisión y de apelación sobre los otros. Y, entonces, nuestra cultura, aunque verbalizada como un *tempus* de libertad, autonomía y autorrealización, pudiese quedar realmente como un mundo en el que el control y la esclavitud personales fuesen tan profundas e indignas como o más que en tiempos pasados. Por eso, desde este mundo de realidad de la complejidad humana, la comunicación, educarse es hoy, para mí, «aprender a leer, interpretar y recrear la cultura». O dicho de forma más sintética, «hacerse semióticamente fuerte». En definitiva, se propone un programa de educación comunicacional para los teleespectadores.

3. La peculiar comunicación televisiva

La imagen comunica de otra manera que el diálogo, que la lectura. Y es que la imagen apela con más rotundidad y determinación el espíritu, la conciencia, de quien es comunicado por ella, que quien lo es de otra manera. Y es que siendo el espíritu humano un amplio espectro de emisión y de recepción comunicativas podemos intercambiar más o menos desde los dos complementarios y dialécticos ámbitos de nuestra compleja realidad. Uno es el mundo de la sensibilidad y de la imagen. El otro, el mundo de la inteligencia y de la idea. La sensibilidad es más cercana biogenéticamente a la animalidad y a la imagen. La inteligencia, lo está a la espiritualidad y a la idea. Hegel resumía esta cuestión, dominante en toda la historia de la cultura y la filosofía occidentales, diciendo que «la imagen es a la sensibilidad, lo que la idea a la inteligencia». De aquí se derivaría que una persona apelada muy frecuentemente por imágenes desarrolla un concreto estilo cognitivo, y por ende, afectivo, estético, ético, en definitiva, personal. Una forma de estar en el mundo marcada por la superficialidad, la inmediatez, la carencia de reflexión y el mero hacer reactivo en cualquier y en todos los órdenes de la compleja persona. Seres manipulables, fáciles para el control y el dominio de creencias, de sentires y de proyectos. De la misma manera, alguien apelado por ideas, por otro tipo de lenguaje, más abstracto, desarrollará otro tipo de estructura personal comunicativa y un otro concreto estilo de configuración personal. Una forma de ser que, contraria a la anterior, tenga más capacidad de análisis, de visión integradora de los múltiples aspectos de toda realidad y de tomar decisiones de forma más autónoma, responsable y libre.

Esta variedad de comunicación apelativa y de repercusión en la emergencia de la conciencia es lo que recogía hace ya 30 años el teórico canadiense de la comunicación Marshall MacLuhan con estos dos asertos: «La imagen es un medio caliente» y «la imagen es el mensaje». Ambas expresiones, complementarias, subrayan la misma aproximación a esta realidad de lo comunicacional: que la imagen posee un nivel de apelación más intenso, y por tanto más próximo e incidental, que otros medios (la letra, la lectura...) para construir y definir los mundos perceptivos y simbólicos que cada persona genera en el intercambio existencial con los demás. Un contexto socio-cultural de fuerte incidencia comunicacional de imágenes

provoca personas muy mediatizadas por esos mensajes. Sólo si se lleva a cabo la complementaria actividad educativa, correctora y superadora del estilo cultural presentado, se hace posible que esa abundancia apelativa de imágenes sea corregida. Complementaria actividad educativa que en lo básico consiste en trasladar cognitivamente, lo recibido como imagen, al nivel comunicacional de las ideas, del diálogo, del debate, de la abstracción analítica y crítica. Es en ese complementario y superior mundo comunicativo en donde lo recibido como imagen se convierte en otro código cognitivo, que decodifica lo de otra manera transmitido «en caliente» y como «mensaje», sin más lectura e interpretación.

Esto es lo que hace a la dominante comunicación televisiva de nuestra cultura significativamente peligrosa, retante, o cuando menos, atendible. Es un medio comunicacional basado en la transmisión de imágenes, que como tal medio provoca en el receptor fuerte apelación. Esto lleva consigo una serie de respuestas en los telespectadores como: a) baja presencia perceptiva: recepción de mensajes con muy escaso o nulo control; b) alta intensidad informativa: abundancia de mensajes, que provoca cierta turbulencia de la realidad y falta de calma, distancia existencial y sosiego para analizarlas debidamente; c) escaso control consciente: tendencia a la debilidad interna de la conciencia, que queda dominada por el sugestivo y dominante «ruido» del acoso externo por medio de las imágenes incesantes que aparecen; d) tendencia a potenciar una actitud cognitiva de carácter pasivo: una preparación para la vida social acomodada, reactiva y ajena a una enorme multitud de los hechos que ocurren en la cotidianeidad y quedan como usurpados de la focalización de la conciencia; e) intensa incidencia en la configuración de la personalidad (intereses, motivaciones, aficiones, lenguaje...). Hechos afines a la construcción de un mundo cultural, como el muy citado hoy postmodernismo, caracterizado por el consumismo, la externalidad de los lenguajes y de las conciencias y una definida carencia de aplomo existencial y de afirmación en lo valioso como orientación vital.

4. Propuesta educativa para nuestra cultura

Aprender a «ser semióticamente fuerte». O, lo que es lo mismo, definir, en función de las exigencias de esta cultura de la imagen, la educación como «aprender a leer, interpretar y recrear la cultura». Ser semióticamente fuerte propone estar presente en el permanente intercambio que es la existencia de forma activa en el encuentro con todo tipo de realidad. De manera operativa, en síntesis, es formular preguntas, actitud interrogativa, en y ante los intercambios de la vida cotidiana. Sobre todo, ante aquellos mensajes que nos sitúan de forma predominante en relación con lo social: qué opinar, cómo usar el tiempo libre, qué vestir, qué comer, qué creer... La actitud interrogativa es la fórmula más práctica y eficaz de trasladar todo tipo de mensajes, sobre todo los icónicos, a otro nivel y grado de la conciencia, donde la apelación ya no «es caliente», sino que se enfría por la mediación de la distancia interpretativa y crítica en que queda recogido, en la interrogación, cualquier mensaje de referencia.

Un ejemplo histórico, bien novelado, de esa demandada actitud semiótica, como acción educativa, es la figura de fray Guillermo en la novela de Umberto Eco, *El nombre de la rosa.* Fray Guillermo pasa por todos los *observables* de su mirada en el convento de las «misteriosas muertes» como un permanente y activo interrogador de aquello que encuentra. Nada le sorprende pasivo, receptivo, apelado, sin reacción. Está en sintonía con la propuesta educativa del pedagogo P. Freire. Que educarse es aprender a «transitar críticamente» por lo vivido. Lo no educativo es «no pasar» o «pasar no críticamente» por los permanentes y apelantes mensajes sociales, no íntimos, «mercantilizados», en que se ha volcado gran parte de nuestro estilo actual de convivencia y de intercambio. Superficialidad, hipérbole, vanalidad, consumo, mercadería. La comunicación que nos hace humanos dominada por la «publicidad noticiosa». Mensajes que pretenden subrayar, extrapolar, exagerar, inundar, nuestras potenciales capacidades mentales, afectivas, éticas, para hacernos seres útiles la diseño del mundo establecido desde los centros de poder.

«Ser semióticamente fuerte» afirma la presencia de una actitud vital de lector e intérprete de la existencia. Hoy se vive una fuerte revolución cultural. Semejante a la del Neolítico. Aquélla más material. Ésta más simbólica y sutil. Más evolucionada. Y esta revolución cultural provoca una forma de vivir la conciencia personal de manera muy apelada por mensajes sociales, potencialmente manipulativos, reduccionistas y usurpadores de la fuente ética de la existencia humana. Por eso, hoy no vale ser alfabeto, educarse, como lector y escritor de palabras. Hoy la educación requiere acercarse a la alfabetización mediática. Lo que los anglosajones llaman «media literacy»: aprender a ver y a observar los medios; sobre todo, la televisión por esa su peculiaridad comunicacional referida.

Ver la realidad en clave semiótica es trasladar a toda realidad cultural la actitud decodificadora de cualquier lector de palabras/ideas. El semiótico es quien traslada a la cultura los conceptos que permiten ordenar y conocer la compleja realidad del lenguaje. Siendo el lenguaje y la cultura dos construcciones humanas, no es extraño que el trasfondo latente del espíritu humano construya la cultura con el mismo mundo de categorías y de conceptos que el lenguaje. Ser semiótico es trasladar al intercambio con lo cultural categorías de la lingüística, que nos permiten conocer y aplicar el saber hacer respecto del lenguaje. Son relevantes para estos efectos las categorías lingüísticas significante-significado (signo) *lectura,* ejecución-competencia, *interpretación,* sintagma-paradigma, *recreación.*

5. Educarse semióticamente para ser teleespectador y «salir airoso»

Lectura	significante	significado
Interpretación	ejecución	competencia
crítica-creatividad	sintagma	paradigma

- Leer (una imagen, en este caso) es caer en la cuenta, decodificar, el significado, la visión consciente, que un determinado «objeto» provoca en nuestra percepción. La visión de un anuncio, por ejemplo, (significante), sin ninguna elaboración personal significativa (significado), es el entrenamiento requerido por el circuito de poder establecido, (en este caso, empresario, publicista, medio), para generar «masas» de

potenciales compradores de este o aquel producto. O idea. O visión general de la realidad. O cualquier potencial ejemplo de algo comunicado. Estar entre «significantes», sin leer los «significados», es «no pasar» por la realidad de manera consciente, como decía P. Freire. El nivel más bajo de conciencia. Estar en actitud inconsciente, dominado por lo subliminar y en permanente estado de reacción apelativa para hacer lo que los creadores del control mediático proyectan. Seres «masa». Todo lo puesto en el circuito de los hechos y de lo intercambiado significa algo. Desde el centro de poder emisor todo «significante» traslada un mensaje. Si no se está atento, si no se pasa al nivel de atención de proponer personalmente un «significado» se mantiene uno en la pasiva actitud de quien se deja controlar por lo emitido. No se trata tanto en esta situación de saber si se acierta, si hay «significados» más aceptados, razonablemente proponibles, o justificados por ciertas fuentes de presencia social o cultural. De lo que se trata al «leer» los significados de cualquier significante es de generar una barrera cognitiva y afectiva, que personalice el sentido del mensaje de lo transmitido. Es pasar del hecho al signo. Cuando uno se queda «fetichizado» en el «significante», sin clarificar el «significado» aportado, uno se queda pasivo, y por tanto dominado por aquello que en la trama social aquello alimenta. Y en esa actitud uno vive y ve el mundo en clave prestada, en situación mecánica y reducida. Esclavizado por lo comunicado por el conjunto cultural dominante.

- Interpretar es incrementar el grado de conciencia, de sentido, de aportación comprensiva de aquello que se comunica. Es preguntarse, no sólo por el hipotético significado denotativo que uno pueda pensar que aporta un significante. Es acercarse a los varios significados que el signo leído puede aportar. En lenguaje freireano es «pasar críticamente» por lo comunicado. Interpretar es preguntarse por la «competencia», por el valor, que justifica, que fundamenta, la «ejecución», la experiencia, anuncio, telenovela, mensaje, comunicado. De hecho, todo signo leído, significante-significado, requiere ser interpretado. Esto es, dilucidar qué aporta, qué significa, en referencia a diferentes mundos de valores ese hecho «ejecutado» y las potenciales «competencias» valorativas, desde las que se puede decodificar.

Como vemos, en el proceso de estas dos actividades educativas respecto de la comunicación, quedarse en el nivel del significante o de la ejecución es mantenerse en una opaca fetichización de la cultura en la que lo acaecido se vería como el resultado de fuerzas, o de poderes, que sellarían y determinarían una concreta «objetualización» de lo real. Sólo en los complementarios pasos de la lectura del significado y de la interpretación de la competencia nos acercamos a la actitud educativa de distanciarnos de una visión fetichista y cosificada del mundo y de lo que acaece y se intercambia.

- Por último, recrear es comprender que todo lo comunicado en un concreto mundo cultural no basta con ser «leído e interpretado». También puede ser cambiado. La aplicación semiótica de los conceptos «sintagma-paradigma» nos animan a ver la realidad como algo cambiable. «Sintagma», la secuencia horizontal de las palabras, (*sin-tagma, elemento con elemento)*, que configuran una frase. En la cultura, «sintagma» es la secuencia de objetos que proponen un determinado constructo de realidad. Eso, puede verse en perspectiva vertical, «paradigma», cuando ya en el mundo del lenguaje, o del conjunto cultural, se propone de forma creativa una alternativa a la secuencia de los signos u objetos establecidos. En la sintagmática vestimentaria, la dominante presencia de un concreto estilo impuesto por la moda puede romperse con una respuesta creativa diferente, con un paradigma. En la sintagmática lingüística de la forma de hablar dominante puede aparecer la sorprendente paradigmática de un hablar más cuidado y atento a las personas y a las narraciones emitidas de los hechos.

Los ejemplos de acercamiento «semiótico» a la cultura pueden ser dobles: de lo concreto a lo general, del significante al paradigma y de lo general a lo concreto, del paradigma al significante. En el primer caso, del significante al paradigma, así: veo el significante y lo integro en una constelación significativa, lo «leo», le aporto un significado; hay una acción, un estado de conciencia activo, leer; recreo el mundo cultural que está detrás de ese signo: incorporo el signo a la constelación de significaciones que tienen en un determinado mundo simbólico, «ejecución», y además incorporo ese dato de la realidad al contento «competencial» que arropa y da sentido al inicial signo «leído»; en un tercer momento, el del cambio, dado que se considera lo establecido como cambiable, no anquilosado ni «fetichizado», considero el signo «leído» e «interpretado» como un «sintagma», como en elemento de una concreta secuencia cultural, que, a su vez, tiene una regla, «paradigma», que lo justifica o que puede ser cambiada. En este ejemplo, el hecho de «leer, interpretar y crear cultura» nos permite ver lo existente, lo creído, lo pensado, como algo vivo que ha de ser conocido, reconocido y cambiado, en su caso.

En el segundo caso de aplicación semiótica, de lo general a lo concreto, así: se percibe un paradigma, regla, cultural como cambiable y se propone otra: la Revolución Francesa propuso el paradigma alternativo de la «igualdad», que pasa a ser, desde esa regla, como un «sintagma», un elemento nuevo defendible y aceptable; ese «paradigma-sintagma» nuevo se «interpreta» como una nueva «competencia», «definición» cultural, que para ser eficaz requiere ser vivida como «ejecución», como hecho cultural; y el inicial «paradigma» propuesto como elemento de cambio se «lee» ya como real y nuevo elemento de la realidad cultural cuando está presente en el mundo de «significados» de las personas participantes en esa cultura, y además ineludiblemente está presente como un hecho «significante» que está presente en un determinado mundo simbólico. Ya sea en una dirección o en otra, ambas son complementarias, educarse como una «propuesta de acción semiótica» es pasar por la vivir con conciencia transitiva crítica que sepa hace efectiva esa «lectura, interpretación y recreación de la cultura». También de la cultura mediática, de sus signos y de sus medios tecnológicos de aplicación.

Esta propuesta quiere ofrecerse como una manera de animar procesos educativos que ayuden a afrontar los riesgos y los conflictos de una cultura de muy fuerte incidencia apelativa. En el caso español, en líneas generales, esta propuesta educativa es muy conveniente, potenciar la capacidad decodificadora de los telespectadores, por la peculiar realidad ambiental de nuestra cultura y el estilo perceptivo dominante. Y es que aunque la legislación sobre esta temática existe, qué caracterización debe tener la programación, en función de variables, horarios, audiencias potenciales y reconocidas... de hecho, tiene un nivel de cumplimiento mínimo. Podría decirse que en el momento actual, la defensa del telespectador por los poderes públicos es mínima. Y no por el potencial argumento de resaltar la libertad de creación y de emisión, sino más bien por carencia de sensibilidad hacia el fenómeno y el mantenimiento de una amplísima permisividad

hacia la presión de los poderes fácticos emisores. Todo ello envuelto en la histórica carencia que se ha tenido, por escaso entrenamiento democrático y cívico, para considerar a la ciudadanía como un activo y muy respetable sujeto de derechos. Lo que provoca aún muy frecuentemente que se mantengan actitudes de prepotencia y de descontrol desde y hacia los responsables de ciertas formas de hacer y mantener las emisiones televisivas, que, por ejemplo, en países de nuestro entorno están más que superadas. Lo que conlleva que el mundo global de la comunicación televisiva sea en muchos otros contextos de nuestro entorno algo más digno y respetable que en el nuestro. Por eso, parece relevante educativamente proponer acciones, para la escuela, la familia, y el conjunto difuso de aprendizajes en la sociedad, de modo que se potencie la capacidad personal de liberarse conscientemente de la presión dominante de las imágenes de la televisión. «Ser semióticamente fuerte». Lo que se concreta en vivir educación como un «aprendizaje lector, interpretador y creador de la cultura»

6. Hacer algo en la familia, en la escuela y en el conjunto social.

Esta es temática ya bastante reiterada, mas poco atendida. Hay una especie de simbiosis, demasiado trabada y poco analizada por la que gran parte de la audiencia activa de la televisión se deja «amasar» los mensajes imperantes. En gran medida por la escasa atención crítica a esas formas de comunicar y de otra parte por el reducido entrenamiento espiritual para acercarse a otros tipos de mensajería. Y es que tanto en la escuela, como fuera de ella, nuestro mundo simbólico no es precisamente un entorno en el que predominen intercambios comunicativos de animoso sesgo elegante, «elegancia del espíritu», y de esforzado respeto comunicacional basado en la selección de lo manifestable como valioso.

- La familia: animar y concienciar las redes de nuestra estructura social, para que reorganizados en el mundo laboral, familiar, en los tiempos de ocio, y en la convivencia, la televisión, sin más, deje de ser el epicentro organizador de las horas de convivencia. Ni la televisión, ni la consola, ni la televisión en las habitaciones de los niños. La comunicación televisiva tiene que ser asunto de clara organización y decidida autoridad de los padres, en el contexto del diálogo familiar. La televisión, pasado ya de largo el tiempo de su inicial impacto, como medio sorpresivo de apelación, debe ser sometida a los sanos y sencillos criterios de una vida centrada en la convivencia, el juego, el diálogo, la conversación. Los miembros de la familia más jóvenes han de estar ante la televisión el menor tiempo posible. Ejemplificada esa conducta desde el modelo de los padres. En todo caso, ese tiempo ha de estar marcado por el interés de alguna finalidad y siempre enmarcado en un contexto real de diálogo criterial con los otros miembros de la familia.

Además, en y desde ese mismo contexto familiar se debe vivir el interés por proponer actividades y tareas en los tiempos de ocio. Ciertas condiciones de la vida cotidiana, la vida urbana y los traslados, la dinámica laboral, la misma presencia de los nuevos medios tecnológicos de comunicación, han incidido contundentemente en prácticas anteriores dominantes de la estructura y dinámica familiar. Analizable desde muchos puntos de vista, parece razonable recuperar y mantener aquello que desde la tradición se ofrecía como valioso contexto educativo: el adecuado, por variado, convivencial y creativo, uso del tiempo libre, la conversación y el disfrute del roce familiares. En el afán de esos objetivos los padres han de mantener el buen criterio de los encuentros dialogantes, de la tertulia y actividad permanentes, y del nunca anteponer la exposición silenciosa ante la televisión a otro tipo de actividades y de formas de encuentro.

- La escuela: en el momento actual y tras la experiencia de las décadas pasadas, la escuela no puede seguir siendo lugar empírico de quejas respecto de la televisión, sin ningún enfoque reflexivo y profesional. Pese a lo legislado al respecto, la presencia de programas y de actividades educativas en relación con el empleo de los *medios,* y, en concreto, de la televisión, es aún muy reducida en nuestro mundo escolar. Sólo algunas iniciativas aisladas de algunos profesores, de forma más o menos transversal en el conjunto del desarrollo de los programas, han potenciado propuestas pedagógicas referidas a estos asuntos. Ya es el momento de intentar entre nosotros otras experiencias como la de la «media literacy», «alfabetismo mediático», con dos grandes y nucleares objetivos «ver y observar». Y es que en este contexto programático de la educación en los EE.UU. y algunos de países de Europa, Inglaterra, Holanda, Suecia, la escuela no está sólo para ser «alfabeto» lector/escritor y numérico, sino también para ser «alfabeto de las imágenes». Aprender a ver y a observar, como actitudes de atención reflexiva a los mensajes trasmitidos, masiva y apelativamente, por medio de las imágenes, es un interés educativo-escolar, que no admite ninguna demora. Ni en el planteamiento, ni en la acción. Esto se concreta en promover con carácter de generalidad, en todo el sistema escolar, y de transversalidad, en todos los ámbitos de contenidos y en todas las propuestas valorativas, para que los educandos maduren en la construcción de su personalidad y en la integración en la propia cultura de manera proactiva y crítica.

- El conjunto social: complejo y amplio es el mundo de referencias analizables sobre el hacer educativo desarrollable en el conjunto socio-cultural para mejorar la presencia, los contenidos y el uso de los nuevos medios tecnológicos de comunicación. Podemos fijarnos en algunos aspectos complementarios: a) animar la preocupación sociopolítica del conjunto de la sociedad civil para que la cuestión de los *medios* deje de ser un tema baladí, esporádico y de puntual propaganda política; b) incrementar la presencia de asociaciones y grupos de opinión y de presión, que actúen intensamente con el fin de que se sigan las normas nacionales e internacionales establecidas, al tiempo que se mantiene un permanente trabajo de seguimiento y análisis de los mensajes transmitidos en los *medios;* c) analizar y valorar la formación de los periodistas, publicistas y profesionales de la comunicación para cuidar el adecuado equilibrio entre las exigencias del mercado y las responsabilidades culturales y éticas, que todos tenemos con el conjunto social y los valores en que todo grupo humano apuntala el sentido y la proyección de sus existencia.

Referencias

CASTELLS, M. (2000): *La era de la información: economía, sociedad y cultura.* Madrid, Alianza.
ECO, U. (1979): *Tratado de semiótica general.* Barcelona, Lumen.
HABERMAS, J. (2003): *L ´éthique de la discussion et la question de la vérité.* París, Grasset.
LÓPEZ HERRERÍAS, J.A. (1998): *Cómo librarse de la tele y sus semejantes.* Madrid, CCS.

LÓPEZ HERRERÍAS, J.A. (2000): «Aprendizaje crítico y educación social para los media», en Revista *Documentación Social,* nº 120.
LÓPEZ HERRERÍAS, J.A. (2003): *Poesía y educación.* Barcelona, Herder.
MAINGUENEAU, D. (1998): *Analyser les textes de communication.* París, Nathan Université.
MCLUHAN, M. (1978): *La galaxia de Gutenberg.* Madrid, Alianza.
MUCHIELLI, A. (2001): *Les sciences de l´information et de la commnunication.* París, Hachette.
WALTON, D. (1992): *Elogio del gran público. Una teoría crítica de la televisión.* Barcelona, Gedisa.

José Ángel López Herrerías *es profesor de la Universidad Complutense de Madrid (España) (jherrer@edu.ucm.es).*