Psiquis y sociedad

POR **ENRIQUE GUINSBERG**

La manipulación del sentido en la publicidad y los medios masivos.
Psiquis y sociedad.
Enrique Guinsberg

Si la formación del yo se apoya fundamentalmente en el proceso de identificaciones y en el paso del principio del placer al de realidad, es necesario estudiar el aporte de los medios masivos de comunicación en ambos casos.
De entrada hay que aclarar que los medios presentan una idea de realidad en todas sus programaciones y no sólo en las manifiestamente informativas,siendo válido el señalamiento de que puede haber (o hay) tanta ficción en un noticiero como realidad en una telenovela o en un programa de diversiones.

Esto último como parte de su contexto, no siempre explícito pero sí parte fundamental de significación, y donde se presentan formas de vida aceptadas y rechazadas, un marco ecológico, premios y castigos, etcétera. Una cultura antropológica, en síntesis.

Si los medios son actualmente las instituciones hegemónicas en los procesos de socialización e ideologización, no resulta nada extraño que su aporte a la construcción del sentido de realidad sea muy grande e incluso central.
Este aspecto lo destacan diferentes investigadores de la comunicación y las ciencias sociales. Así, por ejemplo, para Eliseo Verón (argentino residente en París) «los medios informativos son el lugar donde las sociedades industriales producen nuestra realidad».

Y para Paul Watzlawick «lo que llamamos realidad es resultado de la comunicación», idea que reiteraron en múltiples variantes otros estudiosos que observan un rol incuestionable hoy dominado por los medios de difusión masiva.
Desde una perspectiva psicoanalítica, el paso desde el principio del placer al de realidad permite ni más ni menos que la constitución del ser humano como tal, pero la adecuación al segundo no se encuentra exenta de contradicciones sustanciales del hombre como tal.
Y ello porque sin tal sentido de realidad el ser humano no podría salir de un nivel animal. Pero, sin embargo, el ajuste al mismo lo obliga a renunciar a no pocos deseos que se mantienen en un nivel inconsciente, contradicción que determina tanto caminos individuales como sociales masivos.
Ajuste que, con los problemas consiguientes, posibilita una vida en común que resultaría

Fundación Telefónica
Telefónica

imposible de no existir criterios y normas compartidos por marcos sociales, lo que a su vez implica la renuncia, postergación o represión de deseos individuales que la cultura rechaza o limita.

Aunque la determinación absoluta de lo que se entiende por realidad es difícil o imposible en múltiples ocasiones, y más en lo relativo al mundo social, los medios constantemente presentan una determinada visión de la misma, visión que será sustancial para la constitución de los sujetos.
Y, como el propio nombre lo indica, sujeto tiene que ver con sujeción o sujetación, por lo que las visiones que los medios presentan generalmente tienden a una conformidad con las normas imperantes, es decir, a la evitación de actitudes y comportamientos que las transgredan.
La conducta de los hombres, lo mismo que su ideología fundante, estará basada en la idea de realidad que tengan, de donde surge la necesidad de dar una visión de la misma sesgada si se la quiere determinar o sobredeterminar desde fuera, o bien enmascarar lo que no se quiere que se conozca, dificultando así la modificación del statu quo.
Un yo desconocedor del real sentido de la realidad no actuará para cambiar lo que se pretende que no cambie, o lo hará de manera poco eficiente. Por otro lado, esa situación dificultará a otros contar con apoyo para sus intentos de producir cambios.

Porque lo que de hecho se busca es equiparar la que se presenta como realidad a lo normal y correcto, mostrando a aquellos que se enfrentan a la misma como anormales o incluso como locos. Pero ahora modernizado, presentándose a través de los medios y respecto a la realidad lo que antes se hacía en hogueras de la Inquisición o con métodos represivos, que no han desaparecido pero ya no son centrales o aceptados.
Estos procesos se observan tanto en la parte de los medios denominada programación como en los anuncios publicitarios, que, además de colocar compulsivamente productos, contrabandean la ideología del hiperconsumo y una visión de la vida y de la realidad funcional a la sociedad mercantilista predominante.
El papel fundamental de los medios es entonces la formación del consenso y el logro de la mayor uniformidad posible de la conciencia de los miembros de la sociedad, pero no a través de la presentación explícita de planteamientos ideológicos manifiestos, sino mediante la adaptación a lo que presenta como realidad.

Esta, por tanto, si bien a menudo puede ser más o menos objetiva, en otras ocasiones lo es menos o nada, y no muchas veces es presentada como una visión de la realidad sino como la (y por tanto única) realidad, que tiende a ser aceptada como tal ante la escasa o nula cantidad de medios alternativos con que cuentan gran cantidad de naciones, o bien por la presencia de diferentes órganos y canales de difusión que en verdad sólo ofrecen una misma realidad con formas distintas.

Recuérdese al respecto que la gran cantidad de denuncias sobre esto produjo que la Unesco fomentara el NOII (Nuevo Orden Informativo Internacional), abandonado de hecho por la reticencia que encontró en amplios sectores abanderados por Estados Unidos, que se retiró del organismo aduciendo su ideologización.
Y aunque siempre se supo, una medida de tal envergadura hace más evidente la importancia que tiene el control de la información, en tanto esta va mucho más allá de un simple

Fundación Telefónica
Telefónica

conocimiento intelectual para ser impulsora de conductas donde se juega el mantenimiento o cambio de formas sociales.

Es en ese contexto donde debe comprenderse la importancia que todos los sistemas de dominio otorgan a los medios de difusión, máxime ahora, cuando los electrónicos tienen gran poder de impacto y llegada a todos los niveles, conscientes e inconscientes, de los sujetos.
Por ello no debe sorprender que muchas sociedades pongan grandes limitaciones al acceso del pensamiento opositor o alternativo a los medios, en algunos casos absolutas y en otros posibilitando sólo su expresión en medios gráficos, cuandos éstos sólo llegan a elites o sectores reducidos.
Debe recordarse que la diversificación de medios, como la de partidos políticos, no siempre es garantía de diversificación de ideas, sino más bien de una apariencia de ello, máxime en momentos como los actuales, donde hasta se habla de un supuesto fin de la historia y del triunfo de un sistema global.
Verdad que observó un novelista como Milán Kundera al escribir irónicamente, en La inmortalidad, que en Francia resulta notable que «tengamos tantas emisoras de radio y en todas se diga, exactamente en el mismo momento, lo mismo acerca de lo mismo. La unión armónica de la uniformidad y la libertad, ¿puede desear algo mejor la humanidad?
Se sabe entonces que el conocimiento de lo verdadero y real puede ser peligroso, debiendo ser -de acuerdo a lo posible-, negado, ocultado parcialmente, deformado sutilmente, mostrado de manera poco visible, impidiendo su vinculación con las causas que lo producen, etcétera.
En síntesis, se busca que se conozca lo que debe conocerse, que se desconozca lo que no se debe saber, o que se vea desde el ángulo dominante aquello que no se puede evitar que se conozca.

En definitiva, que se tenga una idea de realidad adecuada al mantenimiento de la dominación vigente, desinformando o distorsionando lo que atente contra la misma y eliminando así, en lo posible, la toma de conciencia sobre la realidad.
Ríos de tinta se han utilizado para la denuncia y descripción de los métodos empleados al respecto, que van desde los abiertamente represivos hasta los más elaborados y sutiles.

Incluso más que en lo noticioso e informativo explícito, es en donde supuestamente no aparece lo real precisamente donde la realidad real, por así decirlo, se presenta bajo una imagen más penetrante y fundamental, según la versión del poder sociopolítico y de su pseudopodio comunicacional, con modelos de acción que fomentan el apego a la misma. Modelos que a través de la ficción o de la diversión presentan de manera constante una idea de realidad (o de variantes pluralistas de ésta dentro de lo aceptado y establecido), con señalamientos implícitos y explícitos sobre las ventajas de su seguimiento y las desventajas de no hacerlo.

Es así que los medios utilizan ya sea una esfera mostrada como racional o bien otra mucho más afectiva y emocional, para presentar la visión de la realidad que comparten y defienden, y de la que, en última instancia, son sustancialmente producto.
Puede incluso verse que el mensaje afectivo y emocional es lo preferido tanto por emisores como por receptores, convirtiéndose en el canal prioritario de introyección de la realidad, razón por la cual múltiples veces ambas formas se vinculan, es decir que la noticia en sí busca apoyarse en terrenos emocionales.

Fundación Telefónica
Telefónica

No es difícil observar esto en impactantes sucesos de los últimos tiempos, como por ejemplo la guerra del Golfo Pérsico, donde a la real ausencia de información y de visión de los hechos en una televisión aparentemente saturada de noticias, se sumaba la uniformidad y la caricatura del malvado Saddam Hussein.

La manipulación de los afectos aparece así como parte sustancial del objetivo del control de los hombres, que se persigue a través del control de su idea de realidad, lo que explica una vez más la necesidad que los sistemas de dominación tienen de controlar los medios masivos de difusión.

Revista TELOS (Revista de Pensamiento, Sociedad y Tecnología) | ISSN: 0213-084X
Pág. 4/4 | Marzo-Mayo 1992 | https://telos.fundaciontelefonica.com
Editada por Fundación Telefónica - Gran Vía, 28 - 28013 Madrid

Fundación Telefónica