

LOS MEDIOS DE COMUNICACION SOCIAL Y SU REPERCUSION EN LA PEDAGOGIA

El mundo en que vivimos hoy es muy distinto, en su estructura, en su cultura, en su expresión, del de hace apenas unos decenios.

Este cambio tan radical, revolucionario, se ha verificado, en gran parte, por medio de los vehículos de información, de comunicación de ideas y pensamientos: por lo que se llama hoy en día "medios de comunicación social".

Vivimos de ellos, los juzgamos como algo necesario, natural, vital —a pesar de lo recientes que son en su difusión—. Pero no sé si conocemos su extensión, o si nos hemos detenido a reflexionar sobre la trascendencia y dimensiones de este gigante.

1.—Los medios de comunicación social a nivel mundial.

Voy a dar unos datos del año 1962, que ya están anticuados, sobrepasados con mucho, pero que, quizás por lo mismo, son más impresionantes. En este campo los datos de un año son anticuados para el siguiente. Su ritmo creciente es de una curvatura ascendente inimaginable.

En 1962 se presentaron estos datos como base para la necesidad de que el Concilio Vaticano II se pusiera al día en esta realidad del mundo de hoy.¹

1.—Véase: *Lexikon für Theologie und Kirche*, I, pp. 112 y sgs.; Martín Descalzo *Un periodista en el Concilio*, 1 etapa, pp. 253 y sgs.

En el mundo se publicaban, en ese año, diariamente, 8.000 **periódicos**, con una tirada total de 300 millones de ejemplares. Si se añaden las 22.000 **revistas** publicadas —aparte de las estrictamente científicas y técnicas— con sus 200 millones de ejemplares de tirada, caeremos en la cuenta del influjo humano de la palabra escrita. Cada periódico tiene cerca de 150.000 palabras, lo cual da unas cifras impresionantes, casi incalculables.

En el campo cinematográfico los datos son también sobrecogedores. Se filmaban anualmente unos 2.500 largometrajes, y unos 10.000 cortometrajes. En el mundo existían ya entonces 170.000 salas de cine, de exhibición pública y comercial, con una asistencia global de 17.000 millones de espectadores al año, que pasan en el cine 35.000 millones de horas. Si añadimos las sesiones privadas, las culturales, científicas, técnicas, educativas, las tenidas en salas privadas no comerciales, en salones improvisados eventual o permanentemente, pero que escapan a la categoría de salas públicas, y otras, nos daremos cuenta del influjo del cine, y de las horas que se consumen frente a la pantalla.

Ya en el año 1962 había 6.000 **emisoras de radio** repartidas por todo el globo terrestre, como emisoras comerciales. Los aparatos receptores ascendían a 400 millones, que, según estadísticas mundiales, están prendidos por término medio 4 horas diarias, por alguno de los miembros de la familia. Esto hace que

estén recibiendo las hondas radiadas durante 600.000 millones de horas al año.

Los datos referentes a la **televisión** son los que resultan para hoy más anticuados, pues en muchos países han aumentado considerablemente desde el año 1962 hasta estas fechas, o han comenzado a existir desde entonces. Sólo dispongo de los datos de aquel año. Ya había 1.000 emisoras de T.V. comercial, 120 millones de aparatos receptores, que constituían un total de 200.000 millones de horas anuales percibidas.

Es realmente el nuevo ídolo de nuestro tiempo, y el aparato de T.V. está entronizado en el mejor sitio de la casa, donde en otro tiempo se colocaban los dioses hogareños, o la imagen de Cristo. El "slogan" comercial publicitario en los EE. UU. era antes: "un televisor en cada hogar", hoy es: "un televisor en cada habitación", pues ya están completos todos los hogares, y hay que seguir vendiendo.

Hay otro medio de gran influjo en nuestros días, sobre todo para la juventud. Son los **discos de música**. Por medio de ellos se han introducido ideas, costumbres, modos de pensar y actuar, modas, . . . Es difícil el calcular su venta y su audición. Sólo por un dato podemos darnos cuenta de su magnitud: Bing Crosby vendió 60 millones de discos con sus canciones. ¿Cuántos habrán vendido los Beatles? ¿Cuántos habrán vendido los otros conjuntos de moda? Añadamos el acervo ingente de anuncios, luminosos y escritos, las hojas sueltas, la propaganda impresa, los periódicos y revistas, extras, etc., impresas fortuitamente.

¿A qué conclusiones llegamos? ¿Qué representa esto en nuestras vidas, en nuestra cultura, en nuestras costumbres, en nuestra juventud?

2.—Los medios de comunicación social en El Salvador.

Cierto, podrá decir alguien, que los datos mundiales son impresionantes, pero en nuestro país ¿qué valor, qué incidencia tienen? Somos un país muy por debajo de los países adelantados, también en la cantidad e influjo de los medios de comunicación social. ¿Cómo está la situación en El Salvador, respecto a ese fenómeno del mundo de hoy?

El Anuario Estadístico de 1967, publicado a finales del año pasado por la Dirección General de Estadística y Censos de El Salvador, nos da los siguientes datos respecto al cine: 69.393 espectáculos públicos de cine, con un total de 14.820.273 espectadores, que pagaron ₡ 7.912.617 en ese año. Pero son muchísimas las sesiones de cine privadas, técnicas, educativas, parroquiales, municipales, etc., etc., que elevarían las cifras de espectadores considerablemente.

Si observamos otro de los medios importantes de comunicación social, los periódicos, veremos que solamente los 4 diarios principales de San Salvador tienen una tirada global de 200.000 ejemplares cada día. Añadamos los periódicos que se editan en otras ciudades, mas los semanarios, y tendremos una cifra muy elevada para la población nacional, a pesar de su elevado índice de analfabetismo.

¿Cuántas revistas se venden en el país? ¿Cuántas hojas volantes se distribuyen? ¿Cuántos impresos se publican? Hace poco tiempo salía en los periódicos un gran anuncio, en el que se aseguraba que la propaganda escrita era la más efectiva.

Serán muy pocos los que no hayan oído por el radio el conflicto surgido con motivo de la encuesta nacional, realizada con el fin de averiguar el número de aparatos de radio, y el uso que se hace de los mismos. Sin mediar en la disputa, aprovechamos el dato que la encuesta nos proporciona: un millón de aparatos receptores de radio en El Salvador. Por donde quiera que se vaya, aun en el cantón más remoto, se ve al obrero y al campesino con su transistor prendido.

No poseo datos exactos sobre el número de televisores en uso en el país, pero ciertamente pasan de los 100.000. ¿Cuántas horas están encendidos al día, al año? ¿Cuántos, por término medio, observan la T.V.? Hay que tener en cuenta que muchos de esos aparatos son públicos, es decir, no se usan sólo para la familia, sino que se instalan en sitios de acceso a otras personas, como negocio, como servicio, o como favor. Añádanse los mirones que se detienen en la calle para ver la T.V. a través de la puerta o la ventana abiertas.

¿Sabemos cuántos discos se venden anualmente aquí? Y por los discos se influye en

las personas, en sus costumbres, en sus criterios, en las modas, en los gustos. Se indocina. Se reclutan partidarios. Se hace política, se protesta. . .

Si a esto añadimos los anuncios de todo tipo, no incluidos en los distintos medios anteriormente citados: letreros luminosos o no, productos varios; si sumamos los libros que se leen, aunque sean pocos; nos encontramos con el hecho de que nuestra vida está invadida, hasta lo más íntimo, por esta omnipresente comunicación del pensamiento.

En las encuestas sobre criminalidad que hice el año pasado, a nivel nacional, y por encargo de la Corte Suprema de Justicia y Ministerio de Justicia de El Salvador, en 17 grupos distintos, en ambientes delincuenciales o proclives a la delincuencia, constaté que el 100% reciben el influjo de alguno —al menos— de los diversos medios de comunicación social, variando según los diversos niveles y capacidades. Allí se señalan las preferencias, las oportunidades, el uso que se hace de los mismos; y se puede deducir el influjo que ejercen en sus conductas.

Ante un fenómeno tal, y de tal trascendencia ¿qué actitud hemos de tomar? ¿Cómo vamos a canalizar este hecho ineludible? ¿Cómo preparar a nuestra juventud, que es mayoría, para ese nuevo mundo en el que han nacido?

3.—¿Reforma, o revolución, en pedagogía?

El análisis de la realidad actual, realizado hasta aquí, tiene un fin: llegar a unas conclusiones pedagógicas, a una actitud nueva, que es lo que voy a exponer ahora.

No hablo de cambios en los programas de enseñanza, que es algo más bien accidental. Me refiero a un cambio más profundo, a una nueva orientación general de la pedagogía, que incluye enseñanza, educación, hogar, ambiente, medios de comunicación. . .

El año tiene 8.760 horas. ¿Cómo las distribuye el niño o el adolescente? A lo sumo, 8 horas diarias pasa en la escuela o colegio, incluyendo la ida y el regreso. Por cinco días semanales, en 35 semanas escolares, nos dan un total de 1.400 horas anuales que pasa en los centros educativos.

Unas 10 horas diarias, por término medio, ocupará en las comidas y en el sueño. Es de-

cir, 3.650 horas permanecerá normalmente en la casa. La mayoría de esas horas las pasa inconscientemente, durmiendo. Solamente unas 1.000 horas al año convive en el hogar, habla, escucha, disfruta, se pelea. . .

Aún cuenta con 1.710 horas anuales, de las que puede disponer más o menos a su gusto, que le pertenecen, en las que es libre. Las empleará en lo que prefiera: estudiar, leer, oír música, jugar, ver televisión, escuchar el radio, ver revistas, ir al cine, hablar por teléfono, ir de paseo. . . Es decir, está sometido a los diversos medios de comunicación social.

Y este es el tiempo más largo de su vida consciente. Pero si se le añaden las horas que está bajo el influjo de los diversos medios de comunicación social, tanto en su casa, durante las comidas y aun el sueño, como en el centro de enseñanza, donde se van metiendo los medios audiovisuales progresivamente, como en el camino de ida y vuelta al mismo, constatamos que la mayor parte de su tiempo, no ya relativa, sino aun incluso absolutamente, está sometido al influjo de los diversos medios de comunicación social.

Esta preponderancia influyente no es sólo cuantitativa, sino también cualitativa. Si prescindimos del tiempo de sueño, en el que también trabaja el subconsciente bajo las ideas y las emociones percibidas durante el estado de vigilia, nos encontramos con su vida distribuida en dos fases: hogar-escuela, por un lado, tiempo libre, por otro.

Por supuesto que para el número ingente de menores que no disfrutan ni de hogar ni de escuela,² se desfasa el influjo casi totalmente hacia el tiempo libre, pues el trabajo —si lo tienen— no ejerce en ellos mucho poder educativo.

Pero examinemos esas dos fases, o áreas de influjo. En el hogar, en la escuela, las ideas, los afectos, se les imponen, a gusto o a disgusto, se les dan, no los buscan ellos, no los escogen.

En cambio, en el tiempo libre, ellos seleccionan el entretenimiento: la película o el deporte, la música o la revista, la conversación o la lectura, la televisión o el paseo, el baile o el descanso, el estudio o el teléfono.

2.—De unos 4 millones de niños en edad escolar que hay en el Istmo, solamente dos millones acuden a la escuela. N. de la R.

Ellos escogen el sitio, el canal, la película, la pieza de música, la estación, la lectura, el anuncio, incluso la ropa. Con esas ideas, con esas emociones, sintonizan. Esas son las que les influyen, las que les dejan huella, las que moldean su personalidad, su porvenir.

Todo lo impuesto, aun cuando sea bueno, incluso cuando les agrade, muchas veces lo rechazan por el hecho de ser impuesto, al revelárseles internamente su independencia. Es muy poco el influjo formativo que ejerce sobre ellos. Lo que les forma —o deforma— es todo aquello con lo que sintonizan emocionalmente, lo que ellos escogen libremente.

Si tratamos de formar hombres, hay que prepararlos para esa vida real que van a enfrentar, en la que ya están, en la que han nacido.

No podemos negar la realidad, cerrar los ojos a los hechos irreversibles, aislarlos del mundo, porque es imposible. Ni tampoco podemos tratar de retroceder a tiempos pasados. El mundo no se detiene en su marcha hacia adelante. El mundo actual —y el futuro mucho más— es un mundo de medios de comunicación social.

Para este mundo tenemos que preparar a los jóvenes: hacerles reflexionar sobre cada uno de esos vehículos del pensamiento, formarles un gusto y una actitud críticas, enseñarles a ver lo bueno y rechazar lo malo, lo engañoso, lo propagandístico; a pensar, a escoger, a ser libres, a ser hombres y no parte de una masa impersonal dirigida por quienes piensan por ellos.

No se trata simplemente de un cambio en los programas, de añadir algo sobre esta realidad de hoy. Se trata de una verdadera revolución, de un enfoque distinto de la educación y la pedagogía. Se trata de preparar al joven para que él sepa actuar y juzgar. Hay que hablar con él de cine, ver películas con él, discutir las y analizarlas. Hay que enseñarle a descubrir la noticia en los periódicos, a confrontar el título llamativo y el contenido del artículo o del comentario o la noticia. Hay que enseñarle el sentido del ritmo y de la melodía, oír música con él, y comentarla. Hay que enseñarle a buscar el libro que le gusta o necesita, a examinar el índice, a hojearlo, a pensar previamente sobre el autor y su pensamiento; a detenerse en la lectura, a resumir su contenido, a reflexionar sobre su mensaje.

Hay que enseñarle a distinguir si una revista es simplemente ilustrativa o de conte-

nido, si es científica, o se vale de esa apariencia para otros fines, si es de fachada nada más, o tiene algo aprovechable; a detenerse en el artículo que instruye o hace pensar. Hay que enseñarle a oír el radio, a escoger las estaciones, a valorar los programas, a descubrir la propaganda y las ideas. Hay que dialogar, ver con él, y discutir, sobre la televisión; ser exigente con los programas, pedir algo más que diversión, reflexionar sobre el mundo ficticio de la imagen idealizada y del mundo presentado artificialmente; analizar los "slogans", para descubrir la exageración llamativa y el contenido real, para formarse una concepción personal del mundo y de los productos que se anuncian; para bajar a la realidad, que no es tan idealista ni tan color de rosa como se presenta en la pantalla.

Esa actitud crítica, analizadora, la llevará también al hogar y a la escuela, examinará los métodos y los mensajes. Estudiará la historia, no como una narración fría y muerta del pasado, sino que intentará penetrar en los hechos y sacar conclusiones de los mismos. La literatura le servirá para acercarse al eterno sentir de los pueblos y las personas. Las ciencias ya no serán un almacenamiento de conocimientos más o menos ininteligibles, sino un descubrimiento de los fundamentos del mundo, de la ciencia, de la técnica, que están por todas partes en su vida.

Esta actitud frente a la realidad de la vida le llevará a ser verdaderamente hombre, persona, que piensa, que razona, que analiza, que procede por convencimiento personal y libre, no como un autómatas de la propaganda.

Si se le añade la formación moral y cívica, adaptadas también al mundo real en que se desenvuelve, y al que tiene que respetar. Si se le da el complemento espiritual de criatura e hijo de Dios, hermano de los demás hombres, constructor del mundo, tendremos un verdadero hombre, que sabe por dónde va y qué es lo que tiene que hacer, qué actitud tomar; que sabe respetar a los demás, a sí mismo y a Dios, sin tratar de imponerse, de pasar por encima de los otros, consciente o inconscientemente, sino de ayudarlos a encontrarse a sí mismos y descubrir el mundo en avance incontenible hacia el punto Omega.

Ese tiene que ser el hombre del futuro. De lo contrario la humanidad se convertirá en un rebaño de robots, manejados sutilmente por la técnica o la propaganda.