

A incidencia do espazo mediático na identidade cultural cotiá: espazo público vs. espazo privado

Enrique Castelló Mayo – enrique.castello@usc.es

(Departamento de Ciencias de la Comunicación - Universidad de Santiago de Compostela)

Resumo

Partindo do suposto de que a produción humana de signos obxectiva unha realidade, este traballo pretende analizar a transcendencia do labor obxectivizador dos denominados “medios de comunicación” e a súa incidencia na conformación identitaria das súas audiencias. Así partindo dos postulados da Socioloxía do Coñecemento, e da súa precursora a Sociofenomenoloxía, advírtese da importancia da linguaxe na obxectivación da vida cotiá e da súa crecente substitución mediática, co seu inevitable sesgo espectacular, na mediación obxectiva da experiencia do suxeito na súa contorna: unha experiencia de crecente amálgama entre a vivencia directa da contorna inmediate e a percepción vicaria dunha contorna mediática que, no entanto, resulta cada vez máis propio.

Palavras-chave: Producción mediática, Interculturalidad, Comunicación Identitaria, Lenguaje.

Abstract

Based on the hypothesis of the human production of signs generates a reality, this work tries to analyze the importance of the "mass media", and his importance in the construction of the identity of the targets. Basing on the theories of the Sociology of the Knowledge, and of his precursor the Sociophenomenology, we warn the importance of the language in the objectivation of the daily life and his eclipse by the media production: a confusion between direct experience of the immediate environment and that of the media environment.

Keywords: Media production, Interculturality, Identity Communication, Language.

Corpo do traballo

En un contexto global con una palmaria imposición del inglés como lingua franca de la comunicación mediática, con los insoslayables matices en lo tocante a los avances del chino mandarín y del español en cuanto a número efectivo de hablantes, se antoja ciertamente como un anacronismo plantear un encabezado como el que proponemos para el presente trabajo, si bien confiamos en que las páginas que suceden al presente introito justifiquen su vigencia.

Partamos de la evidencia de que la producción humana de signos objetiva una realidad, entendiendo tal producción dentro de esa otra denominación, sin duda más omnicompreensiva, de “lenguaje”, que podemos definir con Berger y Luckmann (1998: 55), como ese «...sistema de signos vocales, es el sistema de signos más importante de la sociedad humana».

Y es que, aunque resulta innegable esa insoslayable importancia de las diferentes manifestaciones del lenguaje en la construcción de la realidad, ya en su modalidad directa o mediada, creemos preciso insistir acerca de la influencia del lenguaje en la aprehensión de la *realidad de la vida cotidiana* como ordenada, preexistente e independiente del individuo.

En este sentido, volviendo a los postulados de Berger y Luckmann (1998: 39), la realidad se presentaría ya al individuo como *objetivada*, entendiendo por tal esa característica e inexorable designación humana de los objetos como tales antes si quiera de que el acceso del individuo a la escena se haga efectivo.

Pues bien, ese lenguaje utilizado de modo inadvertido en su cotidianidad, no cesa de proporcionar al individuo toda una compleja constelación de objetivaciones impensables, implementando en ellas un orden que pauta su sentido de integración en la vida cotidiana confiriéndole así ese significado intersubjetivo que permite una conciliación efectiva de la mirada de realidades subjetivas, tantas como habitantes, a la que hacemos referencia desde el título del presente trabajo, y que pueden estimarse en torno a los siete mil millones según las encuestas de población mundial.

Por otra parte, no olvidemos que Berger y Luckmann definieron la *objetivación* —en su derivación de la *Versachlichung* hegeliano-marxista— como la capacidad de la expresividad humana para materializarse en productos que, en la medida en la que alcanzan el carácter de objetividad, son accesibles tanto a sus creadores como al resto de esos casi siete mil millones de seres humanos que pueblan el planeta. Consecuentemente, estamos apuntando al hecho de que los signos comparecen como esas imprescindibles *objetivaciones* que sirven *ex profeso* como indicio de significados subjetivos: en este sentido, la significación —o producción humana de signos— se perfila así como un caso singular de objetivación.

Pero quizá sea mejor elucidar la intrincada concepción de la *objetivación* considerando un ejemplo ilustrativo al respecto aportado por los mismos autores:

El arma qua objeto en el mundo real sigue expresando una intención general de cometer violencia que cualquiera que conoce una arma puede reconocer. El arma, pues, es tanto un producto humano como una objetivación de la subjetividad humana (Berger y Luckmann, 1998: 53).

Una apriorística interpretación a pie de texto, podría llevarnos a concluir que cualquier *objetivación* que, ya en su esfera de realidad directa o mediática, el individuo ha de afrontar en su vida cotidiana — sea ésta un arma, un gesto, un gruñido, un abucheo...— podría ser utilizada como signo, ya que podría entenderse dentro de la categoría de indicios de la subjetividad de quienes los producen. Y, en buena reversibilidad semiótica, todos los signos podrían ser considerados *per se* como *objetivaciones*. Los postulados de la Sociología del Conocimiento despejan cualquier incógnita a este propósito al estipular que ninguna *objetivación* podrá ser considerada como *lingüística* a menos que forme parte de un sistema de signos accesibles objetivamente.

De este modo, el hecho de que la realidad de la vida cotidiana se presentifique al individuo como ya objetivada a través de un lenguaje cotidiano o común, que además le confiere su sentido, revela para Berger y Luckmann (1998: 68) hasta qué punto el ser humano interactúa, además de con su entorno natural inmediato, con un sistema social significativo que comparece como realidad objetiva por mor del lenguaje.

Esta es, pues, la conexión entre las objetividades y las subjetividades, la relación entre el tejido social y su ramificación identitaria en aquellos individuos integrantes del cuerpo social, en el complejo proceso de aprehensión de la vida cotidiana. Un proceso por el que, siempre según la Sociología del Conocimiento personificada en Berger y Luckmann, las instituciones objetivan los significados sociales a través de una materialización en interacciones sociales, que a su vez devienen reglas institucionales y organizativas o procedimientos invocables en todo momento a fin de justificar acciones.

El proceso se cierra a través de aquellas agencias de socialización que, como la familia, las escuelas o las profesiones, instruyen a los individuos en estas normas en las etapas de socialización primaria y secundaria, hasta incorporarlas definitivamente a sus identidades:

Mediante el proceso de socialización (...) los individuos se amoldan a los dictados de su sociedad. Desdichadamente (...), la oposición de individuo y sociedad expresada en este modelo no puede explicar el cambio social. La participación de los individuos en movimientos sociales destinados a alterar las instituciones sociales, la no conformidad y el crimen son atribuidos a una socialización inadecuada, en lugar de ser vistos como respuesta activa a los fenómenos sociales (Tuchman, 1983: 219).

Del mismo modo, Gaye Tuchman afirma que el monádico modelo de socialización imperante margina los grupos discrepantes negándoles la posibilidad de interpretaciones alternativas:

Un modelo alternativo y orientado hacia la fenomenología (...) sostiene que las instituciones segregan normas. Mediante la socialización, las personas aprenden a usar estas normas o reglas como un recurso para la construcción de significado. El uso de reglas es una actividad creativa, subjetiva, interpretativa y preteórica, no es una respuesta mecánica a su internalización (Tuchman, 1983: 219).

Pero para mejor justipreciar la trascendencia del lenguaje en la configuración identitaria y su impacto en la producción mediática intercultural, debemos retrotraernos a la Sociofenomenología, en tanto teoría precursora de la Sociología del Conocimiento. A la cabeza de sus postulados, Alfred Schutz afirma que tanto el vocabulario como la sintaxis del lenguaje cotidiano, constituyen instrumentos primordiales en la cognición del origen social.

Y es que, pese a su carácter precientífico, el lenguaje cotidiano se revela a la investigación social, en palabras de Schutz (1987: 10) como «...un tesoro de tipos y de características preconstituidos, de esencia social, que encierran contenidos inexplorados...» Un tesoro cuya valía remite al sistema de significatividades que prevalece en el seno del endogrupo lingüístico:

La jerga de la vida cotidiana es principalmente un lenguaje de cosas y sucesos nombrados, y cualquier nombre incluye una tipificación y generalización que se refiere al sistema de significatividades predominante en el endogrupo lingüístico que atribuyó a la cosa nombrada importancia suficiente como para establecer un término específico para ella (Schutz, 1974: 44).

De este modo, hemos llegado al limen crucial en el que debemos establecer con rigor los contornos y dintornos entre las experiencias directas —aquellas que el individuo percibe de su entorno inmediato— y mediadas —aquellas que son proporcionadas por los medios de comunicación— de la realidad.

Como hemos pormenorizado en otro lugar (Castelló, 2010: 38), las nociones de “comunicar” y “comunicación” están muy próximas a términos como “comunidad” y “comulgar”, subrayando el hecho de que ambas acepciones están basadas en un esquema comunicativo aún de índole circular.

Pero es sobre todo a partir del siglo XVIII cuando la noción de “comunicación” comienza a utilizarse también con la acepción de “transmisión”, primero en la física y la medicina, para después ampliarse al resto de las áreas de conocimiento: de este modo, el esquema comunicativo circular se transforma, pues, en lineal. Se trata, no obstante, de un análisis meramente retrospectivo, en la medida en que habremos de esperar a mediados del siglo XX para que surjan los primeros modelos o paradigmas comunicativos. En este sentido, las teorías clásicas de la comunicación persuasiva distinguen entre dos grandes modelos comunicativos: los paradigmas o modelos unilaterales y los paradigmas o modelos multilaterales o circulares.

Y es en este contexto circular en el que resulta complejo el establecimiento de límites entre aquello que consideramos experiencia directa o mediada de la realidad, en un entorno cada vez más amalgamado de estímulos heteróclitos. En este sentido, a pesar de que, como asiduos usuarios de los contenidos producidos masivamente por los denominados “medios de comunicación” no seamos conscientes de ello, solemos entender los acontecimientos sociales precisamente como meros objetos que se encuentran constituidos en alguna parte en la realidad.

En tal contexto, la sociedad delega en el profesional de la información la superación de todos aquellos obstáculos que impiden a la ciudadanía un acceso directo a dichos acontecimientos —sea por mor de su lejanía u opacidad—, para así proceder a su transmisión a la opinión pública con la mayor fidelidad y “objetividad” posibles.

La “objetividad informativa”, o hegemonía del objeto o referente informativo, se revela así como una cualidad que, en cualquier código ético o deontológico, prevalece sobre la “subjetividad informativa”, o hegemonía del sujeto o de su labor de interpretación a partir de tal referente.

Se trata de un planteamiento —sin duda coincidente con cierta ideología enarbolada por los denominados “medios de comunicación”, en la que incluso la propia denominación de “medios”

continúa teniendo sentido— que insiste en considerar el funcionamiento de toda comunicación social como un mero proceso de transmisión de información, según el paradigma estadístico-lineal formulado por Shannon y Weaver (1949).

Sin embargo, de acuerdo con lo postulado por Eliseo Verón (1995: 194), los medios informativos deberían ser entendidos, ya no como meros canales de transmisión, sino como el ámbito en el que las sociedades industriales producen su realidad: en consecuencia, los antedichos acontecimientos sociales tan sólo existirían en la medida en que son elaborados por esos mismos medios.

Se trata de una línea investigadora que implica un cambio trascendental en la conceptualización de la relación existente entre lo que Verón denomina con acierto el *expositor* —aquél que, desde los denominados “medios de comunicación”, nos facilita un acceso a los acontecimientos— y su *destinatario* —la “opinión pública” que demanda de esos mismos medios, así como del discurso que generan, un incesante contacto con el acontecer diario a nivel mundial—, en la medida que tal *destinatario* reconoce en aquél una absoluta potestad tanto para determinar la importancia del acontecimiento, como para describirlo y explicarlo:

Al desbordar la multiplicidad de los modos de construcción, la eficacia de las invariables del discurso termina por producir una unificación imaginaria y valiéndose del poder de su designación, el acontecimiento se impone en la intersubjetividad de los agentes sociales (Verón, 1995: 2).

También en este sentido, Pierre Bordieu (1997) describe la televisión como cierto instrumento que, tanto más pretende comparecer como reflejo fidedigno del referente real —objetivo, por tanto—, tanto más acaba por convertirse en un dispositivo creador de cierta realidad; y todo ello en un contexto social en el que el dispositivo televisivo se ha erigido en cancerbero del acceso a la interacción social y política de la ciudadanía.

La problemática inherente a la habitual asimilación entre la realidad y su constructo humano queda patente en la compleja reflexión husserliana a partir del *cogito cartesiano*: recordemos cómo Edmund Husserl propone un método cognoscitivo, denominado indistintamente como «puesta entre paréntesis», «reducción fenomenológica» o «epojé», a fin de trascender la actitud natural y acrítica del hombre hacia un mundo que, sea realidad o apariencia, acepta como existente.

Es preciso recordar —por más que lo olvidemos constantemente—, que *eso* que denominamos “realidad” está formado por una compleja y azarosa urdimbre de texturas y acontecimientos en la que además estamos inmersos: de ahí la extraordinaria paradoja por la que, pese a que cotidianamente nos veamos obligados a enfrentarnos con la realidad, experimentemos una terminante imposibilidad de describirla de forma definitiva.

Quizá por ello, dicho enfrentamiento se delega cada vez más en esos «medios de comunicación», que terminan así por convertirse en elementos constitutivos de nuestra realidad, tal y como afirmase Christian Doelker:

Los medios de comunicación sólo logran alcanzar esta importancia fundamental no por cumplir unas funciones básicamente nuevas, sino prosiguiendo lo que anteriormente se intentaba con otros medios: lo que aquí se postula es que tales logros deben entenderse como estrategias para la dominación de la realidad. Cuando los medios de comunicación perpetúan unas estrategias para la dominación de la realidad, y por su parte constituyen una nueva realidad —la «realidad» medial—, ello a su vez da lugar a unas nuevas estrategias tendentes a dominar esta «realidad» adicional (Doelker, 1982: 9).

Ahora bien, ¿en qué términos podría definirse esa nueva “realidad” producida por los medios de comunicación a la que se refiere Doelker? Una posibilidad, entre otras, se orienta al análisis del proceso de selección de sucesos por parte de tales medios, es decir, si en el proceso de selección sobre el *continuum* de sucesos prima su potencial informativo o bien su potencial espectacular.

Una tendencia en la que entra, pues, en crisis, la tradicional noción de la “veracidad” de los hechos sobre la que reposaba la dicotomía entre los programas informativos y aquellos de ficción, ya que, tal como afirmase Umberto Eco (1992: 16), resultará siempre menos relevante que la televisión diga la verdad, como que ella misma se instituya como verdadera.

Por otra parte, ese creciente *mixti fori* entre contenidos propiamente informativos y de ficción, responde precisamente a la heterogeneidad intrínseca al discurso televisivo dominante. Un discurso en el que todo el esfuerzo comunicativo se orienta a lograr convencer al espectador de que la realidad equivale a —y no “se ve reducida a”— todo aquello que permanece en campo y, en esa misma medida, al alcance del telespectador.

Se mantiene así intacta en el telespectador, de acuerdo con Santos Zunzunegui (1985: 376), una ilusión primordial de omnisciencia que es incesantemente alimentada por el dispositivo televisivo, a través de «...la multiplicación de nuestros poderes ante la realidad, su aprehensión aparentemente directa, su organización en espectáculo».

Afirma el autor que, con independencia de que cualquiera de los fragmentos de la realidad se presente con todos los atributos del espectáculo —esto es, al margen de toda posible “objetividad”—, tan sólo por el mero hecho de haber sido seleccionado para su emisión televisiva, pasa a ser automáticamente integrado en la intimidad del espectador conformando así su imaginario individual y social:

Esta espectacularización alcanza la totalidad de los recovecos de la programación y se infiltra, como no podía ser menos, en el tejido de los informativos, lugar que, en principio, parece reservado para la realidad en vivo, en bruto. Porque a la hora de la verdad, la realidad no alcanzará a las pantallas de televisión más que a condición de adoptar la forma externa del espectáculo (Zunzunegui, 1985: 372-373).

Paso a paso vamos, pues, delimitando los confines de un ciclópeo proceso de “fagocitosis espectacular” que, en el ámbito mediático en general y en el televisivo en particular, afecta precisamente a esos discursos, los informativos, de los que la ciudadanía cabría esperar un mayo esfuerzo conformador de la realidad. En otras palabras, eso que se denomina comúnmente “la vida «real»” - expresión que se evidencia coincidente con su versión mediática— no puede dejar de transformarse según las exigencias espectaculares:

No tanto porque los actores interpreten más abiertamente la comedia —o la tragedia—, sino porque lo que es visto no sabrá ser otra cosa que un espectáculo. Nuestra educación, nuestros ojos, nuestra televisión, lo exigen. Y lo restante, lo que no se presta a la espectacularización, será eliminado del campo de la gran información. Aquí aún, la realidad es el objeto de una especie de formalización, que no es fundamentalmente distinta de la formalización lúdica: lo que vemos, se convierte siempre en una especie de juego hecho para nuestro placer, aunque sea una espantosa «tragedia» como la del asesinato del presidente Kennedy (Burgelin, 1974: 77).

En tal contexto, resulta huero insistir con más ejemplificaciones en la dialéctica entre una “verdad mental” u “objetual-real”, que nos obligaría a remontarnos inexorablemente al debate medieval entre *nominalismo* vs. *realismo* o *individualismo* vs. *holismo*, a la confusión entre la “realidad social” y su “constructo teórico” que define la sociología, a la problemática descrita por la Sociología del Conocimiento como “reificación”, y así, *ad infinitum*...

Y es que tan sólo en tal contexto resulta factible la postulación cierta labor de “mediación objetiva”, de mera transmisión de información, entre unos sucesos perfectamente inteligibles y unos individuos que carecen de acceso a ellos: la labor de los denominados «medios de comunicación de masas».

Referencias bibliográficas

- Berger, Peter L. y LUCKMANN, Thomas (1998): *La construcción social de la realidad*, Buenos Aires, Amorrortu Editores, (e.o.: *The Social Construction of Reality. A Treatise in the Sociology of Knowledge*, Garden City (New York), Doubleday, 1969).
- Bordieu, Pierre (1997): *Sobre la televisión*, Barcelona, Anagrama.
- Burgelin, Olivier (1974): *La comunicación de masas*, Barcelona, A.T.E.
- Castelló, Enrique (2010): *Planificación de la Comunicación. Estrategias de la Comunicación*, Loja, UTPL.
- Doelker, C. (1982): *La realidad manipulada. Radio, Televisión, Cine, Prensa*, Barcelona, Gustavo Gili.

- Eco, Umberto (1992): «Verità della Televisione», en WOLF, Mauro (ed.): *Tra informazione ed evasione: i programmi televisivi di intrattenimento*. Torino, ERI-RAI VPT 36, p. 16.
- Schutz, Alfred (1987): *Le chercheur et le quotidien*. Paris, Méridiens Klincksieck.
- (1974): *El problema de la realidad social*. Buenos Aires, Amorrortu Editores.
- Shannon, Claude y Weaver, Warren (1949): *The Mathematical Theory of Communication*. University of Illinois Press.
- Tuchman, G. (1983): *La producción de la noticia. Estudio sobre la construcción de la realidad*, Barcelona, Gustavo Gili (e.o.: *Making News: a Study in the Construction of Reality*, Nueva York, Free Press, 1978).
- (1978): «Professionalism as an Agent of Legitimation», en *Journal of Communication*, nº 28.
- (1992): «Objectivity as Strategic Ritual: An Examination of Newsmen's Notions of Objectivity», en *American Journal of Sociology*, vol. 77 (4), pp. 660-679.
- Veron, Eliseo (1995): *Construir el acontecimiento. Los medios de comunicación masiva y el accidente de la central nuclear de Three Mille Island*. Barcelona, Gedisa.
- Verstraeten, Hans (1996): «The Media and the Transformation of the Public Sphere. A contribution for a critical Political Economy of the Public Sphere», en *European Journal of Communication*, London, Sage, Vol. 11 (3), pp. 347-370.
- Zunzunegui, Santos (1985): *Mirar la imagen*, Bilbao, Ellacuría.

Forma de citar este artigo:

Castelló Mayo, Enrique (2012): "A incidencia do espazo mediático na identidade cultural cotiá: espazo público vs. espazo privado" en *Anuario Internacional de Comunicação Lusófona*, 10. Santiago de Compostela: AGACOM e LUSOCOM, páxinas 217-222, recuperado o __ de __ de 2__ de http://issuu.com/anuariolusocom/docs/cap_tulo_16?mode=window&viewMode=doublePage