

Educar l'home mediàtic¹

1. Una història de temors

En un diàleg recollit per Plató, Sòcrates explicava a Fedó la trobada entre el rei egipci Thamus i Theuth, el déu inventor de l'escriptura d'aquesta manera: "Thamus va respondre: Theuth, inventor exemplar, qui descobreix un art no és el millor jutge del bé i del mal que comportarà a qui el practiqui. (...) Tu ets el pare de l'escriptura, i a causa de l'afecte que tens per la teva criatura, li atribueixes la funció contrària de la que té de veritat. Els qui l'aprenuin deixaran d'exercitar la memòria; confiaran en l'escriptura perquè els recordi coses per mitjà dels recursos externs en lloc d'utilitzar els recursos interns que tenen; (...) rebran quantitat d'informació sense la instrucció adequada i, en conseqüència es creuran molt erudits quan en el fons seran ignorants²".

Es tracta del primer episodi documentat d'un conflicte repetit en l'esdevenir de la història del món occidental. Els temors de Sòcrates es van viure amb la invenció de la impremta. I van renèixer amb l'arribada dels mitjans de comunicació audiovisuals. L'església, i el conjunt d'institucions socials que formaven el conglomerat en el poder durant l'època medieval, combateren amb ferocitat l'invent de Guttemberg. Posteriorment, han estat els pensadors neoil·lustrats els principals enemics dels mitjans de comunicació audiovisuals.

Tal vegada la metàfora més brillant per expressar aquests temors és la que va escriure George Orwell en la seva novel·la *1984*. La majoria dels comentaris sobre aquesta obra insisteixen en la figura del Gran Germà que utilitza els mitjans electrònics per controlar la vida pública i privada dels seus súbdits. Però Orwell mostra una forma més subtil de control a través del que denomina la "neoparla". El Gran Germà orwellià crea un nou llenguatge en el qual determinades paraules desapareixen amb la intenció d'eliminar els conceptes que representaven³. No és només un problema plantejat en la cultura occidental, sinó també en l'oriental. Confucí, preguntat sobre quines decisions prendria per encarregar-se de l'administració del país, va exigir, en primer lloc, la reforma del llenguatge⁴.

Existeix, doncs, una preocupació secular referida a la influència del llenguatge en que s'emet el discurs públic respecte a la configuració social. Ara que l'escriptura ocupa l'altar de les aules, el raonament socràtic sobre la influència perniciosa dels mitjans audiovisuals sobre els seus alumnes pot



escoltar-se en boca de qualsevol mestre. Com Postman ha assenyalat en un altre dels seus llibres⁵, la importància de l'aparició d'un nou llenguatge com a vehicle del discurs públic no recau en les seves virtuts i defectes per transmetre certs coneixements sinó en les seves conseqüències en el nivell epistemològic. La definició de veritat fou la parla en l'època de Sòcrates, va passar a ser la lletra escrita primer i la impresa després, i ara el propi Postman postula que és audiovisual, o sigui, mediàtica o mediatitzada.

Seguint la línia d'aquest raonament, podem recordar com Durkheim⁶ va defensar en el seu moment la continuïtat entre religió i ciència en la funció de subministrar els conceptes compartits col·lectivament. Podem dir que l'epistemologia de l'era verbal prové del món religiós, la de l'era escrita de l'àmbit científic i en l'era mediàtica del conglomerat format pel món de la comunicació. Per a Fedó, la veritat s'identificava amb el discurs del mestre; per als il·lustrats amb el discurs del científic i per a l'home postmodern amb el discurs del presentador del telenotícies. Ara és veritat allò que és comunicat, no allò que és demostrat o allò que és transcendent.

Cadascun d'aquests períodes implica que el govern del discurs públic es trobi en mans d'institucions diferents. La família fou la principal institució que es va interposar entre l'individu i la societat en l'era verbal, l'escola ho va fer en l'era de l'escriptura, i els mitjans de comunicació ho fan en l'era audiovisual. Evidentment, en cap cas l'aparició de nous discursos públics no ha significat la destrucció total de les institucions que en dirigiren els anteriors. Institucions socials com la família o l'església, continuen existint en els nostres dies. Les institucions educatives mantenen la seva importància. Però són els mitjans de comunicació els que aparentment controlen el discurs públic de la postmodernitat.

S'ha escrit molt sobre com els mitjans exerceixen aquest lideratge, en un primer moment es va parlar de la seva persuasió, de que exercien un control total sobre les experiències, relats i coneixements que arribaven fins als individus. Va fer fortuna l'aforisme de McLuhan: *El mitjà és el missatge*. Però ara cada dia es parla més de la seva influència en el coneixement. L'obra de Postman n'és un bon exemple. Contràriament a les seves predecessores, les institucions dels mitjans no semblen engendrar una cosmovisió pròpia i completa ja que una de les seves característiques intrínseques és el pluralisme. Aquesta gran reivindicació il·lustrada ha estat portada fins a l'extrem pels mitjans i han aconseguit propiciar un *pensament dèbil*.

La modernitat il·lustrada es va basar en dos pilars fonamentals: la ciutat i els mitjans de comunicació, que són les institucions que varen encarnar durant un parell de segles l'ideal del pluralisme. Des d'aquesta perspectiva,

Els mitjans de comunicació controlen el discurs públic de la postmodernitat



els mitjans es limiten a administrar les cosmovisions presents en una societat donada. Són administradors del coneixement més que inventors i precursors de noves formes d'entendre el món. El que passa és que aquesta mateixa absència d'un metarelat col·lectiu és en si mateixa una cosmovisió que alguns han anomenat cultura mosaic, d'altres preferim denominar-la *cultura del vídeoclip*, i que es troba en la base d'alguns moviments culturals occidentals com la denominada *Generació X* o la multiculturalitat.

L'esdevenir i el desencant postmodern han conduït a trobar defectes en la idíl·lica visió del pluralisme il·lustrat administrat pels mitjans de comunicació. Assenyalarem els dos que gaudeixen d'un major consens.

L'aforisme de McLuhan, el mitjà és el missatge, és utilitzat a tort i a dret sovint sense que hom s'aturi a pensar en el seu significat profund. Hi ha alguns discursos, que amaguen certs tipus de cosmovisions, que es mostren incapaçs de circular sobre el suport del llenguatge dels mitjans de comunicació; això significa que el pluralisme administrat per aquests deixa fora de l'abast del ciutadà algunes possibilitats. Els mitjans asseguren el pluralisme, però es tracta d'una pluralitat tècnicament limitada. No hi ha res de nou, tot llenguatge –també el verbal i l'escrit– es mostra incapaç d'abastar-ho tot. Recordem les màximes del primer Wittgenstein: "Sobre el que no es pot parlar és millor callar"; "Hi ha coses que no es poden dir, només es poden ensenyar"⁸.

La segona limitació del llenguatge dels mitjans prové de la ruptura d'allò que Walter Benjamin va anomenar el "paradigma teatral"⁹. Durant anys ha tingut primacia la lectura aristocràtica de l'obra de Benjamin. Sense oblidar aquesta dimensió, es fa necessària una relectura del seu concepte d'*aura*. Vist des d'una perspectiva tan popular en els nostres dies com la dels *cultural studies*, el concepte d'*aura* no és més que un toc d'atenció sobre la ruptura que els moderns mitjans de comunicació provoquen entre text i context. Raymond Williams ha arribat a dividir les etapes de la comunicació humana en funció d'aquesta ruptura del paradigma teatral. S'ha produït, segons Williams, una progressiva implantació de llenguatges de comunicació cada cop més allunyats dels "media físics inherents"¹⁰ al cos humà. Aquesta disociació s'inicia amb l'escriptura, segueix amb la impremta o la fotografia i acaba amb la televisió. Encara podríem aprofundir més si parléssim de la

Els mitjans de comunicació són ara com ara la principal institució de mediació entre individu i societat



informàtica i el seu llenguatge digital, les autopistes de la comunicació i la imminent realitat virtual. Els mitjans permeten accedir a experiències i coneixements cada cop més allunyats en l'espai i en el temps de la nostra realitat quotidiana. Però el nostre coneixement d'aquests altres móns és descontextualitzat i, per tant, tenim problemes per integrar el seu significat.

Tenim, doncs, el panorama següent: els mitjans de comunicació són ara com ara el principal vehicle del discurs públic, la principal institució de mediació entre individu i societat. Aquests mitjans se'ns presenten amb dues limitacions principals: vehiculen un pluralisme limitat per les característiques dels llenguatges que utilitzen; destrueixen la vinculació entre text i context. Dos problemes que trobem arrelats en la crisi de les *transmissions* que ha definit Lluís Duch.

2. La iconosfera de l'home mediàtic

Una primera comprovació: mai la principal institució de mediació social ha aconseguit eclipsar les anteriors. La majoria ni tan sols ho ha intentat. La família va subsistir a la creació de l'escola i l'escola ha subsistit a l'impacte dels mitjans de comunicació. Per explicar aquest fenomen resulta útil la distinció que alguns autors plantegen entre discurs públic i llenguatge privat¹¹. Pot semblar que hi ha certa estructura profunda de l'individu la configuració de la qual depèn en més gran mesura de les experiències d'aquest a través de llenguatges "inherents al seu propi cos" i que roman inalterable als discursos públics.

Si bé aital plantejament resulta suggerent, no podem obviar que no sabem del cert que passí el mateix respecte a l'"estructura profunda" col·lectiva. Els mitjans són l'única institució que assegura avui que certes experiències són compartides pel conjunt d'una societat. Però tampoc això està clar. Potser l'home mediàtic no arriba a compartir experiències a través de la comunicació de masses, sinó que tansols comparteix relats. Una peculiaritat que tampoc tenim la certesa que es limiti al llenguatge dels mitjans. Tal vegada cap dels lectors, malgrat estar-nos comunicant *face to face*, arribi a compartir les meves experiències i els meus coneixements sobre aquest tema tal com jo els visc. Tal vegada el meu text, en cadascun dels contextos en què es llegeixi, tingui diverses interpretacions. I, sense arribar a cap forma de neosolipsisme, arribem a pensar que no existeix cap missatge autònom sinó que existeixen tants missatges com emissors i receptors els comparteixin¹².

L'home mediàtic, com els seus predecessors, no és unidimensional. Comparteix infinitat de relats a través dels mitjans de comunicació però

únicament reconeix com a experiència allò que rep a través dels llenguatges *inherents*. Això el fa diferent. Sap que existeixen móns diferents del seu tot encara que no els sent com a propis. Fins i tot reafirma la seva identitat en contrast amb aquests móns. Aquí trobaríem una possible explicació, per exemple, del renéixer del nacionalisme a finals d'aquest segle sense que ningú entengui com és possible en l'era de la globalització. S'entén també així com es construeix el pensament dèbil sobre les restes dels grans metarelats que es mostren impotents per convèncer de la unicitat dels seus postulats a un home mediàtic carregat d'escepticisme.

3. Possibilitats educatives dels mitjans

Aquest home mediàtic, situat a la cruïlla del pluralisme, la globalització, el pensament dèbil i l'escepticisme, és certament difícil d'educar. No és pas la meua intenció entrar en l'àmbit pedagògic que no és el meu. Però sí que m'agradaria fer algunes comprovacions.

La família i l'escola han entrat en conflicte quan alguna d'elles ha intentat irrompre en el terreny propi de l'altra. I sobretot quan alguna d'elles ha eludit les seves funcions en benefici de l'altra. Per tant, ningú pot confiar als mitjans aquelles funcions que són pròpies d'altres institucions. Quan es parla de la influència de la televisió en els nens, algú pensa en els canvis que han sacsejat la família i l'escola? Potser la televisió es limita a ocupar un espai formatiu que altres institucions han deixat lliure. Dubto molt que entre la veu d'un pare o una mare que li parla dels prejudicis de la guerra i els crits de qualsevol heroi *manga*, un nen opti majoritàriament i automàtica per la norma del japonès. Podríem posar multitud d'exemples referits a altres crítiques habituals, com la manca d'hàbits de lectura o les normes sexuals. En els termes que utilitza la sociologia del coneixement, no hi ha cap certesa que els mitjans de comunicació hagin adquirit el rang d'un *altre significatiu* per als individus que els llegeixen¹³.

I això és així pels aspectes negatius i també ho és pels positius. Els defectes d'una ètica de consens, com la il·lustrada, no tenen com a única causa l'imperi del llenguatge mediàtic en el discurs públic. El seu caràcter intrínsecament pluralista fins i tot li impedeix fins i tot aconseguir que la majoria sigui tolerant, els intolerants també cerquen el seu lloc sota el sol mediàtic.

Paral·lelament, la força de tota cosmovisió és amenaçada per l'impacte del pluralisme mediàtic. Per educar l'home mediàtic calen més arguments que la sola presentació d'una cosmovisió com a única viable. És un individu més informat, la qual cosa pot arribar a complicar el fet que estigui més ben comunicat.



Els mitjans de comunicació no pretenen educar els individus i, a més, tenen poques possibilitats de fer-ho. Això no significa que no condicionin llur educació. No pot obviar-se la seva presència en plantejar qualsevol tipus de pedagogia, però aquesta implica quelcom més que canviar un llibre de ciències naturals per una pel·lícula de Costeau.

4. Educar l'home mediàtic

L'educació de l'home mediàtic no pot pretendre *alliberar-lo* de la seva suposada "esclavitud" respecte als mitjans de comunicació. Significa, en tot cas, acostar-se a ell des de la seva multidimensionalitat, que podem reduir a un decàleg:

1. És un home o una dona que ha de ser políticament correcte, que s'integra a la societat a través de la família i de l'escola, però no només a través d'aquestes institucions. També ho fa, i potser primordialment, a través dels mitjans de comunicació gràcies als quals relativitza les seves pròpies normes i les entén com una possibilitat més en un món complex, dinàmic i plural.

2. Es tracta d'individus que tenen accés a experiències per mitjà de llenguatges afectius i racionals però que també coneixen a través dels llenguatges anomenats *sincretics* en què la frontera entre raó i sentiment és difusa, pràcticament inexistent.

3. És un home que no té temps. No perquè li prengui la televisió sinó perquè viu en un sistema socioeconòmic en el qual prima la rapidesa com a valor.

4. Ens trobem davant d'individus molt ben informats, Eco ha parlat fins i tot de la malaltia de la informació, però no per això estan més ben formats ni més ben "comunicats" si ens cenyim a la distinció de Duch.

5. De tot plegat se'n desprèn que també és un home perplex, amb els mateixos problemes que els seus avantpassats però que té davant d'ell moltes més receptes de solucions i li costa discernir i ponderar les que encaixen amb la seva veritat.

6. No és un home multicultural¹⁴ sinó, en tot cas, un individu que coneix la diferència, això no significa que l'entengui ni encara menys que la respecti. Sovint no fa res més que incomodar-lo.

7. És un *voyeur*, que vol dir que li agrada *veure* la realitat més que entendre-la, llegir-la o escoltar-la. Aquesta condició no el fa inútil per descodificar llenguatges orals o escrits però prefereix el relat icònic, i per tant analògic, a qualsevol forma de digitalització de la realitat. Entén, tal vegada equivocadament, que allò analògic s'acosta amb més precisió a la veritat que allò digital.

8. El *voyeur* tendeix a primar allò espectacular per sobre de qualsevol valor ètic o estètic.

**Educar l'home
mediàtic
significa
acostar-se a ell
des de la seva
multidimensio-
nalitat**

***Un individu amb una
família desestructurada i
sense escolaritzar serà
carn de canó dels mitjans
de comunicació***

9. En alguns casos té tendència al fonamentalisme¹⁵, sobre tot quan la complexitat i la perplexitat el porten a l'angoixa.

10. No és excessivament diferent als qui l'analitzen, és a dir, és capaç de descobrir les fal·làcies i manipulacions dels mitjans de comunicació. En tot cas la seva vulnerabilitat dependrà del grau de cohesió que tingui respecte a les altres institucions socials a través de les quals s'integra a la societat. Un individu amb una família desestructurada i sense escolaritzar serà carn de canó dels mitjans de comunicació, de les sectes destructives o dels polítics feixistes.

**5. Mitjans de comunicació i pedagogia social.
Apunts per un debat.**

Finalment es podrien apuntar algunes qüestions per continuar serenament el debat entre pedagogia i sociologia de la comunicació més enllà de les mútues desqualificacions.

a) Vist allò que s'ha plantejat fins ara, es pot confiar encara en els mitjans de comunicació per a qualsevol tipus d'educació no formal?

b) La major llibertat metodològica de la pedagogia social, sense renunciar al principi d'educar, no pot permetre acostar-se a l'home mediàtic pensant en allò que realment és i no en allò que hauria de ser?

c) L'educació entre els col·lectius menys afavorits de la societat, no hauria de plantejar-se com a primer objectiu el de reconstruir les institucions tradicionals de socialització en lloc de lluitar contra la influència mediàtica?

d) No seria possible que la pedagogia social adoptés com a propis els llenguatges "sincrètics" per dirigir-se a l'home mediàtic?

e) No caldria preguntar-se, primer de tot, quin tipus de cosmovisió proposa qualsevol acció educativa abans de deixar-se portar per la il·lusió pluralista il·lustrada suportada pels mitjans de comunicació i que ha portat com a conseqüència l'imperi angoixós del "pensament dèbil"?

f) En definitiva, no valdria la pena conviure amb les institucions dels mitjans en lloc de submergir-se en una lluita desigual per destruir-los?

6. Com a epíleg

Massa sovint, els mitjans de comunicació reflecteixen una imatge de nosaltres mateixos que ens fa sentir incòmodes, ens angoixa i ens provoca indignació. La reacció és doble. Alguns disparen contra el vidre amb la intenció de destruir aquesta imatge desagradable; d'altres es limiten a desqualificar-la i creuen insultar-la en recordar la virtualitat de l'instrument òptic. Però ningú s'atura a discutir en el referent que porten davant els nostres ulls, i no ho entenen com una visió catastrofista de la societat actual.



És el que és i en molts aspectes, per exemple en el del coneixement i en el de la tolerància, millor que les anteriors per molts esforços que es facin per dibuixar-les idíl·licament.

Però la batalla no es guanya en el mirall. Els mitjans de comunicació, aquest és llur problema, han de descabalar de l'arrogància amb la qual treballen. Fixeu-vos que ells són els més interessats en demostrar llur poder. Però seria atorgar-los-el que la resta d'institucions socials, principalment educatives, renunciessin a actuar i es limitessin a disparar contra el mirall.

L'home mediàtic necessita, més que mai, l'educació ja que es troba submergit en la perplexitat de la complexitat. Però qualsevol forma d'acció educativa no pot començar per acusar l'objecte sobre el que actua de ser portador de tots els mals imaginables contagiats per la televisió.

Albert Sáez

Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna
Universitat Ramon Llull

-
1. El treball recull la participació de l'autor en el XI Seminari Interuniversitari de pedagogia social al setembre de 1996 i ha sigut posteriorment adaptat per publicar-se també en l'anuari *Ars Brevis* de la càtedra Ramon Llull-Blanquerna.
 2. Citat en POSTMAN, N. *Tecnopoli*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1994. P. 11-12.
 3. Alguns autors interpreten aquesta metàfora de Orwell com la versió literària de la que els lingüistes denominen hipòtesis Sapir-Whorf, segons la qual el llenguatge condiciona el pensament de l'individu i de la societat. Una versió moderna de la confiança en aquesta hipòtesi és el moviment conegut com "politically correct" que pretén implantar el multiculturalisme a través del canvi de certes expressions lingüístiques.
 4. DUCH, L. *Religió i món modern. Introducció a l'estudi dels fenòmens religiosos*. Barcelona: Publicacions de l'Abadia de Montserrat, 1984 (*Scripta et documenta*, 29), p. 266.
 5. POSTMAN, N. *Divertim-nos fins a morir*. Barcelona: Llibres de l'Índex, 1990.
 6. DURKHEIM, E. *Les formes elementals de la vida religiosa*. Barcelona: Edicions 62 Diputació de Barcelona, 1987.
 7. Veure LYOTARD, J.F. *La posmodernidad (explicada a los niños)*. Barcelona: Gedisa, 1994 (3a edició).
 8. WITTGENSTEIN, L. *Tractatus logico-philosophicus*. Barcelona: Laia, 1989.
 9. BENJAMIN, W. *L'obra d'art a l'època de la seva reproductibilitat tècnica*. Barcelona: Edicions 62-Diputació de Barcelona, 1983.
 10. WILLIAMS, R. *Historia de la comunicació (I-II)*. Barcelona: Bosch, 1992.
 11. Veure TRESSERRAS, M. "La comunicació de masses i el discurs privat. Observacions al llenguatge postmodern". *Tripode-Revista de la Facultat de Ciències de la Comunicació Blanquerna*. (Barcelona) (1996), núm. 1, p. 9-27.
 12. Veure DUCH, L. Duch, referint-se a la qüestió religiosa, fa una interessant distinció entre comunicació i informació. Atribueix a la primera la capacitat de "comunió, de ser amb l'atre" mentre que la informació, l'única possibilitat que reconeix als mitjans de masses, es redueix a saber que "l'altre existeix".
 13. BERGER, P.; LUCKMAN, T. *La construcció social de la realitat*. Barcelona: Herder, 1988.
 14. Aquí seguim a Bloom i el seu inestimable exercici de provocació intel·lectual. Veure BLOOM, H. *El Cànon occidental*. Barcelona: Columna, 1995.
 15. Veure TRESSERRAS, M. (1996)

Educar l'home mediàtic

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

Artícle: Educar l'home mediàtic

Referència: Educació Social núm. 7 pp. 12 - 20

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