

Steinberg, Sh. Kincheloe (Comps): **CULTURA INFANTIL Y MULTINACIONALES.**

Ed Morata. Madrid, 2000. 255 pàgs.

Els diferents articles que es compilen en aquest llibre componen una anàlisi crítica de la cultura popular de la postmodernidad que defineix la identitat i pertinença del nostre alumnat al moment actual. Cada capítol va despullant, un a un, els diferents instruments de penetració dels valors hegemònics de la societat capitalista del segle XXI en el sentir, pensar i actuar de la infància i de l'adolescència, i estudia les raons del seu èxit. Els Macdonalds, les Barbies, els Power Rangers, els Simpson, les col·leccions de cromos o adhesius, els video jocs, les sèries de TV, els programes infantils, .... van colonitzant la ment del nostre alumnat, i també dels nostres fills i filles amb gran èxit, perquè han sabut partir dels desitjos i les necessitats intimes de nens i nenes i combinar en un intel·ligent equilibri els valors de rebel·lia i contestació juvenil a l'ordre establert, amb la satisfacció individualista i consumista de les necessitats personals que elimina la possibilitat de contestació pública i col·lectiva.

Però l'explicació de la influència dels mitjans de comunicació de masses en la conducta del nostre alumnat requereix també observar els efectes dels canvis socials dels últims 20 anys: la desestructuració de la família tradicional, i la inexistència de xarxes de ciutadania i serveis socials de qualitat han abandonat els xiquets i xiquetes en braços de la TV, la publicitat, els jocs infantils, que a través de mitjans electrònics cada vegada més sofisticats posen als nens i nenes davant totes les realitats (sexualitat, ansietat, formes de poder, violència, ) que abans quedaven reservades al món adult. Els adults perden autoritat davant uns joves als quals ja sembla que no tinguen res de nou que ensenyar. Són les companyies comercials que fan negoci amb el consum juvenil i infantil, qui decideixen els continguts de la cultura popular en la qual es formen els nostres fills i filles, despullats així de qualsevol educació en els valors de respecte a la comunitat, solidaritat i responsabilitat social i històrica. Tots els articles coincideixen en la necessitat que pares, mares, professors i professores actuen: En el carrer, demanant responsabilitats a les empreses comercials que fan negoci amb la creació d'aquest tipus de cultura popular que educa als joves en l'individualisme, la violència i la passivitat social. En les aules, prioritzant en el currículum escolar la tasca d'alfabetització crítica en la lectura dels missatges dels mitjans de manera que els estudiants –en opinió de McLaren- no només interpreten críticament els missatges de les sèries de TV, videojocs, etc. sinó també com i perquè ells consumeixen i inverteixen afectivament en aquests productes .

Àngels Martínez Bonafé

Benimaclet (València), abril de 2008

