

LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN Y LOS VALORES: NECESIDAD DE UN ENCUENTRO

JUANA MANJÓN RUIZ

UNIVERSIDAD DE SEVILLA

I. INTRODUCCIÓN

De los dos temas que aquí nos ocupan -medios de comunicación y valores-, mucho se ha hablado en los últimos tiempos. Y presumiblemente mucho se seguirá hablando todavía, y lo malo de la cuestión no es que se hable pues como dijo GADAMER, habitamos en la palabra, lo malo es que habitemos en la palabra y en la imagen vacías de significado vital y constructivo, resolutorio y humanista. Por tanto, seguiremos en ese habitáculo de la palabra para intentar aportar nuestro pequeño granito de arena, desde la reflexión seria y siempre constructiva, que busque fundamentalmente no presentar grandes conclusiones, sino más bien, a modo de comienzo, intentar suscitar inquietud reflexiva entre todos los que de alguna manera estamos relacionados con la educación, en su sentido más amplio.

En torno a los medios de comunicación nos encontramos generalmente definiciones y calificativos de todos los "colores": Hallamos expresiones de aceptación y de rechazo en todos los tonos. Una de las cuestiones de las que más se suele hablar, y a estas alturas nadie ignora, es de su inmenso poder. Un poder, que suele venderse, como algo mágico y consustancial a los medios, un poder que nadie ha conferido sino que tienen por ellos mismos. Un poder que a muchas personas, porqué no decirlo, asusta o dicen que les asusta, pues parece que nadie ni nada puede enfrentarse a él. Entre los profesionales de la educación muchas veces se escucha: "nuestra gran enemiga la televisión", por ejemplo, ¿cómo luchar contra eso?. En la familia sucede igual.

En torno al tema de valores ocurre prácticamente algo parecido. La opinión más generalizada, consensuada y apoyada es: existe una crisis de valores. Aceptar dicha afirmación en su sentido más literal sería aceptar simplemente que "los valores ya no valen, o que los valores ya no nos sirven". Yo me pregunto, ¿podemos afirmar, que la bondad no nos beneficia, el amor no lo necesitamos, la justicia no es precisa, la honradez no es imprescindible etc. etc.? Desde mi perspectiva la crisis no está en los valores, la crisis está en el hombre. Pues no es extraño observar o experimentar, cada vez con más frecuencia, que es cada día más difícil tomar posturas claras, definir posiciones, mantener coherencia en las actuaciones. Que cada vez existen mayores dificultades para distinguir el bien o el mal. Que el barómetro ético puede situarse a nivel cero grados, es decir, si todo el mundo lo hace, yo no voy a ser el tonto/a que no lo haga, etc. Pero bueno, eso sería quizás tema para otra ponencia.

Inmediatamente, tanto en el caso de los medios de comunicación y su poder, como en el caso de los valores con su crisis, se intenta buscar culpables, en ambos casos recurrimos a responsabilizar a la sociedad actual, que engloba lógicamente a los medios de comunicación y a la educación, y descargamos nuestras conciencias con expresiones como: es que vivimos en una sociedad consumista potenciada por los medios de comunicación, que nos arrastran inevitablemente sin querer por caminos no deseados.... ¡Bueno, menos

mal, encontramos al culpable! ¿Se puede decir que esta afirmación sea del todo falsa o errónea? En cierto sentido, no. Pero lo que sí quiero constatar, y permitanme ustedes que ironice sólo un poquito, es que a veces me da la sensación de que hablamos de esa sociedad como un ente físico o un ser concreto, ajeno a nosotros mismos, que tiene la culpa de todos los males y contra el que no se puede luchar porque también es poderoso.

Pues bien, una vez perfilada -con lo dicho hasta ahora- nuestra postura ante este tema, como suele decirse y utilizando una expresión taurina muy arraigada en nuestra tierra, cambiemos de tercio y centrémonos, por ejemplo, en la televisión.

II. EN TORNO A LA TELEVISIÓN

El medio televisivo, es uno de los medios que más se siguen en la actualidad sin diferencias entre edades, sexo, nivel social, etc. Si se le atribuyeran calificativos además del de ser informativo y recreativo, podríamos llamarle el medio compañía, en el sentido de que una de las primeras cosas que generalmente se hace al llegar a casa es encender el televisor, se vea y escuche o no, siempre está encendido, da igual que estemos solos o acompañados, con algo que hacer o descansando. Otro calificativo que se le ha dado es el del medio niñera: se utiliza el televisor para que los niños no den "guerra". Paralelamente a esta realidad, y no por ello deja de ser paradójico, nos quejamos habitualmente de ella con bastante frecuencia sobre todo de su malísima calidad, tipo de programas que emite, de la manipulación que a veces se hace de la realidad, etc., con lo cual nos encontramos con otro de los calificativos más comúnmente aceptados y divulgados como los de "caja tonta" o "tele-basura"; pero un porcentaje bastante alto tanto de adultos, como de jóvenes, como de niños, tienen un televisor en su habitación, o dicho de otra manera, rara es el familia que no tiene más de un televisor en su casa.

Por otro lado, han proliferado muchísimas investigaciones, que tratan de informarnos sobre los hábitos televisivos de los españoles y nos encontramos con datos como que la media de horas diarias que un niño o un joven están delante del televisor es excesiva, que tan sólo un porcentaje muy pequeño de jóvenes ven programas informativos frente bastante superior que ven programas tipo "Tómbola", "Corazón de invierno", etc. Que el ochenta por ciento de la emisión contiene connotaciones altamente violentas, sexuales, consumistas, etc. y parece ser como decíamos anteriormente que poco se puede hacer, porque la televisión no cambia.

III. ¿QUIEN TIENE QUE CAMBIAR?

Ante lo dicho en las líneas precedentes podríamos preguntarnos ¿quien tiene que cambiar la televisión o los televidentes? Podríamos seguir insistiendo en la idea de que la televisión, en este caso, no cumple los códigos o reglamentos éticos que al efecto existen, y es cierto, pero ¿realmente nos hemos parado a pensar con intención auténtica de solucionarlo por qué lo hace?, ¿queremos en realidad que esto cambie? Si es así, ¿qué hacemos para conseguirlo? Pensemos simplemente en los programas que mayor audiencia tienen y analicemos muy brevemente qué intentan transmitir o, como se suele decir en el lenguaje juvenil, de qué van. La televisión es una empresa y, dicho en el lenguaje de la calle, da lo que se le pide. Todos somos testigos que cuando algún programa no tiene suficiente audiencia, excepto en la dos de T.V.E., se quita de la programación. Todo esto se sabe suficientemente y de hecho cuando se hacen encuestas nadie confiesa ver algunos programas que tienen en la actualidad bastante audiencia y todos vemos los programas de las "dos" de T.V.E., que tienen unos índices de audiencia bastante bajos.

Vengo a decir, con todo ello, que por un lado y en cuanto a programación y contenido se refiere, tenemos la televisión que de algún modo nos gusta o queremos tener.

Pero evidentemente, si sólo nos quedáramos en estas cuestiones, el análisis resultaría un poco sesgado, pues, por otro lado, hay una responsabilidad también del medio televisivo que nadie puede negarla, entre otras cuestiones, por ejemplo, la admisión de la baja calidad ética de la publicidad, por los valores que ésta representa bajo el disfraz de una bella imagen y el engaño, más patente pero a la vez enmascarado del producto que se presenta, no sólo en cuanto a la calidad de éste sino también a los poderes de resolución de problemas que se le atribuyen. Pues vemos como por un pantalón vaquero se hacen amigos y la vida es bella; por un desodorante se consigue pareja; por un coche eres alguien en la vida; por una bebida se diluyen todos los problemas, etc., etc. Y además tenemos que ser conscientes de que esto influye a toda la población televisante, que no influye sólo en los jóvenes o en los niños, sino también en los adultos y estos adultos a su vez son padres, profesores, responsables y componentes de las instituciones sociales, etc. Por otro lado, también es responsabilidad y evidentemente, es necesario reclamar, no sólo al medio televisivo sino a todos los medios de comunicación en general, mayor honestidad, honradez, independencia, contrastación e imparcialidad a la hora de transmitir las informaciones, pues ellos saben perfectamente, y con eso juegan, el poder de manipulación de opinión que tienen a este nivel. Cuando se quiere destruir o elevar casi a categoría de héroe a una persona, programa, institución o cosa, el medio más idóneo, rápido y seguro es la televisión.

IV. ¿QUÉ ALTERNATIVA TENEMOS?

Pues bien, como se ha ido indicando anteriormente, este es un tema de responsabilidad social, educativa y familiar indiscutible y se hace necesario e, incluso, yo me atrevería a decir, urgente actuar de una vez por todas de forma eficaz y consecuente, no podemos seguir eludiendo la responsabilidad y los deberes formativos que todos tenemos por más tiempo.

Desde mi perspectiva no creo que sea tan difícil ponerse de acuerdo en una serie de pautas educativas a seguir entre profesores y padres y conseguir una población más formada que busque y, en cierto modo, obligue a los medios de comunicación en general y a la televisión en particular, ofrecer mayor calidad. Y en este sentido, quiero señalar algo que me llamó poderosamente la atención: un grupo de maestros me pidieron orientación porque querían realizar una pequeña investigación en sus aulas relacionada con la influencia de los medios de comunicación en los adolescentes y en aquel momento se me ocurrió sugerirles que en lugar de hacerla para ver la influencia negativa, por qué no la hacían para ver en quienes menos influían y por qué.

El único factor que realmente, todos aquellos que eran menos influenciados, coincidían en que tenían una carga educativa familiar fuerte. Por otro lado, y quizás, apoyando esta idea la última publicación de la Fundación Santa María, en torno al tema de valores nos dice que las familias españolas son de las que menos educan a sus hijos en valores. Luego si esto es así, y en principio no tenemos por qué dudar de dichas investigaciones, el panorama parece enturbiarse o conformarse de forma bastante compleja.

V. ALGUNAS PAUTAS EDUCATIVAS A SEGUIR

Creo, como ya se ha apuntado anteriormente, que se hace necesario trabajar desde la educación conjuntamente familia y escuela y, evidentemente muchas cuestiones podrían proponerse como pautas educativas a seguir para conseguir una persona íntegra que pueda defenderse de la alienación que muchas veces los medios de comunicación pretenden, sin embargo para evitar caer en discursos agotadores y poco prácticos, me parece que sería bueno al menos empezar por cuestiones muy básicas como:

- dialogar con los niños y jóvenes sobre sus gustos y preferencias a este nivel
- respetar su opinión al respecto

- reflexionar con ellos sobre los mensajes
- ayudar a la formación de un criterio propio a todos los niveles
- enseñarles a pensar y actuar coherentemente
- tratar de que consigan el máximo desarrollo posible de su capacidad crítica
- enseñarles a valorar todo lo que tienen a su alrededor, etc.

Y quizás yo, además de todo esto y de algunas cuestiones más que evidentemente no he mencionado porque ya lo han hecho mis compañeros, me gustaría hacer hincapié en una cuestión que a veces puede dar la sensación de que se olvida un poco y que nos responsabiliza directamente a los adultos por el mero hecho de serlo: parece que nos olvidamos que una de las vías de aprendizaje por las que todos hemos aprendido y que a veces mayor influencia tiene, es la observación y la imitación. Quiero decir con ello que no vayamos a estar defendiendo mensajes a modos de doctrina para los demás y mientras tanto yo viviendo todo lo contrario, pues utilizando un símil floral, si todos intentamos ser un poco jardineros y sembramos, por ejemplo, rosas es difícil que recojamos después margaritas, claveles o cardos.

Y por último, me gustaría acabar diciendo que si el título era medios de comunicación y valores necesidad de un encuentro, ese encuentro está en la mano de cada uno de nosotros y no será tan difícil que se produzca si educamos de manera responsable y desde la verdadera ética, pues a veces podría decirse que tenemos una ética demasiado light o pseudo-ética que en el menor de los casos lo más que consigue es llevar a la confusión más absoluta y descargando, ante la maraña de informaciones, delimitación de la veracidad de las cuestiones o los hechos en los medios de comunicación, en el sentido que cuando queremos defender la utilidad, veracidad, autenticidad o calidad de una cosa, situación o hecho la respuesta más contundente o convincente es lo ha dicho la televisión, la prensa o la radio.

B I B L I O G R A F Í A

- ACTAS del SEMINARIO COMISIÓN ESPAÑOLA DE LA UNESCO (1992): *Educación y valores en España*. Madrid: C.I.D.E.
- CAMPS, V. (1993): *Paradojas del individualismo*. Barcelona: Drakontos.
- DELORS, J. (1996): *La educación encierra un tesoro*. Madrid: Santillana Ed. Unesco.
- DELORS, J. (1997): "Una nueva ética global", en UNESCO: *Nuestra diversidad creativa*. Informe de la Comisión Mundial de Cultura y Desarrollo. Madrid: Ed. Unesco-Fundación Santa María.
- GONZÁLEZ VADILLO, J. L. (1993): *Comportamiento humano. El recurso básico de las organizaciones empresariales*. Bilbao: Universidad de Deusto.
- MARÍN IBÁÑEZ, R. (1993): *Los valores un desafío permanente*. Madrid: Editorial Cincel.
- PASCUAL, A. (1992): "Valores tradicionales, nuevos valores y educación en España". Discurso de Inauguración en ACTAS del SEMINARIO COMISIÓN ESPAÑOLA DE LA UNESCO: *Educación y valores en España*. Madrid: C.I.D.E.