

IMAGEN Y COMUNIDAD: LA LUCHA POR EL SENTIDO

Adrián Pino

Universidad de Concepción del Uruguay (Argentina)

pinocomunicacion@gmail.com

Resumen

Los sucesivos avances tecnológicos en materia de comunicación han hecho que los procesos de fruición colectiva, como el cine, hayan cedido ante el disfrute en el ámbito privado e incluso individual, como ocurre con la televisión y con la computadora.

Este nuevo escenario, marcado por una creciente mediación tecnológica de los procesos sociales, ha dispersado varias de las iniciativas comunitarias y disgregado los sentidos transformadores de la mirada sobre lo social.

Sin embargo, a pesar de estos diagnósticos poco alentadores para la cultura audiovisual, resulta necesario replantear varios de estos enfoques para comprender que, la originalidad que caracteriza a la imagen "le da una fuerza de transmisión sin igual" (Regis Debray).

Por eso el espacio audiovisual que se opone al quietismo social, aparece como una tierra fértil para movilizar conciencias, desde la generación de iniciativas de participación popular y construcción colectiva.

*"Para la mayor parte de la gente,
hay sólo dos sitios en el mundo:
el lugar donde vive y su televisor".*

(De Lillo, 1985)

Sin duda que el itinerario en torno de las implicancias sociales de las nuevas tecnologías de la comunicación ha sido recorrido de ida y de vuelta por diversos abordajes teóricos. Sin embargo, en el capítulo de su encuentro con los modos de significación y los procesos de recepción, todavía hay terreno para avanzar en definiciones que aporten claridad.

Nuevas tecnologías, nuevas prácticas

En los últimos años, la penetración definitiva de la televisión en la vida social –apoyada por el abaratamiento de las nuevas tecnologías– ha promovido nuevas formas de relación entre los sujetos, cada vez más mediadas por dispositivos tecnológicos.

En este escenario, la reflexión sobre los nuevos procesos de construcción política requiere comprender que los medios de comunicación no sólo intervienen como actores (en tanto grupos de presión) sino también como el propio escenario en el que se desarrolla la política. Por lo tanto, resulta necesario identificar cómo se dan los procesos de participación, y, especialmente, comprender la manera en que las nuevas prácticas sociales se amoldan a las reglas de juego que los propios medios intentan imponer.

Debe quedar claro que "las nuevas Tecnologías de la Información y de las Comunicaciones no sólo transmiten y/o procesan información, sino que también generan en el sujeto una modificación conceptual y psicológica, que lleva aparejada una alteración del marco referencial, de la cosmovisión y, como consecuencia, de su percepción del mundo" (1) (Marabotto y Grau).

"Todos los medios nos vapulean minuciosamente. Son tan penetrantes en sus consecuencias personales... que no dejan parte alguna de nuestra persona intacta, inalterada, sin modificar" (M. McLuhan, 1967).

Como señaló el propio McLuhan, toda la tecnología amplifica, exterioriza y modifica las funciones cognitivas. En la sociedad informacional hay, por ejemplo, claras modificaciones en la memoria (bases de datos, hiperdocumentos, ficheros), en la imaginación (simulaciones), en la percepción (realidades virtuales, telepresencia) y en la propia comunicación.

Lejos de ser accesorias a los comportamientos y prácticas humanas, conviene insistir en que la tecnología, "más que objeto adquirible o actividad especializada, es parte fundamental del diseño de nuevas prácticas, más que artefacto, es competencia en el lenguaje". Por lo que, "seguir pensando que la dimensión tecnológica es exterior y accesoria a la comunicación es desconocer la materialidad histórica de las mediaciones que ella instituye; esto es,

lo que ella contiene de innovación social y las nuevas formas de socialidad que instaura" (J. Martín Barbero) (2).

El nuevo escenario

Los sucesivos avances tecnológicos en materia de comunicación han hecho que, desde los últimos años del siglo XX, asistamos a un proceso ininterrumpido de "privatización de la comunicación" (Héctor Schmucler y Armand Mattelart) y, por ende, a la desintegración del consenso parcial implícito en la propia comunicación de masas. Los procesos de fruición colectiva, como el cine, han cedido ante el disfrute en el ámbito privado e incluso individual, como ocurre con la televisión, y más fuertemente con la computadora.

Al describir el proceso de construcción de la imagen televisiva, Krugman sostiene que "el ver televisión hace que se detenga el hemisferio neocortical izquierdo del cerebro (el cual regula el pensamiento analítico y el análisis lógico) y desencadena el procesamiento de la información. El detenimiento se produce debido al acostumbramiento a la proyección de puntos o a una 'sobrecarga' durante el proceso de proyección. Sea cual fuere el caso, dice, no cabe duda en cuanto que el acceso al hemisferio derecho sigue siendo posible (puesto que pasa a hallarse en un estado alfarfático) y ello promueve una 'recordación evocada' antes que una 'recordación aprendida' y, asimismo (promueve) asociaciones libres y conexiones inconcientes. De hecho, este proceso abre el espacio privado del espectador a sentimientos y a asociaciones que se hallan a disposición de la colonización por parte de la industria de la publicidad" (3).

Si bien este trabajo no pretende mantener un enfoque centrado en lo técnico, no está de más introducir algunos de estos aspectos para tratar de comprender por qué los publicistas, por ejemplo, se esfuerzan por intentar relacionar la mayonesa con la felicidad, el producto de limpieza y la sonrisa de mamá, el Danonino y el crecimiento de un chico, o el Yogurísimo y la presión arterial de los viejitos.

Operaciones técnico-ideológicas que abren mundos a la familia Escárte de Eduardo Galeano que, luego de mucho esfuerzo, pudieron comprar "el televisor Sony de 12 pulgadas a todo color... Ahora siguen durmiendo amontonados y malviviendo... Pero el televisor se alza como un tótem y desde la pantalla la Coca Cola les ofrece chispas de vida, y la Sprite, burbujas de juventud. Los bombones Cadbury, comunicación humana..., y el automóvil Renault, una nueva forma de vivir" (4).

La anécdota de los Escárte que narra Galeano hace evidente una vez más (muy a pesar de la demonización de la televisión que se promueve desde diversos círculos académicos) que "las promesas de la televisión no refieren al acceso a un mundo mejor, sino que la TV misma es la promesa" (5).

Comprender esta lógica de funcionamiento implica reconocer que la televisión se ha vuelto auto-referencial (la Neo-televisión de Umberto Eco), en tanto que ha perdido su objeto de referencia y "el mundo" que muestra cambia su sentido cuando ingresa a la TV.

Por eso es necesario abordar en forma crítica la manera "en que los conocimientos de los medios de comunicación constituyen las posibilidades de la acción humana, así como restricciones textuales impuestas a los maestros, (en tanto) trabajadores culturales que actúan como mediadores de códigos, de textos sociales y del circuito semiótico establecido en el aula y en la vida cotidiana" (6).

Este nuevo escenario, marcado por una creciente mediación tecnológica de los procesos sociales, ha dispersado como el viento varias de las iniciativas comunitarias y disgregado los sentidos transformadores de la mirada sobre lo social.

Complejizar el análisis

Esta construcción de sentido, este "efecto de verdad" parte del tramado de una historia que "no se fabrica simplemente como narración, sino también como estado de ánimo. Con frecuencia, no tiene un comienzo real o un fin distinto del de la ilusión creada por el contexto de su producción. El nudo gordiano de la historia –razona McLaren– se corta cuando la historia es declarada muerta en el gélido momento de la imagen".

Complejizar el nivel de comprensión de estos procesos implica reconocer varios aspectos. Uno de ellos, que "la estructura semántica del mensaje y los sistemas simbólicos que utiliza un determinado medio de comunicación, no son los únicos factores que desencadenan procesos más o menos profundos de aprendizaje y elaboración mental" (Vigotsky).

Las competencias del receptor, la participación voluntaria en la situación, la calidad de la interacción humana de la que vaya acompañado el acto de mirar televisión son algunas de las condiciones incluidas por los estudios

culturales en los procesos de recepción. En su obra "TV, audiencias y Estudios culturales", David Morley sostiene que todo análisis que pretenda abordar los procesos de recepción televisiva debe considerar no sólo las macro estructuras (de clase social, por ejemplo) sino incluir en las determinaciones, los pares "macro/micro; real/trivial; público/privado; masculino/femenino" que atraviesan los modos de elaboración y significación (8).

La polisemia que se atribuye a las imágenes que irradia la televisión y la aparente "libertad de interpretación" que se asigna a los receptores, impulsada fundamentalmente por John Fiske, esconde intenciones no sanctas, dice Morley. Este tipo de mensajes que destacan la libertad del receptor para interpretar los discursos "se presentó ante todo, no como un desafío a un modelo ingenuo de los efectos (de los medios) sino más bien como prueba de que los medios no ejercen ninguna influencia en la democracia semiótica del pluralismo posmoderno. La valorización implícita del placer de la audiencia lleva fácilmente a un relativismo cultural que se incorpora enseguida a una retórica neoliberal populista que estaría dispuesta a abandonar toda preocupación por los valores y funciones culturales, a fin de justificar las posiciones de los defensores de la desregulación". Seiter coincide en la apreciación y afirma que "al preocuparnos tanto por el placer de la audiencia corremos el riesgo de convalidar continuamente el dominio que ejerce Hollywood en el mercado televisivo del mundo entero" (9), en alusión a los estereotipos dominantes que determinan o condicionan la relación con "la realidad".

Para evitar caer en el otro extremo y afirmar que los efectos de los discursos televisivos determinan las acciones de la gente, es bueno tener presentes los múltiples casos de apropiación y reelaboración de los sentidos que realizan muchas veces los sectores populares. Este camino evita tanto el determinismo hipodérmico y se excluye la posibilidad de sostener la "democracia semiótica" que propugna la derecha conservadora. La posición mayormente sostenida por los investigadores más serios e independientes políticamente –no por eso menos comprometidos– consiste en afirmar que, si bien no existe una única lectura de los discursos, sí hay que comprender que los discursos poseen cadenas argumentativas que orientan la interpretación en determinados sentidos. Es decir que en vez de hablar de "interpretación única" o "democracia semiótica", debemos sostener que existen "lecturas dominantes" de los textos discursivos, que incitan determinadas significaciones y suprimen otras (Morley).

Este nivel de comprensión exige al mismo tiempo considerar el análisis del contexto en que se realiza la decodificación televisiva. Por eso resulta necesario comprender que en el análisis de la imagen, lo más importante no es el contenido sino el Vínculo que establece con el espectador, en un lugar que (a diferencia de los no lugares, de los espacios) está cargado de sentido (Silverstone) y donde operan relaciones de poder e interacción con otras tecnologías.

La esperanza comunitaria

Sin embargo, a pesar de estos diagnósticos poco alentadores para la cultura audiovisual, resulta necesario replantear varios de estos enfoques para comprender que, como sostiene Régis Debray, la originalidad que caracteriza a la imagen "le da una fuerza de transmisión sin igual".

Por eso el espacio audiovisual que se opone a aquel que promueve el quietismo social, aparece como una tierra fértil para movilizar conciencias, desde la generación de iniciativas de participación popular y construcción colectiva.

Y esto requiere comprender sencillamente que la fuerza de la imagen debe abrir una mirada retrospectiva, debe convertirse en el ámbito de resguardo de nuestra memoria, ya no asociada con los cánones de la Razón que pensó la Modernidad, sino con estructuras signícas y de significación que nos remitan a las emociones.

Debemos comprender, como dice Régis Debray, que "hablamos en un mundo y vemos en otro"; es decir, que "no hace falta verbalizar para simbolizar (porque) sentimos en un mundo y nombramos en otro... El cerebro derecho habla con el cerebro derecho, pero no está en simpatía natural con el otro hemisferio... El comentario y la emoción no movilizan las mismas neuronas... Tanto es así que la emoción comienza donde termina el discurso" (8).

"La emoción comienza donde termina el discurso". Aquí está la clave de la potencialidad de los relatos audiovisuales, que ponen en acto, en evidencia ineludible los recuerdos sobre una historia que nunca aconteció, pero que igualmente tiene lugar en cada uno de nosotros. En cada uno de los que ingresan, a partir de una realización audiovisual, a su propia versión de la historia, la que cuenta aquella historia que no está plasmada en los libros, que no dejó huellas en documentos, pero que sin embargo está ahí, latente, a la espera de ser captada por una lente que le permita emerger a la superficie.

Ser visible es apenas la condición para que esa imagen, capaz de movilizar la emoción, haga de "puente" entre

comunidades de sentido que hoy ha disgregado el sistema de medios de comunicación dominante. Porque, volviendo a Debray, la imagen tiene "una fuerza de transmisión sin igual", en tanto exista una comunidad que garantice la vitalidad simbólica necesaria para estrechar esos lazos comunitarios.

Sin comunidad, no hay vitalidad simbólica capaz de transformar el estado de cosas. Promover esa comunidad de sentidos es nuestra misión, nuestra oportunidad y nuestra obligación como comunicadores sociales.

Notas

- (1) Marabotto M.I. y J.E. Grau "Multimedios y Educación". Buenos Aires. Fundec. 1995. Revista de Educación. Ministerio de Educación de la Nación.
- (2) Martín Barbero, Jesús: "Procesos de comunicación y matrices de cultura, G. Gili, México, 1989. Pág. 38.
- (3) Krugman, citado en Peter McLaren, "Pedagogía, poder e identidad", Ed. Homo Sapiens, Argentina. 1999. Pág. 142.
- (4) Eduardo Galeano, "Memoria del Fuego". Pág. 128.
- (5) Luis Alberto Quevedo, Posgrado en Opinión Pública, Flacso 2004.
- (6) Mc Laren, Peter: "Pedagogía, poder e identidad", Ed. Homo Sapiens, Argentina. 1999, pág. 138.
- (7) David Morley, "TV, audiencias y estudios culturales", pág. 38. Ed. Amorrortu.
- (8) Debray, Régis, "Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente", Paidós, Barcelona, 1994. Pág. 237.

Bibliografía

- Debray, Régis, "Vida y muerte de la imagen. Historia de la mirada en Occidente", Paidós, Barcelona, 1994.
- Marabotto M.I. y J.E. Grau "Multimedios y Educación". Buenos Aires. Fundec. 1995. Revista de Educación. Ministerio de Educación de la Nación.
- Martín Barbero, Jesús: "Procesos de comunicación y matrices de cultura, G. Gili, México, 1989.
- Mc Laren, Peter: "Pedagogía, poder e identidad", Ed. Homo Sapiens, Argentina. 1999.
- Mc Luhan, Marshall: "La Galaxia Gutemberg", Editorial Aguilar, Madrid, 1972.
- Morley, David: "TV, audiencias y estudios culturales", Ed. Amorrortu. Argentina.
- Pino, Adrián: "TV y política: ¿Un nuevo escenario de la política o la nueva política del espectáculo?", Ensayo del autor. 2005.