



Comunicar

ISSN: 1134-3478

info@grupocomunicar.com

Grupo Comunicar

España

Froufe Quintas, Sindo

Solidaridad y medios de comunicación: hacia una pirámide de colaboración

Comunicar, núm. 16, marzo, 2001, pp. 33-37

Grupo Comunicar

Huelva, España

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=15801606>

- ▶ Cómo citar el artículo
- ▶ Número completo
- ▶ Más información del artículo
- ▶ Página de la revista en [redalyc.org](http://redalyc.org)

 redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal  
Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

# Solidaridad y medios de comunicación: hacia una pirámide de colaboración

**SindoFroufeQuintas  
Salamanca**

*Reflejar la importancia de la solidaridad como bien universal necesario y los espacios para practicarla es la aspiración que se propone el autor de este trabajo, que incide en la importancia que tienen los medios de comunicación de masas para que la «pirámide» actual se invierta y se creen servicios de ayuda a fin de que las personas más necesitadas y excluidas encuentren el desarrollo social coherente y democrático. De esta forma, ser solidario es un derecho y un deber dentro de una sociedad justa.*

### 1. Contextualización

El término *solidaridad* es aún relativamente joven. Se deriva del latín *solidum* que significa *en bloque* y alude al hecho de que todos los hombres formamos una realidad compacta, una especie de bloque. Apareció en principio en el ámbito del derecho civil, donde designa un grupo de personas que comparten determinadas responsabilidades. Más tarde se le asignó un significado ético con la finalidad de designar la convicción de que todas las personas formamos una comunidad donde se verán reflejados los derechos y los deberes que nos pertenecen como miembros de tal comunidad. Es un bien para todos y cada uno, porque todos somos responsables de todos.

El contexto de la comunicación social está cambiando a velocidades impensables hace unos años. La aparición de las tecnologías de la

información ha modificado los procesos productivos y la capacidad de los ciudadanos de acceder a la información. Los medios (principalmente la radio y la televisión) aparecen como los grandes mediadores entre los actores sociales y la opinión pública. Actualmente y con la aparición de la sociedad informacional se han producido nuevas formas de opinión pública: de la democracia mediática hemos pasado a la democracia electrónica.

### 2. La solidaridad como bien universal

Con frecuencia nuestras solidaridades son locales, rodeadas de espacios y tiempos concretos, cercanas a nuestro grupo de pertenencia. El sistema capitalista ha fomentado el individualismo. Pero es necesario abrir las conciencias para crear en nosotros una responsabilidad universal. Quizá sea la esfera de la proxi-

midad, donde todos estamos obligados a recrear el valor de las cosas, la que nos acerque a practicar el rito de la solidaridad. Esa conciencia universal que nos da la globalización nos ha obligado a cambiar nuestra percepción del mundo y de la sociedad. Ya no valen las categorías de espacio, tiempo, distancia, etc. Todo se nos presenta al instante, como si sucediera al otro lado de casa. Este modelo de cultura que traen las nuevas tecnologías (incluidos los *mass-media*) condiciona la conciencia de la persona en el mundo social. Nada es y aparece como antes. El exceso de redes y de medios de información es en la actualidad tan agobiante que la persona debe estar alerta y preparada para digerir con niveles críticos todo ese ciclón informativo que le llega mediante la lectura y las imágenes de todo tipo. A pesar de los avances y del advenimiento de la sociedad tecnológica muchos son los problemas psicológicos que presentan los miembros de las sociedades avanzadas, que en los años sesenta fueron planteados por Richta y otros (1971): neurosis de adaptación, alcoholismo, drogadicción, etc.

### 3. Espacios para la solidaridad

Hablar de espacios para la solidaridad es proponer aquellos ámbitos donde ella pueda ser aprovechada. En nuestra sociedad actual existen espacios y actitudes solidarias. Quien más, quien menos intenta ayudar a los demás, ofrecer su apoyo a los necesitados y oprimidos, a los excluidos y a los marginados. Analicemos tres espacios donde se puede manifestar la solidaridad humana:

#### 3.1. Relaciones primarias

Quizá sea éste el cauce de solidaridad más universal y seguro. Nos referimos a las relaciones en el hábitat familiar (relaciones de familia). Desde siempre la institución familiar ha sido y es un espacio donde se manifiestan los afectos y apoyos morales, donde se produce la ayuda biológica y educativa a los hijos y donde se aprenden los valores que predominan en una sociedad concreta. Algo semejante podemos

afirmar entre los vecinos y amigos. El valor del vecino es cada vez más alabado. El vecino es aquella familia o persona que te ayuda en los momentos inoportunos, que te abre su puerta cuando las demás están cerradas, que te cobija en su domicilio cuando los otros se escudan en sus limitaciones.

Possiblemente la acusación que podamos lanzar sobre la solidaridad en el interior de los grupos primarios es lo reducido del ámbito en que se ejerce, lo que supone una limitación desde la perspectiva de la igualdad social. Las solidaridades locales que se desarrollan en el interior de los grupos primarios están muy condicionadas por las posibilidades de tipo económico, cultural, etc. Con frecuencia la solidaridad dentro de los grupos primarios reproduce, y a veces potencia, la desigualdad social.

Todo lo anterior es verdad pero las relaciones de las personas con los otros y con los grupos están cambiando. Los sistemas de valores defendidos hace unos años como son la cooperación, el ahorro, la honradez, la libertad, la religiosidad, el amor a la familia, etc. están siendo sustituidos y suplantados poco a poco por otros como la eficacia, la rentabilidad, el logro, el amor a lo material, etc.

#### 3.2. La acción voluntaria

Muchas necesidades no cubiertas en la sociedad encuentran su satisfacción mediante la acción de las organizaciones voluntarias. Como escribe Amalia Gómez (2000: 106), «el voluntario viene a ser la solidaridad en lo concreto, tanto en el problema y las personas como desde el compromiso individual de cada una de las mismas. Pero también es la solidaridad articulada en red para crear sinergias que faciliten el logro de los objetivos».

Los datos del voluntariado en España son muy esperanzadores. Funcionan más de diez mil asociaciones filantrópicas registradas y el número de voluntarios supera los 700.000, donde aproximadamente un 53% desarrolla sus intervenciones en el campo socioasistencial y de forma más reducida en tareas educativas,

sanitarias, culturales, de ocio y deporte. El voluntariado, las asociaciones sin lucro, las ONG, están formadas por personas de toda edad y condición que añaden a sus tareas y ocupaciones habituales tareas solidarias. Es el denominado Tercer Sector. Pero a pesar del trabajo callado de los voluntarios en nuestra sociedad, en la sociedad española las actitudes insolidarias están más generalizadas y tienen mayor resonancia que las actitudes solidarias. A este tipo de mensajes tienen mucho que decir los medios de comunicación. Con frecuencia se dejan sorprender por el morbo, la masacre afectiva, lo que vende, lo que la jungla espera que den, etc.

### 3.3. *El mercado*

Quizá parezca extraño la nominación del mercado como un posible cauce para la solidaridad. En los sistemas capitalistas el motor de la actividad económica es siempre el lucro, las ganancias. A primera vista parece que en el mundo del mercado lo que domina y predomina son los intereses particulares e individuales, contrarios a la solidaridad. Sin embargo, una lectura más sosegada del mercado, donde las motivaciones económicas sobresalen, puede tener efectos positivos para la economía de un país como es la creación de puestos de trabajo y todo lo referente al empleo.

Comprobamos que en el mercado económico florecen –quizá las menos– conductas solidarias, cuyas motivaciones están por encima de lo económico y de los bienes terrenales. Nos referimos a aquellas personas que eligen su profesión en función del bien que puedan hacer a los demás; aquellos que renuncian a su bienestar humano porque piensan que otros con más desventaja social les necesitan; empresarios cuyo objetivo es contribuir al bien común y los beneficios revierten de nuevo

hacia los más necesitados y pobres y todo un número ingente de consumidores y usuarios que toman sus decisiones movidos por la responsabilidad social y el precio justo. Aquí entrarían aquellas personas o colectivos que toman como línea orientadora lo que Mounier llamaba *personalismo comunitario*. Nos referimos a ese grupo heterogéneo de sociedades mutualistas, de empresas sin afán de lucro y de cooperativas que piensan más en los demás que en ellas mismas.

### 4. Necesidad de una educación para la solidaridad

En nuestra sociedad coexisten dos culturas que chocan entre sí: la cultura de la insolidaridad y la cultura de la solidaridad. Una más extendida y generalizada que la otra. Debemos preguntarnos dónde radica el fundamento de una cultura de la solidaridad y cuáles son los mecanismos a nuestro alcance para socializarla y difundirla.

Los pensadores griegos elaboraron la doctrina de la *philía*, como la amistad natural de los hombres y ahí es donde radica la base de la solidaridad. Terencio puso en boca de uno de sus personajes esta reflexión: «Hombre soy, y nada de lo humano puede resultarme ajeno». Cicerón nos dejaba este pensamiento: «La naturaleza prescribe que el hombre mire por el hombre, cualquiera que sea su condición, por ser precisamente hombre».

Esta doctrina de la *philía* llega hasta Santo Tomás de Aquino que la formula mediante un axioma: «El hombre es por naturaleza amigo del hombre. (*Homo homini naturaliter amicus est*)». Aquí radica el fundamento de la solidaridad: todos los hombres, en cuanto hombres, somos de la misma especie. Pero además de la igualdad, aparecen las diferencias. Somos iguales pero diferentes. Como escribe Fromm (1989: 53): «si percibo en otra persona nada más que

El exceso de redes y de medios de información es en la actualidad tan agobiante que la persona debe estar alerta y preparada para digerir con niveles críticos todo ese ciclón informativo que le llega mediante la lectura y las imágenes de todo tipo.

lo superficial, percibo principalmente las diferencias, lo que nos separa. Si penetro hasta el núcleo, percibo nuestra identidad».

El ser humano nace necesitado, indigente y pobre. Necesita la ayuda biológica y dialógica de los demás, principalmente en los primeros y últimos momentos de su vida.

Sin ellos sería incapaz de sobrevivir. La meta debería ser que cada persona aporte según sus capacidades y reciba según sus necesidades. Es un buen principio de justicia distributiva. Este modelo de convivencia existe en algunas comunidades religiosas, donde cada uno aporta en función de su capacidad y todos reciben según sus necesidades.

Las agresiones de toda índole de las nuevas tecnologías informativas hacia las personas van a ser cada día más brutales, ya que únicamente podremos defendernos de ellas mediante una educación concienciadora y crítica, una educación para la solidaridad, donde aparezcan los riesgos del cambio de una sociedad industrial a otra tecnológicamente avanzada.

### 5. Solidaridad y medios de comunicación: hacia una pirámide colaborativa

---

Los medios de comunicación en general son uno de los cauces más apropiados para la difusión de la cultura de la solidaridad. Ellos llegan a todos los rincones y están en casa siempre presentes. Esa *escuela paralela* que forman los *mass-media* (según datos recientes, el niño español está ante el televisor entre 1.200 y 1.400 horas al año y sólo 800 o 900 horas en la escuela) tiene una influencia decisiva sobre su persona en los aspectos más importantes de la vida como pueden ser

los valores, los sentimientos, los derechos y deberes propios y ajenos.

Es importante crear en el niño la capacidad crítica y reflexiva de valoración de los mensajes explícitos que salen en la pequeña pantalla, tanto en lo que se refiere a los contenidos como a la forma de transmitirlos.

El papel de los medios de comunicación cristaliza en una serie de funciones que afectan de alguna manera al mundo de la solidaridad:

- Energía para comprender la dirección y vida de los que están peor situados.

- Energía para resistir los lugares de la destrucción de todo lo que es humano.

- Energía que nos habilite para soñar mundos reales, partiendo de la fantasía de cada uno.

- Energía que nos permita ser libres ante la avalancha de concentración de información que poseen las instituciones burocráticas como son las administraciones públicas, las empresas y las organizaciones sociales.

- Energía para crear y poner en funcionamiento nuevas estructuras de servicio.

Los medios de comunicación, principalmente la televisión, nos muestran las alegrías humanas, pero también las tristezas: la destrucción, la marginalidad, la exclusión, la muerte, las hecatombes nacionales.

Toda una serie de contextos que nos obligan a la práctica de la acción solidaria. Estas situaciones tan traumáticas nos obligan a ponernos en el lugar de los otros. Es un tipo de experiencia donde la gratuidad debe renovarse día a día, porque las necesidades humanas son inmensas y múltiples. Además nos acercan las imágenes con todos sus claroscuros a las esferas de lo

Es obligada la búsqueda de una pirámide colaborativa entre mass-media y sociedad. Sólo así pondremos en práctica nuestra verdadera libertad personal y social. Y esto resulta sumamente difícil en una sociedad tecnificada donde priman los intereses económicos e ideológicos por encima de las voluntades personales. De ahí que la solidaridad como virtud humana deba de ser desarrollada y potenciada desde todos los ámbitos sociales.

---

próximo, de lo cercano. Estamos obligados a recrear el valor de los mundos que aparecen en las pantallas y sus esferas de proximidad. Los problemas cercanos, aquéllos que percibimos a nuestro lado son los que nos ayudan a potenciar la solidaridad como una especie de compromiso militante en favor de los demás/otros.

La comunicación que nos ofertan los medios de comunicación es casi siempre creadora de solidaridad. Desarrolla y potencia la vida social, ya que sin comunicación no se da solidaridad ni vida social. La comunicación se presenta como un fenómeno de conocimientos mutuos, de intersubjetividades que tratan de encontrarse. Los medios de comunicación nos regalan continuamente hechos, sucesos y acontecimientos que reclaman nuestra ayuda y nuestro apoyo social. Nos obligan a estar dispuestos a poner nuestros dones de todo tipo al servicio del bien común. Los hombres necesitan percibir la solidaridad como aquello que queremos y asumimos en nuestras vidas, reconociendo que todos tenemos deberes, unos con los otros.

La difusión de una cultura de la solidaridad es una condición necesaria para vivir solidariamente, pero tal vez no sea suficiente. La solidaridad debe cristalizar en servicios que estén a disposición de todos los miembros del cuerpo social. La dinámica de la solidaridad empieza casi siempre en el corazón (cómo nos convencen ciertos acontecimientos de la pequeña pantalla) pero no acaba en él, sino que trasciende la corporeidad y reaviva los ánimos para la creación de ciertas estructuras de servicios a favor de las personas o colectivos marginados o desamparados, que viven siempre en desventaja social. Practicar la solidaridad es construir un mundo habitable donde tengan cobijo los indefensos, los débiles, los pobres y los excluidos. Estas gentes son las que necesitan toda la ayuda posible para que nuestra sociedad sea

cada vez más democrática y más justa. La solidaridad y la justicia se convierten así en postulados básicos para garantizar el carácter sostenido del desarrollo social.

Debemos trabajar por invertir la pirámide donde la libertad personal no se encuentre cercenada ni limitada en sus campos de acción. El poder y sus jerarquías se reducen cada vez más. Es necesario revitalizar la ética personal y social para poder luchar contra el escaso control de los espacios informativos y telepáticos. Aunque existen asociaciones de todo tipo para la defensa del consumidor su operatividad es más bien deficiente ya que el mundo social está gobernado por multinacionales o grupos de empresarios y políticos, a los que nadie se atreve a criticar de forma airada y judicial. Así nos luce el pelo. Ellas imponen todo y lo registran en nuestras mentes; manipulan la realidad, los acontecimientos, las noticias y la información. Es obligada la búsqueda de una pirámide colaborativa entre *mass-media* y sociedad.

Sólo así pondremos en práctica nuestra verdadera libertad personal y social. Y esto resulta sumamente difícil en una sociedad tecnificada donde priman los intereses económicos e ideológicos por encima de las voluntades personales. De ahí que la solidaridad como virtud humana deba de ser desarrollada y potenciada desde todos los ámbitos sociales.

## Referencias

- FROMM, E. (1989): *El arte de amar*. Barcelona, Paidós.  
 FROUFE, S. (1991): «Participación y trabajo social», en *Revista de Pedagogía Social*, 6; 61-69.  
 GÓMEZ, A. (2000): «El voluntariado como expresión solidaria en el siglo XXI», en *Educación Social*, 14; 106-112.  
 RAWLS, J. (1979): *Teoría de la justicia*. Madrid, Fondo de Cultura Económica.  
 RICHTA, R. y OTROS (1971): *La civilización en la encrucijada*. México, Siglo XXI.

• **Sindo Froufe Quintas** es catedrático de Pedagogía Social en la Facultad de Ciencias Sociales de la Universidad de Salamanca.

TEMAS

---

