

Valores, juventud y medios de comunicación social

María Eugenia Oyarzún

Quizás desde los tiempos bíblicos, cuando fueron expulsados del paraíso, los seres humanos sintieron necesidades básicas. Probablemente nuestros primeros antepasados prehistóricos, siendo menos refinados que nosotros, tuvieron imperiosas necesidades. Entre ellas, indudablemente, estuvieron la de alimentarse, preservarse de los peligros de la naturaleza que los rodeaba y la de desarrollarse. Pero, conjuntamente con las anteriores, surgió otra necesidad casi tan vital como aquellas: comunicarse. ¿Fueron gritos guturales para avisar un peligro los primeros signos comunicacionales? ¿O fueron el llanto y la risa? Lo cierto es que esta necesidad ha llegado hoy a ocupar uno de los primeros intereses de los investigadores, científicos, académicos y tecnólogos.

Desde los tiempos remotos, cuando, según la leyenda, Prometeo le robó el fuego a los dioses, el hombre ha vivido quizás obligatoriamente en sociedad. Aunque cada hombre o mujer conserve su individualidad, hoy ya no es posible considerarlos como entes solitarios o ermitaños. Y entonces, cada vez más, el hombre social requiere de una integración a través de distintas formas. Una de ellas es la comunicación.

Por otra parte, si recordando la historia, nos asombramos con los gigantescos avances de aquellos hombres que un día descubrieron el fuego, o con culturas milenarias cuyos vestigios aún quedan, o con los importantes logros obtenidos en los últimos siglos por la humanidad, nos quedamos estupefactos si nos detenemos a pensar en el progreso científico y tecnológico de los últimos cincuenta años. Pareciera que nos encontráramos inmersos en una nueva revolución, que casi no nos atrevemos a dominar. ¿Podría llamarse el nuevo mundo de la informática? ¿De la revolución tecnológica? ¿De la telemática? Estamos tan asombrados, y al mismo tiempo tan acostumbrados por lo que sucede a nuestro alrededor, que pareciera que dejáramos, inconsciente o conscientemente, que la ola nos arrastrara y nos revolcara. Y quizás es por esto que no nos hemos detenido a pensar. El mundo ya no es ancho ni ajeno, como decía Ciro

Alegría. ° Más aún. La predicción de Marshall Mc Luhan, de que el mundo sería una especie de “aldea global” (p. 63) quedó atrás, sobrepasada. La ciencia-ficción se ha convertido en realidad. Ya nada nos asombra. El hombre llegó a la luna, pisó sobre ella y los satélites sobrevuelan nuestras cabezas a cada instante, como moscas computarizadas, sin que podamos detenerlos ya.

El avance científico de las últimas décadas ha permitido que el ser humano, cuyo promedio de vida era a comienzos de siglo, de 30 años, sea hoy alrededor de los 70 años a lo menos en el mundo desarrollado. Y a partir del descubrimiento del código genético, otros misterios biológicos parecen estar casi develados hasta tal punto que ya es un hecho la manipulación genética y hasta cierto grado también la clonación. Esto último, incluso, ha llevado a que algunos científicos de renombre se pregunten si el hombre, en su ambición, no está tratando no ya de ser “a semejanza de Dios”, sino de convertirse en Dios mismo.

Hay otros, quizás más cínicos, que sostienen que el hombre siempre se creyó Dios o tuvo la tentación de ser más que él. Y por eso se perdió el paraíso. ¿Estaremos por perder de nuevo el paraíso? se preguntan los pesimistas, mientras los optimistas prefieren pensar que podría estarse llegando a otro paraíso terrenal . . .

Sin duda que en este avance científico y tecnológico uno de los aspectos más importantes dice relación directa con la comunicación. Mientras no hace un siglo nos asombrábamos de la “velocidad” con que llegaban las noticias por el telégrafo o mediante las cartas que viajaban durante meses en barco, hoy se puede oír o ver al instante el disparo hecho en la Plaza de San Pedro contra el Papa. Mucho fue el tiempo que debió transcurrir entre la pintura rupestre y la imprenta, y entre la paloma mensajera y el télex. Pero los aviones, la radio, el cine, el teléfono e incluso la televisión, ya pertenecen a la vieja tecnología. Hoy, la nueva tecnología comprende a los robots, el video-texto, los bancos de datos, la fibra óptica, los rayos láser, los satélites, etc. La nueva tecnología incluye a la computadora y a la comunicación, la *compunicación*, como algunos la han llamado. En esta nueva tecnología están la videgrabadora, el video disco, la televisión por cable y la televisión directa por satélite. Somos una sociedad telemática, con sistemas de video-texto, y de teletexto. Hay un matrimonio indisoluble entre la computadora y las comunicaciones. Y cada medio tiene su lenguaje y su valor, para lo cual debemos estar preparados especialmente los comunicadores sociales.

El mundo se ha convertido en una aldea. Y muchos sostienen que esta interacción, esta fluida comunicación, esta humanidad informada, son

° *El mundo es ancho y ajeno*, título de una novela de este célebre escritor peruano.

menos felices que cuando disponían de un horizonte informativo restringido. Hoy el ser humano está bombardeado de informaciones, a veces en forma subliminal, sin siquiera darse cuenta de ello. Es tal el cúmulo de información que recibe este hombre producto de fines del siglo veinte, que no alcanza a procesarlo en ese maravilloso computador denominado cerebro. Quizás por eso la rechaza, sintiendo una infinita angustia y soledad. Esta sensación puede deberse a que ese hombre o mujer informados no internalizan su angustia, que puede estar originada en la frustración de no poder participar en la toma de decisiones ante los dramas que azotan a la humanidad. ¿Qué participación puede tener un telespectador que observa en su televisor *clos-up* la visión de miles de famélicos niños etíopes, cubiertos de moscas y casi moribundos de hambre?

Por otra parte, hasta hace cincuenta años, ese hombre urbano podía conservar más fácilmente los valores culturales heredados y aprehendidos en el medio finito que lo rodeaba. Era más fácil para ese hombre y para esa mujer echar raíces en su entorno, en su comunidad, llamárase ésta familia, calle, pueblo, ciudad o nación.

¿Cuáles son las razones de este tranco fenomenal en cuanto a la ciencia y la tecnología de la comunicación? Posiblemente la causa principal haya que buscarla en un aspecto íntimamente ligado a esta naturaleza del ser humano: su ansia de poder. Porque la información ha sido concebida como un sinónimo de poder: Quien tiene la información —se dice— tiene el poder. De allí, quizás, que los medios de comunicación social sean objeto de sentimientos encontrados en nuestra sociedad. El odio y el amor rondan siempre en torno a los medios de comunicación. Quienes no tienen acceso a ellos los odian, los critican, los desprecian, pero los necesitan y los desean. Y quienes los tienen tratan de utilizarlos muchas veces no para el bien común, sino para sostener y defender sus propios intereses y sus anhelos de llegar al poder o de mantenerse en él.

Uno de los desafíos que nos presenta la comunicación hoy, como un país en estado de desarrollo, es encontrar el camino para acceder a la avanzada tecnología en condiciones de equilibrio, porque pensar en una igualdad en relación a los países desarrollados sería casi utópico. La comunicación y, por cierto, toda la tecnología en electrónica e informática otorga un marcado poderío a las naciones industrializadas que la han desarrollado. Las tecnologías que nos llegan a nosotros, y que nos hacen abrir los ojos, ya están siendo obsoletas en los países industrializados.

Estudios realizados en Estados Unidos señalan algunos avances basados sobre la electrónica en las últimas dos décadas. Entre éstos es posible mencionar:

- Los procesos de fotocopiado que permiten la reproducción instantánea de material impreso.

- Los facsímiles que facilitan la transmisión a sitios distantes.
- Las cassettes que graban y reproducen música y voces que pueden llegar a distintos lugares del mundo.
- Las noticias que se pueden enviar electrónicamente desde donde se originan, y los diarios que se imprimen por medios fotográficos, lejos desde donde las noticias se producen, se compilan o analizan y desde donde los diarios o revistas son proyectados.
- Los satélites que recogen y entregan todo tipo de información en tiempo real y también detectan y fotografían la tierra desde el espacio.
- Los programas de televisión que son producidos y divulgados por gran variedad de medios.
- La transmisión directa por satélite que ya es un hecho.
- Las fibras ópticas que transportan mensajes eficaces convertidos a señales luminosas en ángulos y a grandes distancias.
- Las microprocesadoras —al alcance de todos— que hace 10 años sólo obtenían 16 bitios (fragmentos de información) en una lasca de silicio, alcanzaron una capacidad de 236 bitios en 1984.
- Las computadoras más pequeñas y baratas que realizan más operaciones, se hacen cada vez más asequibles al grueso público consumidor.
- Las minicomputadoras portátiles que pueden ser en la próxima década, tan comunes como las calculadoras de bolsillo.
- Los proyectiles teledirigidos electrónicos y los sistemas de defensa que incluyen telémetro, dispositivos de advertencia, satélites de observación y puestos de escucha electrónicos.
- El sistema telefónico que casi no se parece en nada al de hace 20 años. Al respecto, usando computadoras, microondas, fibras ópticas, y tecnologías para guardar o empacar información y lograr la máxima eficiencia en la transmisión, el teléfono pasa de redes de transmisión analógica de banda angosta, diseñadas para la voz, a redes de banda ancha que transmiten la voz, imagen, música, esto es, todas las formas de información analógica, a la forma digital.
- Los satélites de comunicaciones, surgidos del programa espacial norteamericano, así como los destinados a informes climatológicos o a detectar a distancia recursos terrestres y marítimos y también satélites militares, todos del mismo programa.
- Los satélites comunicacionales que rondan por sobre nuestras cabezas espionando, y también sirviendo de enlace para la información. Desde la invención del transistor, hace 35 años, se habla de una revolución microelectrónica. Un solo satélite, como el Intelsat V, puede enviar

mil millones de bits (fragmentos de información) por segundo. A esa velocidad se puede enviar a través del Atlántico seis veces por minuto el equivalente a la Enciclopedia Británica.

El poder de la información, como estamos demostrando, ha llegado a ser la tentación del hombre en los umbrales del siglo XXI.

Quizás es bueno pensar, entonces, en otro aspecto propio de este artículo. ¿De qué manera los medios de comunicación social, sean diarios, revistas, radio, televisión, cine, o los que luego aparecerán entre nosotros, como la televisión por cable, o la recepción de comunicación directa por satélite, entregan valores o los destruyen?

Así como la tecnología no es ni buena ni mala y sólo depende de los usos que el ser humano pretenda darle, tampoco los medios de comunicación no son ni buenos ni malos.

En primer término, tendríamos que decir que los valores, a nuestro juicio, están íntimamente ligados a la cultura. No derivan específicamente de determinaciones personales de cada uno de nosotros, sino que en gran medida se encuentran inmersos en nuestro entorno cultural. Y la cultura es vida, es la historia que nos legaron nuestros antepasados, que aprendimos, pero es también la historia que nosotros, cada uno de nosotros está creando y transmitiendo.

Cada uno de los seres humanos tiene su medio para compartir y discutir sus ideas, emitir opiniones. Cada uno, entonces, tiene su medio de comunicación. Y cada uno de estos medios es igualmente importante. No es menos importante el medio de la pareja, el medio que tiene la familia para comunicarse, el medio que tiene la escuela, el colegio, la universidad, que el de un periódico; una radio, una estación de televisión o cualquier vehículo de comunicación social o masiva. Y nadie debería dejar de utilizar ese medio de comunicación. La formación de valores en la juventud no es tarea única de los medios de comunicación. No es tarea única de los académicos y la universidad. No es tarea única de los profesores del colegio. No es tarea única de los padres. Es tarea conjunta de todos y de cada uno. Nadie puede sacudirse las manos o lavárselas como Pilatos.

La discusión de si los medios son espejos de la cultura o son quienes provocan cultura o incultura es una vieja disputa casi bizantina. Porque, como decíamos, quienes critican a los medios de comunicación social aspiran a tener acceso a ellos y quienes los tienen no reflexionan siempre sobre la grave responsabilidad que pesa sobre sus hombros de comunicadores en el mundo donde vivimos.

El avance de las ciencias de la comunicación nos ha permitido conocer con exactitud el impacto que los medios de comunicación social ejercen sobre las conductas individuales y sociales. Entre los grupos des-

tinarios de los mensajes masivos nos preocupan muy especialmente los jóvenes.

Investigaciones realizadas en América Latina y Chile han demostrado que el promedio de exposición a los medios masivos, en especial a la televisión, a que están sometidos los jóvenes y niños excede, en tiempo anual, al dedicado a permanecer en las escuelas, liceos o colegios. El promedio que se desprende de estos estudios demuestra que niños y jóvenes dedican cuarenta horas anuales más a la televisión que las que permanecen en las aulas.

Por otra parte, sabemos que son los medios de comunicación social los que establecen los temas principales de comunicación interpersonal en los grupos de pares, de iguales.

Entonces, nos encontramos con una doble realidad: en primer término, los medios de comunicación masiva, como revistas, discos, audio-cassettes y televisión, reciben atención preferencial de parte de niños y jóvenes. En segundo término, los temas de conversación que muchos adolescentes establecen suelen tener origen en algún tipo de mensaje masivo. Es a través de estas reflexiones que llegamos a la responsabilidad que tiene el comunicador social en la formación de las futuras generaciones. Pero esa responsabilidad no sólo es del comunicador social, del periodista. Es primero que nada de los padres, porque son ellos quienes primeramente deben transmitir valores. Y los educadores no están exentos de la responsabilidad de reforzar estos valores, o de comunicarlos, si observa su inexistencia.

Los medios de comunicación social no son buenos ni malos en sí. Depende como se usen, como también cuál sea la actitud del receptor.

Veamos primero los defectos que podemos encontrar en los medios de comunicación social chilenos.

El primer llamado de atención podría estar referido a dos aspectos: la imagen de mundo que entregan y el aporte que hacen a la espiral de violencia que nos invade.

En torno a la primera cuestión, la noticia, en la sociedad postindustrial ha pasado a ser, muchas veces, un producto trabajado con criterio de marqueteo, de marketing. Quienes así piensan entregan solamente noticias que venden. Y así como "no es" noticia el que los seres humanos trabajen, vivan tranquilos, sean felices, sí lo es la violencia, la catástrofe, el asesinato, el robo, la infidelidad. Se han llegado a considerar que las buenas noticias no venden tanto como las malas.

Como los medios de comunicación son los principales constructores de la imagen de mundo que se formulan los jóvenes, se está también construyendo un mundo de seres violentos, frustrados o angustiados. ¿Cuántas veces hemos visitado un país del cual teníamos una imagen caótica, por lo que habíamos leído o visto sobre él, y nos encontramos

con que en esa nación el acontecer diario se desarrolla en un clima muy diferente al que nosotros habíamos imaginado?

El comunicador social no ha logrado aún, en forma mayoritaria, hacer coincidir las variables de informar y mantener la salud mental de los informados, asumiendo el compromiso ético que justifica la existencia misma de la información como un bien que está íntimamente vinculado al bien común.

Por ello la violencia, en todas sus formas, muchas veces ha salido robustecida. Ella no sólo predomina en el área informativa de los medios de comunicación sino también en la de entretenimiento. Las seriales envasadas, los llamados "best seller" y hasta las teleseries hechas en Chile tienen contenidos violentos y a veces altamente inconvenientes por su apología directa a desvalores, como son el adulterio, la mentira, la venganza, etc. Otro tanto sucede en las tiras cómicas, y hasta en el contenido del rock moderno. La apología de la violencia que se hace hoy es un hecho indiscutible.

Los comunicadores sociales no podemos soslayar, como tampoco lo pueden hacer los educadores y las familias, la enorme responsabilidad que nos cabe en el desafío de estudiar posibles salidas al actual estado de cosas para defender la alternativa viable de mejorar los mensajes masivos y asegurar la consideración del bien común en lo que atañe a la función del comunicador social.

Decíamos que los medios de comunicación social por sí mismos no son buenos ni malos. Hemos visto la parte negativa, veamos ahora lo positivo y la ayuda que pueden prestar en el proceso educativo.

De hecho en los últimos años, casi todos los medios de comunicación escrita han incorporado separatas, suplementos y hasta libros, dedicados al niño y al adolescente.

El proceso educativo a nivel básico y secundario se ha visto enriquecido con información especialmente redactada para jóvenes, padres de familia y profesores. Indudablemente que, por ser medios masivos, esos documentos han estado destinados a los sectores de menores recursos socioeconómicos, y, por tanto, a quienes más los necesitan.

Por otra parte, ni la radio, ni la televisión han sido usadas hasta hoy en todas las posibilidades que tienen esos medios de comunicación social, como verdaderos educadores.

El médico psiquiatra Hernán Montenegro sostiene que en un estudio realizado en 1975 acerca de los efectos de la televisión sobre el rendimiento escolar; en una muestra de 569 niños de séptimo año básico, de ambos sexos y diversos estratos socioeconómicos, se comprobó que el 92,79% de los encuestados tenía televisión, que el 49,21% veía televisión después de las 18.00 horas y el 30,72%, después de las 21.00 horas.

Un 73,64% declaró que sus padres le permitían ver todo tipo de programas sin restricciones horarias. El 82% de la muestra veía televisión todos los días de la semana y un 16% lo hacía mientras realizaba sus tareas.

No cabe duda, entonces, de que los profesores deben competir con el agente socializador denominado televisor, o *caja idiota*. Pero esa *caja idiota* puede servir como importante vehículo de educación y de formación. Los video cassettes otorgan la posibilidad de hacer programas especiales para determinados sectores, incluso de los centros más poblados. Por otra parte, el niño de hoy es más despierto que hace dos décadas. Deberá determinarse en qué medida esta *caja idiota*, llamada televisión ha colaborado a la formación del joven de hoy.

La educación a distancia se utiliza en distintos países con excelentes resultados. Ante el desafío enorme que implica el mayor número de conocimientos que se acumulan en períodos más cortos y con enorme velocidad, indudablemente que la televisión y, en general, los medios de comunicación masivos pueden tener una extraordinaria importancia.

En resumen, los medios de comunicación social pueden influir, para bien o para mal, el comportamiento humano especialmente en los jóvenes.

Los comunicadores sociales estamos conscientes de la tremenda responsabilidad que tenemos, quizás por partida doble. Por una parte para hacer conciencia de la preocupación constante que debe tener la sociedad hacia la formación de valores en nuestra juventud. Por la otra, el comunicador social y especialmente el periodista debe contribuir a otra de las tareas: educar. En lo positivo, en el quehacer constructivo, deben dedicarse a enseñar a la familia, núcleo insustituible en una sociedad, la mejor forma de aprovechar los recursos, como también de evitar que esos jóvenes caigan en la drogadicción o el alcoholismo que pueden tronchar muchas vidas y muchas esperanzas.

Quizás el gran desafío que en el presente tenemos los periodistas, la universidad, los maestros y los padres de familia, sea lograr dentro de nosotros mismos una autocrítica constante, que haga posible que por sobre los problemas contingentes, por sobre el aquí y el ahora colaboremos partiendo quizás por los niños y jóvenes, a la construcción de un mundo mejor, una nación mejor que permita en toda su extensión el desarrollo físico, síquico y espiritual de las nuevas generaciones que gobernarán y serán gobernadas en el siglo XXI.

La tarea es gigantesca. El desafío, mayor. Pero es tarea nuestra y, si no la hacemos, seremos todos culpables.

En vez de ser "consumidores" de la cultura producida por otros, debemos aceptar el gran desafío de convertirnos en productores de cul-

tura con todo lo que implica la libertad, la creatividad, pero también la responsabilidad ética.

La revolución que vivimos quizás no la estamos advirtiendo o tal vez no estaba el hombre preparado para asumirla. Posiblemente, en un mundo donde se le ha rendido pleitesía a un nuevo dios: la ciencia y la tecnología, sería bueno que volviéramos al humanismo, a *reubicar* al hombre en el centro de todo. Vale decir, a poner la ciencia y la tecnología al servicio del hombre y no a convertir el hombre en esclavo de un nuevo becerro, no de oro sino robotizado. No deberíamos tener miedo al bombardeo cultural proveniente del exterior si estuviéramos preparados para reforzar nuestros propios valores culturales. Tenemos que sentarnos a meditar. No a decir "Que paren la tierra que me quiero bajar".

Tenemos que ser capaces de volver a hacernos las mismas preguntas que nos hacíamos cuando niños. ¿Por qué? ¿Para qué? . . . No somos sólo nosotros, Universidad de Chile, educadores, comunicadores sociales, quienes nos reformulamos toda esta temática de los valores y de la comunicación social. También lo hace la Iglesia Católica, que se prepara rápidamente para ponerse al día en la comunicación y poder utilizar ésta como herramienta al servicio del desarrollo de la democracia y la participación, de acuerdo con la nueva realidad que se avecina.

ABSTRACT

Ms. Oyarzun's contribution underwrites the great impact of the media upon values, in this particular case, of values held by young people in a high-tech period.

Social communicators, as suggested by the author, have thus a tremendous responsibility in the formation of values as well as their share in the educational process. For these purposes, they should stimulate attitudes of creative response to culture rather than of mere consumerism.

REFERENCIAS

- MC LUHAN, Marshall, El Medio es el Mensaje. Un Inventario de Efectos, Buenos Aires, Ed. Paidós, 1969.