

Las culturas pedagógicas de la comunicación

Observatori Europeu de la Televisió Infantil — Novembre de 2002, Comissió Europea, Barcelona

Los trabajos del Naos nº 5 (2003) 73-96

La aculturación de los medios

Dr. Xavier Laborda Gil

Departamento de Lingüística. Facultad de Filología. Universidad de Barcelona

Bajo la ducha de los medios

La aculturación de los medios es una expresión admirablemente concisa y abstracta que remite a un fenómeno vital. Pues habla de los cambios que producen los medios de comunicación en los patrones de comportamiento que las personas han adquirido socialmente. Esa realidad tiene muchas caras y sus efectos, tan poderosos, pueden resultar contradictorios.

Una imagen del escritor polaco Stanislaw Lem nos pone en situación de sentir en qué consiste la aculturación de los medios. "El aluvión de imágenes —dice Lem— corre sin cesar y el espectador se siente como si se hubiese metido en una bañera con el chorro de la ducha a plena potencia y después arrancase el grifo". Vivimos bajo un diluvio de imágenes, en una casa cuyas paredes son pantallas y sus muebles más aparatos de comunicación.

La aculturación de los medios es un fenómeno social que nos desafía con un dilema. ¿Qué se nos arrebatada y qué se nos brinda como renovada posibilidad? Antes de responder, nos decimos que el planteamiento parece simplista, como si sólo hubiera cara y reverso, como si comportaran pérdida o ofrecimiento. Sin embargo, el debate suele aparecer polarizado en estos términos. Veamos si no cómo muestran esos extremos la antropología y la lingüística mediante las ideas de asimilación, préstamo y transculturación.

Asimilación.- La aculturación es el proceso de pérdida de la cultura de un pueblo al entrar en contacto con otro técnicamente más avanzado. Su sentido es el expolio cultural.

.Préstamo.- Aproximación cultural de una sociedad humana a otra, por contacto entre ellas. El concepto de préstamos cultural no es valorativo, como el anterior, sino descriptivo.

Transculturación.-. Proceso de cambio cultural como resultado de los contactos intensos y directos entre dos o más sociedades inicialmente diferentes y autónomas. Este concepto considera la aculturación como un fenómeno multidireccional y horizontal, a diferencia de los anteriores, unidireccionales y verticales.

Estos términos trazan una línea, con la asimilación y la transculturación en sus extremos y el préstamo cultural en el centro. Fuera queda, negada por la teoría y la experiencia, la enculturación, un término que designa la transmisión de la cultura

de una generación a otra. El dinamismo social y el empuje de los medios convierten en una quimera la idea de que un padre pueda transmitir a su prole unas formas culturales que ha recibido del abuelo. La televisión, los videojuegos, internet y los teléfonos móviles son medios nuevos o renovados. Y abuelo, hijo y nieto se relacionan con ellos como si hubieran llegado juntos, en condiciones diferentes pero juntos, a este tiempo.

Tabla: Significados del término aculturación.

<i>entorno</i>	Aculturación			
	cultura dinámica		cultura estática	
<i>concepto</i>	asimilación	préstamo	transculturación	enculturación
<i>comentario</i>	pérdida cultural	asimetría	intercambio	identidad generacional
<i>ejemplo</i>	absorción por colonización	la imprenta en una cultural oral	migraciones y mestizaje	tradición de padres a hijos

La sociedad postindustrial es un hábitat cultural que se caracteriza por una dinámica intensa de cambios. Según su condición y según la perspectiva del observador, estos cambios pueden ser de sustitución o, por el contrario, de agregación de medios y de modificación de formas culturales. Los individuos de las sociedades modernas experimentan procesos constantes de aculturación. Hay cambios económicos, que afectan al trabajo, como la producción en cadena o la robotización. Otros son adaptativos al proceso social, cuando irrumpen medios que imprimen un giro inaudito a la sociedad, como sucede con la imprenta o la televisión. También se producen cambios en las relaciones personales, como sucedió con el servicio postal o la telefonía celular. Finalmente, hay cambios totales o de etnicidad, por las migraciones de gentes que llegan y adoptan la nueva cultura del país de acogida. Los factores de la aculturación son múltiples y relacionan cambios tecnológicos y mediáticos, de ocupación y relación interpersonal, movilidad ecológica y social, aceptación de nuevas ideas y hábitos.

La aculturación de los medios es un frente revelador de este proceso. Uno de sus efectos es esa sensación que describía Lem de estar bajo una ducha torrencial. Esa inquietud al verse abrumado, anegado por un flujo comunicativo tan impetuoso y constante. Es el malestar de la cultura por la presión de los medios y de los mensajes. De los medios ya hemos mencionado la televisión, la consola de videojuegos, internet y los móviles. Sobre los mensajes, destacan los productos informativos, la escalada de la publicidad —con una ubicuidad pasmosa— y los formatos de comunicación personal por internet —correo electrónico, tertulias o *chats*, páginas profesionales y personales.

Aculturación como pérdida

Aceptemos considerar la aculturación de los medios de un modo dualista, esto es, como pérdida y como aportación. En tanto que pérdida o arrebatación podemos anotar la caducidad de los contenidos, la banalización, la homogeneización y el sensacionalismo.

La rapidez con que se producen y exhiben nuevos productos corre pareja a su caducidad. Un editor decía, con tanto sentido del humor como acierto, que los libros aparecen hoy con una fecha de caducidad similar a la de un yogur. En el campo de la ciencia, esta afirmación, sin duda exagerada, puede orientar sobre la cada vez menor vigencia de una obra de investigación. Los mensajes caen en barrena pronto y desaparecen consumidos por su naturaleza de fulgor y fugacidad.

La banalidad, la puerilización y el sensacionalismo son también los rasgos de un contingente notable de la programación mediática. Una muestra de ello se halla en la saga de criaturas pokémon, fenómeno paradójico donde los haya, ya que reúne la pobreza creativa con un éxito mercadotécnico sólo comparable al de la factoría Disney. O lo que es lo mismo, la miseria narrativa y la grandeza comercial son las dos caras de esa banalidad.

El sensacionalismo pulsa de modo grosero e irrelevante la atención del público. En la campaña de otoño de 2001 un anuncio televisivo publicitó la capacidad de adherencia del Volkswagen Golf, para lo cual presentaba a cuatro niños que corrían alrededor de una piscina. Lo que para los niños era un juego entrañaba riegos pues corrían por el borde mojado y estaban solos. Y el anunciante usaba del suspense y la sospecha de que algo nefasto podía pasar, un accidente o un ahogamiento, para captar la atención del espectador. Esa dramatización o representación de una situación alegórica fue objeto de una sanción por el Consejo del Audiovisual de Cataluña (CAC) porque presentaba a los niños en una situación de riesgo sin un motivo justificado. Era un anuncio que presentaba una información de un modo irrelevante y perjudicial para la audiencia infantil. Por las mismas razones, el organismo del CAC informó negativamente sobre el tratamiento informativo de las televisiones del secuestro en una escuela de Hospitalet en 2002. Diez años antes, en noviembre de 1992, la presentación de la tragedia de las tres niñas de Alcàsser (Valencia) raptadas y asesinadas colmó los límites hasta entonces conocidos del sensacionalismo y de la manipulación mediática con fines espurios. ¿Qué fines? Atenazar la audiencia, conseguir su atención y su tiempo, para luego extraer un rendimiento económico de la masa de biotiempos acaparado. Sea una atención excepcional con el espectáculo de la tragedia o bien una atención ordinaria y fija, lo que subyace es el riesgo para el público de dependencia de la pantalla, como advierte el reciente libro *Enganchados a las pantallas*, de Paulino Castells y Ignasi de Bofarull.

Para el lingüista Raffaele Simone, sin embargo, la comunicación audiovisual supone un riesgo mucho mayor que el de la banalización o la dependencia. Simone apunta a una aculturación radical y socialmente depauperadora en su sobresaliente ensayo *La tercera fase: formas de saber que estamos perdiendo*. La tercera fase o de la cultura electrónica sigue a las de la escritura y la imprenta. Al respecto declara que "la Red es el enemigo del libro" y que constituye "la más formidable barrera que nunca se ha presentado frente al contacto con la realidad". Y augura un efecto devastador, cual es "la disolución de un paradigma de cultura, de información y de educación" conseguido con los instrumentos de la escritura y la imprenta. Razona que los hábitos de una lectura crítica, basados en la concentración y la memoria cultural, pueden desaparecer a causa de la supremacía de la visión natural sobre la alfabética y la supremacía de la imagen sobre la experiencia más estructurada de la escritura. Con un excelente conocimiento de la comunicación, Simone indica que la información no proposicional o información audiovisual no es analítica y no aparece estructurada ni contextualizada. Sin un discurso verbal que la oriente y dote de sentido referencial, esa información puede resultar inane y manipuladora.

Historicidad, una creciente sensibilidad

El debate sobre la aculturación de los medios sucede en un tiempo especialmente atento a la dimensión histórica de sus agentes y acciones. El tópico del político que declara realizar algo histórico, algo que trasciende su presente, es la parodia de una percepción cultural que nos acompaña desde el siglo XIX. Aparece con la era contemporánea y con el pensamiento de Hegel sobre el progreso de la cultura. Desde entonces somos criaturas vivientes —seres en el curso del tiempo— pero también observadores de nuestras acciones y su tiempo. Esta dualidad nuestra nos

conduce en ocasiones a padecer una hipersensibilidad histórica, esto es, una exagerada ubicación en el rol de observador.

Es conocido aquel chiste en que un caballero dice a su dama: "Hasta luego, señora, me voy a la guerra de los Treinta Años..." La gracia de la ocurrencia está en el anacronismo en que incurre el caballero al conocer de antemano la duración de la contienda y su nombre histórico. Su hipersensibilidad no es razonable en su época, pero sí en la nuestra. He aquí una muestra publicitaria, puramente anecdótica, que quizá sugiera tantos enunciados inspirados por la perspectiva histórica: "Omega vuelve a hacer historia en la creación de relojes: tras 200 años sin cambios en el principio del reloj mecánico, Omega ha desarrollado el escape coaxial, un mecanismo revolucionario que elimina casi todas las fricciones y mantiene la precisión durante períodos mucho más largos". Una revelación tan sobresaliente como ésta es hija natural de nuestro tiempo. Se diría que merece una portada de prensa y, sin embargo, casi pasa desapercibida.

El debate sobre los medios es una consecuencia de esa historicidad, que no sólo acelera los cambios tecnológicos sino que también incentiva la reflexión sobre las tendencias y la prospectiva. Como en el ejemplo de Omega, es corriente que los sujetos se proclamen hacedores de la historia porque creen que el paso que dan es revolucionario y que, por lo tanto, tuerce el curso del tiempo. El libro de R. Simone participa de esos rasgos y abraza la historia no por siglos sino por épocas. En él se aprecia en parte el esquema de la construcción histórica.

El esquema consta de cinco grandes fases del progreso de la conciencia: lenguaje, escritura, Historia, Renacimiento, contemporaneidad. Hay historia porque hay a) lenguaje desde hace unos 400.000 años, b) escritura con unos 5.500 años de antigüedad, c) género científico de la Historia desde Herodoto, en el s. V aC., d) vuelta a los ideales de un tiempo remoto con el Renacimiento (y la imprenta) y, finalmente, e) época Contemporánea desde el siglo XIX (García Calvo 1983). La edad Contemporánea es, como indica su nombre, aquella que coincide con el tiempo. En ella los hechos presentes se tratan como un pasado, en el sentido de visibles para sus mismos actores. Así se ha construido nuestra conciencia histórica. Y también la idea exagerada de su importancia y trascendencia: hiperrealismo y exacerbada conciencia de la perspectiva histórica.

Pero como proclama Emilio Lledó (1991), este colosal desarrollo cultural tiene unos pies de barro pues su memoria cultural vive en precario. Y el diagnóstico de Lledó tiene puntos en común con el de Simone. El uso acrítico de los medios —por ejemplo mediante esos contenidos banales y sensacionalistas a los que hacíamos mención— supone un grave peligro, el de un presente devorador de la conciencia histórica. El desafío de un presente servido por los medios como una hiperrealidad aporta un espacio en fuga constante, sin memoria, sin referencias ni capacidad crítica, sin predilección por la educación y la formación en silencio, sin recursos para desmitificar el mundo de apariencias creado al servicio del mercado y de una política oligárquica y excluyente.

Aculturación como ofrecimiento

Frente a la idea de aculturación como arrebato o pérdida, podemos oponer el interesante trabajo *Crece en la era de los medios electrónicos*, de David Buckingham (2000). Trata con perspicacia la cuestión de la cultura audiovisual y sus efectos en la infancia. En él denuncia el falso dilema entre los temibles peligros de esta aculturación y las desorbitadas promesas de una nueva alfabetización. Son dos posturas opuestas. En la posición de crítica y rechazo están las ideas de Raffaele Simone o de Neil Postman, afines en su advertencia sobre la erosión del

modelo alfabético y discursivo. Buckingham designa esta postura con el nombre de la muerte de la infancia, pues refiere el analfabetismo infantil, su adicción electrónica y, en definitiva, la desaparición de la frontera que guarda de los adultos la mentalidad infantil durante la maduración de la personalidad. Por su parte, la propuesta de tecnólogos como Seymour Papert —en los años ochenta— da la bienvenida al prodigioso aprendizaje que aportan las herramientas informáticas, con un gran optimismo en las cualidades de la nueva generación de niños que crecen con los medios electrónicos.

Sin embargo, Buckingham considera que esta polémica no es razonable porque parte de posiciones esencialistas y reducidas al todo o nada. A su parecer, carecen del conocimiento empírico necesario y no aplican un análisis cultural riguroso. Al revisar los conceptos de aculturación que hemos expuesto, observamos que encaja con la idea de asimilación la postura de la pesadilla o de la muerte de la infancia, y con la idea de la transculturación la postura de la utopía tecnológica. El dilema entre tradición cultural y modernidad tecnológica es a todas luces un falso dilema.

De su estudio empírico, Buckingham deduce que los cambios que producen los medios electrónicos en los niños son una realidad compleja, que resulta contradictoria en sus manifestaciones. Señala que es contradictoria porque hay ofrecimientos pero también pérdidas. Por un lado, considera este investigador que, con la televisión y el fácil y discrecional acceso a los contenidos de la red, se produce una difuminación de fronteras entre lo infantil y lo adulto. Pero, por otra parte, las condiciones urbanas y la aplicación de los medios supone una notable pérdida de autonomía de los niños en la gestión del tiempo, en la formación y en su ocio; la institucionalización y comercialización erosiona parcelas tradicionales de libertad infantil.

Dos son las conclusiones que propone Buckingham sobre la cuestión de los medios en la infancia. Desmiente que ello afecte de un modo singular o específico a los niños, porque sostiene que hay una continuidad básica entre el mundo infantil y el adulto. Esta continuidad cultural también se da entre el ayer, el de hace unas décadas, y el ahora. No hay fracturas entre un ámbito de la población y otro, porque en buena parte adultos y niños participan de unas prácticas similares en la familia, la escuela y las relaciones sociales. Además, el entorno cultural se moldea con cambios paulatinos.

Y la segunda conclusión consiste en ser cautelosos frente a la idea optimista y redentora de los medios —la de la utopía tecnológica— en la educación infantil. Buckingham considera que no hay que ser complacientes ni hay que creer en el determinismo de los medios, pues su simple concurso no promueve un mayor tono mental y relacional de los niños.

El observatorio de la aculturación infantil

Los medios requieren proyectos y seguimiento. Si se aplican sin un proyecto educativo, formativo y de entretenimiento, no ofrecen ninguna garantía cultural de su interés. De ahí que sea tan necesario estudiar de un modo empírico sus usos y efectos. Los datos y las observaciones tomados son las referencias apropiadas para ejercer un análisis cultural riguroso. En esta tarea desempeña un papel importante el Observatorio Europeo de la Televisión Infantil, esto es, el observatorio de la aculturación infantil. Varios ejemplos pueden ilustrar esta pretensión: las buenas maneras en internet, el trastorno infantil de las tres D y la crítica deontológica de los medios.

A/ Netiqueta

Las páginas de internet y el correo electrónico aportan unos canales de comunicación de gran influencia. Pero con ello no basta, pues es recomendable que el usuario domine la *netiqueta* o buenas maneras de la comunicación. Es frecuente observar dificultades e inseguridades de algunos comunicantes para dar con el registro apropiado para la relación *e-mail* o epistolar. En las relaciones consultivas, como por ejemplo entre estudiante y profesor, suele costar a los corresponsales dar con el tenor interpersonal y tratamiento apropiados, a pesar de su facilidad formal. ¿De tú o de usted? ¿La petición expresada de modo directo y escueto o bien con delicadeza y gradualmente? ¿Se envía un mensaje o se usa con discreción y selectivamente la dirección electrónica del corresponsal? La formación de los estudiantes en las buenas maneras internáuticas es un aspecto modesto pero muy provechoso para su comunicación.

B/ Trastorno DDD

El trastorno infantil de las tres D consiste en la concurrencia de tres disfunciones de habla y alimentación: la disfonía, la dislalia y la deglución atípica. Este trastorno ha quedado descrito desde hace tiempo por los especialistas en foniatría y logopedia. El hecho preocupante es que desde hace unos meses está aumentando mucho el número de consultas foniátricas y de reeducación de niños con este trastorno. Una investigación habrá de indicar si ello se debe a un aumento del trastorno o bien a una mayor atención de los padres ante el problema. Y aún sería más interesante establecer cuáles son sus causas. Una hipótesis razonable señala como causa el mal uso de medios audiovisuales y la carencia de buenos hábitos en la relación de los niños con las pantallas.

Los síntomas del trastorno de estos niños son los siguientes. En lo referente a la disfonía, que es una deficiencia de la voz, se suele apreciar la respiración exclusivamente bucal (la boca permanece siempre abierta) y una voz con resonancia nasal inadecuada (como si llevara una pinza en la nariz). Como consecuencia, el aire no se humedece, calienta ni filtra porque no se inhala por la nariz. Este aire irrita las cuerdas vocales y las perjudica con las infecciones respiratorias. La potencia y la calidad de la voz disminuyen mucho.

La dislalia consiste en una producción incorrecta de ciertos fonemas. Por ejemplo, es frecuente en estos casos la no pronunciación de la ese (fricativa alveolar sorda) y sustituirla por la zeta (fricativa interdental sorda); en vez de casa y sopa dice *caza* y *zopa*, respectivamente. La dificultad para producir fonemas nasales (m, n, ñ) puede obligar a pronunciar *balo* o *bodte*, en vez de malo o monte.

La deglución atípica se distingue por presionar constantemente la lengua contra los dientes, inclinar la cabeza hacia atrás para tragar alimentos, mascar poco y con la boca abierta. Este comportamiento inmaduro en la deglución arrastra pautas de cuando el niño era bebé. En esos casos, el niño debe aprender a cerrar la boca, dejar la lengua en reposo en el paladar y triturar con los molares.

Estas tres disfunciones causan un trastorno en el habla por una tonicidad insuficiente de los órganos activos del habla (lengua, labios y mandíbula inferior) y por una respiración incompleta y deficiente. El habla no articula bien los sonidos y la voz es pobre para realizar esfuerzos de comunicación (hablar mucho rato, gritar, superar un ambiente ruidoso o defenderse de un aire polvoriento, seco o frío). Sobre las causas que conviene considerar, en primer lugar está el visionado de televisión y de otro tipo de pantalla. Consumir mucho tiempo de pantalla es perjudicial por la pasividad física que provoca en los niños y por la pérdida de horas de descanso y de sueño. La pasividad favorece la dislalia y la falta de descanso perjudica la calidad de la voz o disfonía. Consumir productos audiovisuales sin la

compañía de adultos puede dificultar el aprendizaje de buenos hábitos físicos y verbales.

El trastorno DDD puede deberse a esa razón del mal uso de los medios audiovisuales, pero también a otras más que interactúan en la maduración del niño. El uso de las cuerdas vocales, la boca y la nariz está relacionado con el dominio de los esfínteres y de la socialización. De ahí que sea recomendable atender y subsanar estas deficiencias verbales. Parece prudente aconsejar para estos períodos de maduración del niño un uso moderado de pantallas, y con la compañía e interacción de los adultos. Se podría añadir también el consejo de dormir las horas necesarias (tantas veces en competencia con el ocio televisivo), beber bastante agua, respirar nasalmente, comer con corrección, no cometer excesos orales (como gritar o hablar en lugares ruidosos) o cantar, para ejercitar los órganos del habla y el sentido del ritmo y de la melodía.

C/ Crítica deontológica de los medios

Mencionábamos el expediente que en 2001 el CAC o Consell Audiovisual de Catalunya abrió a TV3 por emitir un anuncio con niños en peligro de modo gratuito. Aquel anuncio del Volkswagen Golf no incitaba a reproducir la situación a los espectadores, pero podía perjudicar físicamente a los niños si estos imitaban el comportamiento de los niños actores. El CAC aplicó el principio escrito de no presentar a los niños en situaciones de riesgo sin un motivo justificado. El mundo infantil no está separado del mundo adulto. Participa o está en conexión con la globalidad social. Está conectado y expuesto a sus modas publicitarias, tan agresivas y codiciosas en ocasiones; a sus usos periodísticos, en ocasiones sensacionalistas e irrespetuosos; y a unas tendencias en la producción de programas, acuciados por la búsqueda del éxito inmediato.

Un ejemplo de esa publicidad que busca la máxima atención, a costa del respecto al espectador, es un anuncio de Caja Madrid del otoño de 2002. En él se compara dos situaciones, la de un deportista imprudente y la de la seguridad de la Caja. Concretamente, en una situación de deporte de riesgo, un sujeto se lanza sin paracaídas desde helicóptero para intentar caer sobre un gran colchón de aire. Pero el deportista yerra el salto y se estrella mortalmente contra el suelo. El anuncio se burla de la impericia del saltador, que se ha arriesgado faltamente, en vez de confiar —entiéndase como una analogía— en los productos financieros de esa entidad, tan recomendables, tan seguros.

Niños y adultos ven el anuncio de los niños de la piscina o la del desgraciado saltador, entre otros del mismo calado. Como asegura Buckingham, la difuminación de las fronteras entre lo infantil y lo adulto es innegable. Y lo que perjudica a unos perjudica a los otros. Recoger, analizar y divulgar esos mensajes rechazables o esas prácticas comunicativas irrespetuosas es una tarea digna del Observatorio Europeo de la Televisión Infantil. Reseñamos, a modo de ejemplo, la noticia de un estudio reciente que alerta sobre el deterioro de la salud mental infantil en España. Según el estudio, las causas del deterioro son la competitividad social, la sobrecarga de actividades extraescolares, el abandono y los malos tratos; y sus consecuencias son el fracaso escolar, los trastornos alimentarios, con bulimia o anorexia, y finalmente la inestabilidad emocional y mental. ¿Tienen estos factores alguna relación con el consumo audiovisual? El Observatorio podría recoger esa investigación tan alarmante, entre otras investigaciones sobre la infancia, e interrogarse sobre las posibles relaciones culturales y mediáticas.

La función del Observatorio es más amplia. Puede registrar y difundir también experiencias interesantes y esperanzadoras. Al este respecto, es muy atractiva la

iniciativa realizada en Buenos Aires para que los niños de más de cuatrocientas escuelas de primaria escribieran guiones televisivos de ficción. La experiencia implicó a especialistas en la redacción de guiones para formar a maestros, a grupos de alumnos con escritura colectiva, a realizadores televisivos y actores para rodar las historias y a todos los canales de televisión para emitir los programas. Lo llamativo de este proyecto ha sido que la escritura ha resultado creativa y que ha permitido que los niños estén en el origen de una producción televisiva de calidad.

Escribe Stanislaw Lem sobre el panorama comunicativo actual un pensamiento cargado de razón: "La capacidad de absorción informativa del ser humano es exactamente la misma hoy que hace cuarenta mil años, cuando nuestros antepasados pintaban osos y bisontes en las paredes de sus cuevas. De manera que el acto de conectar nuestros sentidos a las redes electrónicas encierra el peligro del diluvio informativo." Hay muchísima información. Es lógico pensar que con estos contingentes informativos se introduzcan bastantes mensajes infractores o contrarios a un código deontológico. Además, la confusión social que provoca la aculturación y los cambios adaptativos impide en ocasiones discernir la naturaleza de los mensajes.

El objetivo del Observatorio es claro y necesario. Se resume en mejorar el conocimiento de la situación social de la infancia en su interacción con los medios. Y, a continuación, en proponer medidas adecuadas para aumentar la calidad de los contenidos y de las formas de acceso y uso de tales medios. El procedimiento consiste en conseguir una perspectiva histórica y teórica. De este modo responde a la creciente sensibilidad histórica y reacciona frente al peligro de no conocer nada más que el fugaz presente. De este modo, en definitiva, el Observatorio resulta un ámbito notable para alcanzar una perspectiva sagaz y para intervenir socialmente con sus propuestas sobre los efectos de la aculturación de los medios.

Bibliografía

- BOZA, JOSÉ (2002) "Los contenidos en la televisión y los agentes sociales, *Libro del Forum Mundial de la Televisión Infantil 2001*, Barcelona, Comissionat de les Arts Audiovisuals, pp. 61 ss.
- BRIGGS, ASA; BURKE, PETER (2002): *De Gutenberg a Internet. Una historia social de los medios*, Madrid, Taurus.
- BUCKINGHAM, DAVID (2000): *Creecer en la era de los medios electrónicos*, Madrid, Morata, 2002.
- CASTELLS, PAULINO; BOFARULL, IGNASI DE (2002): *Enganchados a las pantallas*, Barcelona, Planeta.
- FERNÁNDEZ HERMANA, LUIS ÁNGEL (2002): "Les llengües a la xarxa", *Llengües globals, llengües locals*, Alzira, Edicions Bromera, p. 95-123.
- FERRÉS, JOAN (2002): "Del DVD a la realidad virtual: reseña del libro de Castells y Bofarull", *Cuadernos de Pedagogía*, octubre de 2002, p. 103.
- GARCÍA CALVO, AGUSTÍN (1983): *Historia contra tradición*, Madrid, Lucina.
- LABORDA, XAVIER (2001): "Un paseo con mucha substancia: reseña de R. Simone, *La tercera fase*", *Cuadernos de Pedagogía*, septiembre de 2001, p. 101.
- (2002) "Lágrimas de cocodrilo. Noticias de una tragedia africana", *Tonos Digital*, www.um.es/tonosdigital/znum3.
- (2002): "Ni miedo ni optimismo: reseña de D. Buckingham, *Creecer en la era de los medios electrónicos*", *Cuadernos de Pedagogía*, septiembre de 2002, p. 102.

LLEDÓ, EMILIO (1991): *El silencio de la escritura*, Madrid, Austral, 1998.

SIMONE, RAFFAELE (2000): *La tercera fase. Formas de saber que estamos perdiendo*, Madrid, Taurus, 2001.

Stanislaw Lem, "Bajo la ducha", *Quimera*, 221 (VIII-2002) 44.

Una muestra de la expansión publicitaria es su aparición desde 2002 en grandes paneles luminosos (con proyección cambiante de mensajes) en vestíbulos y zonas de acceso de la Universidad de Barcelona. Si la bien ciudad es un paisaje colonizado de modo endémico por la publicidad, esta ocupación del espacio de una universidad pública ha supuesto una campaña en contra de grupos que piden la conservación de reservas cívicas libres de publicidad.

D. Buckingham se refiere en su *Creecer en la era de los medios* (p. 10) a los pokemon como un ámbito que parece crear una *lingua franca* para niños de todo el mundo. Quizá haya indulgencia en su consideración cultural de pokemon; el tiempo dirá si estaba en lo cierto o bien disolverá en el olvido estos personajes. Lo cierto es que, como Disney o Macdonald's, son signos de la globalización.

"El CAC expedienta a TV3 por emitir un anuncio con niños en peligro", *El Mundo*, 22-09-01, Cataluña, p. 8.

El secuestro de una clase de quinto de primaria, que se produjo el 18 de noviembre de 2002, se resolvió sin víctimas. Pero su tratamiento mediático no se ajustó a las *Recomendaciones sobre el tratamiento informativo de las tragedias personales* del CAC, elaboradas tras el trágico accidente de un autocar en Soria en 2000. (M. Ramos, "Las televisiones trataron el secuestro de L'Hospitalet con sensacionalismo", *El País*, 23-11-02, sociedad, p. 34.)

La atención de la audiencia "no es un tiempo gratuito", afirma José Boza, presidente de la Asociación de Telespectadores y Radioyentes de Aragón, "sino que constituye nuestra contribución a esa ingente masa de materia prima que las cadenas venden a los anunciantes transformándolo en dinero, en mucho dinero". Y por consiguiente concluye con la idea, en apariencia paradójica, de que "cuando vemos TV estamos en realidad trabajando para las cadenas." (*Libro del Forum Mundial de la Televisión Infantil 2001*, Barcelona, Comissionat de les Arts Audiovisuals, 2002, p. 78.)

Los hábitos sociales de lectura son llamativamente pobres en España, donde "sólo el 18% de la población adulta utiliza las bibliotecas públicas españolas", que rondan el número de cuatro mil. Se trata del estudio "Las bibliotecas públicas en España", realizado por la Fundación Germán Sánchez Ruipérez en 2001 (*El País*, 02-11-02). Como contraste, en Inglaterra hay un 60% de usuarios, que disponen de más de cinco mil bibliotecas. En todo caso, resultaría reduccionista considerar la biblioteca sólo como centro de lectura y no también de consulta local o en red de documentos audiovisuales.

Estudio de la Fundación *Salud, Innovación y Sociedad*, la Asociación Española de Pediatría y el Ministerio de Sanidad. "Alerta por el deterioro de la salud mental infantil. Aumentan los trastornos derivados del fracaso escolar, el abandono y los malos tratos", *Metro directe*, 04-11-02, portada.

Roxana Morduchowicz, "Cuando los niños escriben para la televisión", *Cuadernos de Pedagogía*, octubre de 2002, p. 30-33.