

¿PIENSO LO QUE ME DICEN O ME DICEN LO QUE PIENSO?

Mariel Ayelen Neme y Luisa Marta Arias
Universidad Nacional de San Luis (Argentina)

Resumen

Las autoras del presente trabajo integramos el Proyecto de Investigación “La institución Universidad Nacional de San Luis y sus actores. Prácticas y Representaciones” en cuyo marco hemos realizado diversas indagaciones en relación a la representación que los distintos actores de la Universidad poseen acerca de la “política”.

Este trabajo en particular surge de un cuestionario realizado a los 498 alumnos ingresantes a todas las carreras de la ex Facultad de Ingeniería y Ciencias Económico-Sociales de la Universidad Nacional de San Luis utilizando la asociación libre, uno de los métodos asociativos que Jean Claude Abric (2001) considera central para la comprensión del contenido y estructura de las representaciones.

Nuestra finalidad es reflexionar acerca de la relación que parece existir entre las palabras emitidas por los alumnos ingresantes y los discursos circulantes en los medios de comunicación, particularmente en la televisión.

A la luz de la teoría de las mediaciones propuesta por Martín Barbero (1987) y la ampliación propuesta por Orozco Gómez (1992), analizaremos este “espacio de negociación” en el que los jóvenes construyen sus propias significaciones sobre la base de los mensajes que reciben de la televisión y de sus múltiples y diferentes interacciones de la vida cotidiana.

Palabras clave: universidad, jóvenes, representaciones, televisión.

¿Por qué las representaciones?

El papel de las representaciones como estructuras simbólicas encargadas de atribuir sentido a la realidad y definir y orientar los comportamientos es actualmente una categoría ampliamente reconocida, específicamente a través del desarrollo teórico que realizan Denise Jodelet y Jean Claude Abric (2001), quienes retoman y actualizan los planteos de Serge Moscovici. Jodelet define a la representación como “una forma de conocimiento, elaborada socialmente y compartida con un objetivo práctico que concurre a la construcción de una realidad común para un conjunto social” (Jodelet, en Abric, 2001). Las representaciones permiten al individuo reconstruir la realidad y atribuirle una significación específica y en este sentido aparecen, al decir de Abric (2001), como una “guía para la acción”.

Acordamos con el planteo de Jodelet (en Moscovici, 1986), cuando expresa que el estudio de las representaciones sociales debe ser abordado como *el producto y el proceso de una elaboración psicológica y social de lo real*. Son modalidades de pensamiento práctico orientadas hacia la comunicación, la comprensión y el control del entorno social, material e ideal.

Cualquier representación social es representación de algo y de alguien. No es el duplicado de lo real, ni la parte subjetiva del objeto, ni la parte objetiva del sujeto, sino más bien el proceso por el cual un sujeto establece su relación con las cosas y los demás sujetos. Incide así directamente sobre el comportamiento social y la organización del grupo y llega a modificar el propio funcionamiento cognitivo.

¿Por qué la política?

En el año 2010, en el marco del Proyecto de Investigación, indagamos acerca de la representación de la “política” a través de un grupo de discusión con alumnos cuyo perfil respondiera a las siguientes características: alumnos de la Facultad, de entre 20 y 25 años (con la intención de excluir explícitamente a los alumnos ingresantes), que pertenecieran a las distintas carreras que se dictan en la Facultad de Ingeniería y Ciencias Económico Sociales (FICES) de la Universidad Nacional de San Luis, que no fueran dirigentes políticos universitarios y con una representación igualitaria en cuanto al género

Analizados los resultados vimos aparecer en los estudiantes una representación acerca de la política con características fuertemente negativas, lo cual no sorprende demasiado dada la persistencia del discurso neoliberal y la influencia de los medios de comunicación que ponen el acento en las características negativas de esa actividad.

Como en esa ocasión excluimos a los alumnos ingresantes, este año decidimos aplicar el método asociativo a los ingresantes de todas las carreras de nuestra Facultad, a partir del término inductor “política”. Este trabajo en particular surge del cuestionario realizado a los 498 alumnos ingresantes en el año 2013 a todas las carreras de la ex-FICES (1).

Este método, por su carácter espontáneo y la dimensión proyectiva subyacente, permite actualizar elementos implícitos o latentes que serían ahogados o enmascarados en otro tipo de producciones discursivas. Está fundado sobre la producción verbal que se inicia cuando, a partir de un término inductor, se solicita al sujeto que exprese de manera espontánea todos los términos, expresiones o adjetivos que se le ocurran. De esta manera, se intenta conocer cuáles son los elementos implícitos o latentes que enmascaran las producciones discursivas y acceder a los núcleos figurativos de la representación (Abric, 2001).

En síntesis, el método asociativo por su carácter proyectivo y espontáneo se nos presenta como una opción válida en el estudio de las representaciones, en tanto que ellas se manifiestan como una construcción de la realidad que una vez que está construida existe casi independientemente de ese aspecto de la realidad que es representado, pasando a formar parte del sentido común. Además permite realizar una primera aproximación a la estructura y el contenido de la representación y puede constituir la base para un análisis más profundo.

¿Por qué los medios?

Nos centramos para el análisis del presente trabajo en las palabras emitidas en primer lugar, que son las que conservan más claramente el carácter espontáneo de la asociación.

Al analizar la primera palabra emitida por los alumnos ingresantes en respuesta al término "política", apareció una fuerte asociación con categorías negativas. Esto aparece en consonancia con la representación de los alumnos "institucionalizados" y también con los resultados obtenidos en el año 2012 en un estudio realizado con los docentes de nuestra Facultad.

De las 486 palabras emitidas 84 cuentan con una sola mención, el resto fueron agrupadas por la similitud de su sentido. La palabra más nombrada es "corrupción" con 118 menciones, y figuran entre las 10 más nombradas "ladrones", "chorros", "mentiras" y "fraude".

También nos resultó llamativo encontrar la asociación de la "política" con palabras tales como "lavado de dinero", "Lanata", "televisión". Esto nos hizo revisar la fecha de aplicación del cuestionario, que justamente fue la semana posterior a la emisión del primer programa de Lanata "Periodismo para todos", en el cual se puso el acento sobre lo que se dio en llamar "la ruta del dinero K".

Por ello, decidimos detenernos en el rol que los medios de comunicación, particularmente la televisión, juegan en el proceso de formación de las representaciones sociales.

¿Los medios influyen en las representaciones de los jóvenes?

La televisión es un factor muy importante en la formación de las representaciones sociales por sus características técnicas (pues la conjunción de imagen y sonido sustentado en la calidad de las nuevas tecnologías otorga a nuestra percepción una sensación de gran fidelidad con la realidad) y principalmente por el lugar que ocupa en la vida cotidiana.

Como afirma Silverstone (1994: 51) "ya no podemos concebir la televisión si no es como un componente necesario de la domesticidad, y tampoco podemos concebir nuestra domesticidad sin ver, tanto en el aparato mismo como en la pantalla, un reflejo y una expresión de esa vida doméstica".

Para entender esta particular influencia hay que partir del hecho de que la TV es, a la vez, un medio tecnológico y una institución social y, como tal, imbuida en un contexto social, cultural y político. Por este motivo la audiencia se va constituyendo por estos condicionantes y la misma TV influye en esta formación de su público. Es decir que en el proceso de recepción, la audiencia es un ente activo que no realiza un mero mecanismo de recibir información, sino que efectúa diversos procesamientos de esta involucrando fundamentalmente un aspecto social y cultural.

Este "espacio de negociación", en el que la audiencia construye sus propias significaciones sobre la base de los mensajes que recibe de la televisión y de sus múltiples y diferentes interacciones de la vida cotidiana, se denomina "mediaciones" (Martín Barbero, 1986; Orozco Gómez, 1992).

Es importante considerar que la audiencia no concluye su interacción con la televisión cuando se apaga la pantalla. En su relación con los demás, cada persona comparte, comenta los mensajes televisivos, de este modo se producen re-apropiaciones y re-producciones del sentido de los mensajes proporcionados por la pantalla chica.

Existen diferentes tipos de mediaciones que entran en juego en la interacción con la TV y forman audiencias específicas en el proceso de recepción. A veces una o varias de ellas predomina, en otras ocasiones las mediaciones se refuerzan mutuamente y comparten percepciones del mundo o unas aparecen neutralizando a otras.

“La producción de sentido que realiza la audiencia depende entonces de la particular combinación y mediaciones en su proceso de recepción, combinación que a su vez depende de los componentes y recursos de legitimación a través de los cuales se realizan cada una de las mediaciones” (Orozco, 1992: 2). Siguiendo los lineamientos teóricos de las mediaciones de Martín Barbero, Orozco Gómez (1996) continúa este posicionamiento, brindando otras categorías sobre las cuales los medios también actúan como mediadores. Dentro de una perspectiva culturalista, el autor propone repensar la recepción televisiva como un proceso en el cual tanto la TV como la cultura constituyen un conjunto de mediaciones que se ponen en juego en la interacción entre la TV y su audiencia.

Cada una de las mediaciones presenta un dispositivo cultural que interviene y procesa el discurso de los medios de difusión masiva. Estas influencias aluden a las fuentes de mediación que según Orozco Gomez (1996) pueden ser: individuales o cognitivas, institucionales, videotecnológicas, situacionales y referenciales. Tomando las concepciones de las teorías analizadas podemos afirmar que la televisión es un factor muy importante en la formación de las representaciones sociales por sus características técnicas (pues la conjunción de imagen y sonido sustentado en la calidad de las nuevas tecnologías otorgan a nuestra percepción una sensación de gran fidelidad con la realidad) y principalmente por el lugar que ocupa en la vida cotidiana.

A partir de los años noventa, la TV ha pasado a ocupar el rol de muchas instituciones políticas y sociales a tal punto que la audiencia recurre a ella cuando tiene que presentar algún reclamo, queja, cuando precisa ser escuchada o tenida en cuenta. ¿Cuáles son los motivos? ¿Por qué el público otorgó este lugar a la televisión?

¿Tuvo algo que ver el contexto social en ello? ¿La TV modifica de algún modo los acontecimientos cotidianos? ¿Cómo influyó este cambio de relación en los programas y los géneros?

Martín Barbero (1999) explica cómo a través de los años se ha ido ampliando el espacio televisivo por medio de canales locales en las distintas provincias, televisión por satélite, TV por cable (ambas nos permiten acceder a una cantidad bastante importante de canales de otras ciudades y de otros países) lo que posibilita a los receptores elegir su propia cartera de programación. Estas nuevas modalidades se han producido y han estado acompañadas por una serie de cambios profundos:

a) Cambios en la forma de gestión: En América Latina se ha producido un notable debilitamiento de lo público pues cada vez son menos los medios que dependen del Estado y este ya no está muy dispuesto a subsidiarlos.

La ausencia de productores independientes que propongan innovaciones de lenguaje, el poco riesgo y la experimentación en sus labores creativas y de programación, la copia de los formatos reiterativos de las televisiones comerciales son solo algunos de los problemas que han sufrido las televisiones públicas (Ídem: 53).

Por su parte, la TV privada se ha fortalecido, pues hoy está inserta en lógicas comerciales, maneja presupuestos importantes, compite entre sí por aumentar y acaparar el mercado transnacional. Esta "empresalización" ha provocado el paso a lo multimedial: diversos medios radiales, escritos, televisivos, en manos de un mismo grupo (cada vez más reducido) de empresarios.

b) Cantidad no significa pluralidad: Si bien hoy existen más cantidad de canales, la programación es repetitiva, global, previsible; existe una creciente estandarización, no difieren mucho unos de otros ni en cuanto a géneros ni en los contenidos.

Mezclas en lo global-nacional-local: Se combinan relatos, intereses y aspiraciones muy diferentes de los distintos países y con esta hibridación emergen nuevas costumbres, estilos de vida, nuevos modos de vestir, de hablar, de pensar, etcétera.

Variación en el significado social de los medios: la información del orden internacional que transmiten, las versiones sociales que muestran los distintos géneros de ficción y el cada vez más creciente papel de la TV como intermediaria o "mediadora" entre instituciones del Estado y la gente son algunas de las razones por las cuales la televisión hoy en día se ha transformado en un actor social de nuestra realidad, posee un rol activo y transformador. "Los medios además de *mostrar* cómo se dan los cambios, los acompañan..." (Martín Barbero, 1999: 56).

c) Redefinición de la "esfera pública": Está constituida como el espacio donde los ciudadanos pueden deliberar sobre sus problemas, donde circulan los discursos y se produce la interacción. En un principio significó exigir información al Estado sobre sus actuaciones; hoy en día se ha ampliado y modificado pues significa tener voz en la sociedad, poder expresar nuestras quejas, reclamos y opiniones por medio del ejercicio de nuestro derecho a la libertad de expresión en el marco de una sociedad democrática. Además, a causa del debilitamiento de la autoridad y prestigio de los distintos organismos gubernamentales y de instituciones públicas, la TV se ha convertido en el lugar al cual los ciudadanos recurren para pedir ayuda, efectuar reclamos, exigir soluciones, realizar denuncias, etcétera.

Al decir de Martín Barbero (1999), el ver de los ciudadanos se concreta en la posibilidad de llevar a cabo un control político efectivo de los actos de los gobernantes. Con frecuencia, la intermediación realizada por los medios, el papel de voceros que cumplen en sociedades civiles debilitadas llega a cooptar estas relaciones directas, difuminando al ciudadano, ganando en institucionalidad y poder.

d) Ampliaciones del “espacio público”: El espacio público hoy en día ha derribado las fronteras nacionales y se ha transformado en lo que J. Keane denomina “mesoesferas públicas y lo macro público” (citado por Martín Barbero, 1999: 75). Esto permite que puedan conocerse a nivel global e internacional hechos que suceden en países lejanos con la misma instantaneidad y rapidez como cuando suceden en nuestro país. Esto permite también una globalización de lo político y que temas que acontecen en un determinado país puedan discutirse transnacionalmente.

e) La comunicación ha adquirido valor ciudadano: Observatorios, veedurías, foros de diversos sectores sociales, ligas de televidentes y asociaciones de usuarios son algunos de los organismos controladores de la TV que se originan desde dentro y propician la participación social.

El género informativo en la actualidad ha cobrado mayor trascendencia en las programaciones televisivas que el género dramático, que siempre fue por excelencia “el fuerte” del formato en TV. Quizá esto haya ocurrido por esa necesidad del individuo de conocer la realidad, lo que sucede no solo en su lugar de residencia, sino en su país y en el mundo.

La posibilidad de tener esa información “al instante” en el momento en que está aconteciendo, junto a la yuxtaposición de imágenes atractivas, impactantes, cargadas de dramatismo, que nos brindan la posibilidad de vivir los hechos por la televisión “como si estuviésemos allí” ha hecho del género informativo uno de los más vistos en la actualidad.

Los dos temas representados con mayor intensidad en los noticieros y que contribuyeron a que estos cobren una relevancia considerable en la sociedad y reivindiquen el papel de la TV como “mediadora” han sido las denuncias de corrupción y las guerras. Ambos hechos pudieron conocerse en la sociedad por medio de la televisión y permitieron revelar, hacer visibles los problemas de la sociedad, transformar además la identidad de los medios y por consiguiente hoy sean considerados como actores, no simplemente observadores de los acontecimientos (Martín Barbero, 2000).

Como vimos, la televisión es una de las principales mediadoras del individuo y su cultura, y una de las fuentes esenciales de información a partir de la cual se elaboran las representaciones sociales. Por este motivo obviamente los cambios que sufra a través del tiempo influyen de algún modo en las representaciones sociales. Porque estas son dinámicas

No tienen la posibilidad de asentarse y solidificarse para convertirse en tradiciones, ya que los medios de comunicación exigen el cambio continuo de conocimientos y la existencia de un receptor típico de nuestro tiempo: aficionado consumidor de ideas científicas ya formuladas y que convierte en sentido común cuanto información recibe (Martín Mora, 2002: 21).

Por su parte, Tomas Ibáñez (1998: 26) afirmó que “no hay más realidad que la realidad tal y como la desciframos. Son los significados que le atribuimos los que van a construirla como la única realidad que para nosotros existe efectivamente”. De este modo, “los acontecimientos que se producen en nuestra vida diaria, las informaciones que nos llegan, los comentarios que oímos, las conversaciones que mantenemos,

las relaciones que establecemos con los demás, suelen presentar, todas ellas un cierto grado de ambigüedad” (Ídem: 16). Pero el proceso de la construcción de la realidad no es meramente individual, ya que “las inserciones del individuo en diversas categorías sociales y su adscripción a distintos grupos constituyen fuentes de determinación que inciden con fuerza en la elaboración individual de la realidad social, generando visiones compartidas de dicha realidad e interpretaciones similares de los acontecimientos” (Ídem).

Estas visiones compartidas son las representaciones sociales, el conocimiento de sentido común que se origina en el intercambio de comunicaciones del grupo social y tiene como objetivo estar al día, sentirse dentro del grupo social.

Las representaciones constituyen una actitud hacia el objeto e integran conceptos cognitivos distintos como la actitud, la opinión, la imagen, el estereotipo, etcétera. No es una suma de partes o una aglomeración acrítica de conceptos, sino un conjunto de significados e interpretaciones socialmente elaborado y compartido.

Moscovici (1979 en Mora, 2002) considera la información como una de las dimensiones que constituyen la representación social y los medios de comunicación como los encargados de proporcionarla aunque, según este autor, la información está desorganizada.

Afirma además que “los datos de los que disponen las personas para formar una idea son a la vez insuficientes y superabundantes” (Ídem: 7).

La imagen suele utilizarse como sinónimo de representación social. Sin embargo, la representación no es un mero reflejo del mundo exterior, una huella impresa mecánicamente y anclada en la mente; no es una reproducción pasiva de un exterior en un interior (Banchs 1984 en Mora, 2002: 8).

Los sujetos juveniles se han configurado socialmente por múltiples factores como las instituciones de socialización, las normas jurídicas y políticas, la frecuentación, consumo y acceso a un cierto tipo de bienes simbólicos etcétera, que los han determinado como “actores diferenciados”.

Podemos comprobar a diario que los jóvenes necesitan identificarse. Por este motivo, eligen siempre alguna propuesta identitaria: punk, roqueros, tecnos, nerds, cumbiero, y en mayor o menor grado, asumen como propios los discursos de los líderes de estos estilos, toman además sus costumbres y prácticas; es decir, un conjunto de significaciones a través de las cuales, en las distintas épocas, algunos jóvenes toman fuerza como un grupo diferente de otros grupos sociales.

Al decir de Martín Barbero, la ecología, la libertad sexual, la paz, los derechos humanos, la defensa de las tradiciones, el rock se convierten en objetos emblemas que agrupan, dan identidad y establecen las diferencias entre los jóvenes. Otros transitan en el pragmatismo individualista, en el hedonismo mercantil y el gozo del consumismo (citado por Blanco, 2006).

Junto a las prácticas de consumo cultural, los distintos grupos de socialización como la familia, escuela, grupos de amigos, los medios de comunicación configuran las representaciones que los jóvenes poseen del mundo.

Reflexión final

Todo lo expuesto nos brinda algunas pistas acerca de las asociaciones realizadas por los alumnos ingresantes, la televisión ofrece características técnicas que favorecen en los receptores la lectura de “visión de la realidad”, pero además tiene otros recursos para aumentar su poder de legitimación frente a la audiencia como la producción de noticias y la apelación emotiva. Estos recursos forman la “representación de la realidad” que brinda la pantalla chica.

La condición de audiencia no elimina su pertenencia a otras instituciones sociales ni la posibilidad de que interactúen en otros escenarios que no sean donde ellos ven la TV. Por este motivo los mensajes son re-apropiados y re-definidos por los individuos. El proceso de recepción va siendo mediado tanto por las nuevas situaciones como por los agentes e instituciones involucrados.

Lo que sucede es que ante el debilitamiento actual de la credibilidad de las otras instituciones la mediación generada por la TV ocupó un lugar primordial en las representaciones sociales y particularmente en las representaciones sobre política que posee este grupo de jóvenes ingresantes de la Universidad Nacional de San Luis.

Nuestra reflexión se centra en la institución universidad, y como miembros activos de ella creemos que debemos repensar su función, brindar herramientas suficientes para que los estudiantes sean individuos críticos de la realidad que los rodea y que la institución sea la gran mediadora en sus representaciones.

Además que constituya un lugar donde los jóvenes puedan reformular estas visiones negativas sobre la política a fin de dar inicio a un proceso renovador de la sociedad y surja una generación de políticos con ideales capaz de luchar y transformar nuestro país.

Parafraseando a Paulo Freire en su libro *Pedagogía de la Esperanza* (1993) “Cuando la persona se sumerge en sí misma perdiendo toda esperanza, sus ganas de luchar se ven mermadas o desaparecen [...]. El sueño y la utopía son indispensables para el educador, que a través del análisis político hace descubrir y transmite las posibilidades para la esperanza, la expectativa de cambio. Dado que sin ella no se lucha para cambiar las cosas”.

Nota

(1) En el año 2013, a través de una reforma estatutaria de la Universidad Nacional de San Luis, se crearon en nuestra ciudad dos Facultades como desprendimiento de la anterior Facultad de Ingeniería y Ciencias Económico-Sociales, dando lugar a la Facultad de Ingeniería y Ciencias Agropecuarias y a la Facultad de Ciencias Económicas, Jurídicas y Sociales.

Bibliografía

- Abric, J. C. (comp.) (2001), *Prácticas sociales y representaciones*, México, Coyoacán.
- Freire, P. (1993), *Pedagogía de la esperanza*, México, Siglo XXI.
- Martin Barbero, J. y G. Rey (1999), *Los ejercicios del ver*, Barcelona, Gedisa.
- Martin Barbero, J. (1985), "Los métodos: de los medios a las mediaciones", *De los medios a las mediaciones*, Cali, Mass Media, pp. 203-259.
- Enriquez, E. (2007), *Imaginario social, rechazo y represión en las organizaciones* [en línea]. Disponible en: <<http://www.psicologiagrupal.cl/documentos/articulos/imaginario.html>>.
- Ibañez, T. (comp.) (1998), *Las ideologías de la vida cotidiana*, Barcelona, Saudai.
- Jodelet, D. (1986), La representación social: fenómenos, concepto y teoría, en Moscovici, S., *Psicología social II*, Barcelona, Paidós.
- Mata, M. C. (1999), "De la Cultura Masiva a la Cultura Mediática", Seminario Tendencias y retos de la investigación en Comunicación en América Latina, Lima, FELAFACS-PUC del Perú.
- Mora, M. (2002), "La teoría de las Representaciones Sociales de Serge Moscovici", *Athenea digital* N.º 2, Universidad de Guadalajara.
- Orozco Gomez, G. (1992), "La audiencia frente a la pantalla. Una exploración del proceso de recepción televisiva" [en línea]. Disponible en: <www.felafacs.org/diálogos>.
- Orozco Gomez, G. (1996), *La investigación en comunicación desde la perspectiva cualitativa*, La Plata, Ediciones de Periodismo y Comunicación.
- Orozco Gomez, G. (1997), *Investigación de la comunicación* N.º 4, Universidad Nacional de La Plata.
- Silverstone, R. (1994), *Televisión y Vida Cotidiana*, Londres, Amorrortu.

Artículo recibido el 23/07/14 - Evaluado entre el 21/07/14 y 31/08/14 - Publicado el 21/09/14