

La familia en los medios de comunicación: Evangelización y evangelizadores

Congreso *Matrimonio e famiglia. La "questione antropologica" e l'evangelizzazione della famiglia*

Universidad Pontificia de la Santa Cruz

Roma, 13 marzo 2015

Norberto González Gaitano

"los hombres y las sociedades se han hecho de acuerdo con la imagen que tenían de sí mismos, y han cambiado conforme a la imagen por ellos mismos desarrollada" (Ashley Montagu)

Introducción

Tomando prestada una feliz imagen de Papa Francisco, se puede decir que la Iglesia, como la sociedad, a la que aquella sirve, se presenta hoy día como un gigantesco hospital de campaña. La metáfora subraya el aspecto de la misericordia que conlleva la acción de curar los heridos, y por eso nos conforta. La imagen, sin embargo, no esconde que la guerra no ha acabado y que los heridos seguirán llegando. En esta guerra interminable los medios de comunicación pueden ser -y son de hecho- simultáneamente una arma de destrucción masiva y un medio de terapia colectiva.

Los estilos de vida, las actitudes y los criterios de valoración que los medios de comunicación difunden, mientras informan o entretienen, ejercen una influencia, para bien y para mal, en muchos casos superior a la de la escuela, a la de la religión o a la de la misma familia. Este desafío educativo¹ para todas las instancias formativas –familia, Iglesia, Estado, etc.- no se puede ignorar ni dejar de acometer, eso sí con sereno realismo. Mi propósito en esta conferencia es analizar qué imagen de familia presentan los medios de comunicación, a partir de una selección de estudios académicos, y ofrecer un panorama, *alentador*, de los recursos familiares en campo para mejorar la situación.

Simplificando mucho, podemos convenir que los medios de comunicación cumplen dos funciones: informar y entretener, aunque también es posible que desinformen y aburran. En cualquier caso y de acuerdo con estas dos reconocidas funciones, se distinguen dos amplios tipos de contenidos: informativos (*news*) y de entretenimiento (*fiction*)². Pues bien, veamos qué imagen de la familia aparece en el primero

¹ *La sfida educativa (El desafío educativo)*, Comité del Proyecto Cultural de la Conferencia Episcopal Italiana. Editorial Laterza, 2009. El libro es un Informe-diagnóstico y propuesta, bastante completo y agudo sobre la emergencia educativa en Italia. El texto examina los espacios educativos donde la crisis es más evidente (la familia, la escuela, la comunidad cristiana, el mundo del trabajo y del consumo, los medios de comunicación, la industria del espectáculo, el deporte). Sobre nuestro tema, son de interés los capítulos 8, 9, y 10: Mass media, Spettacolo y Sport.

² Una elaboración más detallada y argumentada de la *actividad textual* y del tipo de *textos* que se presentan en los medios de comunicación y su naturaleza puede verse en Norberto González Gaitano. "Comunicación e información. Clarificaciones conceptuales", in Gabriel Galdón López (ed). *Introducción a la información y a la comunicación*, Ariel, Barcelona, 2001, cap. 1, pp. 15-25.

de los campos. Sé que el segundo, la *fiction*, es más interesante y entretenido...también más inabarcable, sobre todo si he de poner un límite razonable a esta conferencia.

Por honestidad intelectual y por elección metodológica, he de adelantar que he prescindido de toda la bibliografía inmensa que trata de la “familia” y la comunicación desde la perspectiva del *gender studies*.

Son pocos los estudios que contemplan la familia en las noticias. Entre otras razones porque la familia es un tema transversal, que está presente en todos los ámbitos de los que se ocupa el periodismo y, de consecuencia, en todas las secciones de un periódico, revista o noticiario de radio o televisión. Esto dificulta el análisis. De manera que, generalmente, se examinan aspectos específicos. Por ejemplo, la violencia doméstica³ -argumento que va muy de moda-, o las cuestiones de *género*⁴ o la cobertura del movimiento feminista⁵ o, excepcionalmente, el trabajo doméstico en el hogar⁶. Personalmente solo conozco dos estudios que traten de la familia en su conjunto, es decir se ocupen de la familia como tal. El primero versa sobre la familia numerosa en la prensa alemana⁷, y es de corte sociológico cuantitativo, y el segundo trata sobre la familia en la prensa chilena, y es de corte cualitativo⁸. Resumo los resultados de estos dos estudios.

1. Las familias numerosas no gozan de buen cartel en la prensa alemana

“El último entre los asuntos de interés para la política”, así ha titulado el informe final sobre la representación de las familias en la prensa alemana el equipo de diez investigadores, dirigido por la profesora en periodismo Marlis Prinzing. Una investigación emprendida conjuntamente con Elisabeth

³ Kimberly A. Maxwell and John Huxford. *Covering Domestic Violence: How the O.J. Simpson Case Shaped Reporting of Domestic Violence in the News Media*, in “Journalism & Mass Communication Quarterly”, Summer 2000, Vol. 77 Issue 2, pp. 258-274; Michelle Johnson. *Covering Domestic Violence*, in “Quill”, Oct/Nov 2000, Vol. 88 Issue 9, pp. 40-42; y, finalmente, Mia Consalvo. ‘3 Shot Dead in Courthouse’: *Examining News Coverage of Domestic Violence and Mail-order Brides*, in “Women's Studies in Communication”, otoño 1998, Vol. 21, n. 2, pp. 188-212.

⁴ María E. Len-Ríos; Shelly Rodgers; Esther Thorson; Yoon Doyle. *Representation of Women in News and Photos: Comparing Content to Perceptions*, in “Journal of Communication”, Mar 2005, Vol. 55 Issue 1, pp. 152-169. Se comparan los resultados del análisis de contenido sobre la hegemonía cultural masculina –la mayor presencia de roles masculinos y de hombres- en dos diarios de corta y amplia difusión con las percepciones de los miembros del staff de los diarios y con las de sus lectores acerca de esa hegemonía. Aparecen más los hombres en las noticias y en las fotos que las mujeres y la audiencia masculina percibe menos esta anomalía de cuanto lo notan las mujeres que trabajan en los diarios o que los leen. Julie Drew, *Identity Crisis: Gender, Public Discourse, and 9/11*, in “Women & Language”, 2004, Vol. 27, n. 2, pp. 71-78. Se sitúa en la misma línea de los estudios feministas del anterior, esta vez analizando la simbología machista del recurso a la fuerza física y a la violencia en los discursos presidenciales sobre el 11-S y en los comentarios de los diarios y de los ciudadanos.

⁵ Patricia Bradley. *Mass Media and the Shaping of American Feminism, 1963-1975*. University Press of Mississippi, Jackson 2003. Ver también sobre la cobertura informativa del movimiento de liberación de la mujer en Estados Unidos: X. A. Simpson; Herbert Kupferberg. *Covering the Women's Movement*. “Nieman Reports”, Winter 99/Spring 2000, Vol. 53/54, n. 4/1, pp. 40-46.

⁶ Maria Sahuquillo. “I lavori domestici nella stampa italiana”, en Norberto González Gaitano (ed). *Famiglia e media. Il detto e il non detto*. Edusc, Roma 2008, pp. 143-184.

⁷ En la medios de comunicación se habla cada vez menos de la familia numerosa, según una investigación en Alemania. <http://www.familyandmedia.eu/es/argumentos/grupo-de-investigacion/312-delle-famiglie-numerose-si-parla-poco-nei-media-secondo-uno-studio-eseguito-in-germania.html>.

⁸ Alfredo García Luarte. “La familia en la prensa chilena. Análisis de la representación de la familia en relación a las virtudes sociales en los diarios nacionales *El Mercurio* y *La Tercera*”, en Norberto González Gaitano y José María La Porte (eds.). *Famiglia e media. La comunicazione delle associazioni di famiglia*, Roma, Edusc, 2011, pp. 139- 155.

Mueller, presidenta de la asociación de familias numerosas de ese país⁹. En Alemania, según las conclusiones de las dos investigadoras, la actitud de los medios, caracterizada por una visión estereotipada de los papeles familiares, relega a la familia –y la numerosa en particular (con tres hijos para arriba)– al farolillo rojo de su interés.

Éstos son los resultados principales de la investigación:

1) Los medios de comunicación hablan de familias numerosas solamente en relación a sus problemas: demasiadas cargas económicas, conflictos de convivencia y situaciones de precariedad. En general, salvo alguna excepción en la prensa popular, las familias con más de tres hijos se presentan con una imagen deformada, construida por clichés, como “las familias con muchos hijos están fuera de la norma”, o “sólo los hijos de inmigrantes tienen muchos hijos”. El retrato que se desprende, por tanto, es que las familias numerosas son una extrañeza social o que son propias de clases sociales marginadas;

2) En el 41% de los artículos pasados en reseña se ofrece una imagen negativa de la familia “tradicional”, entendida como aquella en la que el padre trabaja, la madre se encarga del quehacer doméstico y en donde hay uno o dos hijos;

3) El tema de la familia y del número de hijos se aborda de forma restrictiva y casi exclusivamente en base de lugares comunes y estereotipos, a menudo corroborados por las opiniones de los así llamados expertos.

En particular, destacan dos resultados: la mayor parte de los periodistas alemanes consideran a la familia numerosa como un fenómeno básicamente privado, esto es, sin relevancia pública y desprovisto de un papel social determinado. En casi el 60% de los artículos examinados, de hecho, la presencia de una prole numerosa no se comenta negativa ni positivamente. Resulta, además, que los artículos sobre familias numerosas están escritos prevalentemente por mujeres, a pesar de que en las redacciones de los periódicos analizados haya un número de empleados igualmente repartido entre ambos sexos. En cambio, cuando el tema atañe a las políticas sobre la familia, la subdivisión entre autores y autoras resulta mucho más equilibrado.

Las recomendaciones de las autoras del estudio son de esperar. En primer lugar invitan a los lobistas (a las *asociaciones de familia* en este caso) a que sensibilicen los medios de comunicación para que en los servicios que éstos ofrecen confluyan acciones, temas, noticias y argumentos “para la familia”. A los periodistas les aconsejan que eviten abordar el tema de la familia mediante una visión filtrada por su propia concepción de la vida, que tal vez falsea la realidad, y que también documenten lo que va en contra de sus tesis. Por último, animan a los investigadores para que lleven a cabo más estudios sobre los medios de comunicación social y la familia.

2. ¿Las periferias geográficas en Occidente gozan de mejor salud?

En el extremo periférico del Occidente, en Chile, las cosas no están tan mal. Una investigación cualitativa de Alfredo García Duarte, de la Universidad Católica de Concepción, examina la representación de los lugares comunes relativos a las virtudes sociales o radicales de la sociabilidad en los dos diarios de

⁹ El proyecto ha sido respaldado por el Ministerio Federal para las Familias, los Ancianos, las Mujeres y los Jóvenes. En el estudio se analizan los contenidos de veinticuatro publicaciones periódicas, seleccionadas entre diarios nacionales y regionales, semanarios, periódicos dominicales, *news magazines* y revistas familiares. La investigación ha sido complementada con entrevistas a expertos, a periodistas y a representantes de asociaciones. www.kinderreichfamilien.de

mayor difusión y nivel del país, *El Mercurio* y *La Tercera*¹⁰, el primer estudio que desarrolla esta metodología en el análisis de las noticias.

Utilizando una metodología de trabajo inductiva-deductiva, el autor ha indagado en los valores antropológicos presentes en los textos periodísticos relativos a la familia y en las relaciones que de ella se desprenden, estableciendo así la manera en que los medios abordan esta institución y la presentan al público. Como él mismo afirma, “explícita o implícitamente, los textos periodísticos son encuadrados bajo un determinado argumento a partir del cual estructuran su información, transmitiendo ideas y conceptos de diversa índole a los receptores, quienes muchas veces no son conscientes de ello”¹¹.

Sin entrar aquí en los pormenores metodológicos de este trabajo, resumo las conclusiones más relevantes:

Como era de esperar, la familia es noticia habitualmente en situaciones problemáticas: delitos y conflictos intrafamiliares con repercusión pública. O sea, la familia periodística es una *familia de crónica negra*. Este primer resultado podría parecer desalentador a primera vista. No se habla de las familias normales. Ahora bien, si los periódicos no hablasen de las conductas desviadas, significaría que esas conductas se han vuelto normales, habituales en una sociedad. El día en que abandonar a un recién nacido en un contenedor de la basura fuese normal, sería un día muy triste. Y los periódicos ya no hablarían de ello. Por tanto, *en un texto lo dicho es tan significativo como lo presupuesto, lo no dicho*. No solo, además de saber qué se dice es necesario saber cómo se dice. El mal no hace daño porque se hable de él, sino porque se habla en modo banal, excesivamente dramatizado o porque se “bendice” narrativa o retóricamente.

Esta es la originalidad del método de Luarte, que es el método desarrollado por el equipo de investigación de *Familyandmedia*. Permite ver más allá de lo explícito, de lo aparente. Se observan los lugares comunes culturales y antropológicos -presupuestos en el discurso público- lugares comunes que están presentes explícitamente en los encuadres (*frames*) periodísticos de las noticias.

Así, en el caso de este estudio, se observa que los temas y los enfoques más comunes sobre la familia en la prensa chilena son éstos: “Abusos y malos tratos a menores”, “Resistencia político/social a temas morales controvertidos”, “Reconocimiento a y valoración de adultos mayores”, “Valoración e importancia de la familia”, “Rechazo a las uniones de hecho y homosexuales”, “Promoción de las uniones homosexuales” “Mayor participación del padre en la crianza de los hijos”, “Gestión del Estado en la solución de problemas sociales”, “Protección y ayuda a los pobres”, “Aplicación de justicia contra abusadores”.

Correspondientemente, los lugares comunes que subyacen a estos *frames* son: “Los delitos deben ser castigados”, “Las leyes y los políticos deben representar la voluntad popular”, “La familia matrimonial conlleva múltiples beneficios”, “La crianza de los hijos debe ser igualitaria entre padre y madre”, “La madre debe cuidado a su hijo”, “Los hijos deben gratitud y reconocimiento a sus padres”, “Los menores deben ser respetados y protegidos”, “El enamoramiento es esencial para la felicidad de un matrimonio”, “La escuela debe ser responsable por la formación que imparte”, “El compromiso matrimonial genera restricciones para quienes lo asumen”.

Ahorro un comentario sobre los hallazgos. Subrayo solo dos: La fábrica de la sociedad se hace con materiales que no nos es dado modificar, aunque podemos emplearlos mal o fabricarlos de modo defectuoso. En la vida real, los lugares comunes antropológicos y culturales se dan mezclados, solo los podemos distinguir en el análisis, suponiendo que tengamos las herramientas intelectuales para hacerlo y no nos pongamos gafas de madera. Como bien sabemos, la naturaleza en el hombre, aunque *no se reduzca* a cultura, también es cultural.

¹⁰ Entre los dos diarios cubren el 41% de la lectoría de periódicos de Chile.

¹¹ Alfredo García Luarte, ob. cit. p. 139.

Pues bien, de los materiales de construcción de la fábrica social que tiene su origen en la familia, Luarte ha encontrado esto en su estudio:

“La virtud social con mayor presencia en los textos estudiados fue la *pietas*, seguida de cerca por la *liberalitas-affabilitas*. La primera de ellas, vinculada, principalmente, a hechos relativos a la relación que se da con los padres, a esa veneración y amor filial que se tiene con quienes nos han dado la vida. Por su parte, la segunda virtud de mayor presencia en los textos se representa a través del amor humano, la donación que se da por parte de las personas.

En términos generales, podemos concluir que en la información periodística chilena predomina un mensaje de valoración positiva hacia la institución familiar y hacia las relaciones que en ella se generan. Esta valoración está dada por aquellos aspectos que refuerzan el concepto de familia, tales como el amor, el respeto y admiración filial, etc.

En su mayoría, el sistema de medios es Chile aún posee una tradición de raíz cristiana hacia temas morales-valóricos, aspecto que a medio plazo podría sufrir transformaciones con la aparición de nuevos medios y el giro que algunos de ellos están experimentado en sus líneas editoriales. De ahí que los resultados de este estudio sean coherentes con las características editoriales de los medios estudiados, aún cuando llama la atención que la mayoría de los radicales positivos estén presentes en el diario *La Tercera*, medio que se autodefine como liberal en materia moral”.

Termino esta sección con un apunte. Probablemente habríamos encontrado resultados similares en el estudio de la prensa alemana con un método cualitativo, al menos no tan negativos como el análisis cuantitativo pone de manifiesto.

3. Los ancianos en la prensa

Desde hace decenios el envejecimiento progresivo de la población está al centro de las investigaciones estadísticas de los institutos demográficos internacionales más importantes. Se habla ya de "tsumani gris", o sea de la situación que verá en el arco temporal de solo 50 años un drástico aumento del número de los ancianos en los países occidentales, de frente a una continua - y ya crónica- disminución de los nacimientos. Como ejemplo, las Naciones Unidas han calculado que, para el 2050, el número de ancianos mayores de 60 años de edad se duplicará, pasando de 810 millones a 2 mil millones de personas. Sin embargo, a estas cifras parece no hacerle contrapeso una *cultura de la ancianidad*. Esto se desprende, entre tantos indicadores, de la ausencia de estudios sobre la imagen de los ancianos en los medios de comunicación.

Daniele Sebastianelli ha llevado a cabo la primera investigación, por ahora, sobre este tema en la prensa italiana¹². El autor, a través del análisis sistemático de una muestra de tres periódicos - *Il Corriere della Sera*, *Avvenire* y *Il Messaggero* - ha sacado a la luz resultados significativos, y en algunos casos sorprendentes, que si bien por un lado confirman las expectativas, por el otro "obligan" a un cambio de percepción tanto de los medios como de la sociedad.

En el análisis general resulta que *la mayor parte de las noticias donde aparecen los ancianos es negativa*, 51% de los artículos frente al 42% y, en los textos donde los ancianos son protagonistas, esta

¹² Daniele Sebastianelli. *La figura dell'anziano nella stampa italiana*. Tesis de licenciatura. Facoltà di comunicazione istituzionale. Pontificia Università della Santa Croce. 2014. Tesis inédita. Un resumen se puede encontrar en <http://www.familyandmedia.eu/es/argumentos/facultades/283-la-figura-dellanziano-nella-stampa-italiana.html>. La investigación ha analizado los periódicos por un periodo de tres meses, seleccionando una muestra representativa de artículos a partir de un test de una semana, efectuado precedentemente, que permitió individualizar las palabras clave para la elección definitiva de los textos. Después de haber descartado textos no relevantes - en los que el anciano o la ancianidad no eran el argumento del artículo o simplemente trataban de la muerte de personajes famosos ancianos (en este caso, de hecho, la noticia no era el anciano o la ancianidad en sí misma, sino la celebridad o la fama del personaje, independientemente del factor edad) - se han seleccionado 121 artículos en total y han sido analizados con una metodología de índole cualitativa.

diferencia aumenta notablemente, con las noticias negativas que duplican las positivas. De los tres periódicos analizados resulta que *Avvenire* es el único que tiene más noticias positivas que negativas, lo que se explica muy probablemente como fruto de una elección editorial precisa.

Un dato que no sorprende es el hecho de que la mayoría de los textos analizados aparezcan en las noticias de *sucesos*, y que se refieran a los *ancianos como víctimas*. Después, si bien en número muy inferior, siguen las noticias de *ancianos aún activos*. Se puede afirmar que el primero de estos datos confirma la negatividad de las noticias que muestran la fragilidad de los ancianos, más expuestos que otros a episodios de violencia; mientras el segundo parece rebatirlo, ofreciendo en parte una especie de contrapunto. Son enfatizadas también figuras de *ancianos excepcionales*, personas fuera de lo normal, que parecen mostrar precisamente su aparente extrañeza a un mundo marcado por la fragilidad común. Un elemento significativo destaca: a los *ancianos enfermos* se dedican solo cinco textos y a los *ancianos olvidados*, apenas uno y, visto que se trata de categorías temáticas de gran actualidad, este resultado hay que verlo como una carencia informativa.

La investigación, para ir más allá de la simple distinción entre noticias positivas y negativas, ha analizado también la imagen, la *percepción inducida* del anciano en los artículos. Y aquí se encuentra que en el análisis general resulta haber *un equilibrio sustancial entre textos con imágenes positivas y negativas*, 47% cada uno. Este resultado se debe al *frame* dado a algunas noticias en sí mismas negativas, pero que ven al anciano bajo una luz benévola. En ambos casos *la imagen positiva más frecuente* y mayoritaria es la del *anciano como recurso*, seguida del anciano como *patrimonio* de la sociedad. Un hecho extraordinario éste, que muestra como, en el fondo, hay un *humus* fértil sobre el que basar las razones de un compromiso activo del anciano en la sociedad. Cuando *la imagen es negativa*, el anciano resulta, sin embargo, *débil e indefenso*, desesperado, o un problema sanitario o social.

El estudio de los *frames* muestra una tendencia *negativa en vez de una positiva* y también los *frames* de mayor frecuencia- a parte de la celebración, con 19% de textos, primero en absoluto - son también negativos. Este aspecto es quizá el que más influye sobre la sensación general negativa que presenta el tema de los ancianos, porque, a parte de la positividad/negatividad de la noticia, lo que permanece en la mente del lector es el encuadramiento de ésta, el recuerdo de algo negativo.

Un dato decididamente sorprendente que surge del análisis, cuando se examinan los lugares comunes subyacentes a los encuadramientos, es que *los ancianos son vistos más de forma positiva que negativa*. Esto es un dato notable que ratifica la bondad de las relaciones humanas y está ligado por tanto a las virtudes sociales. En el análisis general, resultan un 60% de textos en los que los ancianos son tratados de manera positiva frente a un 36% negativa, y que ven primar el *respeto* contra la *falta de respeto*. Por otro lado, en los textos referidos a los ancianos protagonistas, el anciano es tratado de forma positiva en el 53% de los casos frente a un 3% de textos que se refieren todos a sentimientos de compasión.

La investigación ha atestiguado la presencia de *todas* las virtudes sociales y de forma *más notable* la *pietas*, presente en el 47% de las noticias, aun cuando en un 25% de ellas está ausente. Le sigue de cerca la *gratitudo* (reconocimiento), también presente en un 28% de los artículos de forma plena y en un 13% de ellos ausente. También en este caso, sin embargo, resulta que, sumando las formas plenas y las ausentes, la presencia de virtudes sea ampliamente superior a su presencia como vicio.

Para finalizar, desde el punto de vista cultural, este estudio ha relevado que, si bien existe a veces *una mentalidad utilitarista* - que se detecta en algunos lugares comunes culturales y en la contradicción de algunos *topoi* naturales, sobre todo referidos a casos de eutanasia o de suicidio, en los casos de abandono, o incluso en los insultos hacia los ancianos - los presupuestos para *un cambio cultural* son más favorables y fáciles de realizar de lo que se podría pensar. Estas premisas están escondidas detrás de noticias que, aún siendo negativas, representan una dura denuncia de situaciones graves e injustas. Un grito de alarma para relanzar al anciano como miembro activo de la sociedad, pues lleva a tomar conciencia de que el envejecimiento de la población pone desafíos y preguntas para el futuro.

El resultado más preocupante de la investigación es, a mi juicio y en perfecta continuidad con cuanto afirmaba antes sobre lo dicho y lo no dicho en la información -y su significado- es el silencio clamoroso sobre el abandono de los ancianos. El hecho de que no se hable, salvo cuando se denuncian malos tratos a los ancianos en las residencias donde son aparcados, indica seguramente que la práctica social de deshacerse de ellos está completamente extendida en Occidente y ya no hay mala conciencia social por ello. Quizás por esto, el Papa Francisco ha hecho un duro apelo a la responsabilidad de los hijos en una reciente audiencia, cuando calificaba de "pecado mortal" el no visitarlos durante largos periodos de meses¹³.

4. El padre ausente en las noticias, al menos a primera vista

Según los datos estadísticos ofrecidos por la clínica ginecológica Mangiagalli de Milán antes de la Navidad de 2010, una de cada cinco madres decidió no declarar el nombre del padre. Este número se ha triplicado en tres años, pasando de 474 casos en 2008 a 1.298 en 2010. Para comentar el fenómeno de "un verdadero *boom* de madres solteras", el periódico italiano *La Repubblica* publicó una breve entrevista a una escritora y profesora de derecho romano y derecho griego en la Universidad de Milán¹⁴.

El tema de la entrevista se centró en las breves e incisivas palabras del título, que reaparecían en las primeras frases del texto: "Es la victoria de la independencia femenina". La madre sin el padre a su lado se presenta como un hecho "positivo", un signo de "victoria" y un signo de la "independencia de la mujer". De acuerdo con este punto de vista, las madres solteras ya no deberían ser etiquetadas como víctimas de hombres asustados por el cargo de la responsabilidad paterna, sino como conquistadoras de la independencia en la batalla contra el machismo. Al mismo tiempo, el padre quedaría reducido a mero "instrumento para llegar a la maternidad". La presencia masculina en la familia resultaría así "superflua". Su ausencia no se convertiría en un problema o un daño. Para argumentar y justificar su posición, la autora afirma que "a veces, en ciertas familias, los padres están sólo sobre el papel. De hecho, no existen".

El contenido del artículo está fuertemente anclado a un cliché cultural (*topos*), de matriz feminista, que se identifica con la virtud social que se opone a la injusticia, es decir, la reivindicación (*vindicatio*). En este caso las mujeres toman la venganza sobre el dominio tradicional masculino. Las mujeres se consideran víctimas y, por lo tanto, deben luchar por sus propios derechos, empezando por el primero de ellos: la independencia sobre el universo masculino. Esta lucha se traduce "automáticamente" en una lucha contra la figura paterna y, como consecuencia, la ausencia del padre se considera una conquista social. En definitiva, un contravalor se presenta como un valor.

Este caso, que reporta Piotr Studnicki para ilustrar su investigación acerca de *La imagen del padre de familia en la prensa italiana*, es bastante emblemático. El autor ha analizado el modo en el que dos de los principales periódicos italianos, el *Corriere de la Sera* y *La Repubblica*, afrontan el tema de la paternidad¹⁵.

¹³ Papa Francisco: "Es feo ver a los ancianos descartados, es algo feo, es pecado. No se dice abiertamente, pero se hace. Hay algo de cobardía en ese *habituarse a la cultura del descarte*, pero estamos acostumbrados a descartar gente. Queremos borrar nuestro ya crecido miedo a la debilidad y a la vulnerabilidad; pero actuando así aumentamos en los ancianos la angustia de ser mal soportados y abandonados". Audiencia, 4 de marzo 2015.

¹⁴ Eva Cantarella. *E' la vittoria dell'indipendenza al femminile*, en "La Repubblica", 22.12.2010, p. 25.

¹⁵ Piotr Studnicki. *L'immagine del padre di famiglia nella stampa italiana*. Tesis de licenciatura. Facoltà di comunicazione istituzionale. Pontificia Università della Santa Croce. 2012. Tesis inédita. Un resumen se puede encontrar en www.familyandmedia.eu/es/argumentos/grupo-de-investigacion/191-limmagine-del-padre-nella-stampa-italiana.html. Los artículos seleccionados y analizados son 153 (72 del *Corriere della Sera* y 81 de *La Repubblica*). En la primera etapa del estudio se han examinado los dos periódicos italianos de mayor difusión durante el mes de diciembre de 2010, y se han seleccionado los artículos publicados en los cuales la figura del padre de familia se presentaba de forma explícita (normalmente con las palabras "padre", "papá", "progenitor", "hijo" o "hija"). A

El padre reducido a una noticia de sucesos, pero no tan malo como en las películas.

El estudio, ya en su parte descriptiva, revela algunos datos significativos, como el hecho de que el tema del padre de familia sea omnipresente y aparezca constantemente en las páginas de los dos diarios. Durante el período de análisis, diciembre de 2010, sólo en tres jornadas no se ha encontrado material sobre el tema, mientras que el resto de los días la figura paterna aparece, de media, en más de 2,5 textos cada día. Es interesante señalar cómo este tema emerge en secciones tan diferentes como "Internacional" o "Nacional", "Economía" o "Cartas al director", "Cultura" o "Deportes". Este dato es particularmente significativo porque revela que la paternidad es un tema transversal y "natural", unido de forma existencial e inseparable al ser humano, a su vida y a su historia.

Otro resultado interesante es que el padre de familia, en casi la mitad de los artículos analizados, figura como protagonista de la noticia, y que la mayoría de las veces ésta es dramática. Sin embargo, no siempre se da una imagen negativa; al contrario, normalmente, la figura paterna asume roles conmovedores, a veces melodramáticos.

Totalmente negativa es, sin embargo, la caracterización de la paternidad hecha por numerosas y diversas obras artísticas comentadas en las páginas de ambos periódicos. Por una parte, la cantidad de los textos analizados en las agendas culturales (que supone un 20% total del material) es un índice de la importancia y de la actualidad del argumento sobre la paternidad en el amplio y variado campo de la cultura contemporánea (películas, libros, obras de teatro y musicales). Por otra parte, la crisis actual de la paternidad emerge de forma evidente a través del tenor negativo continuamente atribuido al padre en las diferentes producciones artísticas. El arte podría revelarse en este caso como "espejo de la realidad" o, quizá, simplemente podría afirmarse que los escritores o los directores de cine focalizan la propia atención sobre temas particularmente dramáticos y conflictivos, para poder atraer con facilidad al lector o al espectador.

Por otra parte, el estudio muestra que la figura del padre se presenta en los dos periódicos de forma relativamente parecida, sin diferencias debidas a la línea editorial.

Más interesantes y relevantes son los datos del análisis relativos a "lo que no se dice". La información sobre el padre de familia está a menudo rodeada de un *frame* negativo. Mientras que el encuadre negativo está presente en el 53% de los textos, el *frame* positivo aparece en el 44% de los artículos y el neutral sólo en el 3% de los casos. Este último dato acredita el hecho de que el padre es una persona ante la cual, "por naturaleza", no se puede ser neutral.

En el 51% de los casos analizados el tema de la paternidad está presente como marco principal del texto y en el 49% restante está presente en el *frame* o encuadre secundario. En el primer caso la figura paterna presenta más a menudo connotaciones negativas (60%) mientras que en el análisis del *frame* secundario, el 57% de los casos tiene una matriz positiva. El dato es comprensible porque los *frames* secundarios están menos unidos a la negatividad y al conflicto (elementos noticiables) o a la ideologización; por tanto, el protagonista tiene a menudo una connotación positiva. En este sentido cabe señalar que el papel del padre es explícitamente reducido o incluso despreciado, en el caso en el que la noticia tenga que ver con dos cuestiones polémicas actuales: el feminismo y la homosexualidad.

continuación, los textos seleccionados se han analizado según el método propuesto por el grupo de investigación de *Family&Media*. (Vedi sopra) El autor está completando la investigación con los diarios *The New York Times*, *Gazeta Wyborcza* y *Rzeczpospolita*, estos últimos polacos. El corpus de análisis es, en este caso, de 927 ítems. Los resultados confirman, por ahora con escasas variantes, lo hallado en los diarios italianos.

El tema de la paternidad, como se desprende del examen, está relacionado con las nueve virtudes de la antropología social, las raíces de la sociabilidad, aunque de diferente manera desde el punto de vista cuantitativo.

La raíz social más frecuente es la piedad, que se define como la inclinación hacia las relaciones fundamentales, es decir *fundantes*, para cada ser humano: la relación con Dios, con los padres y con la patria. La piedad, efectivamente, se encuentra en el 45% de los textos analizados, la mayor parte de ellos en el contexto familiar. Se trata, por tanto, de una afirmación evidente de la relación natural paterno-filial, que viene presentada con connotaciones positivas, porque en dos de cada tres artículos, la piedad está presente en su forma auténtica, es decir como virtud. Al contrario, en el caso de la afabilidad, presente en un 15% de items, prevalecen los vicios sobre las virtudes: la inclinación a hacer una entrega de sí mismo en tres casos de cada cuatro está sujeta a una óptica deformada. Es interesante, además, subrayar que normalmente a la afabilidad está asociada la virtud social de la liberalidad, entendida como la tendencia a dar lo que se posee. A este dato cabe añadir que en el 13% de los casos analizados en los cuales emerge la liberalidad, prevalece la forma auténtica, es decir, en dos de cada tres casos está presente como virtud. Por tanto, el análisis de lo "no dicho" sobre el padre de familia en la prensa italiana revela una tendencia dominante de matriz consumista: es más fácil dar de lo que se tiene, que dar lo que se es.

Algo similar sucede con las otras virtudes sociales, cuyo análisis no es posible exponer ahora con detalle. Basta añadir que la cantidad total de los artículos que presentan las raíces sociales como vicios (52%), prevalece sobre las de las virtudes (48%), dato que corresponde con la proporción del encuadre o *frame* negativo sobre el positivo.

Para resumir la exposición del estudio, se puede concluir que éste prueba la "omnipresencia permanente y transversal" de la paternidad, aunque vaya unida la mayor parte de las veces a la sección de sucesos, y que ésta es, a pesar de la presión cultural, más positiva que negativa.

5. El Sínodo de la familia en los medios de comunicación

Ocupándome, como hago desde hace años, a las relaciones entre la opinión pública y la Iglesia Católica¹⁶, no puedo negarme al tributo de la actualidad. Expondré ahora qué ha ocurrido durante el Sínodo de la familia del pasado mes de octubre 2014 en los medios de comunicación internacionales y en los blogs.

Por fortuna, disponemos de dos estudios, embrionales pero lo suficientemente representativos como para decir cosas documentadas -más allá de las impresiones y opiniones personales- de un acontecimiento que ha sido, sin lugar a dudas y desde el punto de vista de la comunicación, *confuso*. Y esto con independencia de qué se juzgue sobre las cuestiones debatidas en el Aula del Sínodo. Lo que no me atrevo a decir es que, de la confusión, solo se hayan seguido consecuencias negativas, como en cambio algunos piensan. Hay abundantes ejemplos en el Evangelio y, más aún en los Hechos de los Apóstoles, de situaciones análogas.

A continuación resumo lo que ha dicho antes, durante y después del Sínodo la prensa internacional según el estudio¹⁷ de Rodrigo Ayude a partir de los titulares de estos diarios: Edición internacional de *The*

¹⁶ Norberto González Gaitano. *Public Opinion and the Catholic Church*. Edusc, Roma, 2010.

¹⁷ Rodrigo Ayude. *El Sínodo de la familia en la prensa. Análisis, logros y retos para el futuro*, en "Temas de Avui" (en prensa). Agradezco a su autor el texto original. Se ha analizado información de primer nivel (titulares) de esos siete diarios líderes en su idioma y que, además de ser referentes de la información nacional, por su influencia traspasan fronteras. Ciertamente el titular no es toda la noticia y, además, no siempre la resume, a veces incluso la "traiciona". No se debe olvidar que los autores de los titulares son distintos de los de los textos. Tampoco se debe olvidar, sin embargo, que el 80% de los lectores solo recuerda los títulos y que muchas personas sólo "leen" los títulos.

New York Times, *The Wall Street Journal* (Estados Unidos), *El País* (España), *Clarín* (Argentina), *El Universal* (México) y *Le Monde* (Francia) y el *Corriere della Sera* (Italia).

Con palabras del autor del estudio, “la siguiente tabla permite confrontar, en un golpe de vista, la línea informativa de los medios generalistas analizados, señalando la elección de los dos temas fuertes, la creación de expectativas y la reacción final. Un análisis de los titulares de los tres momentos informativamente más relevantes del sínodo, permite leer el enfoque informativo y la falta de interacción con la realidad sinodal”:

	Apertura sínodo	Relatio Post Disceptationem	Relatio Synodi
<i>Il Corriere della Sera</i>	Los divorciados pertenecen a la Iglesia	Tutela los derechos de los homosexuales	Los artículos de la discordia
<i>The International New York Times</i>	Franqueza de diálogo	Gays y divorciados	Final sin consenso
<i>The Wall Street Journal</i>	--	Divorciados y Comunión	Rechazo a gays y divorciados
<i>El País</i>	Escuchar con humildad	Gays y nuevas familias	La mayoría por apertura a gays y divorciados
<i>El Universal</i>	Apertura del sínodo	Cambio de actitud con gays	Se imponen los conservadores
<i>Le Monde</i>	Repensar la familia	Cambio en la familia	Falta de acuerdo en gays y divorciados
<i>Clarín</i>	Hablar claro y escuchar con humildad	Tormenta por gays y divorciados	Falta consenso en gays y divorciados

Como se puede ver claramente de este cuadro, los medios generalistas habían *secuestrado informativamente* el Sínodo ofreciendo una agenda de discusión reducida a tres temas: el supuesto acceso a la comunión a los divorciados vueltos a casarse civilmente y la postura de la Iglesia con las personas que presentan una tendencia homosexual, añadiendo el tema del llamativo apelo del Santo Padre al diálogo y discusión francas entre los Padres sinodales. Solo que, en ese momento, las expectativas de los medios sobre el resultado posible de ese debate abierto parecen no coincidir con los resultados reales, como se observa en la tercera columna de la tabla. La manzana de la discordia es patente: la *Relatio Post Disceptationem*, es decir, el discutible y discutido texto difundido por la Secretaría General del Sínodo a mitad del camino sinodal.

Que esta narrativa de los medios generalistas haya sido -y sea aún hoy- una narrativa de conflicto no debe sorprendernos. Si a la propensión estructural del periodismo hacia el drama¹⁸, común a todos los temas de los que habla, se añade que el tema era la doctrina de la Iglesia sobre la sexualidad -en realidad sobre la familia- imaginando, además, que a lo mejor puede haber cambios, esperar otra cosa sería una

¹⁸ Sobre el conflicto como “carburante” del periodismo y sobre el papel del periodismo en los conflictos, se pueden ver entre otros: Wendy N. Wyatt. “Blame Narratives and the News: An Ethical Analysis”, in *Journalism and Communication Monographs*, 14 (3), 2012. Israel Angeles Gil. *Peace Journalism Option (Periodismo de Paz). Una propuesta ética para la cobertura informativa en situaciones de violencia*. Tesis de la Pontificia Università della Santa Croce, Roma 2013. R. L. Keeble, J. Tulloch y F. Zollmann (eds.). *Peace Journalism, War and Conflict Resolution*, Peter Lang, Nueva York, 2010. Norberto González Gaitano. “Giornalismo e conflitti”, en *Il Regno*, año XLIX, n. 950, 1 julio 2004, pp. 449-456.

ingenuidad mayúscula. Incidentalmente, decía Chesterton que la sexualidad es como el zaguán de un hogar. Hay quien prefiere quedarse siempre en él, sin entrar dentro. Observando el hipersexualizado mundo actual, medios de comunicación incluidos, parece que estemos todos en el zaguán. La Iglesia, en el Sínodo, ha querido conducir nuestra mirada dentro, al conjunto del hogar, a ese mundo riquísimo que se abre, si queremos entrar, con todos sus desafíos, sus problemas y belleza. Esperemos que en el segundo tiempo del partido se consiga.

Veamos ahora cómo han informado los medios de identidad católica. Sigo siempre el estudio antes citado de Rodrigo Ayude, quien ha seleccionado estas cabeceras digitales o impresas cuyo foco es la información religiosa, teniendo en cuenta su repercusión, número de lectores, citas en otros medios de comunicación y variedad de idiomas: *Aciprensa*, *National Catholic Register*, *Catholic News Agency*, *Kath.net*, *Crux*, *Vatican Insider* y *Avvenire*.

En un vistazo la tabla siguiente nos habla de *otro* Sínodo, más matizado, más documentado y contextualizado: “Presentan una información más sosegada, con claves de lectura *eclesiológicas*, que la alejan del sínodo *virtual* de algunos medios generalistas, aunque —como se ve también en los títulos— acusan la influencia de estos medios”¹⁹

	Apertura sínodo	Relatio Post Disceptationem	Relatio Synodi
<i>Aciprensa</i>	Matrimonio sacramental indisoluble	Aclaraciones: no se ha cambiado la doctrina	Discurso del Papa en la conclusión
<i>National Catholic Reporter</i>	El marco de la discusión	Respuestas a la <i>Relatio post disceptationem</i>	Un documento final que carece de consenso
<i>Catholic News Agency</i>	Seguir el sueño de Dios, más que tomar el pulso	La controversia llama al Vaticano a explicarse	Documento con matices a la homosexualidad y nueva familia
<i>Kath.net</i>	Unidad y no a la guerra de cardenales	Un documento poco útil para la predicación	---
<i>Crux</i>	5 temas que encuadran el sínodo	Un informe que hace traición	Las líneas de fractura del Sínodo
<i>Vatican Insider</i>	Hablar claro y escuchar con humildad	La <i>relatio</i> es solo un documento preparatorio	Sínodo y aperturismo
<i>Avvenire</i>	Los retos del Sínodo	Misericordia y acogida en la verdad	Línea de misericordia. Gays: respeto pero no confusión.

A este panorama, habría que añadir el papel que han jugado los blogs de especialistas en la información sobre el Vaticano más seguidos entre sus colegas del mundo periodístico²⁰. Sigo aquí los comentarios del análisis de estos blogs de Cecilia Galatolo²¹.

¹⁹ Rodrigo Ayude. *El Sínodo de la familia en la prensa*, ob. cit., p. 9

²⁰ Cabe destacar estos dos: www.cruxnow.com y chiesa.espresso.repubblica.it

²¹ *El Sínodo sobre la familia, los blogs, la comunión...y la lectura del propio Papa*, en www.familyandmedia.eu/es/argumentos/asociaciones/307-il-sinodo-sulla-famiglia-i-blogs-la-comunione-e-la-lettura-del-papa.html

Durante la audiencia general del miércoles 10 de diciembre, un mes después de la celebración del Sínodo, el Papa Francisco quiso ofrecer su lectura de cómo se había desarrollado la asamblea sinodal y qué había producido ésta.

“Durante el Sínodo - ha dicho el Papa- los medios de comunicación hicieron su trabajo - había gran expectativa, mucha atención - y les damos las gracias porque lo hicieron incluso en abundancia. ¡Muchas noticias, muchas! Pero a menudo la visión de los medios de comunicación contaba un poco con el estilo de las crónicas deportivas, o políticas: se hablaba con frecuencia de dos bandos, pro y contra, conservadores y progresistas, etc.”

Este juicio del Papa, avalado por los datos antes presentados, vale también para algunos blogs que hemos analizado y donde se ha hablado a menudo de “guerra preventiva en vista del Sínodo”, en referencia a algunos libros publicados por algunos cardenales; malignas insinuaciones sobre la posibilidad que en el Sínodo estuvieran ya presentes los “anticristos”, con menciones explícitas de algunos participantes; conclusiones arriesgadas y desorientadoras como “ahora la hipótesis de las segundas nupcias tiene *plena ciudadanía* en los vértices de la Iglesia”. Es más, se ha podido leer la indebida atribución al Papa de un “pleno consenso” sobre algunas de las ideas expresadas y debatidas en el Sínodo (debatidas, precisamente, porque frente a ellas el Papa aún no ha tomado una posición definitiva). Hemos leído imágenes provocativas, tomas de posición fuertes como: “contra la ‘Relatio’ también San Pablo dice la suya” o “en los diez círculos lingüísticos la ‘Relatio’ es *machacada*” y, para terminar la exposición de esta fraseología de combate, enunciados que se parecen más a la crónica de un partido de fútbol, como por ejemplo: “Para el próximo Sínodo están *abiertas las apuestas*”.

En cualquier caso, los documentos oficiales del Sínodo, ha declarado con extrema claridad el Papa en la audiencia, son solo tres y no hay que buscar otros: la *Relación final*, el *Mensaje final* más divulgativo y sintético y el *Discurso conclusivo* del Santo Padre.

El Papa, hablando del encendido debate sinodal ha explicado que “pedí a los padres sinodales que hablaran con franqueza y valentía y que escucharan con humildad”. No hay que temer a las discusiones en el seno de la Iglesia, continúa el Papa, recordando cómo “los Apóstoles se gritaban entre ellos, porque buscaban la voluntad de Dios sobre los paganos, si podían entrar en la Iglesia o no. Era algo nuevo. Siempre, cuando se busca la voluntad de Dios, en una asamblea sinodal, hay diversos puntos de vista y se da el debate y esto no es algo malo. Siempre que se haga con humildad y con espíritu de servicio a la asamblea de los hermanos”.

No obstante haya que admitir que ha habido problemas y errores de comunicación, tanto dentro de la Asamblea como al externo (algunas actitudes, algunas declaraciones ambiguas han dejado espacio a dudas e interpretaciones equívocas y quizá han confundido involuntariamente a la opinión pública), el diálogo y la colaboración han sido las tendencias dominantes, o sea el afán de dar luz y no de imponerse.

“Todos los padres pudieron hablar, y todos escucharon – ha dicho el Papa a tal propósito en la audiencia general- y era edificante esa actitud de escucha que tenían. Un momento de gran libertad, en el cual cada uno expuso su pensamiento con *parresia* y con confianza”. No hubo, según el pontífice, “enfrentamiento de grupos, como en el parlamento donde esto es lícito, sino una confrontación entre los obispos, que surgió tras un largo trabajo de preparación y que ahora continuará en otro trabajo, para el bien de las familias, de la Iglesia y la sociedad”.

Como recuerda en el artículo de Galatolo que estoy siguiendo, “también en la Iglesia, que está hecha de hombres, hay personas que se meten en el centro de la escena, que no aceptan la lógica del Señor y obran según una puramente humana. La Iglesia es consciente de no haberse fundada a sí misma y de no estar guiada en la historia por algunos hombres que - por valor, inteligencia, astucia y prepotencia- se imponen a los otros. La Iglesia sabe que no está edificada sobre ideales cambiantes con el paso del tiempo o modificables por los miembros de la jerarquía, porque la vida de la Iglesia se apoya sobre la Roca que es

Cristo (Mt 7, 24-2) y es el Espíritu Santo quien la conduce "hacia la Verdad completa" (Jn 16,13), como le ha asegurado el mismo Jesús²². A este propósito no está de más remachar, como ha hecho el Papa, que "Ninguna intervención puso en duda las verdades fundamentales del sacramento del Matrimonio, es decir: *indisolubilidad, unidad, fidelidad y apertura a la vida* (cf. Conc. Ecum. Vat. II, *Gaudium et spes*, 48; *Código de derecho canónico*, 1055-1056)."

Los católicos que antes, durante y después del Sínodo, estaban preocupados por el futuro de la Iglesia deberían recordar que ninguno por sí solo tiene el poder de cambiar o construir la Iglesia "a su gusto". Si estos tuvieran siempre en mente que la Iglesia no es de los cardenales u obispos, de los *opinion makers* o de un sacerdote y ni siquiera del papa Francisco, sino de Jesucristo, podrían mirar al presente con serenidad y encuadrar el debate actual sobre la familia como un "camino" que permitirá al Señor, con los tiempos necesarios, sacar a la luz lo que Él quiere realmente.

La familia es una realidad preciosísima para el desarrollo de una sociedad cada vez más humana y no puede sustraerse ni al cuidado de Dios ni al faro del Evangelio.

Resulta irónico pensar que es precisamente la falta de *comuni3n* la causa principal de las rupturas familiares y, además, era *una* de las cuestiones pastorales de las que se discutía en el Sínodo.

Conclusiones

Esta relación es incompleta en cuanto que faltan dos elementos para integrar el cuadro, la imagen de la familia en los programas de ficción y entretenimiento y, sobre todo, una descripción, aunque sea breve, de "recursos" positivos en campo para mejorar las cosas e incluso cambiarlas.

Sobre estos elementos añadiré solo dos cosas. La primera es que, además de los estudios sobre la representación de la familia las telenovelas en Chile²³, en las teleseries americanas y británicas²⁴, en los programas de *prime time* en Argentina²⁵ que siguen las líneas metodológicas del Proyecto Familia y Medios de comunicación, vistas aquí en el caso de la información periodística y con las adaptaciones metodológicas que cada tipo de texto requiere, el prof. Armando Fumagalli de la Universidad Católica de Milán junto a otros colegas lleva años haciendo mucho en este campo, y no solo académicamente. Ha creado una escuela de guionistas, está formando una cantera de críticos de cine que orientan a los espectadores, colabora directamente en la producción de series de televisión que educan. Basta leer su último libro, *La creatividad al poder. De Hollywood a Pixar pasando por Europa*, para ver cuánto se puede hacer en la "industria del storytelling", una de las industrias más poderosas económicamente hoy día y que engendra el *soft power* más incisivo del mundo. Afirma Fumagalli en la presentación de su libro que la utopía del 68, que da título a su libro, "la creatividad al poder" se ha cumplido, ciertamente en forma bien diversa de como lo imaginaban quienes idearon ese slogan para luchar contra un mundo gris y burócrata: "Existe una clara continuidad entre la creatividad y el poder "duro", que siempre ha estado presente en el mundo del entretenimiento. Pero hoy más que ayer, ese poder mira con mayor interés y presta más atención a la

²² Cecilia Galatolo, ob. cit.

²³ Sofía Wulf Le May y Norberto González Gaitano. "Propuesta metodológica para analizar las telenovelas. Los radicales de la sociedad en *Brujas*", en Norberto González Gaitano, (ed). *Famiglia e media. Il detto e il non detto*. Edusc, Roma, 2008, pp. 77-142

²⁴ Corinne Mannella, "The Humanity within a Mockumentary: A Case Study on the Presence of Social Virtues in NBC's Television Series 'The Office'", en Norberto González Gaitano (ed). *Familia y medios de comunicación. Relaciones familiares, sus representaciones en los medios y relaciones virtuales* (en prensa).

²⁵ María Teresa Téramo. "Las relaciones familiares en la televisión argentina en la franja de *prime time*", en José María La Porte y Norberto González Gaitano (eds.). *La comunicazione delle associazioni di famiglia*, Edusc, Roma, 2011, pp. 85-114.

dinámica del *soft power*. Por eso es urgente comprender en profundidad las empresas del sector creativo, para hacernos una idea cabal del presente y del futuro de cada país y del mundo”²⁶.

No puedo no mencionar también el trabajo académico, y de relación con los escritores, que viene haciendo el grupo de *Poética y cristianismo* de la Facultad de comunicación de la Santa Cruz en el mundo de la creación artística y el estudio de su confluencia con lo humano y la fe²⁷.

En cuanto a los recursos positivos en campo hay que decir que la tecnología digital juega a favor de la familia. Si bien es verdad que, todavía, buena parte de los contenidos en Internet son pornografía²⁸, es también cierto que las familias y las asociaciones de familia se han organizado y se están organizando para defender sus derechos, y los de sus hijos, en la jungla del Web. En el anexo de esta relación proporciono una lista no exhaustiva de los sitios web de familia que seguimos desde el observatorio de *Familyandmedia*. El alcance de cada uno de ellos es muy diferente, puede variar desde pocos millares de seguidores a centenares de millares. Son quizás una gota en el océano, pero son lo que llamaba Noelle-Neumann el *núcleo duro que guía el cambio*, son como los herejes y los santos, aquellos que, por no tener miedo a al aislamiento, no padecen la presión de la opinión pública, sino que la crean²⁹.

Ahora sí ha llegado el momento de concluir, y lo hago con un “momento de publicidad” para el proyecto *Familyandmedia*, una molécula de oxígeno y dos de hidrógeno en esa gota de la que hablaba antes.

La finalidad del proyecto es estudiar la representación de la familia en los medios de comunicación a través del análisis de la información periodística y de la ficción a partir de las raíces de la sociabilidad o virtudes sociales, tratadas, entre otros, por Aristóteles, Cicerón y Tomás de Aquino. En su denominación latina se llaman así: *pietas, observantia, honor, oboedientia, gratitudine, vindictio, veritas, affabilitas e liberalitas*.

La perspectiva de análisis para el estudio de las relaciones refiguradas en los textos (informativos o de ficción) es la de seleccionar en ellos los “lugares comunes” o *topoi* culturales y antropológicos relativos a las virtudes sociales.

El proyecto tiene una finalidad operativa: se busca hacer rendir los resultados del análisis empírico para promover una visión positiva de la antropología natural de la familia. La intención no es la de concentrarse en iniciativas puntuales, cuanto la de ofrecer un esqueleto que guíe la acción comunicativa a largo término de las organizaciones dedicadas a promover la familia. La experiencia demuestra que la actividad pública de esas organizaciones, cuando la hay, se centra habitualmente en “batallas” e intentos de movilización motivados por cuestiones de actualidad. Suele ser una acción reactiva (por ejemplo, ante determinados proyectos de ley, programas de televisión, etc.). Es normal que sea así, pero la acción resultaría incompleta y poco eficaz si no se diera otra “batalla” de fondo, de contenido cultural. El proyecto

²⁶ Armando Fumagalli. *La creatividad al poder. De Hollywood a Pixar pasando por Europa*. Rialp, Madrid, 2014, p. 19. Original en italiano: *Creatività al potere. Da Hollywood alla Pixar passando per Italia*. Lindau, Torino, 2013.

²⁷ El último Congreso bienal de Poética y cristianismo se ocupó precisamente de la figura del padre en la serialidad televisiva: Enrique Fuster (ed). *La figura del padre nella serialità televisiva*. Edusc, Roma, 2014.

²⁸ La *Asociación Meter*, fundada por el sacerdote italiano don Fortunato de Noto, y que monitorea el fenómeno de la pedofilia en Internet ha denunciado a la Policía que se ocupa de estos delitos en Internet, con quien tiene un acuerdo de colaboración firmado por la Unión Europea, más de 115.000 sitios web pedófilos desde 1993 hasta el 2014. Ver el Report del año 2014, donde se observa que Europa ocupa el primer lugar en números de dominios pedopornográficos, con un 37%, Africa es ya segundo con un 25%, Estados Unidos el tercero con un 23%, Asia el 12% y Oceanía el 2%: www.associazionemeter.org. El 50% de las denuncias a la Policía Postal provienen de Meter. Por lo que el número de sitios infames hay que multiplicarlo por dos al menos.

²⁹ Elisabeth Noelle-Neumann, *The Spiral of Silence. Public Opinion-Our Social Skin*, The University of Chicago Press, 1984, 1993, p. 139 y ss.

se orienta en esta segunda línea. De ahí la necesidad de fundar el estudio sobre bases antropológicas sólidas, de validez universal. Por decirlo con palabras felices de Diego Contreras, urge una “reforestación cultural”.

El concepto de familia que está en la base del estudio es la familia tal como la entiende la antropología cristiana³⁰ y que halla confirmación en la llamada sociología relacional³¹.

El grupo y proyecto de investigación han nacido en Roma en febrero del 2005, con motivo del primer workshop interdisciplinar sobre la familia y los medios que se celebró en la Universidad de la Santa Cruz entre docentes de las Facultades de Comunicación, Filosofía y Teología de esa Universidad, y docentes de comunicación de las Universidades de Navarra (España), Católica de Milán (Italia), Austral (Argentina) y CEU San Pablo de Madrid (España). Posteriormente, el grupo se ha extendido con otros miembros de las Universidades de Lugano (Suiza), CEU San Pablo de Valencia, Concepción de Chile, Católica de Argentina, La Sabana de Colombia y Panamericana de México (sede de Guadalajara). Esperamos que crezca y se afiance.

Considero de justicia, al concluir esta conferencia, dar público reconocimiento a san Juan Pablo II, a quien debemos la inspiración del proyecto. En 1994 Juan Pablo II -el papa de la familia”, como lo definió Papa Francisco en la homilía de su canonización- dedicó el tradicional mensaje de la Jornada de los medios de comunicación social a “los medios en familia”³². Nos pareció que, como Facultad de comunicación, no podíamos ser sordos a su llamada. Le estamos muy agradecidos.

³⁰ Personalmente la leo a través de este autor, entre otros: Antonio Malo. *Yo y los otros. De la identidad a la relación* (tit. or. *Io e gli altri. Dall'identità alla relazione*). Edusc, Roma 2010

³¹ Pierpaolo Donati. *Manuale di sociologia della famiglia*. Laterza, Roma 1998

³² Mensaje del santo Padre Juan Pablo II para XXVIII Jornada Mundial de las Comunicaciones Sociales. http://w2.vatican.va/content/john-paul-ii/es/messages/communications/documents/hf_jp-ii_mes_24011994_world-communications-day.html

Sitios web dedicados a la familia y monitorados por Familyandmedia

En lengua italiana

www.comunicareinfamilgia.com
www.documentazione.info
www.guidagenitori.it
<http://cisf.famigliacristiana.it>
www.familyparty.it
<http://www.webcattolici.it/>
www.copercom.it/
www.anspi.it
www.agensir.it
www.davide.it
www.lasfidaeducativa.it
www.farfamiglia.it
www.aiart.org
www.moige.it
www.genitori.it
www.cogitoetvolo.it
www.nuoviorizzonti.org
www.famigliaok.it
www.puntofamiglia.net
www.afifamiglia.it
www.age.it/
www.agesc.it/
www.famiglienumerose.org
www.famiglieperaccoglienza.it

www.mpv.org/

In lengua española

www.afavordelomejor.com
www.hacerfamilia.com
www.hacerfamilia.com.ar
<http://hacerfamilia.cl/>
www.concapa.org/
www.generacionesinteractivas.org/
www.lafamilia.info
www.arvonet
www.forumlibertas.com/
www.redpapaz.org/
www.familiasnumerosas.org
www.thefamilywatch.org
www.ocendi.com
www.hablemosencasa.com.uy
www.pantallasamigas.net
www.elconfidencial.com
www.redprovida.com
www.conoze.com
www.gestionandohijos.com
www.familiasnumerosasdeandalucia.org
www.actualidadyanalisis.blogspot.com
www.alia2.org
www.vidanueva.es

www.arguments.es
www.ncregister.com
www.catalunyacristiana.cat
www.accionfamilia.org
www.familiadigital.net
www.ateleus.com
www.atrcv.org
www.menoresenred.com
www.catholic-link.com
www.media-tics.com
www.encuentra.com
www.lafamiliaimporta.com
www.catholicvoices.info/es
www.enfoquealafamilia.com
www.blogdelafamilia.com
www.icmedianet.org
www.forofamilia.org
www.sembrarfamilia.org
www.coincidir.es
www.comunicadorescatolicos.org.mx
www.mensaje.cl
www.valoresreligiosos.com.ar

In lengua inglés

www.infoval.org
www.mercatornet.com
www.americanvalues.org
www.frc.org
www.afa.net

www.imfcanada.org
<http://catholic.net/>
www.thrivingfamily.com
www.momsmagazine.com
www.irishcatholic.ie
www.uscatholic.org
www.americamagazine.org
www.catholicvote.org
www.osv.com
www.americancatholic.org
www.thecatholictelegraph.com
www.texasatholic.com
www.catholicphilly.com
www.eyeofthetiber.com
www.wimmerblog.com
www.lifenews.com
www.catholicvoices.org.uk
www.catholic-sf.org
www.catholicireland.net
www.catholicnewsagency.com
www.catholicherald.co.uk
www.firstthings.com
www.commonwealmagazine.org
www.thewandererpress.com
www.ewtn.com
www.csmonitor.com
www.catholicnews.com
www.catholicdigest.com

www.cruxnow.com

www.catholicmom.com

Compilazione: *Fabrizio Piciarelli*