

Sociedad y Comunicación



Los medios masivos de comunicación en la sociedad de hoy muestran una creciente influencia como formadores culturales, ya que determinan en gran medida nuestras ideas, hábitos y costumbres. Actualmente es posible obtener grandes cantidades de información y noticias con gran rapidez sin importar el momento en que surgieron.

“Los medios de comunicación masiva contribuyen en gran parte a fijar las maneras de pensamiento de la sociedad; a establecer la agenda de los asuntos políticos, sociales y económicos que se discuten; a crear o a destruir la reputación de una organización, persona o grupo de personas; proporcionan información y elementos para que la persona o el público construyan, ponderen y formen sus opiniones. Son en muchas ocasiones los intermediarios entre la sociedad y el poder político. Son un poder porque poseen los instrumentos y los mecanismos que les dan la posibilidad de imponerse; que condicionan o pueden condicionar la conducta de otros poderes, organizaciones o individuos con independencia de su voluntad y de su resistencia”. **(CARPIZO, 1999: 78)**

No es necesario partir de una visión apocalíptica para valorar los efectos de los medios masivos sobre la cultura contemporánea, sino que basta con ser realistas. Guste o no, los medios inciden más que nunca en la educación de las nuevas generaciones, moldean gustos y tendencias en públicos de todas las edades, construyen la agenda de los temas sobre los que se discute a diario y hasta han cambiado las formas de gobernar y hacer política.

Sociedad y Comunicación

Lo que antaño pudo ser una verdad parcial, hoy tiene el tono de una verdad lisa y llana; los medios masivos de comunicación se han vuelto más gravitantes en la formación cultural, en la manera de cómo el individuo se relacione con el mundo y con sus semejantes, en los trajines cotidianos del trabajo y la creación, y hasta en la intimidad de la vida cotidiana.

Hoy resulta inconcebible un mundo sin televisión, Internet, TV Cable, radio, prensa y cine, mientras que un siglo atrás, excepción hecha del público devoto de periódicos y libros, nuestros ancestros podían vivir con mayor facilidad el prescindir de los medios masivos. La prensa gozaba de un público creciente, pero era concebible que las grandes mayorías vivieran al margen de su influencia. La comunicación masiva pesaba menos en tanto reinaba la comunicación interpersonal con sus baluartes en las tertulias familiares, el mercado del barrio, los juegos de salón, los clubes sociales y los comités políticos, centros de una relación humana, íntima, entrañable, que hoy evocamos con nostalgia, tal vez, como parte de un pasado casi totalmente perdido.



Sociedad y Comunicación

Es innegable que los medios de comunicación, más allá del mayor o menor poder que se les atribuye, han producido una revolución en el espectador. Y es que su presencia se prolonga en los distintos espacios de la vida social cotidiana, ya que es en el cuerpo, en el rostro, en la manera de hablar, en lo que cantan, en lo que comen, en los patrones de belleza y de éxito donde la cultura de masas se muestra presente a cada instante sobre todo en nuestros jóvenes.

Los medios acompañan los procesos de sociabilización, ofrecen referentes de conocimiento muy importantes, imágenes del mundo exterior y de personajes que constituyen parámetros de interpelación, modelos étnicos y sociales de éxito y fracaso, que interactúan con los que vienen de su familia, el barrio o el entorno social inmediato.

Más aún, la diversidad cultural o los diferentes universos culturales de los jóvenes, guardan estrecha relación con los patrones diferenciados de la vida y de relación con los medios. El significado del hogar, de la vida de barrio, la relación entre los sexos y generacional, la concepción del tiempo libre, por ejemplo, se dan de manera diversa en la vida de los jóvenes. Se puede afirmar que los medios masivos han dejado de ser externos a los jóvenes y se han incorporado a las experiencias personales, familiares y escolares, se han hecho parte de su sociabilidad y han transformado, además, los modos de percepción.

“El término abarca todo el abanico de los medios modernos de comunicación social: televisión, cine, video, radio, fotografía, publicidad, periódicos y revistas, música grabada, juegos de ordenador e Internet. Por textos mediáticos se han de entender los programas, filmes, imágenes, lugares de la red, etc., que se transmiten a través de estas diversas formas de comunicación.

Al referirse a muchas de estas formas de comunicación se añade a menudo que se trata de medios de comunicación, lo que implica que alcanzan a auditorios muy amplios, aunque naturalmente algunos medios están pensados sólo para auditorios pequeños o especializados. Y no existe razón alguna para que ciertas formas más tradicionales, como los libros, no puedan considerarse, dado que también ellas nos ofrecen versiones o representaciones del mundo”. **(BUCKINGHAM, 2004: 20)**

Sociedad y Comunicación

Indudablemente, los medios masivos de comunicación que tienen mayor influencia en la actualidad y sobre todo en la educación son la Televisión y el Internet. La televisión, por ser el medio de entretenimiento más difundido, juega un papel muy importante en la formación de la conciencia, tanto individual como colectiva. Se responsabiliza a la televisión de los malos actos de los niños, de la falta de concentración, de la adopción de valores equivocados, del bajo rendimiento escolar.

“Por lo tanto, el problema no se encuentra en los cambios que la televisión produce en las actitudes de los niños que la consumen, qué nuevas conductas adoptan éstos como efecto de sus contenidos, o, a la inversa, cómo utilizar la televisión para educarlos mejor. Interesa más bien hurgar, desentrañar, las diferentes condiciones sociales de existencia desde las cuales los educandos perciben, aprecian, valoran, hacen suyos los mensajes televisivos”. **(CAFEIRO, 1997:150)**

Si comparamos las actuales series de dibujos animados con las de hace treinta años, nos sorprenderá sin duda el acelerado ritmo de las primeras, pero también su ironía e intertextualidad, su compleja manera de jugar con la realidad y la fantasía.

“Pero los programas televisivos no se limitan a ser programas de televisión: son también películas, discos, , cómics, juegos y juguetes de ordenador, por no hablar de camisetas, carteles, envases de bocadillos, bebidas, álbumes, alimentos y otros muchos productos”. **(BUCKINGHAM,2004:20)**

Por una parte, muchos opinan que la infancia, como se conoce, se encuentra moribunda o está en trance de desaparecer, y que los medios son los principales responsables de este cambio. Por otra parte, no faltan quienes opinan que los medios son en la actualidad una fuerza de liberación para los niños y jóvenes: los medios están creando una nueva que se muestra más abierta, más democrática y más consciente desde el punto de vista social que la generación de sus padres.

“Esencialmente, Postman **(BUCKINGHAM, 2004:20)** sostiene que la concepción moderna de la infancia fue una creación de los medios impresos; ahora bien, los nuevos medios, en particular la televisión, están destruyéndola. Según Postman **(BUCKINGHAM,2004:20)** esto tiene que ver en primer lugar con el acceso de los niños a la información. Mientras el proceso de alfabetización a través de la lectura y la escritura exigía un largo aprendizaje, ahora no es necesario aprender a leer o

Sociedad y Comunicación

interpretar la televisión. Según él, la televisión es un : a través de ella, los niños acceden cada vez más al conocimiento de los de la vida adulta –sexo, drogas, violencia- que anteriormente les habrían resultado inaccesibles en virtud del código especializado de la imprenta. En consecuencia, los niños se comportan cada vez más como adultos, y exigen compartir los privilegios de los adultos”. **(BUCKINGHAM, 2004:20)**

“En la televisión está presente lo mejor y lo peor de nuestra sociedad: imágenes de ternura, de solidaridad y de afecto humanos, frente a los más extremos exhibicionismos de violencia y destrucción; hallazgos de conocimiento en sus detalles más preciosos, frente a estereotipos sociales, y a menudo raciales insostenibles; propuestas informativas enmarcadas en la serenidad y el compromiso de veracidad, frente a otras teñidas de amarillismo; programas dedicados a rescatar lo mejor de los niños, en lo relativo a su percepción y creatividad, frente a otros que literalmente los utilizan para llenar el espectáculo; relatos capaces de calar en la condición humana, frente a otros plagados de estereotipos; modos serenos de comunicar, frente a otros estridentes, plenos de neurosis; imágenes de una belleza sin límites, frente a otras burdas, improvisadas sobre la marcha”. **(PRIETO CASTILLO, 1999: 90)**

En cuanto a Internet, hasta donde se tiene noticia, ninguno de los clásicos de la Ciencia Ficción, ni de los futurólogos, ni de los científicos, comunicólogos o cineastas dedicados a imaginar el futuro, previó la aparición de la tecnología que haría la última gran revolución del siglo XX: Internet. Sin embargo, en poco más de diez años, se ha convertido en parte de la vida de millones de personas alrededor de la Tierra y está cambiando el sentido de muchas de sus actividades, la concepción del tiempo y la dimensión de su espacio. A esta red de redes se han unido instituciones educativas, militares, comerciales, de gobierno y organizaciones no lucrativas.

A través de Internet, los niños se pueden comunicar mucho más fácilmente entre sí y con los adultos, sin tener que identificarse personalmente como niños. Y, como es lógico, la privacidad y el anonimato que ofrece Internet, facilitan especialmente la difusión y la venta de material no apto para su edad. Esta situación ha tenido ya algunas consecuencias: por una parte, cada vez son más las voces que claman por una regulación y un control más estricto de los medios; por otra parte, se pretende dar con una , en forma de que impidan el acceso de los niños al material considerado indeseable para ellos.

Sociedad y Comunicación

En cuanto a estos dos medios de comunicación masiva mencionados, el periodista y asesor mediático norteamericano Don Tapscott, establece una oposición directa entre la televisión e Internet. Señala que “mientras la televisión se interpreta como un medio pasivo, la Red en cambio se ve como un medio activo; la televisión a sus usuarios, mientras que la Red despierta su inteligencia; la televisión transmite una visión particular del mundo, mientras que la Red es democrática e interactiva; la televisión aísla, mientras que la Red crea comunidades; etc. Exactamente como la televisión es la antítesis de la Red. Los navegadores de Internet están: son atrevidos, independientes, analíticos, creativos, curiosos, respetuosos con la diversidad, socialmente conscientes, orientados globalmente, y todo ello, a lo que parece, en virtud de su relación intuitiva con la tecnología”. **(BUCKINGHAM, 2004:48)**

Es indudable que la educación formal tienen en esos medios a un poderoso auxiliar repleto de promesas. Pero junto con esas posibilidades, los nuevos instrumentos apartan a los jóvenes de otros procedimientos formativos, la serenidad de la lectura por ejemplo, al tiempo que producen una riesgosa simplificación del lenguaje y una tendencia a confundir la información con el conocimiento. Es indudable entonces la influencia que la tecnología de la comunicación tiene en el área de la educación pues si recordamos “desde la invención de la imprenta y con ello el libro, la tecnología hizo su entrada en la educación ya que apoyaba el proceso enseñanza-aprendizaje. Posteriormente, entra también en el ámbito educativo la radio, la televisión y finalmente el Internet”. **(MALDONADO, 2001:21)**

Por muchas razones la comunicación está, definitivamente, asociada a la educación. “Por una parte, porque las modernas teorías educativas que se elaboran como respuesta a la crisis de la institución escolar ponen de relieve la necesidad del intercambio comunicativo entre el maestro y el alumno, entre la escuela y la realidad. Por otra, porque los medios de comunicación y su soporte tecnológico, junto a las posibilidades de la informática, amplían las posibilidades educativas. También porque el conocimiento de la realidad no proviene exclusivamente del texto escrito y porque los más jóvenes se educan en mayor medida fuera de la escuela. Sus referentes de conocimiento, sus imágenes, sus valores y sus expectativas guardan relación cercana con la comunicación y sus mensajes”. **(CAFEIRO, 1997: 150)**

Sociedad y Comunicación

Sentado en su casa, frente al televisor, el joven puede recorrer diversos países del mundo, gozar con la reproducción de una obra artística, escuchar una pieza musical clásica en el aparato de radio portátil. El desarrollo de la comunicación audiovisual facilita una visión y un conocimiento mucho más directo, las fuentes de información están mucho más diversificadas y la intervención y participación posibilitadas por la tecnología son mayores y crecientes. Por ello, la escuela no puede dar la espalda a estos hechos y, por el contrario, deberá dar cuenta, explicar, ayudar a interpretar todo este conjunto de referentes que hoy los jóvenes manejan, a fin de integrarlos, conocer los diferentes lenguajes y aprovecharlos.

“Si hoy en día la creatividad del educando se alimenta de visiones, ideas y valores de distinta factura, la escuela tiene ante sí el reto de estimular nuevas formas de experimentación y creación en los educandos, haciendo uso de los instrumentos técnicos y de las posibilidades que la comunicación masiva aporta. Si la imagen tecnológica tiene en algunos casos la virtud de captar aspectos que la imagen natural no permitía, se trata de dialogar con los escolares acerca de las posibilidades de una y otra y volver al examen de la realidad para comprenderla mejor. Tal es la función educativa”.
(CAFEIRO, 1997:151)

Si la escuela se acerca a interpretar la realidad, de la cual la comunicación da cuenta parcial y desordenadamente, se estará dando un paso decisivo. Si se comprende el lenguaje de la comunicación y sus límites en la representación de la realidad y se lo utiliza para comparar lo real y lo representado, caminaremos en el mismo sentido.

Lorenzo Vilches señala: “los medios de comunicación tienden a desarrollar competencias adecuadas de procesos mentales especializados que facilitan una labor de aprendizaje a través de ellos y añade que parte de la cultura de los jóvenes de hoy está atravesada por las ventanas al mundo abiertas por los medios masivos de comunicación y que existe una “cultura audiovisual” que forma parte del modo de mirar y sentir de nuestros tiempos y que la escuela tiene que dar cuenta de esto y la pedagogía de la comunicación puede incorporar a la enseñanza elementos que tomen en consideración la diversidad de modos de comprensión y expresión, más aún, anota que la televisión en su conjunto discursivo y social, más allá de su función artística o electrodoméstica, funciona como un mapa enciclopédico donde el espectador puede encontrar reflejado y transformado un mundo real o imaginario, y finaliza diciendo que la televisión, por sus enormes recursos intertextuales, representa un medio privilegiado de aprendizaje no formal”. **(CAFEIRO, 1997;156)**

Sociedad y Comunicación

Resumiendo se puede decir que el término abarca todo el abanico de los medios modernos de comunicación social: televisión, cine, video, radio, fotografía, publicidad, periódicos y revistas, música grabada, juegos de ordenador e Internet.

Indudablemente, los medios masivos de comunicación que tiene mayor influencia en la actualidad y sobre todo en la educación son la televisión y el Internet. La televisión por ser el medio de entretenimiento más difundido, juega un papel importante en la formación de la conciencia, tanto individual como colectiva. Se responsabiliza a la televisión de los malos actos de los niños, de la falta de concentración, de la adopción de valores equivocados y del bajo rendimiento escolar.

En cuanto a Internet en poco más de diez años, se ha convertido en parte de la vida de millones de personas alrededor de la tierra y está cambiando el sentido de muchas de sus actividades, la concepción del tiempo y la dimensión del espacio. A esta red de redes se han unido instituciones educativas, militares, comerciales, de gobierno y organizaciones no lucrativas.

La información revisada fue tomada de Revista Electrónica de Pedagogía, Castillo Barragán (2006) Medios masivos de comunicación y su influencia en la educación <http://goo.gl/YmyyR>.