

La sociedad multicultural y los mass-media

José Carlos Ruiz Sánchez

El trabajo que se desarrolla a continuación pretende exponer la relación existente entre los medios de comunicación y la sociedad multicultural actual. Para este propósito nos centraremos en el fenómeno de la percepción de la realidad a través de los mass-media, acudiendo a cada una de las exposiciones que nos sean útiles para esta finalidad y que, a su vez, nos mostrarán las diversas caras que se presentan en este complejo rudimento. De este modo, una vez acabado el análisis llegaremos a unas conclusiones que nos ayuden a la comprensión de nuestra sociedad y de la realidad cotidiana tan directamente afectada por los mass-media.

La multiculturalidad de los mass-media

La tradicional percepción de la realidad presentada por los medios de comunicación orientados siempre por los axiomas de la libre opinión, el carácter absoluto del hecho y el periodista como portador fiable de la información se ve hoy completamente alterada. Si nos remontamos a la edad media podemos observar cómo las comunicaciones (entiéndase por las mismas la transmisión directa de información) abarcaban una parte mínima de la población, a lo sumo una comarca o un condado. La mayoría de los habitantes eran analfabetos y el postulado de la existencia de otras culturas carecía prácticamente de valor. Sólo los más ilustrados podían atisbar la existencia de otras culturas y poseían un conocimiento más detallado de las mismas. Si nos centramos en este punto, podríamos afirmar que el requisito principal para que una sociedad multicultural tenga vigencia es el de la ilustración que permita abarcar una información más variada. Una ilustración ésta que al principio profundizaba en los temas y que, a medida que ha ido avanzando, se conforma con saber la localización de los mismos.

En este aspecto, la mayor abarcabilidad de los temas se ve directamente relacionada con la progresiva especialización en las materias, que conlleva un mejor conocimiento de las mismas pero a su vez, la enorme cantidad de información sobre este tema se contrarresta con la falta de tiempo para abarcar otras cuestiones. La mayor dimensionalidad de los campos englobados por el hombre es una consecuencia directa de la evolución de los media. La tradicional percepción de la realidad que en sus inicios nos presentaban los medios de comunicación, donde existía un carácter absoluto del hecho acontecido y donde el periodista era un mero transmisor fiable de la información se ha roto y desvanecido completamente. Hoy día, y gracias al axioma de la libre opinión, una noticia no es ya la mera transmisión de un suceso sino que conlleva un enfoque particular de la filosofía del periodista. A su vez, la diversidad de enfoques es tan amplia que el consumidor de la información desconfiaba plenamente de la misma.

Es necesario señalar que los axiomas anteriormente citados se han convertido en falacias que ya nadie cree debido a la propia dinámica social. La creencia social (y tan peligrosa de cuyas consecuencias todavía apenas nos hemos percatado) de la no existencia de una verdad absoluta ha llevado a la desconfianza transmitida por los mass-media. El mejor exponente para ilustrar esto son los periódicos donde se presenta la sociedad multicultural en todas sus facetas. Una misma noticia nos es dada de diferentes formas en distintos medios, y la enorme diversidad de temas esta representada desde las secciones de noticias internacionales hasta las culturales y las deportivas. Un amplio abanico de variedades donde los acontecimientos se presentan en un espacio muy reducido y donde podemos observar en una misma página el conflicto de unas determinadas tribus africanas y el tratado de paz que se firma en el polo opuesto del mundo; donde conviven las crónicas deportivas con las esquelas funerarias, es un microcosmos donde habitan todo tipo de culturas y donde existe información para cada una de las culturas que los consumen.

La ontología que la «verdad» gozó en otros tiempos se ha destruido hoy. Actualmente se piensa que cualquier verdad tiene como contrapartida una opinión igualmente verdadera y contrapuesta a la anterior, lo que nos conduce a un relativismo acerca de la realidad, que en últimos términos, nos provoca una desorientación y la imposibilidad de un conocimiento certero acerca de lo real; tan sólo se aspira a llegar a una verdad individual y por lo tanto parcial. Cada cual con su propia realidad y, al existir multitud de realidades, ésta queda deslegitimada. Este fenómeno es lo que los filósofos del posmodernismo tales como Lipovestky, han denominado el auge del «individualismo contemporáneo.»

Este relativismo del que hablábamos tiene su raíz, a nuestro juicio, en la propia estructura social. Si admitimos una sociedad posmoderna, en el sentido de la superación de la modernidad, que aún no está forjada y que pone en tela de juicio los valores tradicionales, de tan fuerte arraigo, es comprensible la desorientación y el relativismo de sus propios valores y creencias, elemento éste último que siempre aparece en los momentos de crisis, entendida ésta como el proceso que tiende a la superación de los anterior. Y, a partir de aquí, se puede entender mejor el hecho de que haya una multiplicidad de interpretaciones sobre un mismo hecho susceptible de ser noticiable. De ahí, que en una actualidad, la prensa dialéctica, el artículo de opinión, en definitiva la noticia ya interpretada adquiera un tremendo auge.

De lo que se trata es de la descomposición de la realidad en miles de interpretaciones válidas. Esta descomposición se ha ido haciendo más notoria en todos los campos; así, por ejemplo, podríamos elegir de entre muchos a Nietzsche como uno de los paradigmas de la descomposición de la filosofía ya que postuló una inversión de valores que trastocó todos los cimientos del momento. En el campo de la psicología Freud se hará cargo de los mitos para darles una interpretación totalmente novedosa relacionada con el subconsciente. En la pintura se abandonarán todos los movimientos neo, dedicados a la recuperación del arte clásico, para pasar a una descomposición de la realidad en diferentes perspectivas con el cubismo o a la realización de fabulaciones maravillosas jugando con el mundo onírico en el surrealismo. En literatura surgen una infinidad de nuevas técnicas

narrativas y poéticas que pretenden romper el sesgo clásico. En lo referente a la música, en los aspectos de composición, se comienza a introducir unos nuevos elementos que rompe con lo tradicional, estos elementos son las disonancias reflejadas en sus principios por la obra de Stravinski. Todo estos fenómenos podrían englobarse en lo que Lipovetsky denomina «odio a la tradición y furor de renovación total.» Se produce una ruptura total con todos los cánones impuestos por más de XIX siglos de tradición.

Por otra parte, tenemos que la realidad se ha resquebrajado en tantos aspectos que la información se sirve al gusto del consumidor. Es un hecho completamente novedoso el de la influencia del receptor tanto en el emisor como en el mensaje; todo el protagonismo lo acapara el primero. ¿A qué se debe este fenómeno? Entre otras cosas podría achacarse al hecho de que la prensa se ha convertido en un producto industrial sometido a las reglas de mercado. El consumidor lee lo que quiere leer, escucha lo que desear oír y ve lo que le apetece ver; todo gracias a la enorme variedad que el mercado les ofrece. Así el mensaje (una noticia interpretada por ejemplo) será diferente según el contexto social al que se dirija, hay cultura para todos los gustos y de igual legitimidad dispuesta siempre a ser consumida por una sociedad caracterizada por la enorme variedad cultural de sus integrantes.

Para la consecución de más consumidores se han diseñado distintas estrategias y se han utilizado distintos medios, no sólo ya la palabra escrita que expresa un opinión sino también la ilustración o la situación siempre estratégica de la noticia y otros elementos en muchos casos ajenos a la noticia y que han cobrado un destacado papel como elementos simbólicos y sutiles de la realidad que presentan.

De entre todo esto se puede llegar a concluir que los mass-media han intentado ponernos al alcance el ideal del hombre del renacimiento, un hombre docto en todas las materias, un experto en todas las disciplinas; podría pensarse incluso que, por ejemplo, en un periódico está contenido gran parte de la cultura actual y su desarrollo, pero nada más lejos de la pura realidad, hay que decir que la sobrecarga de información ha hecho que el hombre de hoy, en vez de ser un erudito en una vastedad de temas se convierta en un ignorante sobre los mismos, postulando, a lo sumo, la existencia de estos a través de titulares. Resulta relativamente fácil mantenerse informado de la evolución de la sociedad, sin embargo es casi imposible tener un conocimiento profundo (haciendo uso de los media) sobre cualquier tema en particular. La cultura actual abarca campos tan amplios que no podemos atisbar sus fronteras y sus contenidos son tan variados que hasta lo que no se considera cultura para la mayoría de la población, forma la base de la cultura (denominada contracultura) de otros grupos marginales.

¿Quién genera esta sociedad multicultural?

A estas alturas parece bien claro (y de esto no tengo la menor duda) que son los mass-media los principales encargados de esta función. En los últimos tiempos ha surgido en ellos una nueva característica y es la de haberse convertido en vehículos de formación e información de la opinión, vehículos de expansión ideológica, de control y justificación

social. De ahí la tremenda desconfianza que existe para con ellos. Sobra decir que la fijación en la visión o lectura de un mismo medio puede repercutir en la configuración ideológica de un individuo. Cuando esto ocurre podríamos preguntarnos qué legitimidad puede tener la asunción de una ideología que no ha sido correctamente reflexionada o analizada. Pues bien, su legitimidad puede que no sea la misma que la de aquel que habiendo conocidos todos los caminos elige uno; pero a efectos prácticos viene a resultar igualmente eficaz. Por consiguiente, y esto constituye una de las características más sobresalientes de los mass-media, los medios de comunicación se han convertido en un poder fáctico, junto al político y al económico, capaz de forjar opiniones de suma importancia para cada grupo social y de ejercer una presión social muy fuerte en multitud de aspectos de la vida política y económica de un país. La consecuencia directa de esto viene a ser la constante lucha de las esferas de poder por detentar la posesión de estos medios con el fin de controlarlos y manipularlos y, de este modo, sembrando la desconfianza de manera inexorable.

El poder de los media en la sociedad es tan amplio que son capaces de generar una cultura inédita o de ampliar las fronteras de las culturas existentes introduciendo elementos nuevos o retomando los ya desechados para actualizarlos. Términos como el de cultura «beat» o cultura «kitsch», o el de la cultura del pelotazo (tan recurrido últimamente), son adoptados por los mass-media e insuflados a la población que de un modo inconsciente e instantáneo los asumen como propios. La definición de cultura nos viene transmitida mayoritariamente por los mass-media, de manera que si éstos están en manos de un poder estatal (como por ejemplo sucedió con la dictadura de Franco), al existir un único punto de vista u opinión se restringe el campo de la cultura a lo que dicho poder entienda por la misma. Pero el problema hoy día es que no se tiene claro qué es lo que se entiende por cultura. El paradigma de la cultura se ha disociado en tantas ramas que son prácticamente inabarcables y otra vez vuelven a ser los media los causantes directos de que el concepto de la cultura se haya ampliado hasta límites insospechados. Los diccionarios nos presentan las definiciones más variadas que se puedan encontrar e igualmente imprecisas; como un claro ejemplo del «galimatías» que en estos momentos existe me ceñiré a dos definiciones; la primera es la del Diccionario Básico Jurídico¹ donde se nos dice que cultura es «el complejo de arte, moral, derecho y cualesquiera otras capacidades adquiridas por el hombre como miembro de una sociedad.» La segunda proviene del Diccionario Actual de la Lengua Española² y procede así: cultura es «Conjunto de modos de vida y costumbres, conocimientos, grados de desarrollo artístico, científico, industrial, en una época o grupo social, etc.». De la primera definición me gustaría hacer hincapié en la parte que dice «cualquiera otras capacidades adquiridas.» y de la segunda quisiera resaltar el etc. con el que termina la definición. Ambas expresiones ponen de manifiesto la imposibilidad de dar una definición de cultura ya que al añadir la palabra cualesquiera o el etc., los diccionarios engloban en un conjunto infinito una enorme vastedad de ca-

¹ *Diccionario Básico Jurídico*, Granada, Editorial Comares, 1994.

² *Diccionario Actual de la Lengua Española Vox*, Barcelona, Bibliograf, 1994.

racterísticas sin importar cuales sean estas. No existe por la tanto la precisión que se requiere para una definición ya que ambas se encuentran incompletas. He aquí porqué la sociedad actual puede llegar a definirse como una multiculturalidad y esto se debe a que, entre otras cosas, cualquier conducta o ideología o no importa que elemento se llegue a imponer en la sociedad puede llegar a considerarse como cultura. Este enorme poder de los media ya fue atisbado por uno de los, a mi entender, mayores profetas del siglo XX: George Orwell; el cual demostró las potencialidad de los media en su novela *1984* donde se presentan las consecuencias de un poder totalitario que tiene una perfecta organización burocrática gracias al buen manejo de los medios de comunicación de masas. La dictadura del Gran Hermano es totalmente legítima desde que tiene en su poder la totalidad de la infraestructura de los media y, haciendo uso de la misma, controla a las masas.

Nos movemos en un mundo donde está surgiendo un nuevo tipo de sociedad; es la llamada sociedad del saber, término empleado por Lyotard y otros teóricos que sostiene un salto cualitativo desde la modernidad a la posmodernidad. En este sentido se denomina sociedad del saber a aquella en la que la información es la que preside las relaciones de poder. Es la información, el estar informados, lo que nos permite el éxito en los negocios y en general en cualquier aspecto de la vida. Ya no importa tanto la capacidad industrial como el buen uso de la misma por la posesión de la información adecuada. De este modo, hoy el capitalismo se caracteriza más por la especulación que por el desarrollo industrial. La clave de todo el sistema se encuentra en la posesión de una buena y correcta información. Controlar los circuitos de información supone controlar el mercado y por lo tanto, controlar a una gran masa de la población.

No debemos olvidar un elemento muy importante que se ha impuesto de una manera insólita en la sociedad; este elemento es la imagen. Multi-imagen para la multi-cultura. ¿Porqué elegir la imagen como estandarte de esta sociedad multicultural? Porque, a mi entender, hoy día es totalmente legítimo el ya tópico dicho de que una imagen vale más que mil palabras. ¿Acaso significa esto que la lengua está perdiendo valor? En absoluto, lo único que sucede es que la imagen está viviendo su época dorada. Estamos en una sociedad donde la imagen es el «background» de toda la cultura. La imagen es lo definitorio de las distintas culturas, es lo que hace que una moda siga en auge o caiga para siempre en el olvido. La imagen, en la segunda mitad del siglo XX, se ha convertido en la ilustradora oficial y visual de la realidad; así, por ejemplo, nos encontramos con que la publicidad subliminal está centrada en la imagen, con que los diferentes sectores sociales son reconocibles en la imagen exterior que presentan, es más la imagen ha influenciado tanto nuestra cultura que todo parece tener una representación visual aunque esta representación este delimitada en forma de gráfica, las cuales han adquirido un nuevo auge. El lucre de la imagen es tan amplio que la fotografía ha llegado a ser considerada como un arte más al igual que también lo ha conseguido el cine. Ante una imagen puede perfectamente suprimirse el texto de modo que el valor subjetivo aumenta.

Y si es verdad que la cultura se ha ido desquebrajando en miles de pedazos, no es menos cierto que haya pasado lo mismo con la imagen. Imágenes que pretenden ser lo más espectaculares posibles con cantidad de elementos trágicos, predominio de la violen-

cia, las muertes, las violaciones, asesinatos,... ¿Qué consecuencias ha producido este desarrollo de la cultura de la imagen? Principalmente podríamos destacar tres: la insensibilización, la pérdida de la intimidad y la espectacularización. Debido a la constante espectacularidad de las imágenes la sociedad se ha vuelto totalmente insensible. Todo se hace visible, sin censura, a cada cual se le proyecta la imagen que desea ver. Es una sociedad multicultural con una multidifusión de imágenes para cada cultura; es una saturación de lo visual.

La falta de reflexión ha penetrado tanto en nuestra sociedad que las imágenes se nos presentan vacías de contenido unas tras otras, y se convierten en trascendentes sólo cuando nos detenemos a analizarlas. Como conclusión debemos añadir que las nuevas tecnologías donde ahora se invierte el capital han provocado una revolución que parece no poder echar marcha atrás y que afectan directamente a la sociedad. Podríamos decir que el desarrollo de los medios de comunicación (como ya se ha dicho) es uno de los principales factores que ha provocado que desemboquemos en esta sociedad posmoderna. Es esta consecuencia la que a nuestro entender, debe tenerse en cuenta a la hora de enjuiciar los cambios que se están produciendo.

En definitiva, ante la realidad que percibimos a través de los mass-media el remedio más eficaz es una conciencia crítica capaz de analizar la realidad que se nos presenta, criticando sus aspectos negativos y tratando de acceder al significado verdadero del mensaje; así como saber leer entre líneas los apriori ideológicos para comprender el hecho en su contexto, aunque dentro de nuestra subjetividad.