

Descubriendo la caja mágica...

La televisión se ha convertido sin duda en la reina de los hogares. Ningún invento de este siglo ha sido capaz de aglutinar a la vez a tanta gente, adentrarse en los espacios más íntimos de las personas y al mismo tiempo pasar casi desapercibida. Porque sin duda el rasgo más llamativo y a la vez preocupante de este medio es su aparente transparencia, su aire de normalidad que la hace presentarse siempre como un medio inofensivo, cargado de diversión y placer, de «cultura» y fiesta, de información y actualidad... una caja de Pandora llena de sorpresas para todos.

La televisión es ya el signo distintivo de esta sociedad tecnológica que nos ha tocado vivir. No hay ningún símbolo que caracterice mejor a nuestro estilo de vida que este aparato que utilizamos para entretenernos, formarnos, formarnos... Su influencia en nuestra sociedad copante, si tenemos en cuenta los niveles de aulas que superan las tres horas de media diaria entre los españoles -especialmente en aquellas poblaciones que tienen más dificultades de captar conscientemente sus mensajes.



Los niños y chicos de hoy, según todas las encuestas, son desde edades muy tempranas unos especiales consumidores de los mensajes televisivos, visionando de forma indiscriminada todo tipo de programas -no sólo infantiles-, sin apenas conocer los lenguajes audiovisuales y las acciones persuasivas que estos medios ponen en marcha cuando parten de la base del analfabetismo

audiovisual de las audiencias y su incapacidad para diferenciar el «universo electrónico» de la vida real.

Descubrir esta «caja mágica» que no tiene por qué ser el centro de todos los males, es por ello una misión de la familia, de la escuela y de los propios medios. Superar actitudes radicales que ensalzan a la televisión como el dios supremo de la sociedad avanzada (tecnófilos) y rechazar posturas inconscientes que califican al medio como la «bestia negra», el animal diabólico que enfermiza todo lo que toca (tecnófobos), nos debe llevar a superar posturas hirpercríticas y acríticas para alcanzar una visión «crítica» del medio, basada en el conocimiento de su lenguaje, de su discurso y de su medio.

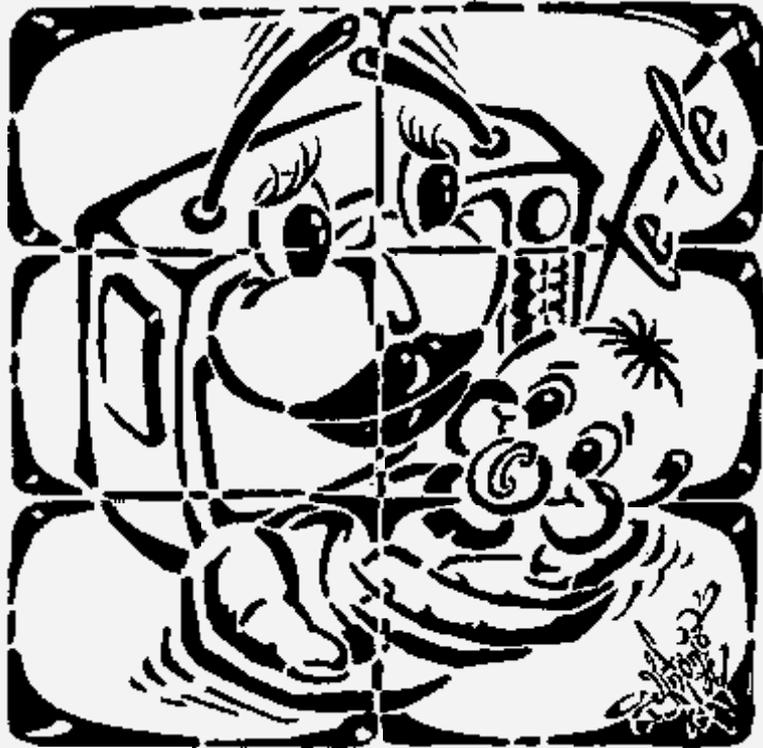
Los padres tienen necesariamente la obligación de orientar a sus hijos e hijas para que sean buenos telespectadores y consumidores activos, porque -no lo olvidemos- es en el hogar donde se produce el «encuentro» con este medio. Sin embargo, hay que partir de la base de que en una sociedad de consumo como la nuestra, las ocupaciones, el trabajo y la escasa preparación de las familias impiden que éstos puedan dedicarse a enseñar a chicos/as a ver la televisión. Es por ello que la escuela es uno de los pocos foros que quedan para hacer posible esta educación para el uso racional de la televisión. Es cierto que los profesionales de la educación han tenido que ir asumiendo progresivamente nuevos y variados ámbitos de conocimiento para los que a veces no se sienten preparados, pero la formación de ciudadanas y ciudadanos críticos y activos -misión principal de la escuela- exige el conocimiento de los medios de comunicación -y especialmente de la televisión- para descubrir sus mensajes, rentabilizarlos como auxiliares didácticos para el aprendizaje y hacer de su lenguaje un medio de expresión personal y grupal, que permita a los alumnos comunicarse con estos nuevos códigos audiovisuales.

Conscientes de la necesidad de la formación del profesorado en este apasionante campo del descubrimiento de la «caja mágica», «COMUNICAR» dedica este número a la integración didáctica del medio televisivo en las aulas, ofreciendo reflexiones, propuestas e investigaciones elaboradas para aquellos profesores y periodistas que quieran colaborar en ese necesario diálogo entre la comunicación y la educación, explotando al máximo las posibilidades educativas de un medio de comunicación que está necesariamente llamado a mejorar el nivel de vida de los hombres y mujeres del XXI.

El mundo de la tele



A. López '96 para Comunicar



Antonio López Alcántara '96 para COMUNICAR