

Los medios de comunicación, agentes constructores de lo real

Celina Ramos

La intención que guía el presente artículo es la de reflexionar sobre el modo en que el ser humano actual accede al conocimiento en el contexto de vertiginoso cambio que la aparición de las nuevas tecnologías están imponiendo a la sociedad.

Una de las formas en que la realidad se ofrece al conocimiento es el lenguaje. Mediante el lenguaje, el acopio de experiencias se transmite. Es el acopio social del conocimiento que abarca la situación del ser humano en el aquí y en el ahora (aunque lo trascienda), sus límites y su ubicación en la sociedad, tipificando el pensamiento en lo que denominamos sentido común, en el marco de la realidad por excelencia que constituye la vida cotidiana.

Si la transmisión del conocimiento mediante la comunicación oral fue desbancada por la cultura escrita, hoy en día estamos asistiendo a la tendencia hegemónica de la cultura de los medios de comunicación. Si el lenguaje tipifica la experiencia y la transmite en forma de acopio social de conocimiento, el tipo de lenguaje que se utilice determina, de un modo fundamental, el acceso a ese conocimiento. Es por eso que el soporte de la comunicación tiene una considerable importancia como mediador y creador del conocimiento social.

Por ello que la comprensión del lenguaje

de los medios de comunicación social y de la forma en que éstos construyen la realidad en el contexto de la sociedad actual, es una reflexión que como docentes que somos, estamos obligados a realizar.

La realidad vivenciada

Mi conciencia posee diferentes esferas de realidad, mi intención la dirige hacia unas u otras, pero lo que se me presenta como urgente es la vida cotidiana que de algún modo ya estaba ahí ordenada de antemano en unas coordenadas espacio-temporales, una conceptualización reflejada en un lenguaje y una forma establecida de relaciones pautadas por diferentes constructos económicos, legales, de sexo-genero, éticos...

Es mi realidad que puedo compartir comunicándome con los demás, con su aquí y su ahora.

Al compartir con los demás su aquí y su ahora, mi realidad interfiere, se diferencia, se corresponde y se convierte en «la realidad» que comparto, en lo que se podría llamar el

sentido común de la vida.

Pero para mí existen otras esferas de realidad. El arte, la filosofía... que de alguna manera me abstraen de la realidad cotidiana y que constituyen experiencias subjetivas que puedo objetivar comunicándolas.

La interactividad social y el lenguaje

Cuando me comunico con otro ser mediante el diálogo puedo adentrarme en su subjetividad que muchas veces es espejo de la mía. Los esquemas que yo poseo para tipificar su experiencia pueden coincidir o no con los del otro, en todo caso entran en negociación e incluso pueden llegar a constituirse en tipificaciones que nos trascienden y se incorporan al acervo anónimo y común de nuestra sociedad como pautas de acción y actuación recurrentes.

La realidad se presenta como objetiva mediante el lenguaje que es un sistema de signos que me separa del aquí y del ahora, un sistema que es externo a mí y me coacciona, que tipifica la realidad y forma un acopio de experiencias que se transmiten en forma de acervo común en el que se integran muchos elementos, unos más relevantes que otros en función de situaciones o intereses. Elementos relevantes que forman estructuras básicas de importancia que pueden o no coincidir con las mías, pero que en todo caso forman parte de la realidad.

Pero en mi realidad y en la de los otros, un medio de comunicación que no es el diálogo se impone cada vez más. La configuración de la sociedad actual en grandes núcleos de población que generan importantes dificultades de ejercer el *vis a vis*, unida a los avances actuales en el terreno de la tecnología, hacen que la

comunicación utilice indiscriminadamente la modalidad unidireccional a distancia en soporte audiovisual. En este caso yo ya no puedo negociar con el otro sus esquemas tipificadores, éstos me son impuestos en un lenguaje que nubla mi racionalidad y pone en juego un componente emotivo y afectivo tan potente que si no comprendiera su código, aceptaría sin dilación sus propuestas.

La epistemología de los medios de comunicación

Ese otro, que está ahí y comunica, dirige mi pensamiento e integra mis experiencias del mundo, se impone sobre mi conciencia y sobre las instituciones que conozco, se implica en mis conceptos de belleza y bondad, y de alguna manera regula mis ideas sobre la verdad.

El soporte audiovisual de la comunicación tiene tantos visos de realidad verdadera que hoy en día su estatuto epistemológico es más elevado de lo que se podría esperar de un medio que debido a su propio lenguaje es fácilmente manipulable. Y es que, históricamente, el concepto de verdad esta ligado a los prejuicios de las formas de expresión.

El «ver para creer» siempre ha tenido un estatus preponderante y hoy más que nunca, debido a los desplazamientos causados a la cultura por la aparición de las nuevas tecnologías. El desplazamiento de la cultura de tradición oral por la escritura no se da en todas las sociedades de la misma manera; hay pueblos que sin pasar por la letra impresa están ya inmersos en la cultura audiovisual. En esta diversidad, diferentes soportes comunicativos conviven. Algunos medios viejos desaparecen y con ellos las instituciones que generaban y los hábitos cognoscitivos que favorecían, pero la conversación y la escritura permanecen, es

Los medios de comunicación, como instituciones legitimadas y con alto grado de credibilidad, producen significados que se graban poderosa e indeleblemente en mi conciencia y se constituyen como conocimiento que se reafirma en todo el entramado simbólico de la cultura.

por eso que la influencia del soporte audiovisual puede ser contestada.

La influencia de los medios

Mi vida cotidiana dispone de un tiempo limitado; parte de ese tiempo lo dedico a informarme sobre la realidad que me rodea; leo la prensa mientras me tomo un café, revistas profesionales o de información general mientras viajo en tren o espero; escucho la radio en el coche mientras me dirijo al trabajo; veo televisión en casa cuando siento interés por algún programa o estoy lo suficientemente cansada al final de la jornada. No es solamente el tiempo que le dedico a los medios lo que los hace significativos, modelan mi percepción del mundo y me hacen partícipe de su forma de entenderlo. Los medios no sólo me aportan información; me proporcionan una construcción selectiva del conocimiento de la sociedad; me señalan lo que es importante y trivial mediante lo que me muestran y lo que ignoran, mediante lo que amplían, silencian u omiten. Pretenden incidir en mis estructuras básicas de relevancia, e inciden. Y lo que para mí cobra especial importancia es la capacidad que poseen de mostrar los acontecimientos como auténticos y naturales, como parte de la forma de ser las cosas.

En la medida que los medios me muestran sus construcciones de significado como un ser natural de las cosas, tiendo a pensar que las cosas son así, como ellos las presentan y por lo tanto les concedo un estatuto ontológico independiente del obrar humano, ya que yo no tengo opción alguna a actuar en otro sentido que el asignado a mi estatus de rol creado, lo cual me impide ejercer la dialéctica entre lo que hago y lo que pienso.

La función de los medios como institución

Mi desarrollo humano se realiza en un contexto de orden social que tiene sus orígenes en la propia necesidad biológica de actividad.

Esta actividad está sujeta a la habituación por un proceso de economía que me permite la innovación.

La institucionalización de un hábito se produce cuando se da una tipificación recíproca. Estas tipificaciones, entonces, adquieren el carácter de accesibles al grupo social en el que se producen e incluso pueden adquirir un carácter histórico.

Las instituciones, al crear pautas de conducta tipificadas, controlan el comportamiento humano estableciendo pautas de conducta que guían su actividad en un sentido determinado en oposición a otros muchos que podían darse. Estas pautas de conducta constituyen significados socialmente compartidos que se sedimentan en mi conciencia y quedan este-

reotipadas como entidades reconocidas y memorizadas. Los medios de comunicación, como instituciones legitimadas y con alto grado de credibilidad, producen significados que se graban poderosamente e indeleblemente en mi conciencia y se constituyen como conocimiento que se reafirma en todo el entramado simbólico de la cultura. Su lenguaje, altamente especializado en el universo icónico-simbólico produce intensas identificaciones del yo con las tipificaciones de las acciones que muestran. Los medios de comunicación crean roles de comportamiento que tienen la función de mediadores entre sectores específicos del cúmulo

común del conocimiento, no sólo en sentido cognoscitivo, sino también el conocimiento de normas de conducta, valores y emociones (no quisiera extenderme, pero baste una reflexión

Los medios no sólo me aportan información; me proporcionan una construcción selectiva del conocimiento de la sociedad, me señalan lo que es importante y trivial mediante lo que me muestran y lo que ignoran, mediante lo que amplían, silencian u omiten.

somera sobre el estereotipo asociado al rol de hombre o mujer en el constructo sexo-género imperante en las sociedades sexistas).

La legitimación de los medios

La legitimación de los medios de comunicación se produce cuando se le atribuye validez cognoscitiva a sus significados objetivados. Su lenguaje característico: el icónico-verbal, que utiliza procesos simbólicos de gran alcance de integración significativa, constituye un marco de referencia en el que toda experiencia humana puede integrarse, creando de esta manera universos simbólicos en los que cristalizan los sedimentos y todo cúmulo de conocimiento del ser humano.

Por otro lado, los medios se sirven de los universos simbólicos ya creados por las diferentes instituciones que, desde el mito, han surgido en la historia de la humanidad, creando, de esta forma un proceso de legitimación que condiciona el ordenamiento de la vida y el actuar de la persona y por lo tanto su identidad.

Los medios establecen mecanismos para el mantenimiento de sus propios universos simbólicos.

La forma en que los medios presentan la información, primando, ocultando, o silenciando es un mecanismo del que se valen para aniquilar conceptualmente todo lo que está fuera de su universo. La retórica utilizada en sus mecanismos de comunicación, con todo su arsenal de recursos persuasivos, juega un gran papel en esta función, manipulando el potencial pasional, emotivo o empático del destinatario. De esta manera niega competencias o seduce utilizando, además, todo el arsenal de su representación icónica que parcializa, fragmenta e impone su punto de vista sobre lo real.

Los medios construyen lo real

Los medios de comunicación seleccionan aspectos del mundo que de esta forma aparece filtrado ante mis sentidos. El conocimiento que me proporcionan no solamente pone en juego mis capacidades cognoscitivas sino también emocionales: ante ellos río, me apeno, me enfado, me complacen... circunstancias que favorecen mi identificación con su discurso, apropiándome de este modo de los significantes que me exponen en una dialéctica entre mi auto-identificación y la identificación que los medios hacen de mí. De la misma manera operan con las significaciones de contenido social y la realidad en ellas establecida. Es así como los significados mediáticos cristalizan en mi interior y la realidad objetivada en su lenguaje se traduce en mi realidad subjetiva. Mi realidad subjetiva en determinadas situaciones cho-

ca frontalmente con aquella

objetiva que los medios me presentan; soy una persona adulta y poseo capacidad de crítica y discernimiento. Pero en situaciones en las que no puedo ejercer tales capacidades por no poseer los datos suficientes para ello, o en situaciones que los significados mediáticos no son relevantes para mí, la realidad que se me presenta se constituye en mi realidad. Esta realidad es reafirmada en los otros, que al estar, a su vez, inmersos en el consumo de información proporcionada por los medios de comunicación, actúan a modo de «coro» reforzándola. Es evidente que los medios no definen la naturaleza del mundo sino que actúan sobre un transfondo ya establecido y plausible, condición para que la interiorización de sus significaciones sea efectiva.

Conclusiones

La forma más importante del manteni-

Es evidente que los medios no definen la naturaleza del mundo sino que actúan sobre un transfondo ya establecido y plausible, condición para que la interiorización de sus significaciones sea efectiva.

miento de la realidad es el diálogo. Mediante la conversación se mantiene, modifica y reconstruye continuamente la realidad subjetiva, tanto es así que la realidad subjetiva de algo de lo que nunca se habla puede hacerse vacilante, o por el contrario, realidades subjetivas vacilantes pueden cobrar peso a base de la reiteración. Esto es así por la capacidad objetivadora del lenguaje.

En la actualidad existe un tipo de lenguaje con el que mantenemos contacto durante una cantidad considerable de nuestro tiempo y que pone en juego nuestra capacidad cognoscitiva, utiliza mecanismos de tipo emocional que implican la casi totalidad de nuestros sentidos. Este lenguaje es el de los medios de comunicación que llega a una ingente cantidad de individuos por la facilidad de asimilación de sus mensajes. Tal facilidad de asimilación oculta la paradoja de complicados códigos que la mayoría de sus consumidores desconocen y que son fundamentales a la hora de interpretar la información que emiten.

Este tipo de lenguaje, legitimado socialmente, presenta sus mensajes como una forma

natural de ser las cosas, ocultando las técnicas de que se vale para ello. Estos mensajes están cargados de significaciones objetivas que, operando en un transfondo de universos simbólicos, se convierten en potentes agentes de la construcción de lo real creando o reforzando significados socialmente compartidos que se cristalizan el acerbo común del conocimiento social.

Celina Ramos es asesora de medios en el Centro de Formación Continua del Profesorado (CEFOCOP) de Orense.

Referencias

- BERGER, P. Y LUCKMANN, T.: *La construcción social de la realidad*. Amorrotu.
- MASTERMAN, L. (1994): *La enseñanza de los medios de comunicación*. Madrid, La Torre.
- MCLUHAN, M.: *El medio es el mensaje*. Barcelona, Paidós.
- MATTERLART, M.: *Tecnología, cultura y comunicación*.
- POSTMAN, N.: *Divertirse hasta morir*. Madrid, Tempestad.
- SÁNCHEZ CORRAL, L.: *Retórica y sintaxis de la publicidad*. Córdoba, Universidad.
- SEMINARIO EDUCACIÓN NO SEXISTA: *Tras la Imagen de mujer*. Palencia, Universidad.