

REALIDAD DE LOS MEDIOS DE COMUNICACIÓN MASIVOS EN EL DESARROLLO DE LA SOCIEDAD

Alberto J. Farfán⁵
Geilyn Requena⁶

Resumen

Los seres humanos son por naturaleza, seres sociales, lo que significa que el ser humano no sabe estar solo e incomunicado, la sociedad es construida por la comunicación; en tal sentido, el artículo tiene como propósito la interpretación de la realidad de los medios de comunicación masivos en el desarrollo de la sociedad. El artículo se asume el paradigma interpretativo, bajo un enfoque cualitativo, apoyado en el método hermenéutico. Se aplicaron técnicas de observación y entrevistas a profundidad a tres comunicadores sociales; se usaron como técnicas de interpretación de los hallazgos: triangulación, categorización, contrastación y estructuración. Emergieron los siguientes constructos teóricos: comunicación y sociedad, agenda mediática, importancia de los medios de comunicación; idealización del comunicador social; perfil profesional del comunicador social; globalización de la información; y recomendaciones al periodista novel.

Palabras Claves: Desarrollo, Medios de comunicación masivos, Realidad, Sociedad

Reality Of Mass Media In The Development Of Society

Abstract

Human beings are by nature, social beings, which means that human beings do not know how to be alone and isolated, society is built by communication; In this sense, the article aims to interpret the reality of the mass media in the development of society. The article assumes the interpretive paradigm, under a qualitative approach, supported by the hermeneutical method. Observation techniques and in-depth interviews were applied to three social communicators; the following were used as techniques for interpreting the findings: triangulation, categorization, contrasting and structuring. The following theoretical constructs emerged: communication and society, media agenda, importance of the media; idealization of the social communicator; professional profile of the social communicator; information globalization; and recommendations to the new journalist.

Keywords: Development, Mass media, Reality, Society

⁵ Doctor en ciencias de la educación. Magister en Gerencia Educacional. Magister en Planificación y Evaluación de la Educación. Master en Educación Especial. Profesor en Educación Especial. Docente convencional del Núcleo de Puerto Ordaz, Universidad Bicentenario de Aragua.
Albertojavierfarfan@gmail.com

⁶ Estudiante de la Licenciatura en Comunicación Social de la Universidad Bicentenario de Aragua Núcleo Puerto Ordaz. geilynadrianny@gmail.com

Introducción

Los seres humanos son por naturaleza, seres sociales, lo que significa que no saben estar solos e incomunicados, la sociedad es construida por la comunicación y es por esta misma que puede existir una sociedad, pues sin la comunicación no se podrían establecer reglas y normas. Una manera de comunicación de gran importancia en la actualidad es la masiva, con sus respectivas herramientas. Los medios de comunicación masivos permiten a las grandes masas estar en contacto con la información más relevante para cada persona. “Una de las señas de identidad más significativa de la sociedad moderna es la comunicación en masa...” (Prado 2001:161)

Los medios de comunicación masivos en los últimos años han asumido un papel protagónico en el desarrollo de la sociedad, esto gracias a que la información está al alcance de todos y una vez percibida, bien sea a nivel político, social o económica puede generar un cambio en la manera de pensar respecto a la realidad social. Al respecto, Sandoval (2015:267) opina:

Los medios de comunicación de masas ocupan un rol protagónico en nuestra sociedad; son una fuente de conocimiento, difusión y construcción de la realidad, que los sujetos utilizan para informarse y generar opinión respecto a diversas temáticas, tales como: política, educación, cultura, economía...

Con respecto a la realidad actual de los medios de comunicación masivos para el desarrollo de la sociedad; Marín (2006:45) señala, “En estos momentos, los motores de la sociedad son los medios de comunicación.... Así mismo, “La información y la comunicación se han convertido en un bien social inalienable e imprescindible para la comunidad”

En concordancia con los planteamientos anteriores, los medios de comunicación masiva permiten la construcción del conocimiento que conlleva al desarrollo y evolución de la sociedad. Con respecto a la comunicación Gutiérrez y otros (2010:270), la consideran como: “...un sistema relacionado y conexas con otros sistemas que mantienen una interacción, un intercambio constante y necesario con su entorno, que provoca un importante impacto en el entorno sociocultural contemporáneo.”

El impacto de los medios de comunicación en la sociedad, está ligado directamente al discurso y al lenguaje manejado en las diferentes programaciones, incidiendo directamente en el comportamiento de los miembros de la sociedad. El lenguaje y las conductas estereotipadas exhibidas en diferentes medios de comunicación, influyen en la sociedad, ejemplo de ellos, se tiene en los patrones sociales y culturales presentados en lo que se conoce como, narco novelas.

Al respecto del planteamiento anterior, Aguaded (2005:25), señala lo siguiente:

Los medios de comunicación y su lenguaje icónico, fundamentalmente, construyen una realidad social más preocupada por la estética que por la ética, en la que el espectáculo sin límites hipnotiza las conciencias y promueve la homogeneización del pensamiento sin permitir la crítica de las minorías o de los disidentes de las formas culturales hegemónicas.

La influencia de los medios masivos de comunicación en la realidad y el comportamiento social; por ende en el desarrollo de la sociedad, es un hecho sin ecuación; “los medios de comunicación juegan un papel fundamental en la conformación de las cogniciones sociales del público general” (Van Dijk, 2003:232). En otro orden de ideas, pero en la misma línea de investigación; Aguaded (2005:25) señala:

En definitiva, la sociedad en la que vivimos se identifica con una tremenda sensación de inestabilidad, de obsolescencia, donde lo que importa es el presente (presentismo), minusvalorándose todas las certezas absolutas que hasta ahora habían sido los pilares sociales...

La vulnerabilidad de la sociedad, le permite a los medios de comunicación incidir e influir en el comportamiento y en las actitudes de la sociedad; con respecto a Venezuela, los medios de comunicación masivos, así como en otros lugares, no solo tiene que ver con el contexto sociopolítico donde ellos se desarrollan, sino también con la introducción de las tecnologías de transmisión de la información-comunicación.

Los medios de comunicación masiva son bastos y variados, con características similares y con amplias diferencias, en el país existe actualmente un constante bombardeo de información a través de diferentes medios, la creación de estereotipos y comportamientos en hombres, mujeres, niños y adolescentes, asimismo modificándoles el estilo de vida, el pensar u otras costumbres. La información que se percibe bien sea

política, social o económica puede generar un cambio en la manera de pensar respecto a la realidad circundante.

En este orden de ideas, el presente artículo está estructurado en cuatro epígrafes, los cuales se describen a continuación: Introducción, esboza la descripción de fenómeno estudiado, expone el propósito del artículo y la estructura del mismo; Metodología, en este apartado se señala la visión paradigmática asumida, el enfoque, así como las fases de la investigación, los sujetos informantes clave; las técnicas e instrumentos de recolección de información; así como las técnicas de interpretación de los hallazgos.

Resultados. Se presenta estructura general de las categorías que emergieron de los procesos de triangulación y categorización; por último, se presentan seis constructos, como resultados de la investigación, se cierra el artículo con las referencias bibliográficas.

Metodología

La perspectiva metodológica asumida en el estudio, es la interpretativa ya que desde el interpretativismo se busca comprender las experiencias, vivencias y visión del mundo de los actores con respecto a la realidad de los medios de comunicación masivos en el desarrollo de la sociedad; considerando que la realidad se construye por los sujetos en interacción con su mundo social.

Por otra parte, el abordaje del estudio es cualitativo, supone el estudio inicial, exploratorio, que trata todos los ámbitos del fenómeno, permitiendo que el investigador se sumerja como participante y como observador, en el contexto social investigado; a través de las diversas formas que existen para incluirse en el escenario. En este orden de ideas, el método utilizado es el hermenéutico, tal como expresa la Universidad Bicentennial de Aragua (2020:94) “es un método que consiste en interpretar y descubrir los significados de las cosas, los escritos, textos, gestos; conservando su esencia dentro del contexto del cual forma parte. Hermenéutica es sinónimo de comprender.”

Cabe agregar, en palabras de Martínez (2004:104) citando a Dilthey: “la interpretación es la captación o comprensión de una vida psíquica por otra vida psíquica diferente de la primera. Con esto, Dilthey coloca el problema hermenéutico en el ámbito de la psicología: *comprender es transportarse a otra vida*”. En tal sentido, se considera el

método hermenéutico la vía más expedita para generar la interpretación de la realidad de los medios de comunicación masivos en el desarrollo de la sociedad.

El estudio asume el procedimiento planteado por la Universidad Bicentennial de Aragua; el cual comprende tres fases: (a) La primera fase; el diseño, incluye la descripción de la realidad en estudio, los planes de acercamiento al escenario e informantes, los criterios de selección de los participantes y de recolección de la información. (b) La segunda fase; desarrollo del estudio, comprende las actividades relacionadas con el trabajo de campo, ubicación y establecimiento de relaciones con informantes, recolección, registro y evaluación permanente de propósitos y logros. (c) La tercera fase; la Interpretación de la Información, en este proceso se devela las categorías.

Como técnicas de recolección de información, se realizaron entrevistas en profundidad a tres comunicadores sociales (informantes clave), las cuales se grabaron y transcribieron. Con respecto a las técnicas de interpretación de los hallazgos; para efecto del presente estudio se tiene: categorización, triangulación, contrastación y estructuración.

Resultados

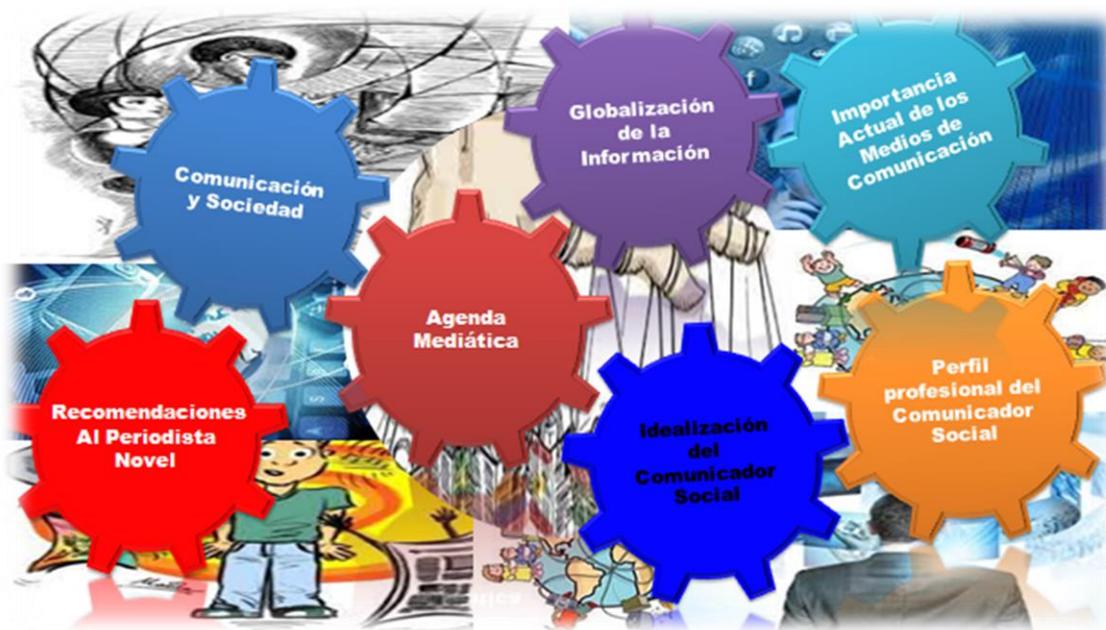


Figura 1. Estructura General. Realidad de los medios de comunicación
Fuente: Farfán y Requena (2021)

Los hallazgos de la investigación se consideran a los aportes propios del proceso crítico reflexivos en concordancia con la información relevante encontrada en la investigación; en tal sentido, a continuación en la discusión. se presenta un conjunto de constructos teóricos, producto de las reducciones de los aportes de los informantes claves y un conjunto de teorías, a través de los procesos de triangulación, categorización, contrastación y estructuración.

Discusión

Comunicación y sociedad.

Los medios de comunicación social son parte del desarrollo de la sociedad, de un país; esto debido a que la información ha sido, es y será la mayor herramienta del mundo de la comunicación. La razón de esta realidad es bien simple y sencilla, ayuda a cambiar y/o mejorar el conocimiento que se tiene del entorno, además de la ubicación y concepción del mundo de las comunicaciones; el manejo de la información veraz, oportuna y objetiva es esencial para debatir en cualquier escenario nacional o internacional, opinando y abordando temas de interés, con fundamentos básicos y críticos.

A medida que el siglo XXI avanza la presencia de los medios de comunicación es más latente pues, el manejo de la información es esencial en diferentes facetas de la sociedad: en lo económico, político, tecnológico, técnico, salud, entre otros. La comunicación masiva es la señal de identidad más significativa de la sociedad moderna; su presencia se evidencia de forma latente en los grandes cambios que en los sectores educativos, laboral y familiar se han producido. En tal sentido, es responsabilidad de los medios de comunicación y en particular de los periodistas verificar la veracidad de la información, la falsedad de la información puede acarrear daños irreversibles en la dignidad humana, en la economía de un país, en la vida política de un funcionario, otros.

La información y la comunicación se han convertido en un bien social inalienable e imprescindible para el desarrollo de la sociedad; tienen una labor por excelencia en relación al fin que persigue un comunicador social que es: educar, entretener, culturizar, informar y ser parte del día a día de un país. Por medio de ellos se puede gestionar el conocimiento que permite el desarrollo y evolución del mundo, pero siempre desde una

postura crítica y reflexiva, que generen dudas permanentes sobre la función que ejercen los medios de comunicación sobre la sociedad.

Información y comunicación, son elementos inseparables, este hecho queda reflejada en cómo se transmite, cómo se presenta la información; por ello, hablar de comunicación e información de forma aislada es un craso error, pues de forma unida crean una señal de identidad de las sociedades, son capaces de difundir conocimientos, imágenes, actitudes, valores, etc. . Llevando información; pero también, educando al pueblo en todo y cuánto tema importante y palpitante, el comunicador social definitivamente es un maestro que también aporta mucho para la sociedad.

Agenda mediática

Los medios de comunicación, en la actualidad, están en su totalidad en manos de grandes grupos de comunicación que tienen vinculaciones políticas e ideológicas. Para nadie es un secreto la influencia que tienen los medios de comunicación masivos en los asuntos económicos, políticos, sociales y culturales de una nación, en este sentido, las noticias de los informativos tratan de crear opinión sobre el espectador y aleccionarle; así, las visiones son muy diferentes, dependiendo del lugar de emisión. La ideología subyacente es la que modifica la realidad; esta situación de dominación supondrá una evidente retroalimentación de conceptos y visiones desde el mundo económico al comunicacional

El periodismo es muy limitado, en todos sus ámbitos, motivado a la falta de garantías constitucionales que aun existiendo, es manejada y liderada por ciertos grupos que generan una matriz de opinión diferente a la realidad. El espectador es tratado como un ser incapaz para la comprensión de los mensajes, por lo que habrá que aleccionarle y dirigir su pensamiento hacia un campo político, ideológico u otro, dependiendo de los grupos en los que se generen dichos mensajes. Una cuestión evidente es que la neutralidad que deriva del tratar al espectador como ser inteligente y pensante es, hoy día, una utopía.

Los grupos de comunicación consideran que el espectador no tiene capacidad crítica, con lo cual va a asumir como cierto el discurso elaborado por los medios, sin hacer valoraciones o apreciaciones de los mensajes. Una población sin criterio evidentemente

es más manejable. La libertad de expresión está muy coartada por el mismo sistema político que impera sobre la democracia y la libertad de expresión. Es evidente la influencia que los medios de comunicación ejercen sobre la sociedad venezolana, sobremanera en los temas palpitantes de la política y la economía.

Se puede ir más allá aún y, al hilo de ese sometimiento al poder económico, recuperar la cita inicial que abre esta introducción para entender que el cuarto poder, el mediático, además de estar hoy supeditado a las élites económicas, ante la ausencia de un contrapoder que lo reequilibre y controle en sus actuaciones, no es un poder necesariamente democrático; en contraposición a este planteamiento, la democracia es una forma de organización de grupos de personas, cuya característica predominante es que la titularidad del poder reside en la totalidad de sus miembros, lo cual hace que la toma de decisiones responda a la voluntad colectiva de éstos.

Importancia actual de los medios de comunicación

La importancia de los medios de comunicación masivos está relacionado directamente con los cambios tecnológicos, empresariales, económicos culturales y políticos que la facilitan a través de las redes de comunicación vía satélite, conectando el mundo a un clic de distancia, el mundo es cada vez más pequeño. En este sentido, los medios de comunicación tienen considerable importancia en las sociedades, pues estos suponen un recurso de poder en tanto son instrumentos potenciales de control social, por ser fuentes de información casi imprescindibles para el funcionamiento de las instituciones sociales; además, forman parte de una esfera en la que se dirimen asuntos de los sectores públicos, tanto nacionales como internacionales.

Desde cualquier parte del mundo, empresas multinacionales, operando, produciendo y vendiendo; empresas que extienden por distintos puntos del planeta sus centros de producción y que se encuentran separadas geográficamente de los centros de gestión y propiedad. El manejo de la información en tiempo real, en cualquier parte del mundo, permite a las grandes y pequeñas empresas, organizaciones y consorcios tomar decisiones desde lo económico, social y político. Este hecho repercute directamente en el desarrollo de la sociedad. En este sentido, los medios de comunicación no deberían tener ocultamiento de información.

La importancia actual de los medios de comunicación masivos se sintetiza en los siguientes aspectos: (a) los medios de comunicación permite a la audiencia asumir una postura personal a partir de la información recibida; (b) ya que la información proviene de fuentes primaria no debería existir otro mecanismo que no fuese informar la verdad sobre los sucesos o situaciones; (c) la evolución de la redes sociales con su variedad de aplicaciones permite realizar conferencias, vídeo llamadas, clases en líneas, realizar campañas publicitarias, vender, comprar, intercambiar bienes y servicios, otras; (d) la circulación masiva y la internacionalización de la noticias; (e) surge la prensa dirigida a un público más amplio; se reducen los precios con un estilo más ligero, presentación muy llamativa, y buscando mayor atracción, sus contenidos se diversifican.

Perfil profesional del comunicador social.

Para nadie es un secreto que los medios de comunicación, en la actualidad, están en su totalidad en manos de grandes grupos de comunicación que tienen vinculaciones políticas e ideológicas. Significa esto, que las noticias de los informativos procuran crear una matriz de opinión sobre el espectador y aleccionarle; así, las visiones son muy diferentes, dependiendo del lugar de emisión. La ideología subyacente es la que modifica la realidad.

No obstante, el comunicador social debe respetar la libertad de expresión, la democracia, los derechos humanos y la ética profesional que implica el periodismo, como vía de comunicación y transmisor de la información hacia los ciudadanos. Es necesario ser más respetuoso y menos controlador para demostrar a la sociedad y al mundo la importancia de la información en tiempos de crisis política, económica y/o ideológica.

En las últimas dos décadas en Venezuela, ha quedado de manifiesto el protagonismo por parte de algunos reporteros, en consideración y como medida de contrapoder el Estado venezolano a través de la Asamblea Nacional ha promulgado algunas leyes: ley de responsabilidad social en radio, televisión y medios electrónicos, promulgada en el 2004, con una reforma parcial en 2015 y recientemente, la ley contra el Odio, por la convivencia pacífica y la tolerancia del 2017, también conocida como ley contra el odio.

En relación con esto último, la ley contra el odio, establece que el comunicador social no puede hacer apología al delito, no puede conminar a sus oyentes en el caso de los locutores, no pueden escribir conminando a sus lectores, en el caso de los comunicadores sociales que trabajan para una prensa escrita, no pueden escribir situaciones que no estén apegadas al estricto derecho; pero si, comunicacionalmente. En relación a este tema, son muchos los casos de comunicadores exiliados, muchos con un auto exilio y bueno, algunos que han sido perseguidos y que han sido llevados a un tribunal a enfrentar proceso jurídico por comunicar alguna información.

El comunicador social tiene que liberarse de prejuicios, de ideologías y dedicarse a informar los hechos tal cual como están pasando o pasaron; el comunicador social informa y el ciudadano analiza la información; pero sin, protagonismo político-ideológico. Influir conscientemente en la opinión pública es un delito y está en contra del código de ética del periodista venezolano, es lamentable como en los últimos años los medios de comunicación han asumido posiciones ideológicas-partidistas y una noticia llega a tener hasta tres versiones: la oficial, según el gobierno; la versión opositora y la versión neutral, de aquellos medios que se autoproclaman imparciales.

Recomendaciones al periodista novel

El comunicador social actual no solo debe saber escuchar, ser empático y poseer un gran compromiso ético, debe adaptarse a los cambios constantemente y buscar capacitarse en diversos campos de su profesión para entender en su conjunto el proceso de la comunicación de forma exitosa. Para ello, debe tener nociones de periodismo, relaciones públicas, comunicación empresarial u organizacional, comunicación audiovisual, comunicación para el desarrollo y redes sociales.

En este mismo orden de ideas, el comunicador social debe ser honesto primero consigo mismo y luego con los demás; ser consciente de la responsabilidad que tienen con la verdad; no asumir posturas ideológicas, partidistas, religiosa o de cualquiera otra índole; estar presto al servicio del pueblo; informar y dejar que la audiencia decida; no influir en la audiencia tratando de conseguir algún beneficio personal; seguir estudiando, formarse, prepararse, un comunicador social debe estar a la vanguardia del conocimiento

La recomendación a los periodistas noveles, es el trabajo y que procuren dejar para las próximas generaciones esa misma libertad de expresión; que sirvan de canales de expresión del pueblo; además:

1. Que nunca se desasocien de la verdad, de la veracidad
2. Ejercer un periodismo libre de ataduras mediáticas, políticas o ideológicas.
3. El comunicador social debe conocer de relaciones públicas, periodismo y redes sociales.
4. Debe aprender a analizar la comunicación en su integridad y adelantarse a los hechos para ir un paso adelante de los demás.
5. Hacer frente a la evolución digital y la web social, que no consiste solo en aprender a usar las herramientas (Facebook, Twitter, YouTube, Periscope, Snapchat, etc.), sino en entender el pensamiento que ha permitido desarrollarlas.
6. Es necesario investigar, determinar con claridad los objetivos, los diferentes públicos, formular los mensajes y elegir los canales cuidadosamente, y proceder al seguimiento e intercambio de información.
7. Hacer énfasis en los temas de interés, mostrando la realidad al mundo y destacándose como un periodista crítico y constructivista

Referencias

- Aguaded, J. (2005). **Estrategias de edu-comunicación en la sociedad audiovisual**. Revista Científica de Comunicación y Educación; ISSN: 1134-3478. Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15802405> consultado 2021, mayo 2
- Gutiérrez, B. Rodríguez, M. y Del Camino M. (2010). **El papel de los medios de comunicación actuales en la sociedad contemporánea española**. Signo y Pensamiento, volumen XXIX . julio - diciembre 2010. Disponible en: <https://revistas.javeriana.edu.co/index.php/signoypensamiento/article/view/2521/1791> consultado 2021, mayo 3
- Leal, J. (2005) **Autonomía del sujeto investigador y la metodología de la investigación**. Universidad Nacional Experimental Rómulo Gallegos. San Juan de los Morros. Venezuela
- Marín, V. (2006). **Medios de comunicación, educación y realidad**. Revista Científica de Comunicación y Educación; ISSN: 1134-3478. Disponible en: <https://dialnet.unirioja.es/descarga/articulo/1985825.pdf> consultado 2021, mayo 12
- Martínez, M. (2004). **Ciencia y Arte en la metodología cualitativa**. México: Trillas.

- Martínez, M. (2009). **Conocimiento Científico General y Conocimiento Ordinario**. Chile. Facultad de Ciencias Sociales Universidad de Chile. Revista de Epistemología de Ciencias Sociales.
- Prado, J. (2001): **Hacia un nuevo concepto de alfabetización. El lenguaje de los medios.** En Comunicar. Disponible en: <https://recyt.fecyt.es/index.php/comunicar/article/view/25397>. Consultado 2021, abril 15.
- Ruiz, J. (2003). **Metodología de la investigación cualitativa**. Bilbao. España. Universidad de Deusto.
- Sandoval, E. (2015). **Impacto de los medios de comunicación de masas sobre la opinión pública: ¿sobre los peligros de la adolescencia?** Diversitas: Perspectivas en Psicología, vol. 11, núm. 1, 2015. Universidad Santo Tomás. Bogotá, Colombia. Disponible en: <http://redalyc.org/articulo.oa?id=67943296002> consultado 2021, mayo 8
- Universidad Bicentennial de Aragua. (2020). **Manual para la elaboración, presentación y evaluación del trabajo de grado y tesis doctoral de los programas de postgrado**. Aprobado por el Consejo Universitario en sesión ordinaria N° 05, mediante Resolución N° 063-17 con fecha 27 de Marzo de 2017. Maracay, Venezuela.
- Van Dijk, T. (2007). **Racismo y discurso en América latina**. Barcelona. Gedisa