

Unidad 11

- Comunicación: El deslinde de su Versión Instrumental.



Comunicación: O el deslinde de su versión instrumental

Mediador será entonces el comunicador que se tome en serio esa palabra, pues comunicar –pese a todo lo que afirmen los manuales y los habitantes de la posmodernidad– ha sido y sigue siendo algo más difícil y largo que informar, es hacer posible que unos hombres reconozcan a otros, y ello en “doble sentido”: les reconozcan el derecho a vivir y pensar diferentemente, y se reconozcan como hombres en esa diferencia. Eso es lo que significa y lo que implica pensar la comunicación desde la cultura.

JESÚS MARTÍN BARBERO

MÁS ALLÁ DE LOS LÍMITES DEL ESQUEMA

Pensar hoy día la comunicación, significa hacerle frente a las no pocas visiones instrumentales con que hemos solido cargar la relación entre *comunicación* y *sociedad*. En otras palabras, ir más allá de los límites del esquema que nos dice que comunicar es sólo un asunto de trasladar informaciones, alimentar adelantos tecnológicos, o en un extremo mucho más radical, un simple modelo de reproducción ideológica al servicio de las clases dominantes.

Visión *instrumental* a la que le debemos, por otra parte, todo el *mediacentrismo* con que se asoció por muchos años la investigación en comunicación como

campo único en el cual se podía hacer posible cualquier tipo de reflexión. Aún hoy son muchos los que consideran que pensar la comunicación es síntoma inequívoco de referirse a los medios, mientras que hablar de medios remite inexorablemente al esquema informacional **emisor-mensaje-receptor**,²⁷ o en su defecto, a la denuncia de las manipulaciones que dicho esquema produce mediante la inmanencia del mensaje.

Todo lo dicho no fuera objeto de atención, si no pusiera en evidencia el itinerario de los costos, pues “venimos de una investigación en comunicación, que pagó durante mucho tiempo su derecho a la inclusión en el campo de las legitimidades teóricas con el precio de la subsidiaridad a disciplinas como la psicología o la cibernética. No obstante, ahora se apresta a superar esa subsidiaridad a un precio más caro aún: el del vaciado de su especificidad histórica por una concepción radicalmente instrumental como aquella que espera que las transformaciones sociales y culturales serán efecto de la mera implantación de innovaciones tecnológicas”.²⁸

Por eso, qué mejor compañía para seguir elaborando teoría, que cifrar todas nuestras esperanzas en una comunicación reducible al *paradigma informacional* y su dote de aplicaciones semánticas, según las cuales el campo de la comunicación se sustenta en el *difundir, transmitir, propagar y hacer circular* un mensaje de un polo que emite a un polo que recibe a través de un canal, buscando comprobar con ello el máximo de rentabilidad y el mínimo de “ruido”.²⁹ De suerte que alcanzado esto, acabado el proceso, solamente restaría mantener “lubricados” los circuitos para evitar sorpresas desagradables en la emisión.

Atractivo esquema para pensar la comunicación. Tanto que no ha marchado solo. Junto a él, han corrido paralelos los enfoques de los que ya hablamos en el capítulo pasado: El psicologismo-conductista, el sociologismo-funcionalista, y en la otra orilla de la reflexión, el modelo semiótico-estructuralista centrado en la omnipotencia del mensaje y sus dosis de manipulación. En todos ellos, es la comunicación como trasmisión, la que no admite dudas. De manera que lo que se requiere constatar, es el funcionamiento del esquema; bien, para “aceitarlo” en el polo que más y mejor funciona, el emisor; o bien, para descubrir “las huellas de la dominación” también en el emisor.

El otro lado, el de la recepción, es entonces lo que es necesario averiguar haciendo uso de lo que se piensa, es el último eslabón de la comunicación: los efectos. Los efectos de los mensajes que salen de un mundo totalmente aparte al que llegan y en donde no cabe un lugar para el encuentro, las tensiones, las interpelaciones y los nexos entre emisores y receptores, más que aquellos generados por la persuasión y/o alienación. Comunicación es así un esquema instrumental. *Se comunica para persuadir. O se comunica para reproducir.* Ese es el territorio de la discusión.

Sin embargo, hay algo que olvidan los seguidores de tales planteamientos, y es que no existe un esquema de comunicación que cruce “la sociedad como su eje y su motor. Lo que hay son situaciones culturales en las cuales existen y se desencadenan múltiples y complejos procesos de comunicación”.³⁰ Perspectiva que nos

²⁷ Para un debate en este sentido, véase Jesús Martín Barbero, *De los medios a las mediaciones*, Gustavo Gili, México, 1988, pág. 220 y sigs.

²⁸ *Ibid.*, pág. 227.

²⁹ De esto habla el modelo informacional acuñado por Shannon. Véase al respecto Mauro, Wolf, “La investigación de la comunicación de masas”, *op. cit.*, págs. 126-136.

³⁰ Federico, Medina Cano, “¿Desde dónde estamos pensando la comunicación?”, *op. cit.*, pág. 5.

lleva a lo que se ha denominado una “*desterritorialización*” (Término de J. Martín Barbero), del campo de la comunicación, traspasando las fronteras de los canales, las tecnologías, los códigos y los mensajes como privilegio exclusivo de la investigación para diseñar “un nuevo mapa en el que quepa la cuestión de los sujetos y las temporalidades sociales, esto es, la trama de modernidad, discontinuidades y transformaciones del sensorium que gravitan sobre los procesos de constitución de los discursos y los géneros en que se hace la comunicación colectiva.”³¹

LA COMUNICACIÓN COMO MEDIACIÓN: UN CAMBIO EN LAS PREGUNTAS

De eso es de lo que trata de *desterritorialización*. No de rechazar los medios o las tecnologías. Sino todo lo contrario, desplazar el estudio hacia el escenario donde éstos cobran vida, adquieren presencialidad y llenan de sentido vastos campos de lo social. Allí donde la comunicación no se logra sólo por transmitir un mensaje, una información o un contenido, sino por el entramado que en ella entablan los sujetos y por los niveles de reconocimiento e identificación, esto es, de negociación o ruptura que surgen en su interior.

En el escenario de los procesos culturales, comunicar tiene que ver con la manera de percibir e interpretar la realidad, de darle significado a la existencia y con ella, a los medios y lo que éstos producen. En pocas palabras, comunicar significa pensar las *mediaciones* que articula la cultura, entendiendo por mediaciones los “órdenes” para aprehender el mundo, los sistemas de reglas e instituciones a través de los cuales formamos, las representaciones del tiempo y del espacio que nos vuelven habitantes de una sociedad en la que participamos; al igual que los usos y apropiaciones que realizamos de lo social y lo que esto último realiza con nosotros.³²

De ahí que junto a tal desplazamiento, lo que surge es un cambio en las preguntas sobre violencia y comunicación, y por ende, un cuestionamiento al *mediacentrismo* que ha dominado la discusión. Porque lo interesante no es sólo la malintencionada deformación de los mensajes y el efecto nocivo que éstos causan en la gente que los consume, sino algo todavía más difuso: “aclarar qué aportan los productos comunicativos y qué ocurre en las conciencias de las personas para que acepten como suyas, interpretaciones del mundo que son contrarias a la objetividad y a sus intereses”.³³

Aclarar también que en el análisis sobre violencia, medios y comunicación, el eje no radica en la cacería de unos efectos, sino en las mediaciones culturales que se activan en el proceso de comunicación. Hacer esto implica explorar en varias direcciones. Obliga a pasar de un *mediacentrismo* que se basta a sí mismo para explicar por qué los medios son lo que son y la gente es lo que es, a un *campo mediador* que nos posibilite analizar las instituciones que trabajan con la comuni-

³¹ Jesús, Martín Barbero, “Comunicación, campo cultural y proyecto mediador”, en *Diálogos de la comunicación*, núm. 26, Lima, marzo de 1990, pág. 7.

³² Sobre una teoría de la mediación, véase Manuel, Martín Serrano, *La mediación social*, Akal editor, Madrid, 1977.

³³ Manuel, Martín Serrano, *La producción social de la comunicación*, Alianza Universidad, Madrid, 1986.

cación colectiva –los medios–, teniendo en cuenta las relaciones sociales que generan y de las que se nutren; el lugar que ocupan en la cotidianidad de las personas y las demandas que satisfacen; en fin, sus vínculos con la sociedad civil y los órdenes de realidad que desde allí proponen.

DE LA “PERSUASIÓN” AL RECONOCIMIENTO CULTURAL

Esto es lo que entendemos por comunicación como mediación. Dicho sea, como construcción social de sentido que no es ajena a las prácticas de convivencia de una sociedad ni mucho menos un simple agregado a la hora de pensar la democracia y las redes a través de las cuales ésta se expresa, o los callejones contra los que choca. La comunicación en su relación con la cultura y el mundo de lo simbólico que en ella confluye, en donde *reconocer* es parte integrante del comunicar.

En consecuencia, son las trampas las que aquí explotan: las de una comunicación reducida a las disciplinas y ensimismada en los medios. Pero también son otros los caminos los que aquí se abren: los de una comunicación que se asuma, capaz de dar cuenta de lo que sucede en una sociedad a partir de lo que en ella representan los procesos comunicativos: *un campo clave de reconocimiento social*³⁴ en el que se cruzan tantas de nuestras intolerancias, iras y frustraciones, lo mismo que muchas de nuestras esperanzas, experiencias y significaciones para ver el país, y con él, vernos a nosotros y a los otros.

Reconocimiento que no es un mero dato. A lo que su práctica remite es a sentirnos parte de una comunicación que no es punto de llegada de “persuaciones”, sino lugar de *interpelaciones* y de *encuentros* entre sujetos que no son definibles por esquemas dirigidos en una única dirección, en los que no se acepta indagar por lo que en la comunicación hay de vida y transformación, y no sólo de imitación y reproducción.

Cuestionamos la *visión informacional* y con ella, la *noción de los efectos*, como caminos totalitarios para abordar la comunicación, con el propósito de interrogar las soluciones que desde allí se lanzan. Pues frente a las visiones que se apoyan en la *censura* y el *control* como los mejores mecanismos para frenar la violencia que transita por los mensajes, y por supuesto, para acabar con cualquier tipo de relación entre violencia y comunicación, habrá que sospechar de sus certezas, proponiendo otra alternativa en la investigación: Una en que se exploren las *posibilidades de la comunicación* y *no apenas los controles* para la comunicación. Intentarlo requiere, por lo menos, partir de una pregunta fundamental:

¿Pueden llamarse entonces políticas de comunicación aquéllas limitadas a reglamentar los medios y controlar sus efectos sin que nada de ello apunte a enfrentar la atomización ciudadana, a contrarrestar la disgregación y el empobrecimiento del tejido social, a estimular las experiencias colectivas?³⁵

Finalmente, al cuestionar: De qué manera empobrecemos la comunicación como lugar de significación social cuando la definimos desde el informacionalis-

³⁴ Jesús, Martín Barbero, “Por unas políticas de comunicación en la cultura”, *op. cit.*, pág. 41.

³⁵ *Ibid.*

mo; la respuesta es, con el propósito de buscar otros puntos de encuentro entre comunicación y sociedad. Pues una comunicación que se piense desbordando las teorías instrumentales de la información, esas que nos dicen que comunicar es *llevar* información de un lado a otro con el ánimo de causar efectos o moldeamientos en el público que recibe los mensajes, es una comunicación que traslada sus preguntas hacia otros escenarios: en los que el problema no se resuelve con transmitir y reproducir lo que otros dicen, sino en reconocer o imaginar otras maneras de ver las cosas, unas que no operen por sustracción de lo que no cabe en el molde, sino por la pluralidad en la aplicación de las visiones.

7

Medios de comunicación: Reelaboradores de realidad

Ha cambiado nuestra relación con los productos masivos y los del arte "elevado". Las diferencias se han reducido o anulado, y con las diferencias se han deformado las relaciones temporales, las líneas de filiación, el antes y el después. La crítica está perpleja. Cuando se registran tales cambios de horizonte nadie dice que las cosas vayan mejor o peor: simplemente han cambiado y también los juicios de valor deberán atenerse a parámetros distintos. Éranse que se eran los mass-media, eran malos, ya se sabe, y había un culpable. Y además había las voces virtuosas que denunciaban sus crímenes. Y el arte (ah, por fortuna) que brindaba alternativas a quien no estuviera prisionero de los mass-media. Pues bien, todo acabó. Debemos recomenzar por el principio a interrogarnos sobre lo que ocurre.

UMBERTO ECO

LOS MEDIOS EN LA LÓGICA DE LO ECONÓMICO Y LO POLÍTICO

Cierto es que los medios de comunicación no escapan al poder económico y político que se establece en una sociedad. De hecho, hacen parte de la lógica

de los poderes cuando representan espacios estratégicos para la inversión de capitales y sitios clave para prolongar la influencia política sobre los centros de decisión.

Hablar de medios, implica entonces, no dejar al margen las *estructuras de propiedad* que rigen su funcionamiento ni tampoco los condicionamientos políticos que demarcan las visiones que desde ellos se ofrecen. En esta línea se ubican países como Colombia, en donde el nacimiento y desarrollo de sus medios de comunicación han tenido que ver, tanto con las necesidades de las colectividades partidistas de contar con “tribunas” de apoyo para expresar sus ideas, como con los procesos de modernización e industrialización ocurridos en el país durante las últimas décadas.³⁶

En nuestro país, como en tantos más, la *lógica económica* atraviesa los medios en diferentes proporciones. Por un lado, los involucra dentro de una industria cultural que funciona bajo la dinámica de la libre empresa y demás leyes de mercado, haciendo que éstos marchen como **empresas**. Mientras que del otro, logra que los medios no operen como ruedas sueltas dentro de la cadena del capital, dando surgimiento a un monopolio en la tenencia y en el control sobre los mismos.

En cuanto a lo *político*, la radiografía de los medios de comunicación en Colombia expone varias determinantes, entre las cuales se destacan, sus conexiones con grupos políticos y formas de ver no exentas de una racionalidad partidista, situaciones que se pueden constatar desde algunas ópticas principales. Por ejemplo, en la manera como se informa acerca de lo político y su marcada influencia hacia lo institucional como fuente suprema de lo noticioso; en los cruces que se establecen para la adjudicación de espacios y frecuencias radioeléctricas; en el usufructo de éstas; en las presiones que se ejercen en la información y en las propias estructuras de propiedad de los medios, en tanto sus propietarios no sólo son influyentes en lo económico, sino que además lo son en lo político, toda vez que no son pocos los que se mueven con eficacia en dicho frente.

A este respecto, son valiosos los aportes que en el plano de lo económico y lo político se han realizado en el estudio de los medios. Trabajos como los de Julio Silva Colmenares *Los verdaderos dueños del país*, Gabriel Fonnegra *La prensa en Colombia*, Hernando Martínez Pardo *La información y la opinión* y Leopoldo Munera *Gremios, prensa y poder político en Colombia, 1982-1984*, entre otros; han puesto al descubierto las tramas que se tejen alrededor de medios como prensa, radio, televisión y cine, desnudando las profundas relaciones que existen entre éstos y los grupos financieros y políticos de gran ingerencia en el manejo del país.³⁷

Amparo Cadavid se pregunta: “¿Cómo inciden estas condiciones en el quehacer de los medios?”³⁸ La respuesta conduce a tres operaciones principales a través de las cuales los medios definen su inserción en unas *lógicas profesionales*, que a su vez, dan lugar a una variedad de “rutinas productivas” en las que lo económico y lo político muestran su incidencia. De acuerdo con la investigadora mencionada, estas operaciones son:

³⁶ Para un inicio en la discusión, véase Gabriel, Fonnegra, *La prensa en Colombia*, El Ancora editores, Bogotá, 1984.

³⁷ Consúltense la bibliografía general.

³⁸ Amparo, Cadavid, “Comunicación y violencia: Hacia la construcción de un terreno para el debate”, *op. cit.*, pág. 235 y sigs.

- a) **La censura.** Presiones ejercidas en forma directa para prohibir la difusión de ciertos temas o programas que suelen resultar “incómodos” a los intereses de quienes la practican, sean gremios de la producción, agrupaciones partidistas, instituciones del Gobierno o particulares con poder de decisión, o en su defecto, de intimidación.
- b) **La selección de los hechos-noticia.** Es decir, de aquello que es noticia y de lo que no lo es. De lo que importa a la sociedad y de lo que no. En esta línea, “será noticia lo que afecte y se refiera a la estructura económica y al movimiento político que son reconocidos por el “orden establecido”. Lo que se salga del marco de estos intereses pasa a segundos planos, generalmente ignorados por los medios de comunicación.³⁹
- c) **El uso de modelos y patrones para confeccionar lo noticioso.** Esto se refiere a los sistemas utilizados para estructurar las noticias en cuanto a la elaboración de una cronología de los hechos, una puesta en escena de los elementos que hacen parte de éstos, un lenguaje para designarlos, así como en la consecución de las fuentes que legitimen los acontecimientos convertidos en noticia. Sistemas de confección que no obedecen a simples caprichos por parte de los productores de los mensajes, sino que su lógica se inserta en algo más global aún: en los procesos de desarrollo industrial de los medios –con sus nuevos alcances y novedosas incorporaciones para dar cuenta de lo social– y en los entramados “ideológicos funcionales a determinadas fuerzas y relaciones sociales”.⁴⁰ Todo lo cual perfila al interior de las estructuras noticiosas ciertos patrones en lugar de otros, unos modelos en contraposición a otros.

POR UN ACERCAMIENTO SIN DETERMINISMOS

No obstante, es aquí donde cabe preguntar: ¿es sólo lo económico y lo político la llave única para acercarnos a los medios? La respuesta a tal interrogante parte de plantear un asunto primordial: Lo económico y lo político no llevan a caer en un determinismo según el cual los medios no poseen ninguna significación cultural propia más que la otorgada por aquellos que controlan sus mensajes. Ya que con esto, lo que estaríamos haciendo no es otra cosa que revivir la discusión *instrumental*, y con ella sus consignas de interpretación: los medios son prolongaciones de **podere**s que los utilizan para alcanzar fines esperados. De manera que el problema no estaría en ellos ni en las relaciones culturales que recrean, las transformaciones que producen o los híbridos que generan, sino en el uso que les den sus propietarios: *buenos* en unas manos y *malos* en otras.⁴¹

Quedamos en el determinismo que supone lo anterior, implicaría dirigir el estudio de la violencia y de los medios, al seguimiento ineludible de los condicionamientos que hacen que estos últimos sólo sean *reflejo* mecánico de lo que sucede en su exterior. Con lo dicho, no estamos justificando la concentración monopólica

³⁹ *Ibid.*, pág. 237.

⁴⁰ Arturo, Guerrero, citado por Amparo, Cadavid, *op. cit.*, pág. 237.

⁴¹ Para una reflexión sobre el particular, véase Jesús, Martín Barbero, “Lugar de partida: El debate latinoamericano en el inicio de los años setenta”, en *Procesos de comunicación y matrices de cultura*, *op. cit.*, págs. 17-39.

y excluyente, en las estructuras de propiedad de los medios ni aplaudiendo los intereses políticos que se movilizan para impedir las reivindicaciones que distintos sectores de la sociedad realizan, para obtener un mejor y mayor acceso democrático a las prácticas de comunicación colectiva, no sólo en el lado de la recepción —*el consumo*—, sino en el de la producción de los mensajes —*los procesos*—. Ni tampoco estamos ignorando la responsabilidad que éstos tienen en la defensa de los privilegios de unos pocos, a costa de negar y desconocer otros espacios de democracia en los que se ponen a prueba los resquicios de una *cultura política* teñida de intolerancia, dogmatismo y exclusión frente a lo que no se adapta a las “visiones” establecidas.

Lo que nos interesa aclarar, es que las explicaciones de lo que sucede en los medios no remiten únicamente a señalar los hilos económicos o las estructuras políticas que determinan los mensajes. A su lado, debemos asumir que “como empresas, los medios de comunicación masiva se insertan en la lógica de la industria”, pero “como instituciones sociales se insertan en la lógica de la cultura y de su producción de sentido”.⁴² Todo lo cual nos lleva a indagar por las relaciones entre medios y sistema social, considerando la comunicación masiva como un proceso que involucra tres momentos esenciales:

- a) Los procesos y lógicas de producción de los mensajes.
- b) La circulación que éstos realizan por el entramado social.
- c) Los procesos de consumo y formas de uso que la gente hace de ellos.

Momentos ante los cuales es necesario articular múltiples miradas que sobrepasen el reduccionismo —de cualquier etiqueta— con que a veces se suele definir el papel de los medios en el campo cultural.

LOS MEDIOS EN EL CAMPO DE LA CULTURA

Para poner en cuestión estas consideraciones, necesitamos trasladar el debate sobre el papel de los medios al escenario donde éstos cobran vida: *la sociedad*. En tal sentido, valga decir que es la sociedad la que construye sus propios medios y no al contrario. Amparo Cadavid afirma: “las características culturales, políticas, económicas de una sociedad, su historia y sus conflictos en un momento dado son las condiciones estructurales que definen el tipo de medios y de actividad comunicativa que desarrollan.”⁴³

Sin embargo, ello no significa reducir los medios a simples herramientas al servicio del mejor postor. Proponer una mirada desde la cultura, obliga a pensar los medios a través de su función social. Esto es, acercarnos a sus mensajes desde los procesos de socialización que éstos ponen en juego. Por eso, antes de sentar cátedra sobre si los medios tienen tales o cuales funciones (informar, orientar, educar, entretener, etcétera), debemos tener en cuenta que existe una función “madre” que integra a las demás: ellos son instituciones de *mediación social*. Y su primordial

⁴² Amparo, Cadavid, *op. cit.*, pág. 241.

⁴³ Amparo, Cadavid, “¿Qué le hace la realidad a los medios?”, en *Análisis*, núm. 2, CINEP, Bogotá, mayo de 1989, pág. 26.

actividad es la producción de conocimiento y su consecuente constitución como campo de reconocimiento social. Desde allí, los medios:

Crean permanentemente imágenes de realidad, de lo que es la sociedad, la comunidad, el Estado, la democracia, los conflictos, el ejército, la guerrilla, la violencia, la paz, etc. Imágenes que tienen gran cubrimiento y presencialidad en la vida cotidiana de la gente. Por ello llegan a convertirse en fuentes importantísimas de reconocimiento (. . .) de identificación y contextualización de los individuos con su comunidad local y como miembros de una sociedad nacional.⁴⁴

Otras pistas en la investigación

Reubicar los medios en esta perspectiva conduce a no privarlos de su significación en la cultura, y por lo mismo, de su participación en lo social desde las mediaciones que proponen. Invita, igualmente, a enfrentar ese mediacentrismo que desliga de la relación medios-sociedad, algunos componentes básicos a la hora de indagar sobre la incidencia que la comunicación masiva tiene en el problema de la violencia, tales como:

- a) La presencialidad de los medios en la vida de la gente.
- b) Las demandas que éstos satisfacen.
- c) Las mutaciones culturales en el modo de ser y de sentir que producen.
- d) El lugar que la sociedad les ha otorgado.
- e) El papel que desempeñan otras instituciones socializantes.⁴⁵

De ahí que en contraposición a una investigación dedicada a constatar la violencia que pasa por los medios sin inmutarse siquiera por explorar el papel que éstos están cumpliendo en la recomposición de lo social, habría que formularnos una pregunta ya hecha por J. M. Barbero a propósito del tema:

¿Cómo entender el grado de incidencia de la violencia televisiva desligada de las transformaciones de la comunicación cotidiana que implica el movimiento de privatización de la vida del que el repliegue de la familia sobre la televisión o el video hogareño es una expresión pero cuya razón se halla en los nuevos modos de habitar —encerramiento y aislamiento acarreados por las “modernas” soluciones de vivienda— y en la disolución del tejido colectivo que produce una ciudad convertida en espacios de flujos, de fluida circulación pero ya no de encuentro? ⁴⁶

Pensar el papel de los medios en una sociedad, y en consecuencia, lo que ellos *le hacen* a la gente, no es asunto de descubrir las estrategias tecnoideológicas que maneja el emisor, y con él, el aparato. Frente a los estudios que entienden por comunicación sólo lo que *sale y pasa* por los medios como si fueran el territorio exclusivo para indagar por el bien y por el mal, es necesario redescubrir que los procesos de comunicación también cruzan la casa, la calle, el barrio, la ciudad,

⁴⁴ Amparo, Cadavid, “Comunicación e imaginarios en la cultura”, *op. cit.*, pág. 4.

⁴⁵ Sobre la ubicación de los medios en el campo de la cultura, véase Jesús, Martín Barbero, “De los medios a las mediaciones”, *op. cit.*, págs. 220-259.

⁴⁶ Jesús, Martín Barbero, “TV. ¿Chivo expiatorio?”, *op. cit.*, pág. 4.

los movimientos sociales, la taberna, la cantina, la historia, los conflictos, las generaciones, etcétera.

Y es en esa relación, contradictoria por demás, entre los diferentes espacios y territorios en los cuales se producen prácticas y procesos de comunicación en que los medios adquieren sentido cultural. Es en ella donde éstos generan cambios, reproducen maneras de vivir y proponen imágenes de vida. Pero no por una simple causalidad de efecto. ¡Ah!, porque le ganaron la batalla a la calle como lugar de influencia. ¡Ah!, porque le ganaron la pelea a los padres como inculcadores de valores. Sino porque en esos otros espacios también se producen cambios de vida y muerte que repercuten en el repliegue que la gente siente en lo privado, en el miedo a lo público, a la calle y en el refugio hacia la casa, hacia los medios, por ejemplo.

Pues, “si la televisión (la radio, la prensa) atrae es en buena medida porque la calle expulsa. Es la ausencia de espacios —calles y plazas— para la comunicación lo que hace de la televisión algo más que un instrumento de ocio, un lugar de encuentro. De encuentros vicarios con el mundo, con la gente y hasta con la ciudad en que vivimos”.⁴⁷

¿Una sola violencia? ¿Una sola medición?

Pero mirar los medios de comunicación como productores de sentido, y por consiguiente, como importantes fuentes de reconocimiento ciudadano, no indica pasarles la “boleta” de inocencia por los vacíos que están llenando en la sociedad. Al contrario, lo que ello obliga es a movilizar la responsabilidad que éstos tienen frente a la violencia. Y en una línea similar, a repensar la investigación con que tradicionalmente se suele zanjar su participación o no en la discusión.

Lo que sigue es un deslinde más, uno en que se nos permita articular los renglones que nos precedieron con la siguiente reflexión:

El cuestionamiento que estamos haciendo de buena parte de lo que se ha escrito en los últimos meses sobre la relación violencia-televisión (medios) apunta fundamentalmente a plantear las insuficiencias que presenta y las deformaciones que produce un análisis obsesionado por un solo tipo de violencia, y limitado a lo observable en el nivel más obvio e inmediato de las imágenes y los relatos (. . .) Como si la única violencia presente en los relatos televisivos fuera la de los crímenes, atracos y vejaciones realizados por los delincuentes y las acciones de la policía (. . .)

¿Cómo medir la presencia y los efectos de la violencia que ejercen tanto en relatos nacionales como extranjeros, la positiva valoración de las tecnologías de guerra o del autoritarismo justificado por la crisis de valores; la desvalorización de la raza negra o las etnias indígenas; la humillación de la mujer; la burla de los homosexuales; la utilización publicitaria de los niños; la demarcación de oficios “para sirvientes”; el desconocimiento y descalificación de lo diferente, la ridiculización de lo popular? (. . .) ¿Y qué análisis tenemos de esas otras violencias sociales y políticas que presentan en imágenes los noticieros y programas periodísticos? Sólo la queja repetida contra el morbo y la utilización comercial y política del terrorismo o la miseria.⁴⁸

⁴⁷ Jesús, Martín Barbero, “La ciudad: Entre medios y miedos”, en *Gaceta*, núm. 8, agosto-septiembre de 1990, pág. 3. (El paréntesis es del autor.)

⁴⁸ Jesús, Martín Barbero, “TV. ¿Chivo expiatorio?”, *op. cit.*, pág. 4.

El debate, es por tanto, plural. Se ubica en repensar la violencia en sus puntos de encuentro con los *modos de ver y asumir* el “orden” que en una sociedad proponen los distintos frentes que en ella participan. De esta forma, lo que interesa es analizar qué del orden social, que es aceptado como normal retoman y procesan los medios de comunicación en sus construcciones diarias de sentido. Es también, observar cómo las actitudes y comportamientos de una sociedad con altos niveles de desequilibrios y desgastes institucionales tienen eco o no en los medios y en sus consecuentes entendimientos de la realidad nacional.

Campo éste que abre la posibilidad de “mirar no la violencia como tema, sino en su constitución al interior de los órdenes simbólicos e imaginarios colectivos”. La violencia que hay en el orden social donde la mujer, el niño, el anciano, el homosexual, el negro y el indio son discriminados y marginados de la participación. La violencia que se filtra en los discursos autoritarios que justifican que una violencia se extermine con otra mayor (. . .) Es decir, la violencia que en sí constituye el orden social que vivimos.⁴⁹

Cabría entonces preguntar: ¿Cuáles son los relatos que mediatizados por prensa, radio y televisión recorren diariamente las ciudades y pueblos del país como hechos de violencia? ¿De qué actores hablan esos relatos? ¿De cuáles escenarios? ¿De cuál violencia? ¿A través de cuáles géneros —ficción, drama, noticia—, se expresan esas imágenes que nos hablan de violencia? ¿A cuál imaginario —individual y colectivo— se apela para ordenar esos relatos? ¿Cómo llegan a la gente? ¿Por qué tienen aceptación o no? ¿Dónde se produce el encuentro entre el imaginario de la emisión y el imaginario de la recepción? Preguntas que ciertamente no se resuelven con la tabla con que usualmente se ha dibujado la relación medios-violencia: la medición cuantitativa de los hechos y la visión “estadística” de la gente.

No basta pues con *medir* la violencia por medio de los mensajes que nos hablan de asesinatos o de robos, ni creer que ésta sólo se presenta en aquellas informaciones que denominamos de *orden público, página de seguridad* o en los programas de *acción*, y con ello dar por concluida la reflexión. “Aquí las preguntas no indagan por si estas películas (al igual que las informaciones) tienen o no tienen golpes y muertos, sino cómo los mensajes de los medios recogen esos esquemas de intolerancia, exclusión y clasificación de una sociedad, los tipifican, ensalzan, mitifican o engrandecen. O cómo ridiculizan, caricaturizan, estereotipan y llegan a envilecer características y valores propios de los sectores populares, regionales, minoritarios o marginados como los indígenas, por ejemplo.”⁵⁰

De esas otras posibilidades son de las que hablamos. Aquellas en que el estudio de la comunicación no funcione por desvinculación de la problemática social. Vale decir para el caso que nos interesa, que no opere sobre una reflexión centralizada en tres esquemas inequívocos:

1. Una sola expresión de violencia: *el crimen y el delito*.
2. Una sola relación entre ésta y los medios: Una que presupone que el *único vínculo entre violencia y medios de comunicación obedece a los mensajes que hablan de lo violento-manifiesto*, pero no interroga, para nada, el pa-

⁴⁹ Amparo, Cadavid, *op. cit.*, pág. 11.

⁵⁰ *Ibid.*, pág. 11. (El paréntesis es del autor.)

pel de los medios en la construcción de una ética ciudadana, en la edificación de una cultura política sustentada en el reconocimiento de la diferencia, en la activación de circuitos de solidaridad comunitaria y en la promoción de espacios de discusión en favor de la justicia y la dignidad social, para nombrar algunos casos, como si fueran “cuestionamientos” de segunda clase a la hora de pensar los procesos de violencia en una sociedad.

3. Una sola solución: *la censura y el control* como definiciones absolutas de lo que es la investigación.

Nos referimos, por supuesto, al género de estudios en los que siempre será más rentable encontrar *los hechos violentos presentes en el relato, sin pasar los límites que dejan fuera la violencia de los relatos*. Esto es, “la violencia que –sea cual sea el tema o el hecho explota desde los dispositivos del discurso la complicidad de nuestro imaginario”.⁵¹

⁵¹ Jesús, Martín Barbero, *op. cit.*, pág. 6.