

Título: Educación, Medios Masivos y Cultura.

Resumen:

En las últimas décadas los medios masivos se han convertido en importantes actores socializadores. Este rol adjudicado o asumido de los medios por parte de la sociedad es importante entre otras cosas, en el reflejo, generación y transmisión de la cultura. Otro actor relevante que también posee el mismo rol es el sistema educativo. La escuela tradicionalmente posee el mandato social de preparar a los ciudadanos a vivir en la sociedad dentro de la cultura local. La sociedad a su vez se relaciona constantemente con estos dos agentes culturales, son parte de su vida cotidiana, por tanto influye en diferentes aspectos que hacen a la cultura, como por ejemplo las normas de comportamiento y sistemas de creencias, costumbres, prácticas, códigos, religión, rituales, normas y reglas de la manera de ser.

En este trabajo se pretende indagar la relación entre estos actores. ¿Cuál es su legitimidad ante la sociedad? ¿Es consciente la sociedad del rol cultural que cumplen? ¿Cuáles son las expectativas puestas en ellos? ¿Qué cuestionamientos y críticas surgen? ¿Existen espacios de diálogo y discernimiento sobre el tema?

Palabras clave: educación, comunicación, cultura.

Datos de los autores:

Lic. En Ciencias de la Comunicación: Fernando Harreguy. Afiliación Institucional: Programa Flor de Ceibo. UdelaR. Correo electrónico: fharreguy@gmail.com

Lic. En Ciencias de la Comunicación: Lionella Parentelli. Afiliación Institucional: Programa Flor de Ceibo. UdelaR. Correo electrónico: lionella.parentelli@gmail.com

Lic. En Ciencias de la Comunicación: Cecilia Pereyra. Afiliación Institucional: Programa Flor de Ceibo. UdelaR. Correo electrónico: ceciliapereyra23@hotmail.com

¿Qué es “socialización”?

En el esquema tradicional se entiende a la socialización, como un proceso que va de "lo social" a "lo individual" conformando así progresivamente una subjetividad. Es decir que el individuo se va formando como tal a partir de que va interiorizando el mundo exterior. Cuando un individuo nace llega a un "mundo hecho". La sociedad ya está presente y el individuo adquiere el lenguaje, las reglas, las normas de comportamiento, sistema de creencias, costumbres, prácticas, códigos, religión, rituales, se desarrolla en las instituciones de la sociedad, la cual lo va "moldeando". Este concepto convencional de la socialización propone que existe una separación entre individuos y sociedad; donde la segunda es quien prevalece sobre el primero. Por último se concibe a la sociedad como una totalidad integrada y no contradictoria.

Esta concepción nos lleva a aceptar que el individuo es una construcción social. Donde diferentes agentes socializadores como las generaciones anteriores se encargan de configurar la subjetividad de los primeros. Sin embargo, la realidad es más compleja. El agente social es al mismo tiempo una construcción y el constructor de la sociedad.

N. Elías (1990) cita el ejemplo de la relación padre e hijo para dar cuenta de este carácter de la socialización. Si bien, la relación entre padres e hijos es una relación de dominación, donde los padres tienen la autoridad sobre los hijos, no es tan simple. Los hijos también son agentes activos que modifican el entorno de los padres. "(...) Las cosas no se limitan al poder de los padres sobre los hijos, sino que normalmente los niños, incluso los recién nacidos, también ejercen un poder sobre los padres. A través de sus gritos pueden pedir auxilio. En muchos casos, el nacimiento de un niño obliga a que los padres reorganicen su estilo de vida. Al preguntarse cómo los niños ejercen un poder considerable sobre los adultos, se encuentra de nuevo una circunstancia y señalada: los niños cumplen una función para sus padres. Representan el cumplimiento de determinados deseos y necesidades" (Elías N., 1998, pág. 419). Ambos influyen en el otro construyendo sus subjetividades. El proceso de socialización no es de unos agentes a otros. Si bien, nacemos en un mundo ya construido, mientras formamos nuestras subjetividades vamos también influyendo en las subjetividades del otro y transformando nuestro entorno.

Para Pierre Bourdieu (1980) la socialización es el proceso ininterrumpido de constitución de un "habitus", entendido "como sistema de estructuras cognitivas y motivadoras". Éste se aprende mediante el cuerpo un proceso de familiarización práctica que no pasa por la conciencia. La incorporación del "habitus" es inconsciente lo que supone que las cosas se apropien de manera práctica de esquemas que sirven para desenvolverse en el entorno en el que se encuentran. El

“habitus” hace que las personas de un entorno social homogéneo tiendan a compartir estilos de vida parecidos.

Hoy en día debemos dejar atrás la idea de que el sujeto es disciplinado por los agentes socializadores tales como la familia, la iglesia y la escuela; donde la sociedad es fuerte y se impone a los individuos. Pudiendo estos otorgar a cada uno de los individuos un rol en dicha sociedad, donde no existen conflictos asegurando una cohesión. Estamos en un momento de transformaciones permanentes, donde grupos de individuos deben insertarse en contextos estructurales completamente diferentes de aquellos en los que se configuraron inicialmente, por ejemplo los campesinos que deben mudarse en las ciudades, mujeres hechas para el hogar que tienen que trabajar. Entonces el fenómeno que hoy en día se da es el desajuste entre el “habitus” y las condiciones de vida.

Actualmente el individuo tiene la necesidad de construir su subjetividad de manera tal que pueda amoldarse a los cambios vertiginosos. Mantener su esencia en un mundo que cambia constantemente. El concepto clásico de los agentes socializadores ha cambiado. Si bien siguen estando, su construcción se ha transformado. El resultado es un individuo atravesado por contradicciones donde hay desestructuración y desestabilización de la familia clásica, debilidad de la escuela e impacto de los medios masivos de comunicación.

Sistema Educativo. Agente socializador.

La escuela pública surgió con la conformación del Estado nación e inserción en el sistema capitalista occidental. Su misión era formar al ciudadano, parte de una nación. Civilizar a la población, lo cual contribuiría a una buena convivencia, lo que Durkheim denominaba cohesión social, la cual aseguraba su existencia. Sin embargo la escolarización en Latinoamérica fue al mismo tiempo masiva, desigual y jerarquizada.

Durkheim estudió históricamente la manera en la que se han formado y desarrollado los sistemas educativos, y percibió que dependen estrechamente de la religión, de la organización política, del nivel de desarrollo de las ciencias, del estado de la industria, etcétera. Plantea que la educación a variado a lo largo del tiempo, cita el ejemplo de la educación en las ciudades griegas y latinas la cual enseñaba al individuo a subordinarse ciegamente a la colectividad. En Atenas se formaban mentes delicadas, cautas y sutiles, en Roma para la gloria militar, en el Medioevo la educación era sobre todo cristiana, en el renacimiento adquirió un carácter más laico y literario. Actualmente la ciencia ocupa el puesto principal en la educación.

El sistema educativo es entonces para Durkheim un agente socializador clave que forma a los

ciudadanos para desempeñar un rol en la sociedad. Cada sociedad construye un cierto ideal del hombre en lo intelectual, moral y físico. Ese ideal es en cierta medida igual para todos los ciudadanos de un país, pero a la vez diverso. La educación tiene esa doble cara de única y diversa porque suscita en el niño un cierto número de estados físicos y mentales generales y por otro lado ciertos estados físicos y mentales del grupo social específico al que pertenece. Por lo tanto la sociedad en su conjunto y cada ámbito en particular determina el ideal de educación, según Durkheim. Esto aseguraba la cohesión social porque deben existir ciertas bases comunes a todos pero a la vez cada uno debe cumplir un rol diferente para que la sociedad perdure.

Hoy el sistema educativo tiene otro sentido porque hay otras demandas sociales y expectativas que cumplir. Las condiciones del ambiente en el que actúa son diferentes. Cuentan con recursos que no satisfacen las demandas actuales, las relaciones con la familia, el estado, el mercado, la iglesia, etcétera han cambiado. Lo cual a nuestro entender necesita ser estudiado y comprendido mejor. Esta transformación no significa que no sigan siendo agentes decisivos en la conformación del individuo; lo que sí es real es que han cambiado la forma en que intervienen en la construcción de las subjetividades.

Antes y durante la acción escolar está la familia y los medios masivos de comunicación. ¿Qué tanto influye en la construcción de subjetividad? Lo que sí caracteriza específicamente a este agente socializador, es que es el único que genera un programa para formar al individuo. Donde los sujetos están obligados a asistir por imposición del Estado. Esto hace parecer que es el agente socializador más fuerte debido a que fue creado e institucionalizado para ello, para educar y formar al individuo, sin embargo su eficacia a lo largo de la historia es relativa.

Aún sigue en la conciencia colectiva la idea de la escuela como la formación de seres sociales capaces de insertarse sin conflictos en la sociedad. Pero, cómo hemos venido observando, la realidad es otra. Los sistemas educativos están en crisis, se enfrentan a una sociedad diferente con programas y herramientas impuestas por modelos sociales ya inexistentes.

El sistema educativo a nuestro entender no debería pensar más en construir programas para formar subjetividades preconcebidas, sino en su lugar ofrecer oportunidades de aprendizajes abiertos y diversificados, que permitan al individuo mantenerse estable ante una sociedad que cambia continuamente. Además, se debe dejar atrás la concepción de que es posible controlar todo el proceso de conformación de las subjetividades. De que es posible construir al individuo y moldearlo en una dirección.

El mundo en el que vivimos es diverso y desigual, donde los agentes sociales se multiplican y diversifican enfrentándose a partir de sus intereses. La socialización, no es un proceso único y

definido, no lo ha sido ni lo será. Porque las instituciones cambian continuamente. Tomemos para explicar esta situación los conceptos de instituido e instituyente. ' (...)las instituciones son lógicas sociales que definen roles, establecen lo proscrito y lo prescrito, lo que se puede hacer'. Una institución es por ejemplo la del parentesco, otra la del lenguaje, otra, la del trabajo. (...) El instituyente es ese momento y también esa presencia continua de la creación, de la capacidad de crear y de crearnos. Lo instituido es el producto de esa creación. Un producto que necesitamos los seres humanos porque queremos estabilidad.” Kaplún, Gabriel, 2003, "Comunicación Popular: ¿Es o se hace?", Nueva Tierra, Bs.As.

Entonces si bien nacemos en una sociedad dada y vamos construyendo nuestra subjetividad a partir de ella, también la vamos transformando, vamos generando fuerzas (instituyente) que tarde o temprano a pesar de su conflicto con lo ya instituido logran asentarse y dejar atrás ese modelo para convertirse en lo instituido.

Pero no debemos olvidar que hoy en día estas transformaciones no son tan simples, no se pasa de una situación a otra. Las diferentes concepciones de las instituciones conviven y generan conflicto en la sociedad. En la actualidad este proceso de cambio, consideramos, que no termina de concretarse es decir que ya no hay algo que prevalezca sino que conviven diferentes instituciones.

Medios masivos de comunicación y cultura

Terry Eagleton, define a la cultura como un conjunto de valores, costumbres, creencias y prácticas que constituyen la forma de vida de un grupo específico. Octavio Paz, define a la cultura como un conjunto de actitudes, creencias, valores, expresiones, gestos, hábitos, destrezas, bienes materiales, servicios y modos de producción que caracteriza a un conjunto de una sociedad, es todo aquello en lo que se cree.

Antoni Giddens plantea que cuando la consideramos en la vida diaria la entendemos como aquellos aspectos más elevados de la mente como es el arte, la literatura, la música y la pintura. Añade que los sociólogos incluyen esto y que además la cultura tiene que ver con las formas de vida de los miembros de una sociedad o de sus grupos, el modo de vestir, las costumbres matrimoniales y la vida familiar, las pautas laborales, las ceremonias religiosas y los pasatiempos.

Cultura se distingue conceptualmente de sociedad, pero existe una estrecha relación entre ambos conceptos. Ninguna cultura podría existir sin sociedad, pero no puede haber una sociedad carente de cultura. Sin cultura no seríamos en lo absoluto humanos ya que no tendríamos una lengua en la que expresarnos ni conciencia de nosotros mismos y la capacidad para pensar y razonar se vería limitada.

Desde 1960 la palabra cultura ha dado un cambio y actualmente significa la afirmación de identidades específicas, nacionales, sexuales, étnicas y regionales. Para Hebert Gans Existen dos tipos de cultura: cultura alta y cultura popular. Dwight McDonald argumenta que cada una se especializa en diferentes áreas. Ambas refieren a prácticas sociales diferentes, la cultura alta se refiere a dominar cosas más difíciles como tocar el piano o el violonchelo y la cultura popular es descrita por los gustos culturales más populares como el bailar salsa y tocar la guitarra.

Podemos decir que la cultura cumple con dos funciones. Por un lado provee un contexto en lo que nos relacionan los aspectos de una sociedad como son el lingüístico, el físico y el psicológico. El lenguaje crea una comunicación con gente que tiene valores y creencias similares. Los aspectos físicos permiten un ambiente de actividades que nosotros hacemos con la cultura. Lo psicológico se relaciona con las actividades mentales, enfocándose en que creemos y en que hemos aprendido. Por otro proporciona estructura, estabilidad y seguridad que nosotros usamos como parte de un grupo. Para algunas personas la estabilidad y estructura puede indicar subordinación, en cambio para otros la estabilidad es bien recibida.

Además existen diferencias entre las culturas aunque se trate del mismo país, esto se debe a las diferencias sociales, dándose así las subculturas. Las manifestaciones culturales corresponden a que existen diferentes grupos sociales por la formación económica-social.

Luis Bate considera que la subcultura tiene características específicas que la distinguen de las demás pero comparten a la vez formas culturales con los otros grupos que también forman parte de la misma formación social.

La cultura de acuerdo con Gary Weaver se hereda biológicamente, por educación, la copiamos y la adaptamos. Se aprende implícita y explícitamente es por esto que la sociedad comparte las mismas creencias, valores, conductas, las percepciones de la realidad y la forma de comunicación. Al hablar de cultura también se habla de costumbres y tradiciones como son las fiestas, las comidas, la ropa, las creencias religiosas y el lenguaje de cada país.

La cultura es constantemente cambiante. Melville Herskovits plantea que esto sucede porque la influencia de otras culturas traen como resultado movimientos sociales como la aculturación, el intercambio social, el multiculturalismo y la asimilación que hacen la transformación de las culturas por la transferencia de elementos de un grupo social a otro, siendo la causa de que una persona adopte otra cultura.

La transformación de las culturas, para Gary Feinman, se produce en los países altamente industrializados, por la tecnología, la ciencia y la técnica, estos factores han sido importantes para la evolución del campo a la vida urbana, cambios que han hecho movimientos socio económicos,

políticos y tecnológicos que hacen un mercado económico y social internacionalmente inercambiable.

Según Josep Pico, los cambios culturales pueden producirse por la migración, la cual genera un choque cultural y provoca que los estados se vuelvan heterogéneos y multiculturales. Dadas las características y alcance de los medios masivos de comunicación estos también provocan cambios culturales. Para Daniel Bell los cambios que generan los medios masivos de comunicación son sobre todo en el vestuario, comida, gustos, música y después llegan a influir en la estructura de la familia, adaptando la sociedad al cambio ya la aceptación. Las comunicaciones fueron las bases para una sociedad nacional y el comienzo de una cultura en común. Revistas de hogar, periódicos, radio, televisión y cine promueven esta transformación sobre todo han tenido una fuerte influencia en la sociedad, han sido como una ventana abierta para el mundo.

Cómo definíamos antes la cultura es algo indisociable del concepto de sociedad. Los medios masivos de comunicación como agentes socializadores transmiten la cultura a la sociedad. Además de la posibilidad de mostrar otras culturas diferentes. Ahora bien la interrogante radica en si estos sólo la transmiten o son capaces de generarla. Medios masivos de comunicación como agentes socializadores

Los medios masivos de comunicación surgieron con el objetivo de la recolección y distribución de la información referente a acontecimientos internos locales y sobre toda la esfera de la vida. Otra faceta de los medios masivos es la interpretación y crítica de la información que realizan a través de editoriales, comentarios, opiniones etc. También estos transmiten patrones culturales mediante la presentación de personajes y la valoración que de estos se realiza. Tal vez la misión más visible de los medios masivos hoy en día es el entretenimiento, el cual está directamente relacionado con el nivel cultural científico o exclusivamente recreativo. También cumplen con la meta de moldear la opinión o consenso social alrededor de ciertos puntos de vista, programas que ejercen un poder económico teniendo también poder político. Estos son vehículos para que individuos y grupos legitimen su estatus y realcen su autoridad.

En la sociedad contemporánea se han convertido en un agente socializador. George Gerbner en su teoría del cultivo toma la televisión como uno de los agentes de socialización y plantea que ésta tiende a transmitir sistemas de mensajes que presentan la misma lección una y otra vez. También establece que crea y refleja opiniones, imágenes y creencias. Esta teoría afirma que se da una homogenización de las percepciones sobre la realidad social.

Health Bryant sostiene que la socialización también se da por la prolongada exposición a los contenidos televisivos. Los cuales enseñan a la audiencia el mundo próximo y lejano, indicando de

esa manera el comportamiento que se considera adecuado. Este medio es visto como el vehículo a través del cual los niños aprenden el mundo de los adultos, comportándose como ellos.

Muchos consideran a los medios masivos de comunicación sólo como agentes de entretenimiento, pero no podemos dejar de ver su función educativa y socializadora. Estos transmiten valores, lenguaje, formas de juego, vínculos sociales y producción de ideologías. Si bien no tiene objetivos y estrategias pedagógicas los medios de comunicación educan, forman un “habitus” en el individuo. Por lo tanto consideramos que la discusión sobre si los medios de comunicación educan o no y si son o no agentes socializadores caducó. Lo que debemos discutir es si como sociedad somos conscientes de esta función no tácita de ellos.

Los medios masivos de comunicación llegan simultáneamente a un gran número de personas en un momento determinado. Para algunos son una de las maneras más eficaces y rápidas de transmitir un mensaje. Para otros son un vehículo de manipulación social a través del cual los diferentes poderes de la sociedad pueden ser escuchados. También son considerados como un reflejo de la sociedad del momento; como un medio por el cual es posible manifestar lo positivo y lo negativo de una situación o de un contexto determinado. Se considera que a través de ellos llega a la población una cierta cantidad de información donde de una manera sutil e invisible los mensajes emiten diferentes concepciones del mundo, de la sociedad, de las relaciones sociales y de la realidad. Se considera que también cumplen una función educativa.

Según Mario Kaplún en su libro el comunicador social existen tres tipos de educación que implementan tres formas diferentes de comunicación, la educación que pone énfasis en los contenidos, la que pone énfasis en los efectos y la que pone énfasis en el proceso. Según este autor, los dos primeros estilos toma al educando como un objeto al cual hay que llevarle el conocimiento, mientras que el tercero hace referencia al sujeto, de sus necesidades y de sus realidades.

La educación que pone énfasis en los contenidos corresponde a la educación tradicional, basada en la transmisión de conocimientos y valores de una generación a otra, del profesor al alumno, de la élite “instruida” a las masas ignorantes. Lo que Paulo Freire denominó educación bancaria. El tipo de comunicación que se da en este caso es el clásico esquema donde un emisor envía un mensaje a un receptor. Sólo hay transmisión de información. Es un monólogo donde el comunicador “sabe” y emite desde su visión al público que no sabe y sólo recibe la información. Es una comunicación unidireccional porque fluye en una sola dirección.

La educación que pone el énfasis en los efectos corresponde a la llamada «ingeniería del comportamiento» y consiste esencialmente en «moldear» la conducta de las personas con objetivos previamente establecidos. Por lo tanto se está pensando en una comunicación que no sólo transmita

un mensaje sino que influya en el comportamiento del receptor. “¿Cuál es la estrategia que aconseja en ese caso la comunicación persuasiva?. En primer lugar, no hacer caso ni escuchar a los destinatarios; considerar que el técnico siempre tiene razón y que si la gente no quiere aceptar las nuevas conductas es siempre por «prejuicios», por «ignorancia», por «atraso». Y, en segundo lugar, tratar de introducir la nueva conducta evitando el conflicto. ” Mario Kaplún.

En este modelo de educación se resaltan las ventajas y se evita hablar de cualquier tipo de desacuerdo. Es decir, inculcar las nuevas actitudes sin pasar por la reflexión por el análisis, sin pasar por la conciencia, sin someterlas a una libre elección. En este modelo de énfasis de los contenidos no hay una real participación, ni incidencia del receptor en la comunicación. Solo hay acatamiento, adaptación, mediación y control de efectos. Se habla de retroalimentación pero esta no es más que el mecanismo para comprobar la obtención de la respuesta buscada y querida por el comunicador. El Feedback consiste en la aprobación por ejemplo el rating de canales de T.V. Este sería la verificación. Primero se los condiciona en su conducta, sus actitudes y sus hábitos y luego se verifica si dan las respuestas para la cual han sido condicionados.

La Educación que pone el énfasis en el proceso destaca la importancia del proceso de transformación de la persona y las comunidades. No se preocupa tanto de los contenidos que van a ser comunicados ni de los efectos en término de comportamiento, cuanto de la interacción dialéctica entre las personas y su realidad; del desarrollo de sus capacidades intelectuales y de su conciencia social. Este modelo de educación plantea volver a la raíz de la palabra comunicación, comunis, que significa poner en común algo con otro. Es la misma raíz de comunidad, de comunión; expresa algo que se comparte: que se tiene o se vive en común. Jean Cloutier acuñó el termino EMIRECS (conjunción de emisor y receptor en un mismo actor). Todo hombre debe ser visto y reconocido como un EMIREC. Todo ser humano esta dotado y facultado para ambas funciones, y tiene derecho a participar en el proceso de la comunicación actuando alternativamente como emisor y receptor. El modelo de comunicación que se desprende de esta concepción podría ser elementalmente reflejado gráficamente en dos o más EMIRECS intercambiando mensajes en un ciclo bidireccional y permanente. La verdadera comunicación no comienza hablando sino escuchando. La principal condición del buen comunicador es saber escuchar.

Los medios masivos de comunicación también se consideran un “actor político”, donde los tres poderes que conforman al Estado, Ejecutivo, Legislativo y Judicial tienen un medio para influir en la sociedad. La incidencia en la sociedad de estos grupos de presión consiste en que usan los medios masivos para transmitir las demandas e interpretaciones grupales.

En la educación el programa es construido e impuesto por el Estado, la pregunta es sí en los

medios masivos de comunicación sucede de igual forma. Lo que si podemos afirmar es que los medios masivos de comunicación por como se configuran producen una estructuración simbólica e informativa. Se supone que lo que pasan en los mass media es preocupación de todos pero ¿quién impone esa agenda?. La cuestión aquí es indagar si la información que ocupa lugar en nuestros mass media es lo que la sociedad entiende relevante o lo que unos grupos específicos de la sociedad pretenden colocar en un lugar de importancia para la misma.

La idea de agenda-setting, es una visión que le atribuye a los medios masivos de comunicación la capacidad de influir sobre el público, al determinar qué acontecimientos poseen interés informativo debido a cuánto espacio, orden de prioridad e importancia se les da. El objetivo de llevar esta agenda es decidir qué temas incluir y cuales excluir para obtener una mayor audiencia, mayor impacto y una determinada conciencia sobre la noticia.

Según Noam Chomsky, profesor del Massachusetts Institute of Technology, la agenda-setting es una "alianza tácita que existe entre el gobierno de un país (generalmente Occidental y sobre todo Estados Unidos) y los medios de comunicación para comunicar a los espectadores, oyentes o lectores de un determinado medio sólo lo que interesa, y ocultar al máximo lo que puede resultar peligroso o perjudicial para la estabilidad que ellos creen la correcta para su país".

La agenda setting tiene impacto en dos niveles. Por un lado, lo que no entra en la agenda de los medios no existe, y en cuanto a los aspectos que seleccionan y en los que si ponen su atención afectan la percepción que tiene el público sobre esos temas. Los mensajes mediáticos afectan de distinta manera a diferentes personas. Por más activa que sea la gente en la búsqueda de información, sus posibilidades se restringen a los datos que les proporcionan los medios masivos. Se considera que los lectores o receptores difícilmente podrán reflexionar, discutir o analizar los temas omitidos por los medios.

La agenda setting sirve a los medios de comunicación par influir sobre los sujetos, llegan a determinar lo que la audiencia percibe como importante e incluso sobre qué deben pensar, no necesariamente dicen a la audiencia lo que tiene que pensar sino más bien aquello sobre lo que debe pensar. McCombs y Shaw definen la teoría de la agenda setting como "la habilidad de los mass media para estructurar las opiniones de la audiencia y producir cambios entre las opiniones ya existentes".

Para McQuail el proceso de la agenda setting no incluye sólo la agenda de los políticos u otro grupo de interés, sino que está afectada y estructurada por los nuevos valores y preferencias de la audiencia que los medios de comunicación consideran que son. Por tanto la agenda pública está afectada por la agenda de los políticos y de lo que los medios de comunicación consideran son

temas de rating. Esta teoría se basa en que cuanto más importancia dé un medio de comunicación a un tema u hecho más importancia le dará el público al mismo.

En este punto llegamos a que el poder de influencia de los grupos políticos y los mass media en el público es decisivo, y que la única influencia que ejerce el público sobre el medio sería lo que los medios interpretan es de importancia y generará rating en el público.

Entonces disponer de medios masivos de comunicación es poseer un poder social, pero no tanto por el contenido que transmiten sino por el ambiente que crea, la atención y mimetismo que despierta. El medio actúa y se presenta como un reflejo de la realidad social, pudiendo conferir jerarquía y legitimidad. Truman (1968) remarcó el fenómeno de los medios masivos como agentes al servicio de los grupos políticos, antes los grupos de presión modificaban la opinión pública basándose en la corrupción y el soborno, ahora es a partir de la realización de actividades sobre la opinión con la intención de sensibilizarla sobre cuestiones defendidas por el grupo. Ahora los grupos de presión a través de los mass media crean opinión pública influyendo directamente en las audiencias o de manera indirecta al lograr que los medios incluyan en su agenda los contenidos que interesan al grupo.

En este sentido, los medios de comunicación recogen, interpretan, valoran y transmiten informaciones procedentes de las asociaciones sociales, como expresión de las necesidades de la sociedad. Pero a su vez el sistema político percibe las demandas sociales a través de los medios.

El hecho de recurrir a los medios de comunicación permite que los grupos reflejen, de manera pública, sus demandas, con la consiguiente existencia política debido a que la política se manifiesta, cada vez más, como una lucha simbólica en la que cada asociación persigue monopolizar y hacer triunfar su visión del mundo.

Se han definido también a los medios masivos de comunicación como cuarto poder o contrapoder tomando la idea contraria a la que veníamos definiendo donde los medios masivos serían los que manifiestan públicamente las opiniones de la sociedad. Gurevitch y Blumler señalan que en un sistema de comunicación política se observan dos instituciones (organizaciones políticas y medios de comunicación). Los medios masivos serían quienes transmiten la opinión pública. Pero lo cuestionable es si esta opinión pública es realmente la expresión de la colectividad o una imagen ficticia del pensamiento general creado por aquellos grupos políticos que se presentan como los portavoces de los intereses colectivos cuando, en realidad lo que hacen es transmitir como intereses de toda la sociedad a sus propios intereses.

Llegamos al punto de discusión en que si el público realmente estructura sus preocupaciones a partir de lo que transmiten los mass media o el público ejerce influencia directa en lo que los

medios transmiten y no pensarlo solo desde el lado de que son los medios quienes interpretan que será importante por el rating. ¿Surgen cuestionamientos, críticas e influencia directa del público hacia los medios masivos de comunicación?

Patrick Champagne plantea que los problemas sociales solo tienen existencia visible cuando los medios hablan de ellos no todos estos problemas son igualmente mediáticos, los que si llegan a serlo sufren cierta deformación desde el momento que son abordados por los medios, ya que lejos de limitarse a registrarlos, el trabajo periodístico los somete a una construcción que depende en gran medida de los intereses propios de ese sector de actividad. Por lo tanto la manera en la que los medios escogen y abordan estos problemas hablan tanto sobre el medio periodístico y su modo de trabajar como sobre los grupos sociales en cuestión.

Los medios son parte integrante de la realidad pero también son ellos quienes producen efectos de realidad al fabricar una visión mediática de aquella que contribuye a crear la realidad que pretende describir. Champagne afirma que las desdichas y reivindicaciones sociales deben expresarse mediáticamente si se quiere tener una existencia públicamente reconocida y que por consiguiente el poder político de una u otra manera las tome en cuenta. Por ejemplo los acontecimientos que surgen de manera imprevisible (un incidente local que adquiere mayores dimensiones) y se ubican en el primer plano de la actualidad política se da porque la prensa se pondera de ellos.

Bibliografía

- Bate, Luis. Cultura, clases y cuestión étnico-nacional. Juan Pablo editor, México, p. 28. 1984
- Bell, Daniel. Las contradicciones culturales del capitalismo. México, p.p 70-76. 1977
- Bourdieu P.; Le sens pratique. Les editions de Minuit. Paris. 1980
- Castillo Esparcia, Antonio; Los medios de comunicación como actores sociales y políticos. Poder, Medios de Comunicación y Sociedad. Libros Básicos en la Historia del Campo Iberoamericano de Estudios en Comunicación No 75 Febrero - Abril 2011
- Champagne Patrick, La visión mediática En Bourdieu, Pierre. La miseria del mundo. FCE, Buenos Aires, 2000.
- Durkheim, Émile, Educación y Sociología. Cap.I La educación, su naturaleza y su papel. Ediciones Península; Barcelona, España. 1996
- Eagleton, Terry. La idea de cultura. Paidós, Barcelona, p. 58. 2001
- Elias N.; La società degli individui. Il Mulino, Bologna. 1990
- Feiman, Gary y Manzanilla, Linda. Culture evolution: contemporary viewpoints. Nueva York, p.p. 10-29. 2000
- Giddens, Antoni. Sociología, cap. Cultura, sociedad e individuo. Ed. Alianza, Madrid. 2000
- Herskovits, Melville. Acculturation. Nueva York, p.p. 1-7. 1938
- Kaplún, Gabriel, "Comunicación Popular: ¿Es o se hace?", Nueva Tierra, Bs.As 2003
- Kaplún Mario, Una Pedagogía de la Comunicación. Ediciones la Torre, Mdrid. 1998
- Lucas Marin, Antonio. Sociología de la comunicación. Ed. Troha, Madrid. 1999
- Picó, Josep. Cultura y modernidad. Alianza, Madrid, p.p 240-246. 1999
- Prieto, Francisco. Cultura y comunicación. Premiá, México, p. 47. 1984
- Truman, D.: The govermental process political interest and public opinion, Alfred A. Knopf, New York. 1968
- Weaver, Gary. Culture, communication and conflicto. Simon & Schuster Publishing, Needham Heights, p. 73. 1998



UNIVERSIDAD
DE LA REPÚBLICA
URUGUAY