

ENTRE ESPONJAS Y LIBRE ALBEDRÍO

Gabriela Yamila Gómez
Universidad de Buenos Aires (Argentina)
yamilagomez@fibertel.com.ar

Resumen

El ensayo *Entre esponjas y libre albedrío* procura dilucidar el mecanismo de asignación de sentido en los discursos de los medios masivos de comunicación. Superando viejas dicotomías, aún presentes, entre el poder de los medios y la libertad de la audiencia, procura devolver el carácter de práctica social, condicionada como tal, del proceso de comunicación. Estableciendo la falsedad de la dicotomía “medios o audiencia”, el ensayo procura la superación de esta visión fragmentaria recuperando el enfoque totalizador sobre un proceso que trasluce su carácter social en ambas instancias.

Mucho se ha hablado al momento sobre el sentido de los discursos mediáticos. Escuelas, corrientes, teorías, ensayos e investigaciones han intentado, durante décadas, dilucidar el mecanismo de asignación de sentido de las producciones culturales del hombre. En este ensayo se intentará dar cuenta de las determinaciones que operan en el sentido del discurso que, si bien en este caso se centra en aquel producido por los medios, puede ser entendido también en un sentido amplio, es decir, considerando la multiplicidad de soportes posibles. Demás está aclarar que es un axioma que todo comunica y, por ende, todo puede ser analizado desde el punto de vista discursivo, en tanto emisión y potencial recepción de un significado.

En principio podemos considerar dos determinaciones del sentido: la estructuración textual y la posición objetiva del receptor en la estructura socioeconómica. Pero las determinaciones son complejas de analizar, recordando que no se las debe concebir mecánicamente, sino más bien como condicionantes que operan como limitaciones y fronteras que se relacionan unas con otras. Por esto se hace necesario dar cuenta de las mismas desde diversos ángulos: la polisemia como espectro limitado desde la instancia de producción del discurso; la relación interdiscursiva operante en la decodificación; las diferencias en cuanto a las competencias y códigos culturales y su relación con lo económico y social; y, sobre todo, los sentidos preferenciales dominantes y su legitimación y naturalización frente a la lucha de clases presente en la significación.

A esta altura, cae de maduro que no todas las personas decodifican el mismo mensaje de la misma forma pues poseen diferentes orígenes sociales y culturales, lo cual ya fue demostrado por David Morley en su trabajo de investigación sobre la audiencia de Nationwide. Este estudio toma en cuenta, por medio de entrevistas, las interpretaciones que individuos de distintos orígenes sociales hacen de un mismo programa televisivo, para así poder establecer el papel que juegan los marcos culturales en las decodificaciones. Morley se interesa en la forma en que se interpretan los mensajes que se consumen a través de los medios masivos de comunicación, rechazando desde el comienzo cualquier matiz conductista que pudiese concebir al mensaje como causante automático, simple y directo, de un determinado efecto sobre los receptores. Todo lo contrario, su interés se centra en el otorgamiento de sentido a lo que los medios ofrecen. También podemos encontrar este rechazo a la linealidad y unilateralidad del sentido en Hall.

Sin embargo, no siempre la audiencia y el proceso de comunicación fueron considerados de esta manera. Aún hoy se encuentran vigentes, sobre todo en el sentido común, concepciones de la audiencia como sometida al poder maligno y omnipotente de los medios. Básicamente: aún hoy para muchos los individuos son como esponjas que se impregnan, sin otra posibilidad, de deseos consumistas e ideología burguesa. Podemos decir que, desde esta postura, Adorno sigue vigente. No obstante, frente a esta visión encontramos el otro extremo: la actividad del receptor. Así, quien está sometido a discursos mediáticos, por ejemplo el televisivo, tiene no sólo la libertad de elegir entre una pluralidad de sentidos posibles frente a un mensaje sino que incluso tiene la capacidad de seleccionar el discurso al cual quiere ser expuesto. Pura libertad y libre albedrío. Con estas visiones antagónicas, se sostiene una dicotomía a todas vistas insalvable: o el poder está en la instancia de producción del discurso, o lo está en la de recepción.

Frente a lo anterior debe admitirse que es cierto que ninguno de los actores intervinientes en el proceso de comunicación, emisores y receptores, puede relativizarse y menospreciarse. Pero también es cierto que ambas posturas son susceptibles de críticas: la interpretación de “qué hacen los medios con la gente” puede ser acusada de paranoica, conductista, lineal e incluso subversiva; pero la otra cara, la de “qué hace la gente con los medios” también puede ser calificada de populista y legitimadora del discurso de la clase dominante en la medida en que desestima y desdeña las fuerzas económicas, políticas e ideológicas que operan en las producciones culturales. Es entonces necesario superar estas oscilaciones entre los extremos de un mismo proceso,

que no es ni más ni menos que el de comunicación, en este caso mediante medios masivos. El dilema, probablemente, reside en haber hecho hincapié sólo en uno u otro de los actores, perdiendo de vista la mirada global sobre algo que, lejos de ser una instancia u otra, constituye una totalidad. En este sentido, sólo entendiendo ambas instancias, la de producción y la de recepción, podrá darse cuenta de cómo es en realidad el proceso de producción e interpretación: ni manipulación ni libre albedrío. Debe recordarse que también Morley nos deja una lección al incorporar un abordaje que contempla tanto lo semiótico como lo sociológico. De esta manera, en el proceso de producción del sentido intervienen dos determinaciones distintas: la organización textual particular de los signos presentes en el discurso (abordable desde la semiótica) que proporciona una clausura textual limitando el espectro de sentidos potenciales; y b) las variables sociológicas/estructurales (edad, sexo, raza y clase) puesto que la posición ocupada por un individuo en la estructura socioeconómica condiciona su acceso a los distintos discursos sociales.

Debe destacarse que el análisis semiológico no debe entenderse como destinado a establecer el sentido real del mensaje sino que posibilita dar cuenta de la intención en la asignación del sentido del discurso. Pero este sentido no es unívoco sino que será polisémico en tanto y en cuanto siempre se podrá producir más de uno, aunque tampoco con la libertad absoluta de "elección" que muchos ven en la instancia de recepción. Esto nos remite a los extremos de la manipulación y del libre albedrío de la audiencia: el mensaje no tiene un único sentido otorgado por la instancia de producción y reconocido linealmente desde la recepción, pero tampoco es infinitamente polisémico y a ser definido y elegido libremente por la audiencia. Los sentidos de un discurso son múltiples y limitados a la vez. Es cierto que poseen una dirección otorgada desde la instancia de producción, pero esto es una mera orientación puesto que no garantiza la eficacia total de originar el sentido deseado en la instancia de recepción. La intencionalidad de los emisores es tan sólo eso, intencionalidad, intento de comunicar eficazmente y en base a sus posibilidades de generación del discurso (condiciones de producción), y no tiene garantías (si así fuera, no habría lugar para malentendidos ni opiniones ni críticas ni interpretaciones divergentes).

Pero, ¿por qué suponer que la instancia de recepción cumple un papel activo en el proceso de recepción, y por ende asignación de sentido, de un discurso? Pues porque los receptores no son cajas vacías y aisladas donde lo comunicado se deposita a gusto, sino que poseen un bagaje de otros discursos y representaciones. El hombre es un ser social y se comunica constantemente, no puede separarse nunca de los procesos de significación. Consecuentemente, al enfrentarse a un discurso, el receptor posee como condiciones de decodificación una multiplicidad de otros y diversos discursos, los cuales pueden contradecir, negar, apoyar o reafirmar el nuevo mensaje decodificado, aun sin tener conciencia de esto. El nuevo discurso se encuentra y se reestructura con los anteriores y así se constituye su sentido. Este último, nuevamente, no será único puesto que no todos los sujetos poseen los mismos discursos "detrás" al momento de la interpretación. Consecuentemente, sólo en la medida en que la instancia de producción y la de recepción compartan, en mayor o menos cantidad, discursos y representaciones, el sentido proyectado y la interpretación posterior serán más o menos coincidentes. En este punto se hace evidente el por qué el libre albedrío, la capacidad de selección de significados de la audiencia, no es tal: si los individuos se encuentran atravesados por discursos y representaciones, ellos no "eligen libremente" lo que desean interpretar o cómo interpretarlo, sino que están limitados por su propio bagaje sociocultural. En otras palabras: las limitaciones, en tanto condiciones de generación e interpretación del discurso, operan tanto en la instancia de producción como en la de recepción. Nuevamente, no se trata de una dicotomía sino de la confluencia de factores que operan de uno y otro lado de un mismo proceso: en la determinación del sentido de un discurso confluyen los conocimientos, discursos y saberes de ambas instancias. En este punto, la comunicación adquiere más que nunca el carácter de comunión, lejos de concepciones fragmentarias que depositan todo el peso y responsabilidad del proceso en una sola instancia.

A partir de lo anterior, la asignación de sentido, tanto desde la producción como desde la recepción, puede entonces ser observada partiendo de la noción de capital cultural de Bourdieu, considerando tanto los conocimientos, discursos y saberes que poseen la instancia de producción y la de recepción. A esto debe sumarse que el capital cultural no es una esfera separada de lo social sino que, en todo caso, es una cristalización más de la lucha de clases o grupos sociales. En este punto, puede observarse la vigencia de la relación entre la base y superestructura esbozada por Marx: el conocimiento, la cultura y el lenguaje no son esferas independientes sino que se basan en la vida material y social. Consecuentemente, la asignación de sentido, desde la intencionalidad de la emisión y la interpretación de la recepción, son arma fundamental en la lucha por el dominio del campo social. A su vez, las condiciones políticas, sociales y económicas, que redundarán en el dominio de los medios de comunicación y, por ende, en un mayor poder de producción y emisión de mensajes, también influirán en esa lucha simbólica. Los mensajes de los medios masivos de comunicación explicitan ciertas cosas y silencian otras: la omisión, la ausencia y los silencios paradójicamente hablan de suposiciones y prohibiciones. Junto a esto, la mayor o menor presencia de discursos alternativos y contrahegemónicos hablará de una menor o mayor legitimación de la estructura de poder de una sociedad y, sobre todo, de la naturalización de sus significados dominantes.

Por todo lo expuesto, puede establecerse que en el sentido del discurso massmediático operan determinaciones que son, ante todo, sociales tanto desde el punto de vista material (posesión de recursos de producción y difusión) como simbólico (significados y representaciones). Consecuentemente, la dicotomía entre el poder de la instancia de emisión y la libertad de la instancia de recepción es una falsa distinción. Puede resultar útil a los fines analíticos, para focalizarse en el análisis de uno u otro aspecto, pero no puede implicar el desconocimiento de la globalidad de un proceso en el que no sólo intervienen estas dos instancias sino también factores coyunturales que influyen en las mismas y en sus prácticas. A partir de esto, en el análisis de los discursos de los medios, sean estos dominantes o alternativos, debe considerarse su rol protagónico en la lucha por la imposición o modificación de sentidos dominantes. Los procesos de asignación de sentido sólo pueden entenderse contemplando que los discursos son prácticas sociales cuyos elementos y factores intervinientes no pueden ser fragmentados y descontextualizados. En definitiva, los procesos de significación, en este caso los relacionados con los discursos masivos, están estrechamente relacionados y entrecruzados con toda la actividad humana, tanto la social como la material.

Bibliografía

- BOURDIEU, P.; *La elección de lo necesario*; en *La distinción. Criterio y bases sociales del gusto*; Madrid; Taurus; 1998.
- BOURDIEU, P. y WACQUANT, L.; *Introducción*; en *Respuestas. Por una antropología reflexiva*; México; Grijalbo; 1995.
- GRIMSON, A. y VARELA, M.; *Audiencias, cultura y poder. Estudios sobre televisión*; Buenos Aires; Eudeba; 1999.
- HALL, S.; *Codificar y decodificar*; tomado de Entel, A.; *Teorías de la comunicación*; Buenos Aires; Docencia; 1994, y de una traducción de cátedra de Poozioni, I; Mimeo; UNLP; La Plata; 1995.
- HALL; *La cultura, los medios de comunicación y el efecto ideológico*; en Curran, J.; *Sociedad y comunicación de masas*; México; FCE; 1981.
- KELLNER, D.; *Guerras teóricas y estudios culturales*; en *Media culture*; London; Routledge; 1995 (traducción de Laura Siri y adaptación de Laura Siri y Stella Martini para la cátedra Ford de Comunicación II, UBA)
- MORLEY, D.; *Televisión, audiencias y estudios culturales*; Buenos Aires; Amorrortu; 1996.
- VOLOSHINOV, V.; *El signo ideológico y la filosofía del lenguaje*; Buenos Aires; Nueva Visión; 1976.