

# SOCIEDAD, FAMILIA Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS: JALONES PARA SU REVISIÓN

Carmen Moguel

Universidad de Cádiz, Spain. E-mail: mcarmen.moguel@uca.es

Recibido: 14 Diciembre 2006 / Revisado: 22 Enero 2007 / Aceptado: 30 Enero 2007 / Publicación Online: 15 Junio 2007

**Resumen:** El educador actual debe ser testigo y adaptarse a los nuevos cambios sociales. El presente artículo pretende analizar los criterios con que se introducen los medios de comunicación de masas en la sociedad actual, donde la familia juega un papel importante. La sociedad de la información está generando un nuevo modelo y nosotros debemos estudiar los cambios acaecidos, no basta con ser testigos, hay que analizarlos. El texto pretende mostrar algunas reflexiones sobre la sociedad, la familia y los medios de comunicación de masa en el mundo actual.

**Palabras Clave:** educación, mass media, familia, sociedad actual.

bajo el epígrafe de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación. En este sentido, el sociólogo José Félix Tezanos señala de la necesidad en esta sociedad del siglo XXI de una apertura mental, ya que el cambio tecnológico se está produciendo vertiginosamente y lo que insinúa es que “lo importante es profundizar en los elementos subyacentes de cambio que está abriendo la revolución tecnológica, entendiendo que nos encontramos ante el desarrollo de un nuevo paradigma de sociedad que nos sitúa ante nuevas tesituras vitales; prácticamente ante un nuevo horizonte de civilización que requerirá nuevos enfoques teóricos y conceptuales, y, sobre todo, que demandará una enorme capacidad de apertura mental”<sup>1</sup>.

“por muchos esfuerzos que hagan los medios para tratar de informar de manera que se produzca una mayor integración de las minorías excluidas, se incurre en una especie de círculo vicioso, en un moralismo sentimental y puede que, sin querer, surja el efecto opuesto o por lo menos se reproduzca esa exclusión social” (Pierre Bourdieu)

## 1. DE LOS CAMBIOS EN LA SOCIEDAD, LA FAMILIA Y LOS NUEVOS MEDIA

En las últimas décadas la cotidianeidad ha cambiado, tal vez, de forma desmesurada. En el ámbito económico se ha experimentado una apabullante globalización que lo ha aglutinado todo, inclusive, en los aspectos más insignificantes. Cada día nos parecemos más y padecemos los mismos envites pese a que haya diversos movimientos por hacer valer lo local y lo particular de cada cultura, de cada contexto. No obstante, la parafernalia de la sociedad del bienestar y del consumo lo ha invadido todo y ha tildado la propia existencia de envoltorios engañosos y planteamientos efímeros, así como todo ha quedado aglutinado

De modo ingenuo y gratuito se opina que estamos en una nueva era de la comunicación espontánea, donde cada usuario tiene posibilidades de comunicarse en tiempo presente con los demás, sea en su entorno cercano o con el más lejano... Pero no se puede olvidar que las nuevas tecnologías han generado, igualmente, nuevas fisuras entre los conectados y los no conectados a la red. Del mismo modo, ha supuesto cambios importantísimos en la manera de ver y entender el mundo, midiéndose esto en pulgadas; según las que tenga la pantalla con la que uno se asoma al mundo. La vertiginosidad y la evanescencia son alidades de estos nuevos medios que aglutinan la mirada de la realidad, de la necesidad de informarse y comunicarse... A la postre, es una forma de acercarnos los unos a los otros; a través de la virtualidad, de la presencia a través de las pantallas, de una emergente cultura de vernos en la distancia y, en ocasiones, de modo distante<sup>2</sup>. En este nuevo mosaico impuesto por la globalización la familia no ha quedado impasible... Y es por ello que, también, ha experimentado una profunda revisión. Los tiempos imperantes han modificado desde el

número de miembros, hasta las relaciones entre ellos e, inclusive, su definición o función. En este sentido, el profesor de la UNED, José Luis García Garrido, apunta que: “la familia sigue siendo considerada, a nivel estatal, como una opción ideológica y no como lo que realmente es: la célula viva de la sociedad”<sup>3</sup>. La sociedad globalizada y de mercado, al parecer, ha impuesto y exigido ciertas transformaciones con respecto a la familia y los medios de comunicación... que van desde el número de aparatos para la comunicación, hasta la forma de comunicarnos los unos con los otros. Veamos:

Si tomamos como referente, para este somero análisis sobre los medios de comunicación de masas y la familia, a la televisión –por ser un electrodoméstico extendido en la mayoría de los hogares– aceptaríamos que ha crecido considerablemente el número de aparatos receptores. En ocasiones pueden llegar a superar al de miembros del hogar, pero lo habitual es que, al menos, exista uno por casa. E, igualmente, otro aspecto que llama la atención es el modo de verla, repleta de opciones que se traduce en canales de ámbito local, autonómico, estatal, internacional, además de emisiones en abierto o televisoras temáticas, de recepción por antena o por cable, que sea gratis o pagando... Con opciones para verla en solitario o acompañado, con o sin orientación, en la pantalla del televisor o en Internet.

A todas luces, los medios de comunicación de masas han penetrado en la sociedad y la han modificado no sólo, por ejemplo, en cuanto a la televisión sino, también, con respecto al cine que ahora no forma parte del tramado suntuario de la ciudad; ya que se han erigido salas de exhibición en los centros comerciales y los cines en los centros de la ciudad o en los barrios, hoy en día, conforman parte de otras intenciones del pasado.

Antes de dar por finalizado este ítem introductorio, señalar que las pantallas han virado su compromiso. Antes se incentivaba el espectáculo compartido y, ahora, se ha pasado a la recepción a modo de usuario. Los mass media han ido evolucionando con las imposiciones de los tiempos, de la misma forma que éstos impulsan las transformaciones, haciéndose extensibles a la sociedad y a la familia. Con ello, la familia –según el sociólogo francés Pierre Bourdieu– como construcción social tiene que “salvaguarda su unidad por la transmisión y para la transmisión a fin de poder

transmitir y porque ella es la unidad de medida para transmitir. Ella es el sujeto principal de las estrategias de reproducción”<sup>4</sup>. Con todo, las evoluciones sociales, la transformación experimentada en la familia, el desarrollo en las mentalidades y los nuevos media conforman parte de la contemporaneidad, donde las pantallas se erigen crisol de cambios o modificaciones.

## 2. LA FAMILIA, LOS MEDIOS Y LA EDUCACIÓN

Ciertamente, la familia tiene la responsabilidad de educar, del mismo modo que la escuela posee una importante función; pero, insistimos, una función. Quizá, llevado por la vertiginosidad de los tiempos, por las ocupaciones y, también, por las despreocupaciones, los medios de comunicación de masas han adoptado la (o una importante) responsabilidad que tenía la familia. Desde la infancia, se cometen arbitrariedades como podrían ser la de postrar al niño o la niña frente a la pantalla. Esta funciona a modo de niñera electrónica... y en el caso de los adultos (por ejemplo, en personas mayores) la observan como un huésped alienante.

Sin apenas formación para decodificarla o, peor aún, sin ningún tipo de control sobre ella la dejamos que penetre en nuestro feudo privado: el hogar. Bombardean sistemáticamente nuestra intimidad y, lo que es peor todavía, a las personas más vulnerables. Pasamos de una aparente enajenación a una preocupante alienación.

En este sentido, la preocupación se cierne sobre esta pauta mediática que se va extendiendo galopantemente. Consciente o de modo inconsciente, pero preocupantemente por omisión, no hacemos nada o casi nada para paliar sus envites. Dejamos que los medios de comunicación de masas reinen a sus anchas en los diferentes entornos familiares y escindimos las responsabilidades de la educación a otros lares, o bien en otras personas... o, en este caso, a unos aparatos electrodomésticos e, inclusivamente, digitales. La siguiente reflexión formulada por el profesor Adam Schaff aclara un poco lo anterior realizando un lúcido llamamiento, ya que plantea que “la actual revolución, como la anterior, también consiste en que las máquinas ayudan primero en su trabajo y luego lo reemplazan, solo que ya no se trata únicamente del trabajo físico, sino también del intelectual. Ese es el principal rasgo

característico de la actual revolución, cuyo limes será la inteligencia artificial”<sup>5</sup>.

La educación en medios de comunicación va más allá de lo que se podría interpretar como el hecho de mirar a las pantallas, pasa por adquirir el compromiso de conocer un lenguaje y discurso de la contemporaneidad, además de una forma de adquirir un estado óptimo de criticidad ante la manipulación y la falacia.

Los medios de comunicación de masas tal como apunta el profesor de la Universidad de Salamanca, Sindo Froufe Quintas<sup>6</sup>, son una “influencia de tal fuerza que pueden condicionar la educación y sus principios básicos. Las concepciones morales, éticas, religiosas, políticas o de cualquier índole que se aprenden en el hogar/familia se ven amenazadas por el impacto continuo de los pluralismos mediáticos”.

Da la sensación que la familia ha aceptado la presencia e intromisión de los mass media, sin más. Sin embargo, existen voces que se alzan exigiendo mesura y orientación. Una llamada de lucidez que se cuestiona la cantidad por la calidad mediática, así como se alientan aptitudes sensatas para el compromiso de la familia con respecto a los medios de comunicación de masas.

Igualmente, se plantea la necesidad de educar en medios para convivir en armonía con ellos. Lejos de adoptar una postura medifóbica, la idea es atajar la realidad en su justa medida y atender al avance de la sociedad ágrafa en pro de un modelo audiovisual y multimediatco. Con ello, a nuevos cambios en estos tiempos, la propuesta es acoger nuevas fórmulas para coexistir con los medios de comunicación de masas (divirtiéndose y aprendiendo de ellos).

La educación en medios debe estar compartida entre la familia y la escuela, o viceversa. La adquisición de competencias comunicativas y educativas pasa por la mirada de la familia y la experiencia de la escuela... adquiriéndose aquella dimensión exponencial que le otorga la categoría de competencia social. En definitiva, la educación en medios, siguiendo al profesor de la UNED Roberto Aparici, responde a que “los niños y jóvenes logren un cierto control sobre el uso de los medios de comunicación, es decir, que si se les ofrecen unas pautas de análisis adecuadas y una propuesta pedagógica y comunicativa reflexiva, crítica y lúcida, tengan

instrumentos para tomar decisiones autónomas sobre los mensajes que reciben de los medios de comunicación”<sup>7</sup>. Estamos ante nuevas responsabilidades que abarcan a toda la comunidad socioeducativa, en la cual incluimos a la familia, la escuela y los medios de comunicación de masas.

### 3. LA INSENSATEZ MEDIÁTICA Y LA PERSISTENCIA FAMILIAR

En efecto, los medios de comunicación están penetrando en la cotidianeidad, a al vez que están adquiriendo una desmesurada presencia que, en determinados casos, puede llegar a ser admitida como omnipresencia. Es una especie de autoridad que se admira y cautiva, que sirve como gratificación o castigo, que puede llegar a ser interminable... que adopta la cara que se desea, pues su versatilidad es una de sus más importante características.

Las pantallas funcionan a manera del pretérito hogar, sea como aglutinante fuente de luz y calor, alrededor del cual la familia se reúne o por motivo de la cual la familia se desune. Sea como fuera, las pantallas se manifiestan de manera persistente e incurrn en el error de permitir la difusión de la insensatez mediática que tiene sentido a partir de la persistencia familiar que la acoge, sin más.

Es cierto que se mantienen diferentes preocupaciones. De las que cabría destacar la violencia que en ella se da cabida<sup>8</sup>. Abrir el gran ventanal de los medios de comunicación de masas conlleva el riesgo de que entren oleadas de manifestaciones violentas que los espectadores, de una u otra manera, les costará decodificar. Probablemente, el estado de bienestar y confort les prive de que están siendo sometidos a algún tipo de “malestar”. Obviamente, el estado de ensoñación y la persistente costumbre les impide adoptar la lucidez pertinente para rechazarlas. De igual modo, la violencia se manifiesta de muchas maneras, pero la que más nos preocupa, y en este momento es motivo de ocupación, es aquella a la que hace referencia el punto quinto de las Recomendaciones de Valencia sobre Violencia y Medios de Comunicación: “No toda escenificación de la violencia en los medios de comunicación tiene el mismo riesgo de causar efectos perjudiciales en el mundo real: la representación violenta más peligrosa, sobre todo para con niños y adolescentes, parece ser la que está embellecida y depurada”<sup>9</sup>.

El tiempo libre, la cultura del ocio y del entretenimiento hacen que los medios de comunicación adquieran cada día más presencia. Con la intención de que el lector/espectador tome conciencia de la preocupante simbiosis entre violencia y medios de comunicación reproducimos unos datos publicados por la comunicóloga española Lolo Rico, con el propósito de que en vez de cerrar este epígrafe dejarlo abierto para que ustedes piensen y construyan, deconstruyan o reconstruyan opiniones al respecto: “Convendría preguntarse qué es lo que están viendo los niños y observar, de la forma más distante que sea posible, las imágenes que acompañan al audio que se está escuchando. Un estudio hecho en seis cadenas de televisión francesas durante una semana ha dado el siguiente resultado: 670 homicidios, 15 secuestros, 848 peleas, 419 tiroteos, 14 secuestros de menores, 11 imágenes sobre la droga, 9 defenestraciones, 13 intentos de estrangulamientos, 11 episodios bélicos, 11 striptease y 20 escenas de amor atrevidas. No parecen necesarios los comentarios”<sup>10</sup>. Con ello, ni por asombro proponemos prohibir la mirada sobre las pantallas sino, más bien, incentivar el sentir crítico, aprendiendo a discernir, elegir e, inclusive, apagarla. Nuestra intención es elaborar un llamamiento a la responsabilidad del espectador.

#### 4. SOCIEDAD Y MEDIOS DE COMUNICACIÓN DE MASAS

La mayoría de las sociedades contemporáneas tienen a los medios de comunicación como aliados. Pese a que existan singularidades socio-económicas o educativa-culturales, en la mayoría de los casos, lo que procuramos ante los mass media es distracción, información o formación. Sin embargo e infelizmente, los medios de comunicación de masas, en muchas ocasiones, ofrecen una gran dosis de entretenimiento (que fomenta la idiotez), poca información (con la intención de producir, en el mejor de los casos, desinformación o bien manipulación) y escasa formación (que puede llegar a tener visos de instrucción demagógica). Además, la influencia mediática no está exenta prácticamente ninguna comunidad, así como de la homogenización de criterios, gustos, modas, etc. que a partir de ella se extiende.

En otro régimen de cosas, los medios de comunicación generan un importante influjo en la opinión pública, que puede deteriorar o perpetuar la imagen social de una comunidad<sup>11</sup>,

que en ocasiones genera un estado de opinión generalizado. En realidad, lo que no queda recogido o emitido por los medios de comunicación no es noticia o no tiene repercusión social –y hasta puede llegar a que no exista–. En este sentido, cuidar la imagen que se ofrece de una determinada comunidad, es responsabilidad de los que la emiten; no obstante, el compromiso de cuestionar las injusticias mediáticas ha de ser misión de los lectores/espectadores; quienes a través de los diferentes mecanismos existentes deben exigir una información de calidad, justa y democrática. Estamos pensando en el papel que pueden y deben desempeñar las asociaciones de consumidores y usuarios, así como la figura del defensor de medios (que existe a nivel general o particular según sea radio, televisión, etc.), además de una audiencia preparada que sea, eminentemente, responsable y justa, crítica y activa.

A modo de ejemplo, reproduzcamos lo que aparece en la contraportada del informe sobre el comportamiento de los periodistas españoles y la comunidad gitana, titulado “¿Periodistas contra el Racismo? La prensa española ante el pueblo gitano. 2000–2001”, en palabras del presidente de la Unión Romani, Juan de Dios Ramírez-Heredia, se señala la importancia de los medios de comunicación de masas en y por el cambio de imagen de la comunidad gitana, ya que los “gitanos hemos dicho hasta la saciedad que sin la colaboración de los medios de comunicación social el camino de nuestra promoción sería sumamente difícil. En la primera línea de nuestras preocupaciones figura la necesidad de cambiar la imagen que buena parte de la sociedad tiene de nosotros. Y ese cambio sólo será posible si los medios de comunicación social, prensa, radio y televisión, colaboran activamente con nosotros no difundiendo informaciones que, en un contexto peyorativo, tachan por igual a toda una comunidad, al imputar al conjunto de sus miembros lo que en la inmensa mayoría de las ocasiones es tan sólo responsabilidad de unos pocos”<sup>12</sup>.

En la actualidad, los nuevos media posibilitan que el receptor tradicional se convierta, a su vez, en emisor y lo que en principio se entendía como un medio de comunicación unidireccional (de difusión) ahora adquiera el tratamiento, la particularidad de ser multidireccional. Por un lado, se comienza a romper el tradicional control de la comunicación por un grupo mediático; y,

por el otro, la noticia se puede generar y actualizar por aquellas comunidades tradicionalmente alejadas o desprovistas de estas iniciativas comunicativas. Ahora, el contrastar la información es admisible y la posibilidad del debate se incentiva.

A todas luces, con la extensión de las nuevas tecnologías de la información y la comunicación se ha establecido una nueva esfera que aglutina a la contemporaneidad; que pasa por la actualización, internacionalización y la posibilidad de ser emisores y receptores a la vez... Sin olvidar que se necesitan nuevos recursos y una nueva alfabetización en estas herramientas de la comunicación del siglo XXI... Pero también se hace más que necesario una nueva actitud en la audiencia que acoja el cambio y otee el futuro mediático desprovisto de perjuicios.

#### NOTAS

<sup>1</sup> Cf. Tezanos, J. F., *El trabajo perdido. ¿Hacia una sociedad postlaboral?* Madrid, Biblioteca Nueva, 2001.

<sup>2</sup> Turkle, S., *La vida en la pantalla: la construcción de la identidad en la era de Internet*. Barcelona, Paidós, 1997.

<sup>3</sup> García Garrido, J.L., “La familia en el mundo occidental: reflexiones de un comparatista de la educación”, en V. Llorent (coord.), *Familia y Educación: en un contexto internacional*. Sevilla, Departamento de Teoría e Historia de la Educación y Pedagogía Social de la Universidad de Sevilla, 1998, 156.

<sup>4</sup> Boudieu, P., *Sociología y cultura*. México, Grijalbo, 1984, 140.

<sup>5</sup> Schaff, A., “¿Somos testigos de la desaparición del trabajo?”. *Sistema. Revista de Ciencias Sociales*, 140-141 (1997), 42.

<sup>6</sup> Froufe, S., “Familia y medios de comunicación”. *Comunicar*, 10 (1998), 25.

<sup>7</sup> Aparici, R., “Educación para los medios”. *Voces y Culturas*, 11/12 (1999), 89-99.

<sup>8</sup> Vid. García Silmerman, S.; Ramos, L., *Medios de comunicación y violencia*. México, Fondo de Cultura Económica, 1998.

<sup>9</sup> Recomendaciones de Valencia, “Violencia y medios de comunicación”, en *2ª Reunión Internacional Biología y sociología de la violencia*. Noviembre de 1997, 61.

<sup>10</sup> Rico, L., *TV Fábrica de mentiras: La manipulación de nuestros hijos*. Madrid, Espasa-Calpe, 1992, 17.

<sup>11</sup> Vid. Perceval, J.M. *Nacionalismos, xenofobia y racismo en la comunicación*. Barcelona, Paidós, 1995; Van Dijk, T.A., *Racismo y análisis crítico de los medios*. Barcelona, Paidós, 1995.

<sup>12</sup> Informe *¿Periodistas contra el Racismo? La prensa española ante el pueblo gitano. 2000 – 2001*. Unión Romani, 2002.