



Junio 2009

## LA INFLUENCIA DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN EN LOS CONFLICTOS Y EN LOS PROCESOS DE PAZ

Cristina Palacios de Torres

Para citar este artículo puede utilizar el siguiente formato:

**Palacios de Torres, C.:** *La influencia de los medios de comunicación en los conflictos y en los procesos de paz*, en Contribuciones a las Ciencias Sociales, junio 2009. [www.eumed.net/rev/cccscs/04/cpt2.htm](http://www.eumed.net/rev/cccscs/04/cpt2.htm)

---

Pocas realidades tienen una convergencia tan armónica como las significadas por las palabras "comunicación" y "solidaridad". Son vocablos con buena "química" entre sí. La comunicación, para que sea tal, no es posible sin la referencia a los otros, desde el nivel de las relaciones interpersonales al de la vida social en el más amplio sentido. La solidaridad tampoco podría llevarse a cabo sin la comunicación que nos hace conocer y nos aproxima el sufrimiento de los demás, hasta sentirlo como propio y familiar.

Cada día los medios de comunicación social llegan a nuestros ojos y a nuestro corazón, haciéndonos comprender las llamadas angustiosas y urgentes de millones de personas, menos afortunadas, perjudicadas por algún desastre, natural o de origen humano; son seres humanos que están hambrientos, heridos en su cuerpo o en su espíritu, enfermos, desposeídos, refugiados, marginados, desprovistos de toda ayuda; ellos levantan los brazos hacia nosotros.

Sin la permanente aparición de imágenes de los conflictos que suceden en el mundo, no se producirían los grandes cambios. Y lo mismo habría que decir de la resonancia mundial del drama irresuelto de Ruanda, el de los campos de refugiado, las tragedias

inhumanas de los refugiados albanos-kosovares, las víctimas de las masacres de Sierra Leona, las víctimas en nuestro propio país del conflicto armado de E.T.A, y así un largo etcétera.

Toda estas corrientes de solidaridad vividas y pendientes, como a la de tantas historias individuales de niños y de mayores necesitados, no hubieran sido posibles y no lo serán sin el recurso a los medios de comunicación. Nada o muy poco podrían hacer sin ellos las organizaciones humanitarias, las instituciones de la Iglesia, para remediar tanta desgracia y concienciar a la opinión pública en una cultura solidaria.

El hacerlo adecuadamente exige unas estrategias y unas técnicas para hacerse hueco en la multiplicidad de mensajes informativos que reclaman nuestra atención.

No cabe duda que la finalidad suprema de la acción comunicativa es la de formar al hombre en su dimensión social para hacer comunidad. Ahí está precisamente la razón de por qué los contenidos informativos que versan sobre acciones solidarias sean aquellos que más interés tienen para el público y los que más honran a la actividad periodística, muchas veces demasiado polarizada en la actividad política, o mejor dicho en la contienda política o en lo anecdótico y llamativo.

Existen unas razones antropológicas que hacen especialmente atractivos los contenidos informativos referidos a la solidaridad.

Las nuevas tecnologías pueden ser usadas para favorecer la comunión y la solidaridad, además de facilitar la comunicación humana.

En relación con la materia de Lengua vamos a partir de distintos conceptos para así relacionar los medios de comunicación con el tema de la paz.

Etimológicamente, la palabra solidaridad tiene su raíz en el latín, si bien su procedencia no es directamente de la lengua latina, sino a través del francés, que parece ser el primer idioma en utilizarla. La raíz latina está en la familia de las palabras de solidas, con el significado de "sólido", "compacto", "entero". En esta raíz etimológica de la palabra encontramos "dos universos significativos: el de la construcción (algo construido sólidamente) y el de la jurisprudencia (obligaciones contraídas in solidum, es decir mancomunadamente). Del primero quedará la lógica orgánica en el concepto de solidaridad: la unidad de un todo en el que las partes están sólidamente trabadas. Del segundo quedará la exigencia de compartir el destino entre las personas implicadas" 5.

En cuanto a su utilización, la palabra solidaridad es relativamente nueva, pues no aparece hasta finales del siglo XVII en el francés. A principios del siglo siguiente, se amplía su uso y significado como sustituto del término cristiano caridad y a mediados del siglo XIX su utilización comienza a hacerse frecuente tras el uso de la misma por Auguste Comte, y se difunde al resto de idiomas europeos, entre ellos el nuestro. A lo largo de estos dos siglos la palabra solidaridad se irá cargando de otros sentidos, pasando de las viejas concepciones originarias del ámbito de la construcción y el derecho, a expresar realidades sociológicas y a referirse a un valor y principio ético.

En la actualidad, va cobrando fuerza la propuesta de universalizar un modelo de solidaridad, revisándolo y extendiéndolo más allá de las fronteras (políticas y sociales)

en las que se ha venido fraguando. Junto a ello, de manera reciente, parece percibirse un cierto "abuso" del término solidaridad. Podría decirse que es una de esas expresiones que generan consensos automáticos, aunque no exista una coincidencia real en los contenidos. Desde el punto de vista de las personas e instituciones más implicadas en la práctica real de la solidaridad, existe una creciente impresión de "desvalorización" del término, un vaciamiento del mismo, que hace que pierda su fuerza y su potencial y pase de ser un referente ético a un "eslogan" publicitario.

A lo largo del siglo XX se han ido considerando medios de comunicación social ("mass media"), aquellos medios de comunicación e información que, utilizando dispositivos tecnológicos, difunden información de manera simultánea e indiscriminada a muchos destinatarios, generalmente desconocidos por los editores de la misma. Los "mass media" clásicos son: la prensa y las campañas publicitarias (ya en auge el siglo XIX), el cine, la radio y, ya en la década de los 50), la televisión. En algunos casos, como la radio y la televisión, la información que distribuían debía verse y escucharse necesariamente en el momento mismo de la difusión.

Más tarde, con la progresiva difusión del vídeo entre los hogares a partir de la década de los 70, las películas cinematográficas se han ido asimilando más a los "self media", ya que con los videoclub cada uno las puede obtener y utilizar cuando quiere (como pasa con los libros). Y de alguna manera pasa lo mismo con la televisión, ya que podemos grabar programas para verlos más adelante, aunque en algunos casos perdamos la actualidad de los mismos.

Más tarde, en la década de los 80 aparecen los ordenadores personales (potentes, versátiles, manejables y a precios asequibles), que nos ofrecen rapidez y fiabilidad de proceso de la información, interactividad y automatización de trabajos, capacidad de almacenamiento..., incluyendo funciones para el ocio (videojuegos) y la formación (acceso a bases de datos, software educativo). Y la red de ordenadores Internet se convierte en la década de los 90 en un poderoso canal multimedia de comunicación interpersonal y social, sincrónico (chat, videochat, mensajería instantánea...) y también asincrónico (correo electrónico, foros...), inmensa fuente de **información** sobre cualquier tema, y medio de **publicación** global de noticias, documentos y creaciones personales al alcance de cualquier persona. Se multiplican los canales de información y comunicación, ¡catalizadores de los aprendizajes! (ver más en El alcance planetario de Internet y la posibilidad de acceder a esta red en cualquier momento y lugar (a través de ordenadores, teléfonos móviles, terminales...)) hace que los **"mas media" tradicionales** (prensa, radio, televisión...) **también utilicen Internet** para complementar sus canales habituales de emisión, ampliando así el alcance de su difusión. Por todo ello cada vez resulta más difícil establecer una separación clara entre los medios de comunicación social ("mass media"), los "self media" y los demás medios de comunicación interpersonales que ofrece Internet. Pero en cualquier caso, a través de sus potentes canales comunicativos circulan mensajes, estereotipos y valores que conforman en gran manera las personas, la cultura y la sociedad en general; son **poderosos agentes educativos**, transmisores de la cultura dominante, pero también de las culturas (en plural) y en definitiva de la Cultura (en mayúscula).

Los "mass media" no son materiales específicamente educativos, no obstante constituyen una parte importante de nuestra sociedad, información, espectáculo y ocio, reflejo del mundo y agente transformador del mismo. Por ello, aunque escapan del control de los agentes educativos, conviene aprovechar sus posibilidades formativas y también contrarrestar, cuando sea necesario, sus posibles influencias negativas. Hay que tener en cuenta además, que los espectadores y lectores participan en la negociación de los significados que ofrecen los mass media. Así personas distintas, en función de sus "historia", intereses, circunstancias de la recepción de los mensajes mediáticos..., extraerán significados distintos.

En el siguiente cuadro se amplían algunos de los principales aspectos, positivos y negativos, que puede comportar su uso educativo.

### **USO EDUCATIVO DE LOS MASS MEDIA**

#### **ASPECTOS POSITIVOS**

- Vehiculan mensajes informativos variados, sugestivos, audiovisuales.
- El conjunto de sus informaciones resulta multicultural.
- Permiten comparar la forma en que diversos medios presentan la información sobre un tema, identificando la posible disparidad y errores en la información que proporcionan. Con ello los alumnos desarrollarán conciencia sobre los problemas de credibilidad y de perjuicios en medios.
- Difunden las noticias de manera inmediata.
- Proporcionan información sobre entornos, personas y fenómenos alejados.
- Despiertan el interés, la curiosidad y la imaginación.
- Se puede usar para desarrollar la observación en general, realizar análisis, fomentar el pensamiento crítico, asumir diferentes perspectivas o puntos de vista (pensar posibles interpretaciones) , fomentar habilidades de producción (creatividad)...
- Enseñan de manera práctica el lenguaje audiovisual.

#### **ASPECTOS NEGATIVOS**

- Los mensajes que proporcionan son generalmente parciales e incompletos.
- Las empresas mediáticas tienen grandes intereses ideológicos y económicos, que se reflejan en sus productos.
- El tratamiento descarnado que dan a algunos temas no resulta educativo.
- Muchas veces el contenido es de escasa calidad, no formativo. Presenta opciones banales, infantiliza.
- Promueven una actitud pasiva, poco comprometida.
- Fragmentan y dispersan la atención, pueden bloquear al usuario
- Sus mensajes audiovisuales seducen a los espectadores a través de sus emociones más inmediatas y primitivas (la sensación prima

sobre la reflexión).

- Constituyen un instrumento de socialización de las personas (modelos de actuación, valores...). Conectan a los estudiantes con la comunidad.
  - Difunden la cultura en todos sus aspectos (no es elitista)
  - Proporcionan temas comunes de conversación. y debate. Facilitan que los estudiantes expresen sus opiniones y demuestren o expliquen su visión del mundo.
  - Entretienen.
- Cautivan irracionalmente, a veces cultivan la violencia
  - Modelan a las personas y no siempre mediante modelos deseables (individualismo, competitividad, satisfacción inmediata de los instintos...).
  - Tienden a uniformar, pueden destruir valores e identidades culturales.
  - Transmiten una ideología. Constituyen un instrumento de control ideológico y político, pueden alienar.
  - Ocupan tiempo, son adictivos
  - Relajan, distraen del esfuerzo productivo y de otras actividades: lectura,,,

Debemos tomar ante el bombardeo continuo de los medios , una serie de pautas con los niños ante dichos medios:

- Procurar que el tiempo que pasen solos ante la TV y ante Internet, esté en cierta medida controlado.
- Filtrar la información que reciben y comentar con ellos los contenidos que puedan resultar difíciles de comprender o asimilar para ellos.
- Desarrollar su espíritu crítico, que conozcan los propósitos de los mensajes (especialmente los anuncios); así se neutralizará en parte su poder de seducción
- Organizar las cosas para que no estén demasiadas horas ante la TV e Internet... ¡hay muchas otras cosas interesantes que se pueden hacer!

Los “mass media” tradicionales en general, y en especial **la televisión** , se **han utilizado poco** en la escuela durante el siglo XX. Algunas de las **causas** de su baja penetración en los entornos educativos formales son las siguientes:

- **Falta de infraestructuras.** El uso educativo de los "mass media" en la escuela requería unas infraestructuras tecnológicas (televisión con pantalla grande o cañón de proyección con altavoces, magnetoscopio...) que no siempre estaban disponibles. Aunque bastantes centros tenían un aula de audiovisuales más o menos bien acondicionada, muchas veces las necesidades de centro exigían que se utilizara también a menudo como aula de clase, de manera que no siempre estaba libre cuando los profesores querían utilizarla.

- **La inmediatez de los “mass media”.** La necesaria inmediatez en el “consumo” de la información era uno de los factores que dificultó su uso en los centros docentes. La

grabación de los programas en vídeo suponía una incomodidad que a menudo disuadía al profesorado del uso educativo de estos materiales. Con todo, este problema a veces se paliaba implicando a los alumnos en la búsqueda y grabación de materiales televisivos interesantes para la clase.

La prensa tuvo más fácil su entrada en el mundo educativo, aunque también precisaba una “preparación” previa a su uso en el aula: fotocopiar ejemplares, sistemas de proyección...

- **Desconocimiento de modelos didácticos.** Los profesores en general, ni en su etapa de educación básica, ni en sus estudios ya profesionalizadores habían tenido muchas oportunidades de ver intervenciones educativas que utilizaran de manera eficiente y eficaz estos recursos. Por ello, y por el carácter lúdico que se solía asociar a los “mass media” (especialmente la televisión) y que a veces se consideraba que podía actuar como distractor de los aprendizajes, los profesores solían resistirse a utilizarlos.

- **Poco tiempo disponible.** Además de las dificultades que solía tener el profesorado para encontrar el momento de preparar las clases con apoyo de recursos audiovisuales o informáticos, los apretados programas de estudios muchas veces le disuadían del uso de estos recursos.

**Antes** de que se digitalizaran, muchas veces resultaba complicado e incómodo el aprovechamiento de los medios de comunicación en las aulas. Consideremos dos ejemplos. Los programas interesantes de radio y TV casi siempre había que grabarlos en horarios “no escolares” para poderlos ver y oír luego en clase, a menudo desde pequeñas pantallas y con deficientes equipos de sonido. Los artículos interesantes de la prensa que se querían analizar y comentar en el aula, previamente se tenían que fotocopiar para dar una copia a cada estudiante.

No obstante, **ahora**, con la progresiva expansión de las **tecnologías digitales**, los medios de comunicación social tradicionales (radio, prensa, televisión...) también se han ido trasladando (y en general de manera gratuita) al ciberespacio, en cuyo seno además van apareciendo nuevos canales de comunicación interpersonal y social (e-mail, foros, blogs, entornos virtuales sociales...). Entre estos recursos destacamos:

- Las informaciones de actualidad que ofrece la **prensa digital** (puede accederse - al menos parcialmente- a los principales periódicos y revistas de todo el mundo). A través de este canal las informaciones (noticias, agenda de actos...) llegan siempre puntualmente y en muchos casos además es posible contactar telemáticamente con los autores de los artículos.
- Los programas de las **radios y televisiones que emiten por Internet, cable o telefonía móvil.**

- Las *páginas web sobre TV*, relacionadas con los programas y emisoras de TV.
- Las completas *informaciones cinematográficas en Internet* (productoras, películas, actores...), incluyendo secuencias digitalizadas de películas, videoclips....
- Los *portales de Internet* en general.
- Los *foros y debates sobre temas de actualidad* que se abren desde algunas páginas web.
- Información sobre las empresas y sus campañas publicitarias.
- *Los nuevos canales web 2.0* de publicación y difusión, búsqueda y acceso a la información que nos interesa, comunicación bidireccional y trabajo colaborativo (blogs, wikis, entornos para compartir recursos, suscripción RRS, comunidades sociales, herramientas on-line...). Ver más en: A partir de estos hechos, y como en sus casas y **en los centros docentes** cada vez disponen de más ordenadores conectados a Internet, por fin los estudiantes pueden acceder cómodamente a la rica, variada y actualizada información que proporcionan los "mass media" y aprovecharla para estudiar y hacer de manera individual o colaborativa sus trabajos.

Por otra parte, en los centros educativos también se van colocando poco a poco en todas las aulas de clase **pizarras digitales** (PD = videoproyectores conectados a un ordenador con acceso a Internet) y pizarras digitales interactivas (PD que además permiten escribir e interactuar con un puntero sobre la pantalla de proyección). Con ellas, cualquier web de Internet puede proyectarse en el aula y ser vista, comentada y discutida por profesores y alumnos. Así , los "mass media" en formato digital por fin pueden integrarse cómodamente en las actividades de clase, proporcionando atractiva información multimedia para ilustrar o complementar los temas, para motivar, para facilitar la comprensión, para comparar diversas fuentes informativas del mismo país o de distintos países, etc.

Y por si fuera poco, con los ordenadores conectados a Internet y las pizarras digitales, los estudiantes y los profesores también pueden aprovechar todos los demás medios de comunicación que ahora ofrece Internet: **foros, blogs, wikis**

Tras toda esta exposición, nos vamos a plantear la consecución de una serie de objetivos, que nos marcaremos como finalidad en nuestro trabajo:

- a) Adquirir una actitud de análisis ante la información ofrecida por los medios.
- b) Adquirir una actitud crítica y valorar con un juicio argumentado todo lo que percibimos por los medios de comunicación.
- c) Asimilar las características fundamentales del lenguaje periodístico y las técnicas para realizar noticias, reportajes, crónicas y artículos de opinión.
- d) Valorar la importancia e influencia de los medios en la vida diaria y en especial en los conflictos y en los procesos de paz.
- e) Adquirir una capacidad de resumen , de análisis de los datos más relevantes y de recopilación de lo trabajado.

Todo lo anteriormente expuesto lo concretaremos y lo llevaremos a la práctica en una serie de actividades, individuales y grupales. En total para la realización de las actividades utilizaremos unas siete sesiones, siempre dependiendo del ritmo en la consecución de las mismas. Pasamos a detallarlas:

- En la primera sesión se les ofrecerá una serie de imágenes de distintos mdios de comunicación donde los alumnos deberán realizar tras el análisis previo de las mismas, un pequeño trabajo que responda a las siguientes cuestiones:
- 1. Describe cada una de estas imágenes.
  2. Establece una relación entre ellas.
  3. ¿Qué sensación te producen?
  4. ¿Qué están haciendo?
  5. ¿Por qué crees que lo hacen?
  6. ¿A quien se dirigen con su acción?

Para la realización de este trabajo contarán con una sesión y en otra haremos una puesta en común del mismo.

- En la cuarta y quinta sesión trabajaremos en el aula de informática, haciendo búsquedas por parejas de dos artículos por pareja y en la quinta sesión explicarán de forma oral porqué lo han elegido.
- En la sexta y séptima sesión elaborarán un artículo de opinión (tras una explicación del profesor de las características que lo conforman) y lo exponrán en clase.

Con los resultados de lo estudiado, hemos llevado a cabo una evaluación, medir y evaluar lo tratado no ha sido tarea fácil ya que, no son contenidos y ejercicios sencillos de baremar, sobre todo por la subjetividad de las respuestas.

Hemos evaluado la adquisición de valores éticos en su mayor disposición para compartir sus conocimientos y sus opiniones. También hemos evaluado la capacidad de atención, asimilación, resumen y recopilación de datos. La capacidad narrativa en la redacción de las exposiciones orales y en el vocabulario utilizado, evaluaremos sus trabajos escritos tanto en presentación como en complejidad y profundidad. Así, también evaluaremos la exposición de los artículos y la participación en los mismos.

Tras la consecución de este trabajo vamos a hacer una valoración del mismo que nos sirva de reflexión de todo lo estudiado.

La valoración nos ha permitido llegar a las siguientes conclusiones:

El análisis de las imágenes ha supuesto una reflexión crítica ante distintos asuntos tratados.

El estudio de los medios de comunicación y el trato en los distintos artículos a temas de actualidad, relacionados con conflictos, ha supuesto un análisis de los valores humanos.

El hecho de que los alumnos se hayan acercado a los medios de comunicación y hayan observado y analizado el poder que éstos pueden ejercer sobre todos, ha hecho que reflexionen de manera subjetiva y hayan sido capaces de dar su opinión, de analizar algunos artículos y hasta de elaborar ellos mismos artículos, percatándose del poder de la comunicación en asuntos que en definitiva nos conciernen y afectan a todos.

PÁGINAS WEB DE INTERÉS.

[www.educaciónyvalores.org/](http://www.educaciónyvalores.org/)

[www.educacionparalapaz.org.co/](http://www.educacionparalapaz.org.co/)

[www.elmundo.org/](http://www.elmundo.org/)

[www.monografias.com](http://www.monografias.com)

[www.promonegocios.com](http://www.promonegocios.com)

[www.mediosdecomunicacion.org/](http://www.mediosdecomunicacion.org/)

[www.pressnetweb.com](http://www.pressnetweb.com)