



Centro de Asesoría y Estudios Sociales
Atocha, 91 2º
28040 Madrid
Tel: 91 429 11 13 Fax: 91 429 29 38
www.nodo50.org/caes caes@nodo50.org

La era de la fe ciega

Medios de comunicación y producción de alteridad

Entrado el siglo XXI de lleno en la nueva “era de la información”, parece necesario reflexionar acerca de los procesos de adscripción identitaria dominantes en la sociedad capitalista moderna, las construcciones teóricas para la generación o justificación de dichos procesos, así como la relación entre los conceptos: ciencia, conocimiento, comunicación, ideología, poder, violencia, -auto-movilización,... Con las ideas de “producción de realidad” y “visión del Otro” como ejes principales del trabajo, éste se desarrollará en torno a una tesis principal que relaciona hábitos sociales de consumo, mercantilización, exclusión y racismo como componentes centrales de una relación causa-efecto que se recicla desde la ideología, la “ciencia”, la comunicación de masas y la incomunicación interpersonal. Encontraremos, en este contexto de análisis, discursos que se estrechan con peligrosos tintes reduccionistas, círculos que se cierran y profecías que se autocumplen, poniendo en cuestión el verdadero carácter científico de algunas explicaciones -hoy recurrentes- de la realidad y el carácter ideológico de otras.

*La cuestión es –dijo Alicia- si las palabras
pueden significar tantas cosas diferentes.*

*La cuestión es –dijo Humpty Dumpty- quién es el
que manda. Eso es todo.*

Lewis Carroll,

“Alicia en el País de las Maravillas”.

1 Introducción.

**La educación, por ejemplo, no es otra cosa que el resultado de todas las circunstancias en que un niño se ve. Velar sobre la educación de un hombre es velar sobre todas sus acciones, es colocarle en una posición en que se pueda influir sobre él como se quiera, por la elección de los objetos que se le presentan y de las ideas que se hacen nacer en él.¹*

El proceso que lleva a cabo la construcción de una imagen del Otro es resultado de complejas interrelaciones entre procesos políticos y económicos en los que cuentan mucho las lógicas de los “rendimientos”, la explotación o la subordinación, así como una justificación ideológica de tales fenómenos ante la sociedad. Es una dinámica de fuerzas que impregna la “psicosocialidad” del sujeto, y son de carácter económico muchos de los ejes de poder más rígidos de nuestra convivencia. Si los cambios no se acompañan de la *liberación psíquica del individuo*, si se realiza una apuesta político-social –de (auto) movilización- *negando la subjetividad* -o mediante mensajes contradictorios-, toda construcción será autoritaria.² Y tal condición queda bien demostrada en una nueva idea de futuro lanzada desde los medios de comunicación masiva: la “era de la información”, proyecto instituido que, como otros ámbitos del poder, echa raíces determinando relaciones cada vez más rígidas –pese a su discurso “libre y democrático”- que desembocan en un incremento de la “ceguera” epistemológica -por saturación y vaciado de mensajes- y una reducción de la comunicación, la formación y la cohesión social de sus consumidores-receptores. La dimensión semántica de los mensajes gana relevancia por encima de los valores que sustancian el símbolo elegido por el emisor, que a la vez participa como productor de lo representado. El instrumento es estético, formal, pero la consecución del objetivo real –implícito- se opone frontalmente a esos valores atados en origen al símbolo. Ahí yace la dualidad: el uso de mensajes contradictorios persigue actuar sobre el sujeto de modo eficaz, atribuyéndole el papel de “propagador” de la lógica imperante en su entorno vital. Y no lo hace en vano, pues la adscripción de los propios afectados al sistema que les “afecta” es una de las características que ponen de relieve más claramente la potencia atribuida, como ordenador de la vida, al capitalismo. Como diseñador de una estructura social y como proveedor de argumentos autorreferentes para el individuo. El éxito total llega cuando el propio individuo se autocensura antes de ser censurado, se anticipa al discurso determinista sobre la desigualdad, dibuja una visión del Otro antes de la primera toma de contacto,... aplica la lógica economicista ‘per se’, en cualquier ámbito. El orden jerárquico entre mercado y valores salta por los aires cuando tiene lugar esa invasión mercantil de todos los órdenes de la vida: necesidades humanas contra autorreferencia acumulativa de capital.

2 Identidad, alteridad, realidad y violencia.

**...la solución de la antinomia por la que se acusa a la etnología -de querer estudiar sociedades diferentes reduciéndolas a la identidad- sólo existe en el esfuerzo de las ciencias humanas en superar esa noción de identidad y ver que su existencia es puramente teórica: es la existencia de un límite al cual no corresponde en realidad ninguna experiencia.³*

Identidad y alteridad son una construcción social, pero no sólo la imaginación puede construir el enfrentamiento desde identidades asumidas y gestionadas como incompatibles en un escenario de relaciones esencialmente violento. Identidad y alteridad, como desigualdad y violencia o sometimiento y vulneración. La lógica resultante acaba calando en la subjetividad individual. Es esa construcción cultural de consecuencia aculturizante la que actúa desde las estructuras a la microrrealidad, con lo que la reproducción individual de patrones contribuye a reafirmar un escenario “diseñado” desde la ciencia-ideología. Un diseño continuo, que construye referentes y se mueve como sistema de pensamiento. La descripción que resulte a nivel colectivo –psicosocial- podrá identificar paralelismos reducidos al ámbito individual de cada sujeto tanto como abrir líneas comunes de evolución del grupo, por extenso que éste sea. Hablaremos de grupo, red, comunidad, sociedad,... masa. Como sujeto colectivo y como receptor de la comunicación masiva, inserto en una dinámica permeabilizada a los ejes de poder –capital, status, patriarcado, etnicidad, etc.- y que transforma técnicamente al individuo para “organizar” lo real.

¹ J.Bentham. *El Panóptico*. La Piqueta. Madrid. 1989.

² Mirtha Cucco. *Capitalismo, relaciones sociales y vida cotidiana*. CAES. Área de Psicología Social. 2004.

³ C. Lévi-Strauss, 1981, citado por J.J.Pujadas en *Identidad cultural de los pueblos*.

**La elaboración de una ideología que movilice un apoyo público permanente es condición necesaria para evitar un reflujo -como sucedió a Bush padre tras la Guerra del Golfo-. Esta ideología pivota en torno a la idea de una conspiración terrorista mundial contra el país más próspero y libre de la tierra.⁴*

Igualmente, apelar al miedo y contribuir así al cierre progresivo en torno al sujeto de la presión de la alteridad –microrrealidad e individualismo- es una vía que gana minutos en unos medios y páginas en otros. Ampliando la perspectiva a la producción de realidad y su subjetivización, la inseguridad y el miedo son condiciones del racismo, por ejemplo, y no sólo la ignorancia.

**Los que trabajan tienen miedo a perder el trabajo.*

Los que no trabajan tienen miedo de no encontrar nunca trabajo.

Quien no tiene miedo al hambre, tiene miedo a la comida.

Los automovilistas tienen miedo de caminar y los peatones tienen miedo de ser atropellados.

La democracia tiene miedo de recordar y el lenguaje tiene miedo de decir.

Los civiles tienen miedo a los militares, los militares tienen miedo a la falta de armas, las armas tienen miedo a la falta de guerras.

Es el tiempo del miedo.

Miedo de la mujer a la violencia del hombre y miedo del hombre a la mujer sin miedo.

Miedo a los ladrones, miedo a la policía.

Miedo a la puerta sin cerradura, al tiempo sin relojes, al niño sin televisión, miedo a la noche sin pastillas para dormir y miedo al día sin pastillas para despertar.

Miedo a la multitud, miedo a la soledad, miedo a lo que fue y a lo que puede ser, miedo de morir, miedo de vivir.⁵

Reforzando una confrontación y un contraste sin los cuales no puede reafirmarse la personalidad social como diferenciada, se añade carga al carácter cualitativo de dicha dualidad: víctima-agresor, bueno-malo, civilizado-bárbaro, amenazado-peligroso,... Yo-Otro, revelando la necesidad de negar al otro para saber quién somos: *no somos los otros, no somos los malos.*⁶ En este sentido, el inmigrante “no occidental” es el Otro por excelencia: *lo que hace de alguien un inmigrante es un atributo aplicado desde fuera, a modo de estigma y como principio denegatorio*⁷, otorgado a algunas personas extranjeras y difundido en el discurso mediático de la mano de cuestiones como delincuencia, marginación, terrorismo, desorganización, necesidad, gueto, desviación cultural, dificultad de comunicación,... amenaza. Mientras, la casi siempre positiva representación de las acciones sociales y oficiales propias se resume en la frase: *las autoridades velan por el bienestar de los inmigrantes*⁸. En definitiva, se define institucionalmente al inmigrante como “la persona extranjera susceptible de ser ilegal”, más sospechosa -y vulnerable a la gestión de ilegalismos- cuanto más alejada del patrón “hombre-blanco-occidental-limpio-consumidor”.

Los propios ‘*repertorios culturales y simbólicos*’⁹ se constituyen en términos cada vez más extremos de enfrentamiento, reproducidos por el sujeto o por la estructura legal, educativa, económica, laboral, artística,... mediática. Hobsbawm y Ranger¹⁰ hablan de “invención de la tradición” como reafirmación de la personalidad social propia, concepto que evoca el discurso del poder en las democracias neoliberales frente a su contraparte mundial “terrorista”, sustituta del comunismo como “enemigo número uno”: una violencia presentada como ilegítima y perversa ante la propia violencia legítima y benefactora. Las relaciones causa-efecto, el origen y la respuesta, no caben en una discusión tan miope.

⁴ Josu Perales, *La globalización totalitaria*, El Viejo Topo, 2003.

⁵ Eduardo Galeano, *El miedo global*, en *El Mundo al revés*, SXXI, Madrid, 2000.

⁶ Javier de Lucas, cit. por Marta Rizo García. *El discurso sobre el Otro en TV*. Universidad Autónoma de Barcelona.

⁷ Manuel Delgado. *Inmigración y producción de alteridad*. U. Autónoma de Barcelona.

⁸ Marta Rizo García. *El discurso sobre el Otro en TV*. Universidad Autónoma de Barcelona.

⁹ J.J.Pujadas, op. Cit.

¹⁰ J.J.Pujadas, op. Cit.

Otra violencia, la constitutiva de nuestra cotidianeidad en cuanto instauradora de fatalismo – aceptar lo que ocurre o puede ocurrir como “irremediable” tiene mucho que ver con ese alejarse de la prosocialidad para resolver cada problema desde el individualismo-, produce individuos cada vez menos conscientes de la realidad en que viven. Limitando sus capacidades expresivas y cognitivas mediante la anulación de los términos que las representan gráficamente, se forma un lenguaje versado en materias que en absoluto son neutrales ideológicamente. Un sistema simbólico cada vez más independiente de la conciencia. De este modo, la expresión de opiniones heterodoxas resulta casi imposible, no sólo en el momento en que éste sistema se desarrolla, sino también respecto de expresiones escritas del pasado: *mediante la traducción de antiguos textos a neolengua, la neolengua se convertiría en un instrumento mediante el cual el pasado podría ser reescrito*.¹¹

* *El conocimiento padece una transformación semiótica: se convierte en la interpretación de algo como algo mediante signos. Lo cognoscible y lo representable, y como lo que es es lo cognoscible, entonces lo que es es también representable y, finalmente, sin un intérprete que realice tal interpretación de representaciones, no puede haber conocimiento alguno.*¹²

* *Los medios de comunicación principales en el mundo occidental han seguido en parte el movimiento de la élite y las formas populares de resentimiento contra el Otro, y hasta las han exacerbado.*¹³

Además, el problema de la discriminación no se presenta como una propiedad estructural de una sociedad racista, atribuyendo residualmente la acción discriminadora a grupos de alterados o bien a grupos racistas organizados. Así se distorsiona la escena minimizando nuestro etnocentrismo y negando nuestro racismo de modo violento. Esa violencia es la constitutiva de un discurso que presenta a la víctima real como amenaza frente al cómplice real -que, a su vez, es presentado como víctima potencial-. Una violencia que se traslada a la incompatibilidad entre la idea falsa de progreso –asociada a la acumulación de riqueza monetaria en manos privadas- y la sostenibilidad de la convivencia en nuestra sociedad –incompatibilidad entendida como axioma irrefutable-. La pregunta será si es posible construir, con nuestras reglas del juego, una sociedad compatible con la diversidad, o si lo que construimos tiende justamente a lo contrario.

3 La invención de lo que existe. Actos de fe.

Es posible que en nuestras sociedades la Historia haya sustituido a la Mitología y, además, desempeñe la misma función que los mitos de las sociedades ágrafas: asegurar que el futuro permanecerá fiel al presente y al pasado.

*El carácter abierto de la historia está asegurado por las innumerables maneras de componer y recomponer las células mitológicas o las células explicativas, que originariamente eran mitológicas.*¹⁴ Pero un cierre epistemológico de esa historia crece si la comunicación circula monopolizada por quien desarrolla una forma particular de tratar esas células. La frontera que separa historia y mitología sufre distorsiones frecuentes que dependen del sujeto que dicta el discurso, la localización ideológica de sus argumentos, la influencia –movilización- que se pretende en el receptor del mensaje, ... puede tomarse historia como mitología, convertir mitología en historia o producir ideología que justifique la Historia. Identidad, alteridad, recurso a argumentos “culturales e históricos”, noción de ciudadanía y de extranjería, ... *el único modo de preservar la identidad es saltándose a la torera los derechos democráticos.*¹⁵ La democracia no parece compatible con sistemas de explotación y dominio, y el capitalismo es el más fiel ejemplo de estos últimos. Hablamos en términos estructurales, formales y psicosociales. Pero existe una palabra, “unidad”, *que se emplea para agredir y aniquilar las más legítimas diferencias y para ‘planchar’ las más venturosas rugosidades propias de lo heterogéneo.*¹⁶

Analizar el discurso desarrollado por las disciplinas “científicas” con que nos explicamos a nosotros mismos tiene mucho que ver con entender el funcionamiento de un proceso muy potente

¹¹ George Orwell. 1984. Destino. Barcelona. 2002.

¹² M^a Fernanda Noboa. *Los politólogos actuales*. Universidad Central de Ecuador.

¹³ T.A. Van Dijk, cit. por Marta Rizo García. *El discurso sobre el Otro en TV*. Universidad Autónoma de Barcelona.

¹⁴ Claude Lévy-Strauss. *Mito y significado* Alianza. Madrid. 1987.

¹⁵ Entrevista a Félix Ovejero, *El Viejo Topo*, octubre 2004.

¹⁶ Alfonso Sastre. *Manifiesto contra el pensamiento débil*. Hiru. Fuenterrabía. 2003.

de ordenación de la vida y movilización del individuo. Tal es el fin de todo sistema de ideas desde un punto de vista representacional: crear recreaciones de la realidad, explicar lo sucedido, atribuirle sentido,... actuar en el sujeto. Igual que, según Wittgenstein, *el lenguaje nos piensa*, también la economía nos regula, la ley nos acusa o el consumo nos consume, en mayor o menor medida, durante una *continuidad en la discontinuidad*¹⁷ ubicada en el presente histórico. Y el paso de lo representacional a lo funcional es breve si el análisis de la movilización del individuo parte de un escenario/mundo postindustrial–postfordista- postmoderno –“postfascista”, puede llegarse a oír... un clarividente análisis aportado por Foucault que parte de la noción de represión insiste en que ésta es insuficiente para “dar cuenta de lo que hay de producto en el poder.

El lenguaje, en sentido amplio, puede entenderse desde la función instrumental para el mantenimiento de un orden social atravesado y dibujado por diferentes relaciones de poder en tres vías distintas:

? *El lenguaje no sólo describe, sino que actúa sobre la sociedad -Austin, 1962-.*

? *Las formas de expresión son resultado de determinadas condiciones de producción - Foucault, 1969-.*

? *La construcción de ciertos elementos como reales tiene consecuencias en el orden social.*¹⁸

“Cuando se definen los efectos del poder por la represión se utiliza una concepción puramente jurídica de este poder...” la fuerza con que en los medios de comunicación se institucionaliza un determinado discurso acerca del Otro y se produce una realidad en que cumplir las profecías que en el primero se promueven. Berger y Luckmann (1966)¹⁹ propusieron cuatro niveles para el análisis del discurso de la legitimación del orden social que proporcionan muy útiles orientaciones para la comprensión del fenómeno:

? *La transmisión de un sistema de objetivaciones lingüísticas que nos permite identificar los elementos relevantes que forman parte de nuestra experiencia cotidiana.*

? *La fijación de esquemas explicativos que relacionan conjuntos de significados objetivos.*

? *La elaboración de discursos explicativos en los que un sector institucional se legitima a partir de un cuerpo específico de conocimientos.*

? *A partir de universos simbólicos que consisten en áreas de tradición teórica que integran ámbitos de significación distintos y engloban el orden institucional en una totalidad simbólica. Mediante los universos simbólicos se puede hacer referencia a unas realidades ajenas a la experiencia cotidiana.*

Se identifica poder con una potencia legal de coacción/represión, pero el escenario es mucho más amplio:

**Lo que hace que el poder se sostenga, que sea aceptado, es sencillamente que no pesa sólo como potencia que dice ‘no’, sino que cala de hecho, produce cosas, induce placer, forma saber, produce discursos -¡Produce discursos!-. Hay que considerarlo como una red productiva que pasa a través de todo el cuerpo social en lugar de como una – simple- instancia negativa que tiene como función reprimir.*²⁰*

4 Empeñados en no reconocer la causa...

El discurso weberiano que caracteriza a la modernidad por la separación de las tres esferas de la cultura –ciencia, ética/política y estética- coincide con un análisis sintomático que advierte crecientes signos de “epistemofobia” en nuestra sociedad, su autoconcepto y sus procesos de reflexión. Lo “racional” se instrumentaliza como legitimador de procesos excluyentes y desequilibrados, de forma que dejamos de preguntarnos acerca de la posibilidad de construir una sociedad justa. Lo “justo” es lo acreditado como verdad absoluta por teorías “racionales” pseudocientíficas que se justifican mediante modelos “matematizados”. “Competencias perfectas”, “libertad del consumidor”, “consumo como paradigma democrático”, “vacía apología de las

¹⁷ J.J.Pujadas, op. Cit.

¹⁸ Pep García-Borés y Joan Pujol (coordinadores). *Los no-delinquentes*. Fundación La Caixa. Barcelona. 1995.

¹⁹ Idem. (cita, p. 58).

²⁰ Michel Foucault. *Diálogo sobre el poder*. Alianza. Madrid. 1981.

libertades”,... desde una “ciencia” económica-social predicada como neutral pero productora de ideología movilizadora por el individualismo y el margen de beneficio de cada decisión.

La comunicación de masas funciona sobre un progreso tecnológico a la vez que sobre un proceso social: extendiendo el discurso publicitario, instaurando en las conciencias un objetivo principal e incuestionable -¡vender!-, empobreciendo lenguajes, buscando hurgar de manera intensa en la emotividad, vaciando -de información propiamente dicha- cualquier mensaje. *La economía simbólica del lenguaje es la que controla las mentes de los actores políticos y sus propias acciones.*²¹

Capitalismo, exclusión, antidemocracia, desarraigo, riesgo, deuda, miedo, escasez, abundancia, racismo, determinismo, son términos complementarios en un mismo orden social en que la explicación “racional” se construye como coartada para justificar hechos consumados con motivos éticamente inconfesables, de modo que cualquier método de análisis ordenado y explicativo, si busca relaciones causa-efecto más allá de las dictadas desde un determinismo pre-diseñado por el discurso hegemónico, fracasa.

Apología del reduccionismo y fundamentalismo de mercado. Esa parece ser la verdadera religión totalitaria de nuestro siglo, si atendemos a su fuerza movilizadora -individual y colectiva- y a la colonización que ésta lleva a cabo en nuestro espacio y tiempo vitales.

* *Hoy en día lo que cuenta no es el contenido de la comunicación, lo que cuenta es el número de personas que consumen esa comunicación.*²²

Podría decirse que nuestra cotidianeidad se compone, más que nunca, de un compendio de “actos de fe” que repetimos tanto como invocamos a la racionalidad para justificarlos: los parámetros económicos, su lenguaje, el trabajo asalariado y el consumo permanente permeabilizan el orden psicosocial de la vida.

No se trata del clima idóneo para tratar, sin extremismos e intolerancias, la concepción de un Otro -étnico, idiomático, cultural, económico, territorial, político,...- cada vez, por otra parte, más presente en nuestro vecindario.

Esa “epistemofobia moderna” se caracteriza por la ausencia de cuestionamiento o replanteamiento político para ciertos problemas endémicos que no han menguado -todo lo contrario- con la llegada de cambios más forzados en el orden económico-social. De esa manera, los ejemplos cotidianos de “pasaje al acto” crecen en número y en gravedad. En psicología, se habla de pasaje al acto como el proceso en que el sujeto con trastorno de conducta, sin reflexión alguna de por medio, percibe un estímulo y actúa directamente, de forma que, a la vista de un tercero, no existe coherencia -relación lógica- entre lo recibido y lo expresado. Muchas veces se acompaña de violencia o agresividad, y nunca contribuye a resolver con eficiencia el problema que define esa situación de trastorno.

Pues bien: extrapolando tales términos a la reacción social -y a su expresión política o institucional- al respecto de la exclusión, la inmigración, la cárcel, las formas de violencia, la discriminación sexual o étnica, las ideologías, los procesos identitarios, el consumo compulsivo y desmedido, la despolitización creciente,... podríamos concluir que como sociedad también protagonizamos sucesivos pasajes al acto. Siempre que busquemos antes el culpable que la causa, por ejemplo. Siempre que pidamos más castigo en lugar de más prevención y resiliencia -palabra clave en un trabajo social que pretenda cambios hacia la justicia-. Ello se acompaña de un fenómeno simultáneo: la delegación de responsabilidad en agentes abstractos; la falta de participación política, social y cooperativa. Desde la construcción de hogares cada vez más herméticos a la constitución de un sistema parlamentario-contemplativo de facto, en que el ser político es engullido por el ser económico pero la persona mantiene unas necesidades de autorrealización y desarrollo en el ámbito de las emociones/pasiones cada vez peor satisfechas. Y en este escenario, la comunicación de masa no es vehículo de cambio social, ni mucho menos. Acaso actúe como anestésico no exento de múltiples contraindicaciones. Desde los grandes medios se articula la institucionalización de ese pasaje al acto y, en sus extremos más preocupantes, la legitimación epistemofóbica de una nueva “ley del talión”.

²¹ M^a Fernanda Noboa. *Los politólogos actuales*. Universidad Central de Ecuador.

²² Ignacio Ramonet. En: *La tecnología. Revolución o reforma. El caso de la información*. Hiru. Fuenterrabía. 2000.

5 Conocer. Informar. Comunicar. Obedecer.

Uno de los fenómenos en esa labor reproductora de los medios de comunicación puede recibir el nombre de “fetichización”. Ese concepto nos plantea qué es la producción de mitos y desde qué fuentes se lleva a cabo en la actualidad. La transposición entre ficción y realidad que se intenta proyectar sobre el espectador-consumidor es una consecuencia de la confusión provocada por el uso publicitario de imágenes y valores. El choque entre los valores exaltados y la realidad en que se mueve el receptor de dichos mensajes es frontal, como comprobables las consecuencias sociales que acompañan a este fenómeno cultural. De la técnica publicitaria del emisor al trastorno emocional-conductual del receptor.

El “pensamiento único” es resumen, a veces intuitivo y empleado ya como frase hecha, de cómo muchos individuos se enfrentan a un espectro de posibilidades que se encoge ante sus ojos y de cómo la forma de pensar –ver el mundo- más extendida como “monopolista de las soluciones” recurre al “mal menor” y al fatalismo de partida. El “universo de lo posible” que se ofrece al sujeto como insondable es en realidad estrecho, dramático en ocasiones, y los medios de comunicación se mueven eficazmente en esas coordenadas. Más aún: actúan, a nuestro entender, como uno de los vehículos principales para la reproducción de muchos de los fenómenos que nos ocupan en este texto. Aquí aparece la necesidad de “desaprender” como condición para una re-humanización del orden social y político: para devolver al paradigma de linealidad del progreso su importancia relativa –nunca hegemónica- y situar la prosocialidad en el centro de una reflexión libre de sujeciones economicistas que tienen dueños y beneficiarios con nombres y apellidos.

El individuo “separado de sí mismo” reconoce –más o menos conscientemente- el choque entre las posibilidades ficticias que consume por la vista y el oído –razones instrumentales al servicio de un fin económico- y la realidad-obstáculo a la que se enfrenta cada día. ¿Contribuye la comunicación masiva a formarnos como seres prosociales y solidarios o, por el contrario, a subjetivizar una posición identitaria “frente a” quien aparece claramente estereotipado por la información repetida, la “alarma social” y esa epistemofobia antes descrita? A ello contribuye, obviamente, la inmediatez y el ámbito temporal “cortoplacista” en que se mueve el negocio de esos grandes medios que ocupan, en media, cuatro horas de nuestro tiempo. Ese es el número de horas que en el estado español se ve la televisión cada día –sólo la televisión-. Y cuando el espectro de posibilidades de acción y la realidad de inmersión del sujeto se conforman en condiciones como éstas, parece lógico atender a una cierta distorsión en la relación “sana” –hablando en términos de justicia social- entre “jerarquía, mercado y valores”. La publicidad lleva la semántica de los valores al uso mercantil de su holograma estético y superficial; la lógica del mercado impregna áreas de nuestra existencia/emociones y de ello resulta otra dualidad: la del sujeto-mercancía contra el sujeto-consumidor como, en otro nivel, la del objeto personificado –¡fetichización!- contra su simétrico: la persona “cosificada”.

Castoriadis advierte de la necesidad de no entender estas relaciones como algo externo o agregado a personas y cosas, que serían, de ese modo, objetos idealmente definibles con independencia de su inserción en ese tipo de relaciones. Marx hablaba ya de *relación entre personas mediadas por cosas*.²³

**Las necesidades, que mueven a los hombres a autorrelativizarse en los mitos, se oponen con seguridad y en cierta medida a la libertad... se trata del deseo de trascenderse en el orden, que significa tratarme como un objeto en un ámbito fijado de propiedades, como una cosa que llena una posición dentro de una construcción ya dispuesta con anterioridad a mí, aunque fuese virtualmente... el mito sólo puede ser así milado si se convierte para la mirada particular en una especie de imposición, a la que está sometida igualmente la sociedad entera en que participa el individuo.*²⁴

Más allá del debate sobre si “vivimos como pensamos” o “pensamos como vivimos”, este proceso de producción social postfordista/moderno desencaja la relación entre status y felicidad o entre sacrificio y bienestar. Se abre otro plano –más tenso- de relación entre riesgo y recompensa, y el conflicto subyacente tiene lugar tanto en el propio ser humano como en el “centrifugado” social de acumulación y exclusión. La exclusión es una variable explicativa de todo proceso social y de sus estructuras de desigualdad, y sus “sumideros” y vías de promoción son tan importantes como invisibilizadas por nuestro “sistema de ideas”.

²³ Mirtha Cucco. *Capitalismo, relaciones sociales y vida cotidiana*. CAES. Área de Psicología Social. 2004.

²⁴ Leslez Kolakowski, *La presencia del mito*, Cátedra, Madrid, 1990.

Sería ridículo, por ejemplo, medir el volumen de contenidos de prensa, radio o televisión en relación al tamaño de la población de “referencia” -casi siempre minoritaria pero “espejo” de imagen, status y patrones- de dichos contenidos. Muy diferente, eso sí, -y muy mayoritaria- es la población a la que se destina gran parte de la información que esos medios venden sus mitos.

**Lee Iacocca, que había sido ejecutivo estrella de la empresa Chrysler, visitó Buenos Aires a fines del '93. En su conferencia, habló con admirable sinceridad sobre el desempleo y la educación:*

-El problema del desempleo es un tema duro. Hoy podemos hacer el doble de autos con la misma cantidad de gente. Cuando se habla de mejorar el nivel educativo de la población como solución al problema del desempleo, siempre digo que me preocupa el recuerdo de lo que pasó en Alemania: allí se publicitó la educación como remedio a la desocupación, y el resultado fue la frustración de miles de profesionales, que fueron empujados al socialismo y la rebelión. Me cuesta decirlo, pero me pregunto si no sería mejor que los desocupados actúen con lucidez y se vayan a buscar trabajo directamente a McDonald's.²⁵

Otra vía de estudio se dirige al conocimiento y su papel, como sujeto o como objeto, a día de hoy: agente movilizador de consumismo y alteridad a la vez que mercancía consumida²⁶, respectivamente. Pero cuanto menor es la coherencia/completitud de argumentos en esa discusión, mayor es el peso dado al supuesto carácter científico de éstos. Así, cualquier crítica o planteamiento alternativo, por empírico y transparente que sea, encuentra graves obstáculos para expresar siquiera una descripción del conflicto. El concepto de democracia es objeto, en ese contexto, de agresión directa. Por acción y omisión, en el discurso y en la práctica, ideario también reproducido -el de la agresión, la amenaza y la defensa de lo propio, para quien lo tenga- por la comunicación masiva. Si bien el conocimiento es entendido, en primera instancia, como representador de cosas y relaciones, crece su identificación con la idea de “saber hacer” en el plano instrumental y en el plano simbólico.

La eficacia de la comunicación interpersonal y la consistencia de las redes de apoyo en el hábitat cotidiano del sujeto disminuyen, pero aumenta el número de actos y vivencias en que debe asumir el papel de objeto-mercancía o el rol de consumidor.

Si conocer es “adaptarse al medio”, debemos hablar de adaptación y, con ello, de inadaptación. En el ámbito de lo conductual, una ortodoxia ideológica creada -los conceptos “think-tank” o “lobby” amplían su ámbito de influencia más allá del orden político originario, de modo que se comprueba el hecho de que “todo es ideología”- marca la normalización, la naturalización, la desviación,... con referencias estereotípicas más cercanas a la estética que a un argumentario riguroso, pero con la ventaja de un poder constituido firme -institucional y para-institucional- y un poder constituyente insuficientemente movilizado para responder. La clasificación -si es “científica”, mejor- es una herramienta de que se vale toda relación de dominio: así, el mecanismo que produce la alteridad es un artefacto nominador que atribuye, además, el papel de dominado a un sector mayoritario de las poblaciones. Y la víctima objetiva de esa lógica parece adscribirse al sistema por creerse inmerso en una dinámica cerrada que es “la mejor posible”, de forma que toda salida a una situación subjetiva no deseada pasa por “subir” cada escalón microidentitario. El conflicto, presente desde el desayuno hasta la cena, se resuelve persiguiendo un status mayor -aunque cada vez más artificial- y reproduciendo el desequilibrio, en la parte inferior de una relación de sometimiento pero -“por lo menos...”- en la parte superior de otra.

Consideramos dos vías de conocimiento principales: un conocimiento acumulativo frente a un conocimiento nuevo. A partir de aquí, nos preguntamos cómo crece -si crece- la información que los acontecimientos nos aportan a medida que acumulamos “conocimiento”, igual que si nuestra observación se enriquece por ello o no... pero no es fácil acertar a conocer la verdad, ni siquiera es esperable que un medio de comunicación masiva proporcione información suficientemente completa y -en consecuencia- rigurosa en ningún momento:

- Existe una brecha entre el lenguaje de nuestras necesidades inherentes y el lenguaje de los medios como sistema simbólico que, de reducirse, lo hace en perjuicio de las primeras.

²⁵ Eduardo Galeano, *El realismo capitalista*, en *El Mundo al revés*, S.XXI, Madrid, 2000.

²⁶ En sentido amplio, “movilización” y “consumismo” podrían entenderse como “capacidad de condicionar los hábitos, conducta y comportamiento del individuo” e “interiorización de una lógica por la cual las líneas de interacción de todos espacio social se entienden desde el paradigma explotador-mercancía”.

- Igualmente, esa brecha se abre entre la propia experiencia del sujeto y el mundo representado en los medios como paradigma de éxito.
- Cuando no es así, el acercamiento tiene lugar por vía de la tragedia, el drama, el crimen, el peligro.
- La lógica mercantilista pasa por encima de valores ignorados ya a favor de patrones estéticos y mensajes bruscos cada vez más incisivos y más concretamente dirigidos al individuo.
- Esa desproporción entre necesidades del ser humano –naturales- y necesidades del agente consumidor –arbitrarias- se da también en el plano psicosocial, entre necesidades inherentes al sujeto y conductas aprendidas/reproducidas.
- El lenguaje dual, contradictorio, propio –no sólo- del uso publicitario para el consumo y consecuencia directa de la forma que toma nuestra “comunicación” en los medios, consigue separar al espectador de sí mismo, confundir y desconcertar al plano emotivo respecto de su complemento “locomotor” como sujeto económico.

Con clarividencia y anticipación inauditas, el término *neolengua*, acuñado por Orwell, refirió a una lengua *oficial* creada para solucionar necesidades, con la disminución del área de pensamiento como finalidad, a través de instrumentos tales como la reducción del número de palabras al mínimo indispensable, la simplificación de significados y la catalogación de éstas en áreas: palabras de *uso cotidiano*, palabras construidas con *propósito político* y palabras *técnicas o científicas*.²⁷ Desde aquí puede entenderse e ilustrarse parte de lo descrito en estas páginas.

Este proyecto persigue evitar que el individuo sea consciente de la realidad en la que vive y se desarrolla, a través de la limitación de sus capacidades expresivas y cognitivas mediante la anulación de los términos que las representan gráficamente, es decir se trata de formar un lenguaje versado en materias no neutrales ideológicamente tan independiente como sea posible de la conciencia. La expresión de opiniones heterodoxas en neolengua sería casi imposible, no solo en el momento en el que esta se desarrollase, también atacaría a expresiones escritas del pasado mediante la traducción de antiguos textos a neolengua, la neolengua se convertiría en un instrumento mediante el cual el pasado podría ser reescrito.

6 Conclusiones.

**Estamos lejos de las concepciones reduccionistas que encierran la vida en una cantidad abstracta que puede aumentarse o disminuirse a voluntad. Es más, esta idea totalmente capitalista que hace de la vida una propiedad privada a nuestra disposición es absolutamente contraproducente. Toda propaganda consumista con su oferta de dosis de aventura, de emociones, etc. se basa en ella. La vida es simplemente un nombre*²⁸

Resultado: aumenta la información, se reduce el conocimiento, más estrecha es la observación... contra ello, dotar a la persona de instrumentos para la interpretación y el razonamiento es cada vez más difícil si el espacio privado de la vida pierde peso respecto al público y en este último las relaciones mercantilizantes ocupan tanto... degradando las funciones sociales de instituciones como la enseñanza, la medicina, la ley,... hasta alcanzar el entorno social próximo o la familia.

Los medios de comunicación se zambullen en el negocio en que son contendientes dando voz a la lógica de producción de alteridad:

*Si estos relatos pueden ser impresos y puestos en circulación, es porque se espera de ellos un efecto de control ideológico -ya que la impresión estaba sometida a un control estricto-, fábulas verídicas de la pequeña historia. Pero si son acogidos con tanta atención, si forman parte de las lecturas de base de las clases populares, es porque en ellos no sólo encuentran recuerdos sino puntos de apoyo; el interés de «curiosidad» es también un interés político.*²⁹

- Si los medios proponen y reproducen modelos culturales –estéticos, subideológicos-concretos, también nos facilitan una imagen de los –cualesquiera- Otros. Su participación del discurso de la aparente tolerancia hacia los Otros convierte la estigmatización del diferente en una acción latente, implícita, pero sus mensajes son más que racistas. El mensaje que se dice integrador no es tal.

²⁷ George Orwell. 1984. Destino. Barcelona. 2002.

²⁸ Santiago López-Petit. *El infinito y la nada*. Bellaterra. Barcelona. 2003.

²⁹ M. Foucault, citado por Francesc Barata en *El drama del delito en los mass media*. Universidad Ramón Llull. Barcelona. 1996.

- El techo ideológico de las élites políticas y mediáticas se revela, en este escenario, compartido por ambas. Marx y Engels hablaban del *aparato transmisor de ideología*.³⁰

- Si los medios concentran la carga informativa en mensajes cada vez más concretos, sintéticos y contundentes para el receptor, también presentan y legitiman los saberes que se aceptarán como competentes para clasificar a una población consumidora y a la vez clasificada, por, hacia, para y desde su consumo.

- Si la comunicación de masas amplifica las voces cantantes de los sectores capaces de acceder al control o disfrute de los medios –sectores minoritarias y propietarias-, también colaboran en la definición de sus confines y, con ello, “en la delimitación de todo lo demás, lo inorgánico y, por tanto, peligroso”³¹ Reflejan la eterna lucha del bien contra el mal. Un bien que es orden y un mal que es todo aquello que lo contradice.

- Si los medios repiten el mensaje y convierten la difusión de “información” en una cuestión cuantitativa –por encima de toda referencia cualitativa o argumental-, también confirman los “principios de división inseparablemente lógicos y sociológicos que, al producir conceptos, producen grupos, los mismos grupos que los producen y los grupos de control en los cuales se producen”.³²

- Si los medios son la palestra en que un acontecimiento privado se “eleva” a público, también son, en determinadas situaciones, el foco que consigue la interiorización en el individuo de una relación espectador-objeto reflexiva que trastorna la percepción de la realidad vivida. Muy lejos pero muy cerca. Desconocido pero “al acecho”... Actúan como cajas de resonancia que alertan, señalan y estigmatizan a los elementos conflictivos de la sociedad sin aportar los más mínimos elementos para el debate y la reflexión. *Los medios de comunicación llevan hasta el mismo hogar un espacio en el que los individuos detectan signos de alarma y, ante el hecho delictivo asociado a la alteridad étnica-cultural, la prensa cumple el papel de vigilancia del entorno, revelando amenazas y oportunidades que afectan a la posición de valor de la comunidad.*³³ La información masiva nos abre una “amplia” ventana al mundo por la que contemplamos -consumimos-, en cambio, sólo pequeñas fotos fijas, impactantes y movilizadoras en grado inigualable.

- Los medios de comunicación de masas, en sus diferentes canales, constituyen la parte más importante del macrosistema -sistema cultural-, uno de cuatro factores ordenados desde una perspectiva ecológica, que, para hablar de la “diferencia”, combina etiología, interacción y comunicación. Este trabajo pretendía invitar a una reflexión acerca de las conductas y sensibilidades fomentadas por los medios de comunicación en torno a la imagen del Otro como referente.

Pendiente de crítica se encuentra, en nuestra opinión, un instrumento tan importante en la “institución de interpretaciones dominantes que arraiguen en la subjetividad, intentando clausurar todo intento de interrogación, dado que esto entraña el riesgo de cuestionar las certidumbres sobre las que se asienta su identidad”³⁴ Y en la materia que esa acción contiene crece el componente imaginario de esas “imágenes” que establecemos como “reales” para fijar referencias normalizadoras al individuo:

“El empresario crea puestos de trabajo”

“Siempre existieron los pobres”

“Esto es natural de las mujeres”

“Los inmigrantes son un problema, aquí no cabemos”

“El hombre es egoísta por naturaleza”

“Toda violencia es igual y no tiene justificación”

“Estamos en un país libre”

“Nuestro sistema parlamentario militar de mercado se llama ‘democracia occidental’”

etc., etc.

³⁰ Cit. por Marta Rizo García. *El discurso sobre el Otro en TV*. Universidad Autónoma de Barcelona.

³¹ Manuel Delgado. *Inmigración y producción de alteridad*. U. Autónoma de Barcelona.

³² Pierre Bordieu, citado por Manuel Delgado en *Inmigración y producción de alteridad*. U. Autónoma de Barcelona.

³³ G.H.Laswell -*Sociología de la comunicación de masas*-, citado por Francesc Barata en *El drama del delito en los mass media*. Universidad Ramón Llull. Barcelona. 1996.

³⁴ Mirtha Cucco. *Capitalismo, relaciones sociales y vida cotidiana*. CAES. Área de Psicología Social. 2004.

*...Basta pues situar un vigilante en la torre central y encerrar en cada celda a un loco, un enfermo, un condenado, un obrero o un alumno... En suma, se invierte el principio de la mazmorra. La plena luz y la mirada de un vigilante captan mejor que la sombra que en último término cumplía una función protectora.³⁵

*Todos sabemos que pensar es distinguir y hasta generalizar, ya que no hay pensamiento sin distinguir y generalizar; generalizar sin distinguir no es pensar; distinguir sin generalizar no es pensar. Por ello creo que una unidad de pensamiento, o es una garantía de las diferencias o no es nada.³⁶

Daniel Jiménez.

Escuela Universitaria de Estudios Sociales
de la Universidad de Zaragoza

Zaragoza, diciembre de 2004.

Bibliografía:

- Etnicidad. Identidad cultural de los pueblos*. J.J. Pujadas. Eudema. Madrid. 1993.
- El destino de los inmigrantes*. Emanuel Todd. Tusquets. Barcelona. 1996.
- Patas Arriba*. Eduardo Galeano. S.XXI. Madrid. 1998.
- Alicia en el país de las maravillas*. Lewis Carroll. Fontana. Barcelona. 1998.
- La Era de la información*. Manuel Castells. Alianza. Madrid. 2001.
- El drama del delito en los mass media*. Francesc Barata. Universidad Ramón Llull. Barcelona. 1996.
- La cultura del terrorismo*. Noam Chomsky. Popular. Madrid. 1998.
- El estado-guerra*. Santiago López-Petit. Hiru. Fuenterrabía. 2003.
- Cómo nos venden la moto*. Noam Chomsky (por completar datos).

- El quinto poder*. Ignacio Ramonet. Le Monde Diplomatique. Oct. 2003.
- Cumbre para la Información*. A. Mattelart. Le Monde Diplomatique. Dic. 2003.
- Vivimos en un estado de inseguridad informativa*. Entrevista de F. Arellano a I. Ramonet. Rebelión. Sept. 2004.
- 1984*. George Orwell. Destino. Barcelona. 2002.
- Mito y significado*. Claude Lévy-Strauss. Alianza. Madrid. 1987.

- El discurso sobre el Otro en TV*. Marta Rizo García. Universidad Autónoma de Barcelona.
- La tecnología. Revolución o reforma. El caso de la información*. Hiru. Fuenterrabía. 2000.
- Manifiesto contra el pensamiento débil*. Alfonso Sastre. Hiru. Fuenterrabía. 2003.

- Los politólogos actuales*. M^a Fernanda Noboa. Universidad Central de Ecuador.
- El Nuevo Orden Internet*. Ignacio Ramonet. Le Monde Diplomatique. Enero 2003.
- Diálogo sobre el poder*. Michel Foucault. Alianza. Madrid. 1981.
- El Panóptico*. J.Bentham. La Piqueta. Madrid. 1989.
- El ojo del poder*. Michel Foucault. La Piqueta. Madrid. 1989.
- Historia y comunicación social*. Manuel Vázquez Montalbán. Bruguera. Barcelona. 1980.

³⁵ Michel Foucault. *Diálogo sobre el poder*. Alianza. Madrid. 1981 -acerca del Panóptico de Bentham-.

³⁶ Alfonso Sastre. *Manifiesto contra el pensamiento débil*. Hiru. Fuenterrabía. 2003.

- El infinito y la nada*. Santiago López-Petit. Bellaterra. Barcelona. 2003.
- La presencia del mito*. Leslez Kolakowski. Cátedra. Madrid. 1990.
- La institución imaginaria de la sociedad*. C.Castoriadis. Tusquets. Barcelona. 1989.

- Inmigración y producción de alteridad*. Manuel Delgado. U. Autónoma de Barcelona.
- La globalización totalitaria*. Iosu Perales. El Viejo Topo. 2003.
- Izquierda y nacionalismo*. Entrevista a Félix Ovejero en El Viejo Topo. Octubre 2004.
- Capitalismo, relaciones sociales y vida cotidiana*. Mirtha Cucco. CAES. Área de Psicología Social. 2004.
- Los no-delinquentes*. Pep García-Borés y Joan Pujol (coords.). Fundación La Caixa. Barcelona. 1995.