



## Editorial

**Fue en La Habana donde se celebró...**

**Manuel Calviño**

*Facultad de Psicología Universidad de La Habana (Cuba)*

---

**Psicología e invisibilidad. El no "extraño" caso de los públicos y las audiencias invisibles**

**Manuel Calviño**

*Facultad de Psicología Universidad de La Habana (Cuba)*

**El público cinematográfico cubano y su educación: una mirada crítica a la formación crítica de la mirada**

**Pablo Ramos Rivero**

*Instituto Cubano de Arte e industria cinematográficas (Cuba)*

## Perfume de Revolución

Alfredo Grande

*Médico Psiquiatra. Psicoanalista. Profesor Universitario, Miembro de Honor de la Sociedad Cubana de Psiquiatría (Argentina)*

## Contribuições da Teoria Social Cognitiva para o enfrentamento de questões do cotidiano: o caso da mídia

Roberta Gurgel Azzi

*Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP (Brasil)*

## Leer, memorizar, interiorizar y aprender hoy

Roberto Balaguer Prestes (rbalaguer@prored.com.uy)

*Instituto Universitario CLAEH (Uruguay)*

## La TV y la victimización

Horacio C. Foladori

*Universidad de Chile (Chile)*

## Psicoanálisis de la invasión marciana

Héctor Becerra

*(Argentina)*

## Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade

Jacqueline de Oliveira Moreira (jackdrawin@yahoo.com.br)

*PUC Minas, Belo Horizonte (Brasil)*

---

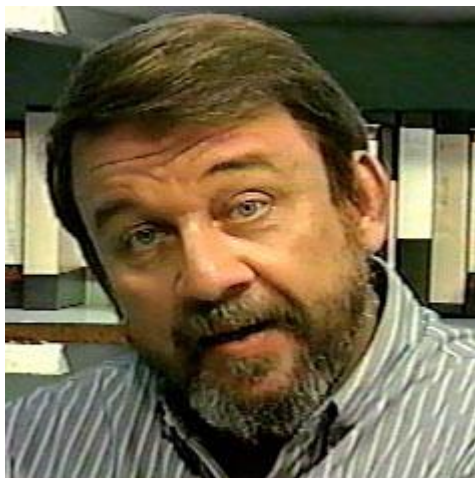
### Dictaminadores de este número

Marco Eduardo Murueta (México)

Yenny Aguilera (Paraguay)

Humberto Giachello (Uruguay)

Mario Molina (Argentina)



**Manuel Angel Calviño Valdés-Faully**

Licenciado en Psicología. *Universidad de La Habana* (1974)

Doctor en Ciencias Psicológicas. *Universidad "MG Lomonosov"*. Moscú. (1981)

Master en Marketing y Management. *Escuela Superior de Estudios de Marketing de Madrid . ESEM*. (1997)

Master en Comunicación. *Universidad de La Habana* (1997).

Con más de treinta años de experiencia profesional (docente, investigativa y práctica aplicada) el Prof. Calviño ingresó al claustro de la Facultad aún siendo estudiante en el año 1971. Desde entonces ha mantenido una exitosa actividad en diferentes áreas de la Psicología, desde las prácticas de Orientación y psicoterapia (individual y grupal) hasta las intervenciones comunitarias e institucionales. Ha participado en decenas de Eventos científicos en Cuba y en el extranjero. Como profesor invitado ha impartido cursos, talleres y conferencias magistrales en Universidades europeas – España, Suiza, Rusia, Bulgaria, Italia – y en Universidades americanas – Brasil, Argentina, Chile, México, Estados Unidos, Panamá, Nicaragua.

Ha publicado decenas de artículos y escritos científicos y científico-populares en diversas publicaciones nacionales e internacionales, tales como "*Revista Cubana de Psicología*", "*Revista del Hospital Psiquiátrico de La Habana*", "*Journal of Community Psychology*", "*Revista de Alternativas en Psicología*". Algunos de sus trabajos se encuentran disponibles en Revistas electrónicas en Internet.

Entre sus publicaciones cuentan los libros: "*Trabajar en y con Grupos. Apuntes de Experiencias y Reflexiones básicas*" (1998); "*Psicología y Marketing. Contribuciones para el posicionamiento de la Psicología*" (1999); "*Orientación Psicológica. Esquema referencial de alternativa múltiple*". (2000); "*Temas de Psicología y Marxismo. Tramas y subtramas*". (2000). "*Actos de comunicación*" (2004);

*“Comunicación y Psicología... y los Dinosaurios se echaron a volar”* (2004); *“Orientación Psicosocial de la Familia. Reflexiones y alternativas”* (2004); *“Actos de Comunicación desde el compromiso y la esperanza”* (2004); *“Hacer y pensar la Psicología”* (2006). Se ha desempeñado en diversos trabajos de Consultoría de Marketing Research, Investigaciones de mercado y Comunicación en diversas empresas nacionales y extranjeras.

Fue Asesor del Programa de Comunicación Social en Salud de la ONU. Proyecto CUB 91 P-07. Es Asesor de Desarrollo del Potencial Humano de la División Cuba del Grupo Hotelero Español *“Sol Meliá”*. Escribe y conduce un Programa de Orientación en la Televisión cubana. Es Miembro de la Sociedad de Psicólogos de CUBA y de la Asociación Cubana de Comunicadores Sociales. Entre otras distinciones y reconocimientos ha obtenido: Medalla *“Forjadores del Futuro”*. Premio de Investigación en Ciencias Sociales. Distinción por La Educación Cubana. Medalla *“A la Excelencia por la Comunicación”*. Distinción por la Cultura Nacional.

## **Editorial**

Fue en La Habana donde se celebró el II Congreso de la Unión latinoamericana de entidades de Psicología (ULAPSI). Hasta “la capital de las ilusiones”, como la llamara alguna vez Armando Bauleo, llegaron psicólogas y psicólogos de casi todo el continente. Sus experiencias, trabajos profesionales y científicos, y también sus preocupaciones y angustias, conformaron un extenso programa de presentaciones que se realizaron en diversas sedes de la Ciudad. Una de ellas fue el Instituto Cubano de Arte e Industria cinematográfica, conocido en todo nuestro continente como el ICAIC.

El lugar era especialmente propicio para pensar de conjunto, tomando como base las contribuciones de un importante grupo de especialistas, el universo abarcable bajo la denominación de “Psicología y Medios” (Mídia e Psicologia). Recuerdo que al final de los debates que se produjeron, en una suerte de asociación libre, recordé – seguramente con alguna dislocación - el título de un texto que alguna vez leí: “Cómo vivir entre pantallas y no morir en el intento”. ¿Cómo llegar a ser yo, o seguir siendo yo, en este universo mediático que nos engulle?. Sentí que en aquella elaboración semionímica se expresaba buena parte de lo que había sucedido allí aquel septiembre de 2007. Acordamos en aquél momento hacer nuestra la propuesta de la Asamblea de ULAPSI de organizar un número especial de la Revista Pscolatina en el que se incluyeran buena parte de las contribuciones que se presentaron entonces.

El acuerdo fue cumplido, al menos parcialmente. Aquí está la edición la Revista que se ocupará de esta temática. Pero, como lamentablemente sucede con mucha frecuencia, la publicación de los trabajos que realizamos ocupa un lugar de escasa dedicación en nuestros esfuerzos profesionales. Es algo a lo que damos poca importancia, o se la damos a nivel de “pre-ocupación” y no de “ocupación”. No fueron muchos los que nos hicieron llegar sus presentaciones para armar este número especial de la Revista. Y justo aquí esta una de las claves, claro que no la única, del tan

criticado hegemonismo mediático de la globalización en su peor vertiente: la globalización del pensamiento retrógrado, imperialista, benefactor de las minorías ricas y ocultador de las mayoría pobres, la mundialización del “pensamiento único”, al decir de Ramonet, que nos roba nuestra identidad, nuestra esperanza, nuestro futuro. Parafraseando a Galeano: los medios muestran lo que el poder quiere que ocurra; y nada ocurre si los medios no lo muestran.

Si no lanzamos y esparcimos en el espacio mediático nuestras voces, nuestros pensamientos, nuestras miradas diversas y múltiples, el mediático seguirá siendo un espacio de subyugación y colonización cultural, política, social y económica de quienes hoy ostentan el poder.

Entonces, contra las desidias, el pasotismo, el colonialismo cultural, el ingerencismo mediático, también contra el olvido y a favor de la asimilación, de la apropiación crítica de la modernidad (y de la posmodernidad) en este número especial de *Psicolatina* se sumaron participantes y no participantes de aquél encuentro habanero, latinoamericanos de Uruguay, Argentina, Chile, México, Bolivia, Cuba para alertar e invitar, para deconstruir y aportar a una nueva construcción, para incrementar el diálogo, el intercambio de ideas, que favorezca una comprensión más cabal, desmitificadora, emergente, operativa y enriquecedora de nuestras relaciones (personales y profesionales) con el universo mediático y lo que este supone hoy para los latinoamericanos.

---

## [Psicología e invisibilidad. El no "extraño" caso de los públicos y las audiencias invisibles](#)

**Manuel Calviño**

*Facultad de Psicología Universidad de La Habana (Cuba)*

### **Resumen**

En el presente artículo el autor analiza el asunto de la invisibilidad de los públicos y las audiencias en relación a dos aspectos fundamentales: 1. un déficit en los instrumentos que permiten hacer visible lo invisible. Entonces el asunto es del orden de lo metodológico; 2. un déficit en la pertinencia misma de la visibilidad. Y entonces el asunto es del orden de lo epistemológico. Dicho de otro modo o no “se ve” porque no hay cómo verlo. O “no se ve” porque su visibilidad no está presupuesta en el paradigma de referencia. Se suma también a una propuesta liberado sustentada en la participación, la construcción conjunta. El pasar de una epistemología de la unilateralidad a una epistemología de la multiplicidad.

Palabras claves: Epistemología, audiencia, medios de comunicación.

### **Abstract**

In the current article the author analyses the issue of the invisibility of publics and audiences with regard to two basic aspects: 1. a deficit in the instruments that they allow doing visible the invisible

thing. Then the issue is in the order of the methodological problem; 2. a deficit in the pertinence same of the visibility. And then the issue is in the order of epistemology. In other words, or is “not seen” because it does not be how to see it. Or “is not seen” because its visibility is not presupposed in the paradigm of reference. Is summed also to a freed sustained proposal in the share, the joint construction. The, autor propose to go from an epistemology of the unilateralidad, to an epistemology of the multiplicity.

Key words: Epistemology, audiences, mass media.

## Resumo

No presente artigo o autor analisa o assunto da invisibilidade dos públicos e as audiências em relação a dois aspectos fundamentais: 1. um déficit nos instrumentos que permitem fazer visível o invisível. Então o assunto é da ordem do metodológico; 2. um déficit na pertinência mesma da visibilidade. E então o assunto é da ordem do epistemológico. Dito de outro modo, ou não “se vê” porque não há como vê-lo. Ou “não se vê” porque sua visibilidade não está pressuposta no paradigma de referência. O autor se soma também a uma proposta libertadora sustentada na participação, a construção conjunta. O passar de uma epistemologia da unilateralidade, a uma epistemologia da multiplicidade.

Palabras-chave: Epistemologia, audiência, meios de comunicação.

Haciendo mío el rito del “malabarismo conceptual” me pregunto qué es “la invisibilidad”. El término se me antoja dubitativo, aunque con pistas de comprensión. Hay una cierta gramática al uso para la que “in” es “no” y “ble” la terminación que sanciona la trascendencia valorativa definitiva del carácter del sujeto operativo de la palabra. Traduzco: “in-soporta-ble”= no se puede soportar. “in-paga-ble” = que no hay quien lo pague (como la deuda externa de nuestros países). Siendo así, reconozco que, en mi país, las audiencias visibles llaman de “invisible” a, por ejemplo, un programa de televisión de pésimas cualidades formales, funcionales y motivacionales. “in-visi-ble” = que no hay quien “lo pueda ver” (que es muy malo, que no sirve para nada). Quizás sería mejor decir “in-ver-sible” y así sobredenotaría mejor la connotación básica: “inservible”.

Pero “invisible” parece ser sobre todo “lo que no se ve”, y es esta una afirmación que contiene al menos dos experiencias instituyentes: la primera “*hay algo*”, algo existe. La segunda “*pero no se ve*”, ese algo que existe no se ve. Si no hay algo, no hay condición de invisible.

Recuerdo hace algunos años cuando algunos “*comunicólogos*” enfatizaban proféticamente el vínculo de la Psicología y la comunicación en el matrimonio con la noción de “*percepción subliminal*”, algunos llamamos la atención sobre lo que considerábamos un desafuero: ¿cómo entender algo que se percibe fuera de los umbrales de percepción? Si se percibe entonces está dentro de los umbrales de percepción. Otra cosa es decir que, hay percepciones de diferente tipo, incluso que hay percepciones no conscientes y que desde su condición inconsciente pueden hasta

polarizar el comportamiento de una persona. Contradicciones de la historia: la Psicología experimental sirviendo de sustento a la psicología fenomenológica, al psicoanálisis freudiano.

No estaría de más decir que existe un “*no se ve*” que está inscrito en las particularidades mismas de los órganos de la visión (si alguien duda de que la visión tiene más de un órgano puede acceder gratuitamente a <http://www.elprincipito.com> – “*He aquí mi secreto, que no puede ser más simple: Sólo con el corazón se puede ver bien. Lo esencial es invisible para los ojos*”). El daltonismo existe. También la debilidad visual y la ceguera. Es larga la lista de los determinantes anátomo-funcionales, estructurales del “*no se ve*”. Pero, debo confesar, como simple anticipo de uno de los lugares a los que iré a parar, que me adhiero a la conocida sentencia confirmativa de que “*no hay peor ciego que quien no quiere ver*”.

Los que estudiamos las leyes de la percepción primero con la “Gestalt” (Köhler, Koffka), más tarde con los experimentalistas comportamentales (Gibson, Morgan) y luego con los psicólogos soviéticos de la “*percepción como actividad*” (Guipenrraiter, Leontiev), sabemos que las razones del “*no se ve*” o “*cuesta trabajo verlo*” son variadas: los psicólogos reconocemos la influencia del contexto en el que el estímulo se presenta (efecto camuflaje), la dominancia relacional (figura y fondo), efectos de halo. Reconocemos las alucinaciones escotómicas (no es solo ver lo que no es, sino también no ver lo que es), los efectos postraumáticos de ciertos sucesos, los procesos de inhibición de huellas, los estados alterados. Más aún, psicodinámicamente identificamos la represión, los mecanismos defensivos en general, la apercepción, las normopatías. En fin, tenemos una biblioteca psicológica para explicar porque algo no se ve. Incluida la audiencia, el público.

Entonces, dicho lapidariamente, en la tradición científica de la Psicología (somos una ciencia, no se si para bien o para mal) lo que es invisible “es”, solo que “no visibilizado” o “no visible” circunstancialmente. Y, generalizando en síntesis esencial, lo que es que no es visible lo es por dos órdenes de cosas: invisibilidad metodológica e invisibilidad epistemológica.

Y, para que no se interprete mi afirmación precisamente como alucinante, hago una aclaración. Hablo de todo aquello que pertenece al mundo de lo real-objetivo. Con Lacan, y desde antes, con Kant, distinguimos “*lo real*” y “*la realidad*” en las dimensiones de la experiencia humana. Nosotros percibimos “*la realidad*”, y la realidad es una construcción subjetiva emergente de la confluencia de lo sensorial y lo experiencial (histórico, cultural). Es subjetividad. Lo “*real*” trasciende la realidad, la incorpora como “*otro*”, como intersubjetividad, es un espacio de penetración infinito con el que interactuamos por medio de su construcción hipotética, la realidad, y que se corrobora en la praxis (contextual e histórica – recordemos las Tesis sobre Fierbach de Marx). “*No hay de que asustarse, - digo usualmente a mis alumnos - el universo es real e infinito. Penetraremos cada vez más en su conocimiento, pero no dejará de ser ni real, ni infinito*”. Así la realidad subjetiva deviene real e infinita, como el espacio de la que emerge: lo real.

Entonces, cuando hablo de lo invisible como “*lo que es*” pero “*no es visible*” tengo un recurso lógico argumental para entender tal situación. O bien el asunto es un déficit en los instrumentos que

permiten hacer visible lo invisible. Y entonces el asunto es del orden de lo **metodológico**. O bien se trata de un déficit en la pertinencia misma de la visibilidad. Entonces el asunto es del orden de lo **epistemológico**. Dicho de otro modo o no lo veo porque no tengo cómo verlo. O no lo veo porque su visibilidad no está presupuesta en mi paradigma de referencia.

¿Pero cómo puede el orden de lo metodológico hacer invisible un objeto (sea la audiencia, o el público)? En los mismos altares convencionales de las construcciones metodológicas está la respuesta. La lógica, aún hoy predominantemente racionalista tiene un canon perverso (en realidad más de uno): “lo que “es” para una praxis científica, es solamente lo que sea traducible operativamente, instrumentalmente. El método interpuesto construyendo lo que estudia. No responde al objeto del conocimiento, – *“Nada es tan malo como para que no pueda empeorar – Murphy”*: lo construye. La metodología “*crea*” el objeto de su conocimiento y lo sacraliza como real y testimonialmente único.

En este sentido se legitima las tesis de Ang (1991): Lo que es la "audiencia" se define desde las necesidades de la industria y de la investigación. Es una construcción funcional y no un objeto de estudio que pueda aprehenderse. *“Es exactamente esta asunción la que inadvertidamente se da por descontada y se reproduce en la mayor parte de las investigaciones académicas de audiencias”* (Ang, 1991: 11). La audiencia deja de ser una realidad ontológica para tramitarse como objeto discursivo. A la audiencia la hace el discurso. No importa si desde Kant sabemos que una definición no implica la existencia de algo (*“Crítica de la Razón Pura”*), a no ser la existencia de la propia definición. Para salvar el escollo tenemos a la metodología. Metodológicamente a la audiencia la hace el método, obviamente y esto es muy importante, desde la intención que lo selecciona (lo construye, lo sustenta, lo legitima). La audiencia visibilizada es, al final, una ficción del método y hace invisible a la audiencia probablemente real.

Estamos, contextualizando psicológicamente, ante la lógica de Thomas *“si el hombre define situaciones como reales, ellas son reales en sus consecuencias”*. Es el sustento de la brujería, de la histeria y quién sabe si de la Psicología pre y racionalista. En otros textos he hablado del *“Modelo autofagocitista”* de ciencia. Lo extiendo al campo de la metodología prefiriendo la denominación de Alsina: *“el modelo autista”*. La metodología hace conversar a la representación que se tiene de la audiencia consigo misma. Un diálogo en el que la audiencia potencialmente real, como el deseo inconsciente esta perdida desde y para siempre.

Para convencer(se) se acude casi hasta el paroxismo al esotérico mundo de los números. Su aliado: la estadística. Porcentajes, medias, medianas, covarianzas, factores, en fin, *“éramos poco y parió la gata”*. Como si no supiéramos que cualquier estadística bien torturada acaba por darnos la confesión que queremos. La audiencia invisible, invisibilizada, tras una cortina de números. Un intermediario oportunista nos dice traducir la voz en dato, la opinión en cifras, el deseo en *“chek marks”*: las encuestas. Por cierto la medición de audiencias vía encuestas es hoy como el antecedente prehistórico del problema. Ahora se sofistican los procedimientos. Ahora tenemos *“Real Time”* un *“people meter”* individual que en muy pocas horas nos regala los más sofisticados



“*shares*”. Sigue en pie y se incrementa la dictadura del “*share*”. Para nosotros no se trata tanto del “*share*” cuanto de las tesis que lo anteceden y respondiendo a Mocedades “*lo toman o lo dejan*”. La primacía metodológica instrumental del “*cómo*” al final queda en manos del “*quién*”. Y no precisamente “*quien habla*”, sino “*quien decide*”. Esto es también otro orden de lo metodológico. Si establecer un síntoma de lo dicho tomaría como rehén a los índices de audiencia.

Insisto en que ando tras una aventura conceptual, lo que considero no la ejecutoria de la realidad, sino la prospección de lo posible. A los que además de pensar hacemos frecuentemente se nos intenta vulnerabilizar (digo como expectativa del atacante) con la distancia entre lo que “*decimos*” y lo que “*hacemos*”. Si el pensamiento no se adelanta a la acción estaremos condenados al mismo lugar. Nuestro hacer habla de nuestras realidades y posibilidades. Nuestro pensar de nuestras ansias y sueños. Toda teorización es onírica.

Los índices de audiencia realizan el intento de representar a la audiencia por sus características más simples (usualmente el nivel escolar, la edad, la zona de residencia, etc.). La audiencia se define por el subconjunto de los encuestados que, además de ser encuestados y de responder, cumplen con la condición de “*impacto*” (vio, escuchó, leyó, etc.) La propia noción de “*impactado*” llama la atención: impactado es el objeto del impacto. El encuestado, por necesidades de la investigación (premura, cordura y medida) responde a lo que se le pregunta. Entonces se gestan los datos: cuantos ven y cuantos no ven; que ven y que no ven. Las mediciones hablan acerca de lo que se les pide que hablen. Al final se descubre el sentido del interrogatorio: provocar una reacción bajo control.

Pero desde que el paradigma behaviorista se descubrió como inoperante sabemos que la reacción bajo control habla más del estímulo que del respondiente. La audiencia existe como su expresión en el método, y esta expresión, en el mejor de los casos, solo contiene la parte (mayor o menor, no se sabe) que, en su particularidad, coincide con la particularidad del método. Efecto doblemente marcado por el hecho de asistir predominantemente a los dominios de las metodologías cuantitativas. Como decía antes, el valor del número en primacía por sobre el valor de la demanda.

Salvando las enormes diferencias, y con profundo respeto a lo que hacemos en el accionar cotidiano, a veces todo esto me evoca un recuerdo infantil: Chorizo dice a Choricito que su caballo sabe leer. Ante la expresión de incredulidad del “*petit clown*” Chorizo despliega un periódico delante de los ojos del cuadrúpedo. Este, con expresión más inteligente que la de su amo mueve la cabeza, como siguiendo en disciplinada lectura lo escrito en la prensa. Entonces el amo orgulloso exclama: “*No te dije Choricito que el caballo sabe leer*”. Indignado por lo que a todas luces es un embuste Choricito decide ir en busca de una experiencia crucial - “*Oye, Chorizo, pero dile que me diga lo que está leyendo para saber si es cierto*” – a lo que el viejo payaso, que sabe más por payaso que por viejo, dice: “*Un momento, Choricito, yo te dije que mi caballo sabía leer. No que sabía hablar*”.

El método parece dejarnos leer sobre la audiencia, pero no la deja hablar. La descubre a su manera. Pero también, a su manera, la invisibiliza. Al final, si de televisión hablamos, entonces nos

encontramos que *“se está perdiendo en el laberinto de los datos de audiencia y no se puede afirmar con certeza que el público obtenga una televisión que responda más a sus necesidades o a sus gustos”* (Cortés J.A.)

Se recurre (recurrimos) para salvar obstáculos (y que bien que el empeño persista por encima de la determinación) a nuevas formas metodológicas. Se habla de metodologías, hasta de epistemologías cualitativas – un exceso a mi juicio. Adecuado sería hablar de métodos o procedimientos cualitativos – Sin duda algunos sinsabores se salvan. Hay un mayor acercamiento al sujeto real, sobre todo como individuo. Hay una prominencia del texto vivido del objeto de estudio. Es un buen intento de promiscuar los sacramentos positivistas. Pero esto no significa necesariamente una modificación del tutelaje de la realidad por el método. Sobre todo porque las metodologías cualitativas siguen anteponiendo la explicación del dato (la información, el relato, las verbalizaciones) a su real connotación por el sujeto. La explicación es matriz de selección de “qué” se estudia, “quién” se estudia y obvio “cómo” se estudia. *“A las explicaciones - señala Gómez – les antecede una forma de preguntar sobre aquello que se pretende explicar. Y eso, reiterando: es una acto conceptual, teórico”* (Gómez G. 2006 p.465) Una forma de explicación.

Me he detenido en el Método como recurso de investigación, pero podría haberlo hecho en el Método como recurso de producción. Sobre esto hice una denuncia en un texto que titulé “Silencios que piden voz”. En el caso de la producción audiovisual sobre SIDA, en los años en que escribí el texto referido, las investigaciones epidemiológicas revelaban el predominio del contagio homosexual por encima de las tres cuartas partes del total de diagnosticados. Sin embargo *“la comunicación social – escribí - silencia la homosexualidad fenoménica del SIDA, que ya sabemos que no es estructural”*. Allí mismo resalté la voz intertextuada desde Alma Mater de una joven profesora universitaria que decía: *“somos los invisibles ...a las lesbianas y a los gay ya no se nos trata de forma peyorativa en las leyes... Pero ahora, sencillamente, hemos desaparecido, y no existe una sola palabra que nos reconozca... no se nos ofende, pero tampoco se nos tiene en cuenta como comunidad urgida de protección en sus derechos”* (Calvino M. 2004).

Las producciones instrumentales, operaciones praxológicas de las instancias metodológicas, también callan y hacen callar. Obvian, que es un modo de invisibilizar. Presuponen, que es un modo de invisibilizar. Redundan, que es también y con mucha fuerza, un modo de invisibilizar. Por cierto, ambas invisibilizaciones del método responden al “método de los métodos” cuando de praxis de investigación o de producción se trata: El método de tomar decisiones. Decisiones sobre lo que se ve o no, sobre lo que se oye o no. Decisiones sobre el decir y el callar. Sobre el silencio. Malas buenas noticias: el silencio es una voz.

No voy a detenerme más en esto. Solo recalco (recalque; recalcamiento en portugués es el término que se utiliza en el lenguaje psicoanalítico para hablar de represión – “solo recalco”: “solo reprimo”... ¿qué?, ¿por qué?) que estoy intentando desarticular los/mis mitos metodológicos para avanzar-los, que quiere decir desmistificar-los. Pero no estoy fuera de esa *“cazuela”*. Soy afiliado, pero no adicto ni adepto, por exigencia laboral, por tradición profesional y porque, sobre todo,

muchas veces no se qué otra cosa se pudiera hacer (como le pasa a casi todo el mundo). De modo que esto que hago es más un acto de imprecación, que un acto de execración.

Pero no olvidemos nunca que el método no es sino una extensión legítima o bastarda de su paradigma matriz. Ya sé que podemos aplicar “test” sin ser testólogos, o interpretar sueños sin ser psicoanalistas. He defendiendo y definiendo la independencia relativa del método respecto al paradigma de origen, del instrumento respecto a la intencionalidad del ejecutante (Calviño M. 1999). Reconozco además que las exigencias de tarea tienen prioridades e inevitabilidades de desempeño. Reafirmo la existencia de los límites temporales del saber. Todo esto es no solo legítimamente comprensible, sino sobre todas las cosas real. Pero todos los caminos nos conducen al “episteme”. Mientras toda la posmodernidad anda matando al sujeto, el posracionalismo no casualmente lo focaliza y alimenta. En la “generatriz *metatranqui*sta de las esencias” ambos tienen razón (como casi siempre pasa en el mundo etéreo de las discursividades). En el devenir cotidiano, en el que por cierto visibles o invisibles existen las llamadas audiencias, no hay discusión: el sujeto vive y, más aún, gobierna.

Las metodologías no nacen por obra y gracia del “espíritu santo”. Además de ser creaciones humanas son decisiones humanas. Esto nos vuelve al punto de “la invisibilización” (ahora, con toda intención, no hablo de invisibilidad, sino de invisibilización) epistemológica, la que es producida por la no presunción del objeto (representación de lo audienciable) en el paradigma dominante (y esto de dominante no hace referencia tanto al volumen, cuanto a la estructura de decisión).

Volviendo a mi trabalenguas original (que ya he asumido hasta con placer) sobre lo “invisible” (no lo invisible producido por la acción del joven científico Jack Griffin del clásico del cine de 1933, ni producido por la Capa de Harry Potter), intento llamar la atención sobre una condición epistemológica. Vuelvo a la insistencia: Ontológicamente “es”. Epistemológicamente “es no visible”. Y ahora agrego que esta condición epistémica de no visible es atribuible al tipo de “epistemología” que subyace en el modelo funcional del “perceptor”. De modo que estoy tomando partido por una idea a mi juicio instituyente de la discusión psicológica del asunto que nos ocupa: una audiencia es invisible porque esta oculta, escotomizada, epistémicamente de la realidad del “perceptor”. Es la construcción subjetiva del perceptor quien la hace imperceptible (invisible).

Estoy dando un salto “*epistemo-poético*”: “*El ojo que ves no es / ojo porque tú lo veas; / es ojo porque te ve*”(Antonio Machado “*Proverbios y cantares*”). Y ahora un pecado *semi-m-perdonable*: “*La audiencia que ves no es audiencia porque tú la veas; es audiencia porque te ve*”. Si no la ves pero te ve es audiencia “*desconocida*”. Si no te ve pero tú la ves, es audiencia “*fictiva*” (aparente). Si te ve o no, pero igual tu no puedes verla es “*audiencia invisible*”. ¿Por qué no puedes y ella sí te puede ver?

El perceptor, el sujeto de la posible visibilidad, tiene una barrera epistemológica que invisibiliza a la audiencia. No puede verla diría desde la tradición cognitivista de la psicología. No quiere verla diría la tradición dinámica. Lo cierto es que no la ve. Y esa invisibilización, que fanfarriosamente he

denunciado como epistemológica, es, por decirlo en términos de las nociones psicológicas extensas, actitudinal.

He llegado a un punto de sumo interés (justo cuando estoy a punto de detenerme). La invisibilidad no como cualidad del objeto (intrínseca o contextual), o como resultante del sistema de procedimientos, sino como situación del que percibe. Y otra vez mi ciencia matriz tiene comentarios interesantes que hacer que pueden ayudar a entender la perseguida invisibilidad de la audiencia en su institución epistemológica, paradigmática. Me permito una revisión de rutina, apresurada sin duda.

La primera responsabilidad en esta "*ceguera paradigmática*" es, ha sido, casi siempre condicionada al conocimiento. Resuena sabia aquella sentencia según la cual "*no conocemos lo que vemos, sino vemos lo que conocemos*". Es cierto y, como todo lo cierto, polémico. Pero la ceguera del conocimiento, si de conocimiento es, es transitoria. Solo que esta situacionalidad será o no superada si, y vuelvo a la carga, el paradigma de referencia la prevé como salvable. Lo que cambió Copérnico, lo que cambió Galileo, no fue el conocimiento del Sol o de la tierra, sino el paradigma de su comprensión. Invocaron la mirada paradigmática alternativa que suponía una posibilidad de visión de lo que no se veía. Ingenieros llevaba razón cuando decía que hay situaciones en las que no vale mucho cambiar las fichas, lo que hay que cambiar es el juego. El avance es potestad de un paradigma. El desarrollo de su sustitución. La "invisibilidad congnotiva" denuncia el carácter o la capacidad de avance dentro del paradigma. Lo Invisible epistémicamente testimonia la incapacidad de avance más allá de los límites del paradigma.

El asunto es que el propio funcionar del paradigma genera la invisibilización de ciertos elementos. Dicho en la tradición marxista como paráfrasis del "Manifiesto", "todo paradigma crea su propio sepulturero". Es precisamente la invisibilidad de sus agentes potenciales de cambio lo que el propio paradigma "produce" como su contradicción potencialmente generadora de cambio.

Desde la Psicología he responsabilizado conceptualmente a tres fenómenos que instituyen, repito psicológicamente, la invisibilidad de la audiencia desde el "perceptor", entendido aquí como el continente sujeto individual, grupal o institucional del paradigma: la resistencia, la familiaridad acrítica y el propium prejuicial.

En el caso de la "*resistencia*", muy montado en las tradiciones psicoanalíticas y psicodinámicas, la referencia es a ese suceso de significado funcional capital que se observa ante los procesos de cuestionamiento exterior o interior de los sistemas humanos, ante los procesos de cambio, ante cualquier cosa que signifique la puesta en duda de la eficiencia, adecuación o pertinencia de dichos sistemas. En su "*Essais de Philosophie generale*" Dunan presenta la resistencia como una cualidad primera de los cuerpos incluso asociado a la construcción de identidad (lo que se resiste existe: resistencia es índice de autonomía). En la obra de Pichón Riviere la resistencia se asocia al temor a la pérdida (temor depresivo) y al temor al ataque (miedo paranoide). En cualquier caso la función de la resistencia es defensiva. El problema se nos presenta porque este principio defensivo de la resistencia tiene como estructura impelente el automantenimiento (protección) del paradigma.

Resistir es mantener lo que está, tal y como está, y en este sentido produce inmovilización paradigmática. No solo “no ve”, sino que además clausura la posibilidad de verlo.

Ante la en ocasiones “impertinente” acción “destruktiva” (cuestionadora, dudativa, crítica), la resistencia llega a la exclusión. Tramitada luego como autoexclusión: el paradigma brinda una opción de integración (siguiendo el principio de más de lo mismo: “*accepta y serás aceptado*”). Si los contendientes no aceptan, se han “autoexcluido”. La razón del poder, diría Foucault, convertida en incapacidad del contrincante. Lógica perniciosa de la que es responsable la misma funcionalidad del paradigma.

La llamada “*familiaridad acrítica*” llama la atención sobre un suceso reconocible: la permanencia de un objeto representado (llámese modelo de audiencia) en el campo fenomenológico, la estructura interna del paradigma, promueve con el tiempo la aparición de un vínculo indiscriminante con dicho objeto. De esto resulta que este (el objeto representado) se incorpora simbióticamente al campo perdiendo el sujeto la posibilidad de diferenciar en dicha situación la presencia de nuevos objetos, o nuevas características del objeto representado que denuncia su modificación. La familiaridad acrítica se revela entonces como una incapacidad del “perceptor” de detectar la disfuncionalidad de la representación del objeto o del sistema. Es un acostumbrarse que supone, como la resistencia, la inmovilidad del sistema toda vez que no percibe la presencia de cualquier nuevo elemento que contenga la necesidad (demanda) de cambio, corrección, modificación del paradigma.

Por último, sin decir con esto que se cierra la comprensión de otros mecanismos funcionales de freno metodológico del paradigma del perceptor, se observa el “*proprium prejuicial*”.

La psicología social ha recopilado evidencias que hacen pensar que el hombre tiene una propensión al prejuicio: tiende a hacer generalizaciones basadas en estereotipos que le permiten simplificar su mundo de experiencias. Siguiendo a Allport, la vida es tan rápida y las exigencias de adaptación tan grandes que somos impelidos a ordenar y clasificar los sucesos del mundo en categorías amplias generalizadas y poder así satisfacer nuestras necesidades cotidianas de adecuación. Estas generalizaciones, al perder su reversibilidad, se convierten en prejuicios. El prejuicio actúa como una forma de pensamiento autista, es decir, un proceso inconsciente y subjetivo que no necesita de una racionalidad para validarse. Es dado como un “*por supuesto*”. Muchas de estas “elaboraciones generales” al compartidas por los sujetos se convierten en normas estereotipadas de percepción. Las instituciones como organizaciones sistémicas de seres humanos, con canales de comunicación, estructuras de subordinación, etc, en las que nada le es ajeno a nadie, tienen prejuicios, son portadoras de prejuicios. Algunos compartidos por la mayoría. Otros existentes en algunos de sus grupos formales e informales (incluidos los grupos de poder, los que gestionan decisiones). Y estos prejuicios conforman un modo propio de dicha institución de afrontar ciertas situaciones, siendo que de alguna manera terminan ejerciendo una influencia sobre los modos de comportamiento *intra*institucionales y *extra*institucionales. A esto le denominamos “*proprium prejuicial*”. Y siendo un modo perceptivo de “tamizar” la información de entrada se convierte en un “paraban” del paradigma dominante.

Abro y cierro una puerta, en cadencia de inmediatez educada, porque tras ella hay tanto material que no podría abarcarlo sin la adjudicación de al menos un año “domingático” (tanto he aspirado al sabático y no lo he conseguido que busco nuevas alternativas). En el diálogo audiovisual que las producciones comunicativas suponen “perceptor” es todo sujeto implicado en el proceso. La disfuncionalidad de todo paradigma de cara al desarrollo no es privilegio de los paradigmas dominantes, es también de los no dominantes. Digo más, en la medida en que un paradigma dominante es más normativo, suscita paradigmas alternativos con muchas comunidades incluso esenciales con el otro paradigma. Esto es una realidad observable incluso en los macro sistemas sociales. El paradigma de oposición contiene parcialmente al paradigma opuesto (oposicionado, creo que se entendería mejor). Toda ruptura lleva un germen de continuidad. Aprendimos que es apenas en la segunda negación donde se produce la instauración de lo inicialmente negado.

Esto nos lleva a dos grandes vertientes de análisis. La invisibilidad del “no veo” (sobre la que hemos hecho los apuntes anteriores en base a lo que reconocemos como el paradigma dominante) y la invisibilidad del “no me veo” (el paradigma del excluído). El público que no se percibe (no se reconoce, no se identifica, no se supone) en el producto comunicativo y por ende no deviene audiencia (al menos estable). Esto es un fenómeno muy interesante que atraviesa diferentes peculiaridades psicológicas. La famosa sentencia según la cuál “*al que le sirva el sayo que se lo ponga*” se presenta con un inconveniente: muchas veces a quien le sirve el sayo, no ve que le sirve. No ve que fue hecho (dicho) para él/ella/nosotros/nosotras/ellos/ellas. Y esto es algo que no se descubre (no voy a volver atrás, solo estoy reconfirmando) con las clásicas mediciones de audiencia, especialmente las sustentadas en estadígrafos descriptivos. Pero repito, intentar pensar este asunto en voz alta (o en blanco y negro) es una tarea que trasciende con mucho los límites de lo que ahora me permito (y me permiten).

¿Pero resulta ser un “trastorno” (esto es una categoría psicologizante) el que una audiencia u público sea o no invisible? Si no encontramos un “sí” contundente todo lo que pueda ser pensado, analizado, descubierto o sustentado en esta mesa resulta altamente injustificado. El asunto es que una audiencia invisible (invisibilizada) convoca sentimientos de injusticia, inequidad, exclusión. Un paradigma invisibilizador tiende al egodirectivismo, al totalitarismo, al anquilosamiento, a la pérdida de sentido real de una práctica comunicativa, cualquiera que esta sea. Públicos y audiencias invisibles son actores sociales a quienes se les dificulta su inserción social, su socialización, su integración con legitimidad y protagonismo. No son en el sentido pleno de la palabra actores. En todo caso serán “detr-actores”. Y como públicos y audiencias serán puestos a merced de quienes lleguen a ofrecerle por enmienda los vestigios finiseculares de la desidia, la miseria espiritual, la “chatarra pseudocultural, la tontería. Y es aquí donde se justifica, porque se necesita, producir acciones encaminadas a aumentar la visibilidad como acto de incorporar, coparticipar, co-construir. Intensificando el paso de mi ya casi insoportable texto me concentro en señalar dos opciones a considerar en esta anchura del diapason de visibilidades.

La primera tiene que ver con la necesidad de desestructurar, desmontar, desmistificar los

encuadres actitudinales (paradigmas epistémicos) de la invisibilidad del tipo “no veo”. Entre ellos el paradigma “*for your own good*” o “*yo se lo que te conviene (necesitas)*”. El paradigma “*esto es una decisión política*”. El paradigma “*yo soy el jefe*”. El paradigma “*a la gente lo que le gusta es eso*”. Todos contenedores de una falsa noción de la representatividad (mi pensamiento representa el pensamiento de todos). Y digo más, siendo quien sabe si flexiblemente ortodoxo, desmontarlos no tanto, por su condición de paradigma, sino por su condición de incuestionables, positivístamente verdaderos (verdades únicas y absolutas), predeterminadamente adecuados.

El asunto no es representar a la audiencia, sino hacerla participar. Entre la representación y la sustitución (ocupar el lugar de) solo hay un paso: creerse cosas (como dicen los jóvenes hoy). Y entre la sustitución y la exclusión (quitar el lugar de) también no falta mucho. Solo tener poder.

De donde arribo a mi segunda consideración: la invisibilidad no tendrá una recuperación de contornos mientras el perceptor se quede en la condición de “imagen especular”. Me veo o no me veo en el espejo. Se ven o no se ven en el espejo. ¿Qué tengo que hacerle al espejo?. El asunto es mucho mayor. El asunto es de participación, de construcción. Pasar de una epistemología de la unilateralidad a una de la multilateralidad, de un “episteme” egocentrista (egosujeto, egogrupos, ego institución) a un episteme de construcción colectiva.

Es posible que algunos piensen que alucino. Ni yo mismo lo dudo. Pero es poco aún. Repito con otras voces que plantear el asunto “*exclusivamente como una cuestión de visibilidad y acceso a los circuitos de la comunicación masiva, por parte de los grupos y sectores sociales que coexisten hoy en condiciones de desigualdad, es no solo reducir un problema a sus "síntomas visibles", sino renunciar a la posibilidad de re-pensar la comunicación no en sí misma, sino en relación con los deseos y con los proyectos que son su motor... no es un problema de emisores y receptores, ni de simulacros de representación de actores sociales en los distintos medios de comunicación... es la lucha por la legitimación de la palabra propia en el contexto de las múltiples voces*” (Reguillo R. 1998)

## **Bibliografía**

Ang I (1991) *Desperately Seeking the Audience*, London & New York, Routledge.

Cortés J.A “Cautivo en el juego de las audiencias de TV. El espectador «espectado»”[http://www.nuevarevista.net/2004/febrero/nr\\_articulos91\\_4.html](http://www.nuevarevista.net/2004/febrero/nr_articulos91_4.html)

Calviño M (1999) “*Psicología y Marketing. Apuntes para el posicionamiento de la Psicología*”. Editora Política. La Habana, Cuba.

Calviño M (2004) “*Actos de Comunicación. Entre el compromiso y la esperanza*”. Editorial Logos. La Habana, Cuba.

Gómez G. (2006) “*Algunas apreciaciones sobre lo cualitativo y lo cuantitativo en investigación psicosocial*”. En: *Hacer y Pensar la Psicología*. Asebey A; Calviño M. compiladores. Editorial Caminso. La Habana. pp.445-474.

Reguillo R (1998) “*Derechos humanos y comunicación. Un malestar invisible: derechos humanos y comunicación*”. Chasqui. N° 64.

## El público cinematográfico cubano y su educación: una mirada crítica a la formación crítica de la mirada

Pablo Ramos Rivero

*Instituto Cubano de Arte e industria cinematográficas (Cuba)*

### Resumen

En Cuba, lo que se ha dado en llamar Educación para los Medios, Alfabetización Audiovisual, Educación para la Comunicación o, más recientemente, Educomunicación, ha estado mayormente centrada en la Educación Cinematográfica. Aunque con algunos antecedentes antes de 1959, es con la creación del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos (ICAIC) que toma un carácter más amplio.

Se analizan en el presente trabajo las distintas etapas, influencias teóricas y coyunturas sociales que han marcado las diversas experiencias desarrolladas en estos cincuenta años.

### Abstract

In Cuba, what has been given in calling Education for Means, Audiovisual Teaching of basic literacy, Education for the Communication or, most recently, Educomunicación, has been mayormente concentrating on the Cinematographic Education. Although with some antecedents before 1959, is with the creation of the Cuban Institute of Plows and Cinematographic Industry (ICAIC) that takeover an ampler character. Are analysed in the current work different phases, theoretical and conjunctures influences social that have marked the several experiences developed in these fifty years.

### Resumo

Em Cuba, o que se deu em chamar Educação para os Meios, Alfabetização Audiovisual, Educação para a Comunicação ou, mais recentemente, [Educomunicación], esteve maiormente centrada na Educação Cinematográfica. Mesmo que com alguns antecedentes antes de 1959, é com a criação do Instituto Cubano de Arte e Indústria Cinematográficos ([ICAIC]) que tomada mais um carácter amplo. Se analisam no presente trabalho as diferentes períodos, influências teóricas e conjunturas sociais que marcaram as diversas experiências desenvolvidas nestes cinqüenta anos. Em Cuba, o que se deu em chamar Educação para os Meios, Alfabetização Audiovisual, Educação para a Comunicação ou, mais recentemente, [Educomunicación], esteve maiormente centrada na Educação Cinematográfica. Mesmo que com alguns antecedentes antes de 1959, é com a criação



do Instituto Cubano de Arte e Indústria Cinematográficos ([ICAIC]) que tomada mais um caráter amplo. Se analisam no presente trabalho as diferentes períodos, influências teóricas e conjunturas sociais que marcaram as diversas experiências desenvolvidas nestes cinquenta anos.

## **ESE PÚBLICO QUE ESTÁ EN LOS CINES**

El primer Por cuanto de la Ley 169 es quizás, en Cuba, el más citado por los estudiosos de la cinematografía generada en nuestro país a partir de 1959. En él se define: “el cine es un arte”<sup>1</sup> y, con la citada Ley, el control de las salas de cine, de lo que en ellas se exhibe y de la producción cinematográfica nacional, pasó a ser una función privativa del Estado. El Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos –ICAIC–, fundado a escasos tres meses del triunfo revolucionario, fue y ha sido el ente encargado para ello.

Al año de la creación del ICAIC, Alfredo Guevara, su primer presidente, esclarece las razones que le dieron sentido a los programas propuestos para la popularización del cine como forma artística que contribuiría a la educación del público. Para Guevara<sup>2</sup>, era imprescindible replantear toda la estructura del aparato cinematográfico –comprendida la producción nacional y la importación de los filmes de otras latitudes–, lo que implicaba erradicar la presencia de todo cine que fuera la negación de nuestra cultura y Revolución, sin olvidar que cada cambio y toda reestructuración que se llevara a cabo debía partir de las necesidades del público y sobre la base de una profunda investigación del comportamiento de éste.

Dieciséis años después, se crea la Sección –más tarde Departamento–, de Investigaciones Sociales del ICAIC.

El que no existiera, por más de tres lustros, un aparato capaz de iniciar estudios empíricos referentes al público cinematográfico no implicó que, sobre el mismo, se dejaran de hacer las más polémicas reflexiones y las más acaloradas discusiones.

La atención sobre el espectador está explícita en la propia Ley fundacional del ICAIC, al considerar, entre sus otros por cuanto, que, por virtud de sus características, el cine es un instrumento de opinión y formación de la conciencia individual y colectiva y puede contribuir a hacer más profundo y diáfano el espíritu revolucionario y sostener su aliento creador. El cine, concebido como arte, debe constituir un llamado a la conciencia y contribuir a liquidar la ignorancia, a dilucidar problemas, a formular soluciones y a plantear, dramática y contemporáneamente, los grandes conflictos del hombre y la humanidad. El cine, se concluye, es el más poderoso y sugestivo medio de expresión artística y de divulgación y el más directo y extendido vehículo de educación y popularización de ideas<sup>3</sup>.

Bajo el sobreentendido de la poderosa influencia que, de modo particular, ejerce la cinematografía sobre su público, se valora como primaria toda acción encaminada a educar y preservar la formación de éste. Se precisa, entonces, para preparar al nuevo espectador, reestructurar las instancias de distribución y exhibición. En consecuencia, se trabajó por ampliar la diversidad de

géneros, temas y nacionalidades de los filmes a exhibir, extendiéndose el estrecho marco del consumo fílmico norteamericano previo a 1959. Se propició, de igual modo, la apertura de nuevas salas de cine a escala nacional y la difusión de una “educación cinematográfica” a través de la televisión, la prensa, el movimiento de cine-clubes y la realización de cine-debates en centros escolares y laborales. Todo esto posibilitaría la emergencia de un público críticamente preparado, capaz de entender y analizar los contenidos e intenciones de los filmes a que se expone. De esta voluntad de “desenajenar”, “descolonizar”, al público, se perfilan dos vertientes de preocupaciones estrechamente interrelacionadas que marcarán los continuos debates en torno al problema cinematográfico y, por extensión, al problema implícito de su recepción: una, la relativa al carácter educativo por excelencia del cine como arte y medio masivo en razón de sus especificidades técnicas y expresivas; la segunda, la que gira en torno a lo que debe o no ser visto por los espectadores. Ambas son reflejo de la política cultural<sup>4</sup> que el proceso revolucionario iba delineando, más allá del ámbito propiamente cinematográfico.

Y ambas también conectadas con la idea de cómo el cine y los medios de comunicación ejercen su influencia. La cercanía con el modo de pensar crítico de la Escuela de Frankfurt se hace patente en su dilucidación, algo nada casual si se toma en cuenta que la influencia de esta corriente crítica fue decisiva durante toda una generación de intelectuales durante la segunda mitad del Siglo XX. En América Latina, su influencia es potenciada por las perturbadoras circunstancias políticas que toman como impulso la Revolución cubana de 1959, que va a seguir como derrotero del auge del movimiento guerrillero y del triunfo electoral de Salvador Allende en Chile, hasta la implantación de los regímenes dictatoriales.

Esta adhesión militante a la herencia crítica proveniente del marxismo y a su proceder metodológico va a ser el denominador común de los tres fundamentales teóricos que elaboraron las primeras consideraciones sobre la función social a la que estaba llamada la cinematografía dentro de las nuevas coordenadas ideológico-culturales. Ellos, provenientes de la Sociedad Cultural “Nuestro Tiempo”, fueron, a su vez, los pilares fundadores del ICAIC: Alfredo Guevara, Julio García Espinosa y Tomás Gutiérrez Alea<sup>5</sup>.

## **ENTRE EL DIVERSIONISMO IDEOLÓGICO Y EL HOMBRE NUEVO**

Creada en 1976 – poco después que en las Resoluciones del Primer Congreso del Partido Comunista de Cuba se reconociera la importancia de la investigación para hacer más efectiva la labor de los medios de comunicación, o como se prefería llamar, medios de difusión masiva<sup>6</sup>–, la Sección de Investigaciones dirigió sus estudios hacia dos objetivos prioritarios:

1. Estudiar desde una perspectiva histórica los orígenes y evolución del cine en Cuba<sup>7</sup>.
2. Estudiar el público cinematográfico, lo que se concretó en indagaciones de corte psicológico y, en menor medida, sociológico.

Recordando lo dicho en ocasión de la V Conferencia Científica de Ciencias Sociales auspiciada por la Facultad de Periodismo de la Universidad de La Habana en 1987, “ninguno de los que nos

iniciamos en esta tarea –prácticamente todos recién egresados de la universidad– contábamos con la experiencia profesional necesaria para el trazado de una estrategia de estudios coherente y sistemática.” 8

Enmarcadas en un caldeado ambiente de confrontación ideológica, muchas de las investigaciones dejaron explícita constancia de su adhesión a una orientación política, más que científica, que conceptuaba al “diversionismo ideológico”9 como el arma letal de la estrategia imperialista. Así, se plantea desde un enfoque totalizador, heredero de la Teoría Crítica, que los medios del enemigo del socialismo son utilizados para influir negativamente sobre nuestra población<sup>10</sup>.

Junto al empirismo sustentado en encuestas al público, se fue desarrollando una actividad “teorizante” y experimental que añadía, a la marcada ideologización del momento, los desarrollos que en el área de la Psicología General se venían haciendo en nuestra “Alma Mater”, la Facultad de Psicología de la Universidad de La Habana.

Partiendo del criterio de que la sola ampliación y diversificación de la oferta no bastaba para modificar hábitos de consumo consolidados por la exhibición pre-revolucionaria, se hacía necesario establecer una estrategia cultural que tuviese en cuenta las circunstancias sociales e individuales en las que el consumo tiene lugar. El conocimiento de los motivos podría brindar una aproximación al perfil del público y, por tanto, ofrecería un valioso elemento de retroalimentación en la labor de transformación de viejos hábitos de consumo hacia formas más cultas. No es casual, entonces, el desarrollo inicial de estudios motivacionales por parte de los investigadores del ICAIC. Dichos estudios –los más de ellos de carácter exploratorio–, unieron, al enfoque de usos y gratificaciones, los planteamientos teórico-metodológicos del profesor Diego González Serra<sup>11</sup> quien, desde la perspectiva de la psicología soviética –en particular las concepciones de S. L. Rubinstein–, hacía una reelaboración de las posiciones de la psicología occidental y, con mayor peso, de los postulados del belga Joseph Nuttin.

Desde este punto de vista se propuso concebir el uso y disfrute de los medios de comunicación como una “situación motivacional compleja” en tanto ello se da a partir de la influencia y de la combinación dinámica de múltiples factores, relacionados con las características tecnológicas y expresivas del medio de comunicación, así como de factores internos, subjetivos, derivados de la personalidad de cada uno de los individuos y factores externos (ambientales, socioculturales, económicos, etcétera), que se constituyen, a su vez, en condiciones limitantes de las distintas opciones de consumo y determinantes últimos de la propia motivación.

Tal sistema de motivos, relacionados dialécticamente, se estructura jerárquicamente expresando cuáles son las necesidades dominantes en cada momento del autodesarrollo del proceso motivacional, en unidad con el mundo exterior. De esta forma, a más de los motivos directamente vinculados con las peculiaridades del medio de comunicación en cuestión, se expresa todo un conjunto de necesidades de la personalidad, estableciéndose relaciones de fusión, relaciones de medio-fin y la vinculación entre necesidades activas y pasivas, conformando entre ellas los más diversos nexos y manifestándose tanto en un plano consciente como inconsciente<sup>12</sup>.

Podemos describir este esquema de la relación que establece cada espectador con un film suponiendo la existencia de diferentes planos, en cada uno de los cuales se inscribe un cierto número de motivos, como el sistema de las matrioshkas rusas.

En un primer plano se encontrarían aquellos motivos vinculados con el objeto-film. Aquí se hallarían motivos que recorren diferentes capas de este plano; desde los más superficiales, de un matiz predominantemente emocional, dirigidos al entretenimiento, la estimulación e identificación emocional y el relajamiento de tensiones, hasta los que atraviesan las zonas más profundas, vinculadas con el aprendizaje, la búsqueda de valores éticos e ideológicos y el goce estético. Estos motivos no se presentan aislados entre sí y suelen darse en diversas combinaciones e intensidades, de acuerdo a las circunstancias en las que el sujeto se encuentre.

En otro plano tendríamos el círculo de motivos referidos a las características técnico-expresivas del medio. Dado que los diferentes medios de comunicación tienen particularidades propias, ellos pueden llegar a convertirse en objetos con valor motivacional.

Cabría ubicar en otro plano las motivaciones referidas al lugar donde se verifica el consumo cinematográfico, comprendidas las particularidades técnico-ambientales que garantizan el disfrute del objeto-filme.

Una gama de motivos de índole social puede ser colocada en otro plano, que abarca desde la posibilidad de establecer contactos interpersonales, la adhesión a un círculo de amistades, y los sentimientos de vivir con su época y de participación social, junto a otros como pueden ser los de estatus y prestigio social.

Otros planos motivacionales pudieran añadirse al esquema, pero siempre teniendo en cuenta que, tanto entre los motivos de cada plano, como entre los distintos planos entre sí, existen fusiones, superposiciones y vinculaciones dinámicas, por lo que su deslinde resulta arbitrario, cuando no artificial.

Al margen de que estas indagaciones permitieron bosquejar una caracterización del público cinematográfico, fueron un importante aporte al introducir el problema de la plurifuncionalidad de los medios de comunicación y las posibles asimetrías funcionales que pueden crearse entre las demandas de los públicos y las intenciones de los emisores. Con ello se comienza a romper el tradicional maniqueísmo de inspiración brechtiana<sup>13</sup>, que separaba, en un extremo, los motivos relacionados con el entretenimiento y la diversión –cuya satisfacción se encontraría en los filmes comerciales capitalistas–, y, en el otro, los vinculados con la reflexión y la adquisición de conocimientos –satisfechos en los filmes de arte o de autor y, al menos idealmente, en la producción del cine socialista<sup>14</sup>.

Una de las escasas investigaciones experimentales que abordó de manera directa el problema de la recepción, entendida como “descodificación” fue la realizada en 1979 y tomó como base los resultados de una encuesta al público asistente a la exhibición del film norteamericano “Tiburón sangriento”. La encuesta evidenció un desfase entre el contenido social real de la película y la imagen que los receptores se formaron de la importancia relativa del mismo, muy superior a la

real. Bajo el título La descodificación política de las películas comerciales por grupos de jóvenes estudiantes y obreros<sup>15</sup>, los resultados de esta indagación se tornan un antecedente necesario en los desarrollos posteriores del Departamento, no por su valor teórico o metodológico, sino porque se desplaza hacia otros paradigmas teóricos en la necesidad de evaluar la capacidad crítica de los espectadores ante los filmes comerciales de procedencia capitalista. Aún utilizando categorías del arsenal de la Teoría Crítica (“significación manifiesta y “significación latente”), se pretendió profundizar acerca de los procesos de recepción y los niveles de descodificación del espectador cinematográfico. La investigación concluía –y de ahí su importancia– dando un voto de confianza a la capacidad crítica del espectador y su autonomía para interpretar los mensajes y los contenidos. Autonomía que se refuerza en la medida en que sobre el espectador actúe una sólida formación cultural e ideológica<sup>16</sup>.

En paralelo a estos trabajos, se comenzaron a realizar “experimentos formativos”, modelo tomado de las indagaciones psicopedagógicas realizadas en la URSS, que tuvieron como objetivo modificar las actitudes que hacia el cine tenían diferentes grupos de jóvenes<sup>17</sup>.

El cine-debate fue el instrumento privilegiado para lograr dichos cambios, en la creencia de que la evaluación de los contenidos presentes en las obras cinematográficas frente a la experiencia personal y a la del resto de los medios del grupo mediante la discusión se revelaba como un mediador fundamental en la interiorización, tanto de los valores éticos como estéticos presentes en los filmes. Ello, a tenor de la importancia que, para el desarrollo de la personalidad del “hombre nuevo” en las condiciones del socialismo, se daba a la formación de un sistema estable de orientaciones morales y a la capacidad de apreciación estética de la realidad<sup>18</sup>.

Influidos por los desarrollos teóricos y empíricos que, con un enfoque personalógico, fueron emprendidos en la década de los 70s por Fernando González Rey desde la Facultad de Psicología, se inició una serie de “experiencias formativas” que abordaban cómo un sistema estructurado de cine-debates podía incidir en la esfera moral de la personalidad y, de manera más específica en la formación o desarrollo de ideales morales.

Se escogió el estudio de los ideales morales a partir de la hipótesis de que, por una parte, daban origen a un sistema más o menos intenso y estable de aspiraciones morales que pasaría a integrar sus tendencias afectivas y convertirse en fuerzas impulsoras de la conducta; por otra parte, porque el ideal, al hacerse consciente, puede actuar en calidad de patrón moral, mediante el cual el sujeto trataría de autotransformarse y de valorar no sólo sus actos, sino también los de quienes lo rodean. Es decir, se constituyen en un medio activo de autoeducación y autotransformación de la personalidad.

González Rey<sup>19</sup> había hallado, en sus investigaciones con adolescentes y jóvenes, un tipo de ideal, denominado por él “ideal concretizado”, caracterizado por una generalización de los rasgos de la personalidad del modelo a imitar unida a una elaboración activa de la personalidad en el sentido de que su concretización en las propias conductas del modelo con cierta carga afectiva, son los que lo convierte en un ideal que rige la autovaloración y la actividad del sujeto.

Sobre esta base y, cercano también a las ideas de Albert Bandura con respecto al aprendizaje social, se sometieron a grupos de estudiantes de secundaria básica a la influencia periódica de sesiones de cine-debates semanales. Los debates se hicieron a partir de películas cuidadosamente seleccionadas, tomando en consideración que estuvieran adecuadas a los intereses, motivaciones, comprensión y estadio del desarrollo de la personalidad. A estos grupos experimentales se les hicieron corresponder grupos de control que no recibieron la influencia “formativa”.

Una gran limitación de estos estudios lo fue el que, a pesar de declararse que el análisis de estas influencias no debe quedarse en la consideración del aspecto de contenido de las obras, de hecho el énfasis se puso en la valoración de las conductas y actitudes de los protagonistas de los filmes, propuestos como modelos de imitación, relegando el análisis de los aspectos expresivos y de lenguaje propios del arte cinematográfico. A su vez, la metodología del cine-debate ha sido cuestionada por diferentes autores. La observación hecha por Mario Kaplún a las disertaciones y conferencias que tratan de alertar al público acerca de los contenidos de los mensajes puede ser compartida por el cine-debate: la sustitución de una imposición ideológica –la de los medios–, por otra imposición –en este caso, la del conductor del debate<sup>20</sup>. Para Michel Tardy<sup>21</sup>, al reducir la riqueza de estimulación cognitivo-afectiva del lenguaje cinematográfico a su reproducción verbal en el debate, la obra cinematográfica se subordinada a una finalidad que les ajena y de la cual se convierte en instrumento. El filme deja de considerarse como tal y fluctúa completamente del lado de la moral, la geografía, la historia o las lenguas vivas. Con la complicidad activa del pedagogo, la materia expresada devora al medio de expresión, puntualiza Tardy.

La superación paulatina de este modelo Funcional-Moralista (según la tipología propuesta por Ismar de Oliveira Soares<sup>22</sup>), fue posible gracias a las reflexiones y contactos promovidos por los Encuentros El Universo Audiovisual del Niño Latinoamericano, que el Departamento de Investigaciones comenzó a coordinar desde 1988 como parte de las actividades del Festival Internacional del Nuevo Cine Latinoamericano.

## **UN CAMBIO DE MIRADA: EL PÚBLICO INFANTIL, DE OBJETO A SUJETO DE LA COMUNICACIÓN**

Una consecuencia directa de los intercambios suscitados por los Encuentros El Universo Audiovisual del Niño Latinoamericano, lo fue el desarrollo de talleres para educar a grupos de escolares en la imagen audiovisual. En sus inicios y congruente con el modelo de los efectos, primó una concepción proteccionista que tenía como máxima aspiración educar para el lenguaje cinematográfico para así contrarrestar los posibles efectos nocivos de estos. Se subrayaba que el aprendizaje por parte del niño y el adolescente de un lenguaje audiovisual al que están expuestos cotidianamente, permitirá crear una nueva actitud frente al cine y la televisión, que no es más que una actitud ante la vida<sup>23</sup>.

Inspiradora, en tal sentido, lo fue la propuesta de alfabetización cinematográfica desplegada en

Chile por Alicia Vega<sup>24</sup>, fundamentada en los aportes del Lenguaje Total. Esta concepción, elaborada a inicios de los 60 por Antoine Vallet y por Albertine Faurier, sustentaba una práctica pedagógica, cuyo principio consiste en que cada uno sea, en sus relaciones comunicativas –incluidas las establecidas con los medios de comunicación de masas–, receptor y emisor al mismo tiempo. Ello contribuiría a ensanchar las posibilidades de desarrollo personal y de participación más activa en la realidad social. Este principio pretendía desarrollar un conocimiento más efectivo de los medios de comunicación, sobre la base de una práctica directa con el lenguaje mismo: saber y saber hacer. Su finalidad, más que el aprender a “leer” y “escribir”, será la de recibir y expresarse a través de este lenguaje moderno que incorpora un material nuevo, actual y dinámico que activa todo el ser.<sup>25</sup>

El taller “La Linterna Mágica” que se desarrolló entre 1988 a 1991 en el Palacio Central de Pioneros “Ernesto Che Guevara”, partía de estos presupuestos, para cuya implementación se estructuró un programa cuyos principios básicos fueron su carácter práctico, lúdico y grupal. El enfoque flexible y creador de la educación cinematográfica presuponía, a la vez, que la mejor pedagogía era aquella capaz que permitiera al niño expresarse con las imágenes. La apreciación es aquí entendida como un nivel cualitativamente superior de la percepción estética, donde el niño transita de un “aprender a ver” a un “aprender a reconocer y valorar”. De igual modo, se entendía la creación artística como una actividad propicia para el desencadenamiento de habilidades manuales, de expresión oral, plástica y corporal, que permitiera ampliar las posibilidades expresivas y comunicativas mediante la apropiación y recreación de la imagen audiovisual.<sup>26</sup>

El contacto con disímiles experiencias internacionales y, en especial, con el aporte de la investigación latinoamericana sobre medios y niños al campo general de la investigación comunicativa, que ha dado paso a nuevos paradigmas en cuanto a comprender la relación públicos-medios, fue variando nuestras concepciones en cuanto a lo que significa “educar al público”. Valiosas han sido, en tal sentido, la conceptualización de las “mediaciones” y de las “prácticas y estrategias” comunicativas de las audiencias<sup>27</sup>.

Una derivación de ello lo ha sido el tránsito de entender la educación cinematográfica en el contexto más amplio de la Educación para la Comunicación.

En la actualidad, el modelo de Educación para la Comunicación que se está imponiendo, sobre todo en América Latina, más que seguir los paradigmas centrados en una concepción instrumental de los medios, enfatiza en los “fines” de la comunicación y coloca a la Educación para la Comunicación como un eje transversal en los procesos de educación ciudadana. En tal sentido, se concibe a la comunicación como un proceso de puesta en común y, por tanto, de valoración y re-conocimiento de sus actores como personalidades que se construyen en su relación con el otro y consigo mismo.

El investigador brasileño Pedro Gilberto Gomes, al analizar muchos de los proyectos puestos en práctica en el subcontinente, también constata el desplazamiento a que hacemos referencia. Si bien puede encontrarse propuestas pedagógicas diversas, ellas tienen, como común denominador

el esfuerzo por transferir el problema desde los “medios” al “proceso comunicativo”. Y es en este desplazamiento de polo –subraya–, donde reside el gran avance que América Latina está dando a la ecuación del problema. Va dejándose de hablar tan sólo de la “educación del sentido crítico” para referirse ahora a una Educación para la Comunicación, entendida como proceso 28.

Ismar de Oliveira 29, durante el 3rd World Summit on Media for Children (Tesalónica, Grecia, 23 al 23 de marzo del 2001), dejó constancia del abandono de las posturas «ortodoxas» en Educación para los Medios que se viene dando en Latinoamérica.

Según él, más que el interés por los contenidos, en las más recientes prácticas desplegadas en Brasil, prevalece el interés social por los derechos de los niños. La observación detenida de estas experiencias permite apreciar que el eje de preocupación no es tanto lo que los medios están haciendo, sino, por el contrario, el que los niños puedan usar los medios como instrumentos para expresarse, instrumentos que, por su parte, la educación debe incorporar.

En gran medida deudoras de una concepción culturalista de la formación de la personalidad, basada en los criterios de Vygostsky –en tanto el “yo” se construye en su relación con “el otro”, dentro de un ámbito socioculturalmente condicionado–30, las más recientes alternativas enfatizan en la dimensión del crecimiento personal que toma en cuenta la alteridad. Una visión más holística de la persona, influida por las corrientes de la Psicología de corte humanista han logrado superar las limitaciones del modelo neoconductual, afín al esquema “hipodérmico”.

Criterios, estos, cercanos al nuevo concepto de ciudadanía que se ha ido gestando desde la sociedad civil, lo que implica abrir nuevos espacios para el ejercicio de la participación, la expresión y la comunicación como derechos inalienables de sectores considerados tradicionalmente como objetos y no sujetos. Finalidad que se recoge en la Convención sobre los Derechos del Niño, donde, en su Artículo 13 se expresa:

El niño tendrá derecho a la libertad de expresión; ese derecho incluirá la libertad de buscar, recibir y difundir informaciones e ideas de todo tipo, sin consideraciones de fronteras,, ya sea oralmente, por escrito o impresas, en forma artística o por cualquier otro medio elegido por el niño31.

Desde esta nueva perspectiva, se ha promovido una Educación para la Comunicación que intenta superar el hiato entre una formación para la recepción o “lectura” de los medios y otra para la producción creativa o “escritura” de mensajes y que redimensione el papel del sujeto, de receptor a creador de mensajes, y, aún más, de espectador a protagonista de procesos comunicacionales, gestados desde sus propias necesidades y capacidades. El sujeto se convierte en la dimensión nuclear en la Educación para la Comunicación, que se involucra, activamente en el proceso comunicativo.

Proyectos tales como Géminis, en el cual actualmente nuestro Departamento trabaja, son concebidos desde la matriz de la investigación y la acción participativa. Consideramos que este diseño metodológico es el que mejor se corresponde con sus propósitos, en tanto, el mismo parte de la identificación, jerarquización y análisis de los problemas por los propios niños32. Este proyecto tuvo como punto de partida la Tesis defendida en 1995 por la psicóloga Raisa Labrada33,



como opción a la maestría en Psicología de la Salud, que fue consecuencia de la evolución de las concepciones y prácticas de las relaciones entre Educación y Comunicación.

Géminis<sup>34</sup>, al potenciar la capacidad de los adolescentes en la gestión de procesos comunicativos en su ámbito comunitario, a la vez que promueve la participación activa en el conocimiento de la comunicación audiovisual, busca desarrollar procesos psicológicos que subyacen a la conducta responsable: autoimagen, autoconcepto, autoestima y asertividad.

Fomentar estas experiencias va más allá del esfuerzo personal de sus promotores.

Los nuevos desarrollos tecnológicos —la computación, internet, las autopistas de la información, los multimedia, la televisión de alta definición...—, que marcan el hoy de la comunicación audiovisual, nos imponen nuevos retos.

Pero el velar “por”..., el trabajar “para”..., no es ya suficiente.

Asumir, en plenitud, la convicción de que los niños tienen derecho a tener derechos, nos debe hacer replantear nuestros seguros hábitos y rutinas, nuestras prácticas consolidadas en el quehacer comunicativo y educativo. El paso de objetos a sujetos de derechos —esto es, de individuos receptivos a entes actuantes—, introduce, junto al “para” y el “por”, el “con”, el “desde”..., los niños.

Liberar espacios en los que la comunicación y la participación se abran a la expresión de sus necesidades, sueños, esperanzas y temores, y al vuelo de potencialidades y capacidades, de eso se trata.

Así, y sin ofender a Saint-Exupéry<sup>35</sup>, podremos dedicar nuestros trabajos a los niños... cuando sean grandes.

## Citas y Notas

1. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> «Ley 169 (Creación del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos ICAIC)», en: AAVV: Hojas de Cine. Testimonios y documentos del Nuevo Cine Latinoamericano, México, D. F., Fundación Mexicana de Cineastas, 1988, 13.

2. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Alfredo Guevara: «Una nueva etapa del cine en Cuba», en Mario Piedra (comp.): Cine cubano. Selección de lecturas, La Habana, Editorial Letras Cubanas, 1982.

3. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> «Ley 169 (Creación del Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos ICAIC)», en: AAVV: Hojas de Cine. Testimonios y documentos del Nuevo Cine Latinoamericano, México, D. F., Fundación Mexicana de Cineastas, 1988, 13-20.

4. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Basado en la Teoría de los campos de Pierre Bourdieu, asumimos la definición de política cultural inferida que entiende a esta como todos los presupuestos que rigen las actividades y elementos del campo artístico-cultural (instituciones, agentes productores de sentido incluyendo artistas e intelectuales) en cuya construcción intervienen elementos exteriores al campo. (Véase Pierre Bourdieu, Sociología y Cultura, México, D. F., Editorial Grijalbo, 1990).

5. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Remitimos a la Tesis de Licenciatura en Historia del Arte realizada bajo nuestra orientación por Helena Chávez Ardanza e Ingrid Blanco Díaz: Criterios y reflexiones teóricas sobre la recepción cinematográfica en América Latina y Cuba, La Habana, Facultad de Artes y Letras, Universidad de La Habana, 1998.
6. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> "El perfeccionamiento ulterior del trabajo de los órganos de difusión masiva, requiere de la verificación sistemática de su eficacia mediante investigaciones sociológica y la realización de consultas y debates con grupos representativos de lectores, espectadores, televidentes y radioyentes. Se hace de igual forma necesario profundizar el estudio de diversas disciplinas científicas que inciden en el trabajo de los medios de difusión masiva, generalizar las experiencias en torno a las funciones de estos en las construcciones del socialismo y someter a crítica las teorías burguesas que abordan el fenómeno de la comunicación de masas desde posiciones pseudocientíficas." Partido Comunista de Cuba: Sobre los Medios de difusión masiva. Resolución, en: Tesis y Resoluciones del Primer Congreso del PCC, La Habana, Dirección de Orientación Revolucionaria, 1976, 363.
7. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Estos estudios, que sirvieron como base para la Tesis de Doctorado del malogrado investigador Raúl Rodríguez González, pusieron en evidencia que, contrariamente a la opinión ampliamente divulgada, en Cuba sí existía una tradición y una historia cinematográficas que se remontan a los finales del Siglo XIX. Ver: Raúl Rodríguez González: El cine silente en Cuba, La Habana, Letras Cubanas, 1992.
8. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Pablo Ramos: «La investigación sociopsicológica en el Instituto Cubano de Arte e Industria Cinematográficos», en AAVV: La investigación y la propaganda en los medios de difusión, La Habana, Editorial Pablo de la Torriente Brau, 1987, 33.
9. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Raúl Castro: El diversionismo ideológico. Discurso del 6 de junio de 1972.
10. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Pablo Ramos, Mayra Espina y Guillermo González: El cine en el sistema de motivaciones y actividades de tiempo libre, La Habana, Ponencia presentada en la I Reunión de Investigadores de la Juventud, 1978.
11. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Diego González Serra: Criterios y métodos para el estudio de la motivación, La Habana, Impresora Universitaria "André Voisin", 1976.
12. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Pablo Ramos y Jorge Luis Filiú: Introducción al estudio motivacional en el área de la difusión masiva, en: Boletín de Psicología, No. 2, Vol. VI, La Habana, Hospital Psiquiátrico de La Habana, Mayo-Agosto, 1983, 55-67.
13. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Bertold Brecht opuso lo que llamó "dramática no aristotélica" a

la clásica concepción de la dramaturgia basada en el recurso de “identificación”. Su propuesta fue la de mantener al espectador lo suficientemente distante de la obra (“efecto de distanciamiento) para no dejarse arrastrar por la fascinación que pueda ejercer la personalidad del héroe y, al mismo tiempo, suficientemente cerca como para que no deje de interesarle lo que el espectáculo se plantea en el plano racional. Estas ideas influyeron, durante un largo período, al movimiento cinematográfico cubano.

14. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html>Pablo Ramos y Liliana Martínez: El público cinematográfico de Ciudad de La Habana, La Habana, Ponencia presentada al Segundo Seminario sobre la Cultura en Ciudad de La Habana, 1981.

15. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html>Roberto Roque y Pablo Ramos: La descodificación política de las películas comerciales por grupos de jóvenes estudiantes y obreros, La Habana, ponencia presentada a la II Reunión de Investigadores de la Juventud, 1979.

16. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html>En la década de los 80s se realizaron otros estudios sobre la recepción, ahora entendida bajo el concepto limitado de la “comprensión” como un proceso en el que confluyen factores objetivos (propiedades del mensaje) y subjetivos (cualidades personales, estados psíquicos del receptor) y que se define como el momento en el que el receptor descifra el mensaje y este coincide con las intenciones del comunicador. Esquema que nos remite al modelo informacional de la comunicación y que, permeado por su reelaboración desde la psicología soviética de la propaganda, identifica a las obras cinematográficas como mensajes ideológicos más que como obras de arte. Ejemplo de ello lo encontramos en Cecilia Linares, Vivian Gomonedá, et. al.; Estudio del nivel de comprensión de los espectadores sobre los filmes: Corazón sobre la Tierra y Jíbaro, (folleto mimeografiado), La Habana, Departamento de Investigaciones, ICAIC, 1985.

17. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html>Pablo Ramos: «Los jóvenes y el cine: resultados de algunas investigaciones socio-psicológicas», en: Investigaciones de la personalidad en Cuba, La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1987, 197-207.

18. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html>Pablo Ramos: «Sobre la vinculación de la Educación Moral y Estética en la formación del hombre nuevo», en: Boletín de Psicología, No. 1, Vol. VIII, La Habana, Hospital Psiquiátrico de La Habana, Enero-Abril, 1985, 119-129.

19. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html>Fernando González Rey: Motivación moral en adolescentes y jóvenes, La Habana, Editorial Científico Técnica, 1983.

20. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html>Mario Kaplún: Lectura crítica, Caracas, Centro Guarura, 1982.

21. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html>Michael Tardy: El profesor y las imágenes, Barcelona, Editorial Planeta, 1978.

22. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Este modelo Funcional-Moralista se objetiva, según Oliveira Soares, en el análisis moral de los productos culturales. Caracterizado por estar al servicio de cierta doctrina y ser corolario de determinada visión ética por parte de instituciones que pretenden ejercer una cierta hegemonía de pensamiento en la sociedad. Se parte del supuesto de la influencia directa de los medios sobre unas audiencias que son, a su vez, fácilmente influenciables. Se justifica, con ello, el ejercicio del control del tiempo de exposición de los públicos ante los medios, y de la censura a la producción.

Ismar de Oliveira Soares: «Teoría y práctica de la Comunicación: Incidencia sobre los proyectos de Educación para los Medios en América Latina», en: Educación para la Comunicación. Manual Latinoamericano, Santiago de Chile, CENECA/UNESCO, 1992:282-283.

Ver, además, del mismo autor: «Debate sobre proyectos de Educación para la Comunicación en América Latina. Entrevista de Attilio Hartmann», Diálogos de la comunicación, No.37, Lima, septiembre, 1993. 77-78).

23. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Pablo Ramos y Silvia Poliakov: «La educación cinematográfica: un reto», en Cine Cubano, No.11, La Habana, 1989.

24. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Alicia Vega: «El cine como elemento de promoción para niños de extrema pobreza», en Pablo Ramos y Amado Fernández (comp.): Del otro lado de la imagen. Selección de trabajos presentados a los Encuentros “El Universo Audiovisual del Niño Latinoamericano” 1988 – 1999, La Habana, Red El Universo Audiovisual del Niño Latinoamericano, 2000.

25. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Antoine Vallet: Educación en la Comunicación, Saint Etienne, Francia, Instituto del Lenguaje Total, 1988.

26. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Pablo Ramos: Para verte mejor... Para oírte mejor..., La Habana, Editorial de Ciencias Sociales, 1996.

27. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Cf.: Jesús Martín-Barbero: «De los medios a las prácticas», en Guillermo Orozco (Coord.): La investigación de la comunicación desde las prácticas sociales, México, D. F., Universidad Iberoamericana, Cuadernos del PROICOM No. 1, 1991.

Guillermo Orozco Gómez: «Escuela y televisión: una nueva alianza por nuevos motivos», Pablo Ramos (comp.): El niño y la imagen, La Habana. Editorial Pablo de la Torriente, 1996.

28. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Instituto de las Hijas de María Auxiliadora en América, Equipo de Comunicación Social (ECOSAM): Propuesta de Educomunicación para la Familia Salesiana, Caracas, marzo de 2001.

29. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Ismar de Oliveira: «Challenging “Ortodoxies” in Media Education», en: Media Education in Brazil, São Paulo, University Anhembi Morumbi, 2001, 19-23.

30. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Lev S. Vygotsky: Historia del desarrollo de los procesos

psíquicos superiores, La Habana, Editorial Científico Técnica, 1987.

31. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> «Convención de los Derechos del Niño», Gaceta Oficial de la República de Cuba, La Habana, 28 de diciembre 1991. Año LXXXIX, p.380.

32. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Raisa Labrada, et. al: «Géminis: de perceptores a emisores», en Pablo Ramos: Tres décadas de Educomunicación en América latina: los caminos del Plan DENI, (CD-Rom), Quito, OCLACC, 2001.

33. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Raisa Labrada: «Géminis», una alternativa de educación para la salud con adolescentes, Tesis de Maestría en Psicología de la Salud, La Habana, Facultad de Salud Pública, Ministerio de Salud Pública, 1995.

34. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Raisa Labrada, et. al.: Op. Cit..

35. <http://www.psicolatina.org/20/publico.html> Antoine de Saint-Exupéry: El Principito, España, Dolmen Ediciones, 2002.

---

## Perfume de Revolución

**Alfredo Grande**

*Médico Psiquiatra. Psicoanalista. Profesor Universitario, Miembro de Honor de la Sociedad Cubana de Psiquiatría (Argentina)*

### Resumen

Si la revolución es un sueño eterno, como postula el escritor Andrés Rivera, propongo pensar los mecanismos de construcción de esa organización subjetiva que sostiene ese sueño. La realización concreta y material de la Revolución es solo una de las formas en las cuales lo revolucionario que nos habita se expresa. El denominado "factor subjetivo" es en realidad una complejidad que da cuenta de procesos de subjetivación, de subjetividades deseantes y de subjetividades cristalizadas. El factor subjetivo no refleja la realidad. Por el contrario: la realidad no pocas veces es reflejo del factor subjetivo. No hay una Revolución para cada uno, pero tampoco hay una Revolución para todos. Si varias generaciones son necesarias para construir subjetividad revolucionaria, es necesario recordar que, simultáneamente, esa subjetividad se va deconstruyendo. Y si es necesaria la revolución dentro de la revolución, también es imprescindible la revolución dentro de la contrarrevolución que se expresa en subjetividades inestables.

Palabras claves: subjetividad, medios masivos de comunicación

## Abstract

If Revolution is an endless dream, as postulated by the writer Andrés Rivera, my proposal is to think about the construction mechanisms of such a subjective organization which supports that dream. To making real and tangible the Revolution, is only one manner to be expressed for revolutionary things inside us. The named subjective cause is actually such a complexity, which is speaking about some subjectiveness process of desirous subjectivities and cristalyzed subjectivities. The subjective cause does not reflect reality. By contrast, reality is reflecting the subjective cause and not just a few times, There is not a Revolution for each people, and there is neither a Revolution for everyone. If some generations are needed to build some revolutionary subjectivity, we need to recall that, simultaneously, such subjectivity is going to be deconstructed. And, if Revolution is necessary inside the Revolution, Revolution is also Irreplaceable inside the contra= revolution expressed into several unstable subjectivities.

Key words: subjectivity, mass media.

## Resumo

Se a revolução é um sonho eterno, como postula o escritor Andrés Rivera, proponho pensar os mecanismos de construção dessa organização subjetiva que sustenta esse sonho. A realização concreta e material do a Revolução é só uma das formas nas quais o revolucionário que nos habita se expressa. O denominado “fator subjetivo” é na verdade uma complexidade que dá contas de processos de [subjetivación], de subjetividades [deseantes] e de subjetividades cristalizadas. O fator subjetivo não reflete a realidade. Pelo contrário: a realidade não poucas vezes é reflexo do fator subjetivo. Não há um Revolução para cada um, mas também não há uma Revolução para todos. Se várias gerações são necessárias para construir subjetividade revolucionária, é necessário lembrar que, simultaneamente, essa subjetividade se vai [deconstruyendo]. E se é necessária a revolução dentro da revolução, também é imprescindível a revolução dentro da contrarrevolução que se expressa em subjetividades instáveis.

Palabras-chave: subjetividade, meios em massa de comunicação

“la violencia saca lo que sobra y el amor pone lo que falta”

(aforismo implicado)

“La revolución es un sueño eterno”, es el título de una novela de Andrés Rivera. En este trabajo, intento reflexionar sobre la organización subjetiva de ese sueño. Freud escribió que el sueño del adulto es la realización alucinatoria de un deseo infantil reprimido. Podríamos pensar que los sueños revolucionarios tienen un fundante deseante e infantil. La eternidad de ese sueño al que alude Rivera solo puede entenderse si postulamos una marca primaria, en la cual queda marcada en el sujeto deseante el anhelo de lo revolucionario. No se trata, naturalmente, de suponer un innatismo biológico que determina un “instinto revolucionario”. No hay naturaleza en la cultura,

aunque como sabemos, hay cultura en la naturaleza. Pero si la batalla de todas las batallas es la batalla cultural, es necesario crear, inventar, descubrir nuevas armas que nos permitan vencer en esa batalla que el imperio ha declarado para formatear la subjetividad desde la cuna. ¿O no es acaso la familia tradicional, con su impronta heterosexual, monogámica, reproductora, la garantía histórica de los modos de subjetivación de la propiedad privada? La “sagrada familia” es un constructo reaccionario que sostiene el baluarte de considerar a la familia como la célula básica de la sociedad. Es decir: desde esta concepción occidental, capitalista y cristiana, el territorio de las relaciones de parentesco, relaciones de filiación y alianza, sostenidas por la sangre transmitida de generaciones anteriores, son las que organizan en forma excluyente la subjetividad. La Familia ejerce la propiedad privada de lo que sus integrantes sienten, piensan y desean. Familia que incluye a las corporaciones trans nacionales, que adoctrinan a sus empleados con los sentimientos de pertenencia y filiación de un carácter netamente regresivo. Confesión de parte: el lema publicitario de una tarjeta de crédito es: “pertenecer tiene sus privilegios”.

Pertenecer a una tarjeta de crédito parece un delirio, pero como todo delirio, tiene su núcleo de verdad. Por que la tarjeta otorga, al que la tiene, un crédito: pertenecer al sistema capitalista. Y éste, benévolo, serio, (como se dice hoy en Argentina), la da la bendición del Amo a su dócil Esclavo. Es la tarjeta una nueva familia, pero que hereda todos los atributos de la familia de origen. No es casual (nada en el capitalismo lo es) que la publicidad siempre incluya a madre, padre e hijos felices por consumir consumo. Esto es lo que denomino “adicción al consumismo”, que obtura subjetivamente la “elección del comunismo”. La irracionalidad del consumo eterno es la promesa nunca del todo insatisfecha, que se opone con firmeza a esa marca primaria que sueña con la revolución. Sin embargo, esa marca nunca es borrada del todo. Pero queda, especialmente en los espacios que la social democracia consolida, desfigurada, caricaturizada, en vagas apelaciones a la solidaridad frágil, a las apelaciones sensibleras a una equidad general. En el peor de los casos, a campañas benefactoras organizadas por empresas multinacionales, responsables del saqueo, el exterminio y, como no podría ser de otro modo, de la reconstrucción.

Los objetivos de una psicología para la liberación no deberían obviar que la subjetividad y más específicamente, los procesos de subjetivación, son el primer y el último escudo contra la barbarie del exterminio capitalista. Lejos, al menos en la Argentina, de la epopeya libertadora de un pueblo en armas, deberemos pensar como se sostiene en el adulto aquello que nunca se terminó de destruir en el niño. Para eso será necesario desarrollar teórica y políticamente los conceptos que den cuenta de esa marca primaria que es el origen del sueño eterno de la revolución.

Freud denomina “protofantasías” a matrices heredadas que las experiencias vivenciales concretas, llenan para construir las fantasías.

Las 5 profantasías son. 1) Incesto 2) Escena Primaria 3) Castración 4) Seducción 5) Parricidio. Esta hipótesis da cuenta de una simultaneidad: universalidad del Edipo y singularidad histórica de su construcción subjetiva.

De acuerdo a las formas de lecturas que la obra freudiana promueva, se hará más énfasis en el

Edipo libidinal, en el Edipo histórico social o en ambos. Lo importante de señalar a mi criterio es que la denominada “alianza fraterna”, postulada por Freud como el paso necesario de la naturaleza a la cultura, no tiene inscripción en el psiquismo temprano. Las 5 profantasías dan cuenta de la versión individual del sujeto, o sea, de un sujeto que se vive por fuera de la trama colectiva e institucional que lo sostiene y lo construye. Esta conceptualización teórica es funcional a la práctica psicoanalítica en su modalidad de asistencia individual. Y ratifica, aunque con ciertas reservas, la valoración del psicoanálisis como una práctica burguesa y mercantil. Dicho en otras palabras: también en el campo del psicoanálisis, la teoría no es neutral en relación a los efectos que produce. En la Argentina al menos, el psicoanálisis en sus versiones freudiana, kleiniana y lacaniana, se acomodó bien a las formas y actos del modo de vida burgués. Tanto en sus aspectos discursivos, cuanto en los modos y las formas de la vida cotidiana de profesionales y pacientes.

El sueño eterno de la revolución, salvo momentos muy acotados de los finales de la década del sesenta y principios del setenta, quedo silenciado en los divanes de los consultorios. Por lo tanto una situación paradójica quedo cristalizada: la teoría que revolucionó los modos clásicos de pensar al sujeto, quebrando el paradigma “sujeto= conciencia”, fue capturado por los modos capitalistas de producción de cientificidad, con lo cual bien puedo decir que se trató de otra revolución congelada. Un libro del sociólogo Roberto Castel “El Psicoanalismo: el orden psicoanalítico y el Poder” da cuenta de este formidable proceso de naturalización y neutralización. No es el propósito de este trabajo realizar una reseña histórica de este proceso, con las encerronas que produjo y los momentos de apertura y transformación que propició. Pero si es necesario como un marco de referencia para entender porque el sueño eterno de la revolución sigue dormido y cuales son los determinantes principales para que la inmensa mayoría de la población argentina sostenga las propuestas de la socialdemocracia, el liberalismo o incluso la extrema derecha. Y entonces es necesario pensar que las operaciones sobre la subjetividad, son también ejércitos de ocupación. Freud dice que la instancia psíquica que él denomina Superyo, se inscribe en el Yo como un ejército en un tierra conquistada. La subjetividad es un territorio que el enemigo imperial no descuida ni un solo segundo. La invasión a la subjetividad se denomina “medios masivos de comunicación”, que bien podríamos denominar: “medios invasivos de comunicación”. De lo que se trata, a mi criterio, es de pensar que tipo de invasión propician y en que medida esa invasión es uno de los factores para que el sueño eterno de la revolución siga en estado latente. Para eso es necesario incluir el concepto freudiano de masas artificiales. En su trabajo Psicología de las masas y análisis del Yo, Freud le contesta al teórico francés Gustave Le Bon, que espantado por las masas revolucionarias, insistía en el carácter degradante de la inclusión de un individuo en cualquiera instancia masificadora. Freud con su habitual osadía intelectual, realiza el análisis con dos masas permanentes y estables, a las cuales hoy denominaríamos como instituciones u organizaciones. Nada menos que la Iglesia y el Ejército, aclarando, aunque pocos le dan importancia a esto, que se refiere a la Iglesia Católica Apostólica Romana y al Ejército Prusiano. Ambas como paradigmas de organizaciones que parasitan la mente y el alma del sujeto. Y lo que



Freud postula que ese lazo de unidad que en apariencia es sólido, indestructible, descansa en dos pilares: la coerción exterior y la idealización del líder. Ambos procesos en el marco de la sociedad de clases están naturalizados, o sea, que la masa artificial no está cuestionada como dadora de subjetividad: familia patriarcal, catequesis, servicio militar obligatorio. Siempre la misma cara de una misma moneda: el sometimiento a mandatos represores que el sujeto vive como la mas completa libertad. - La coerción exterior empieza desde el nacimiento, y a ese artificio cultural se pretendió naturalizarlo con la denominación de “trauma de nacimiento”. La idealización es un proceso diferente a la construcción de un Ideal. La idealización es imponer en una mente infantil la imago omnipotente de un ser superior, absoluto, infinito, inconmensurable. La idealización es una coerción interior, y a esa formación inconciente la he denominado Ideal del Superyó. Es decir: idealizar al represor. Una de las consecuencias es la premisa cristiana de amar al enemigo, con lo cual la capacidad de enfrentarlo se debilita. Las masas artificiales son la forma en que los mandatos de las clases dominantes entran en la subjetividad desde el nacimiento. Y por supuesto se mantienen toda la infancia, la educación primaria y secundaria. Hasta llegar a la gran masa artificial que disciplina el adulto que es la organización laboral post fordista. Con estos mandatos culturales represores, violentos mazazos en la subjetividad, ese sueño eterno revolucionario solo puede expresarse en situaciones excepcionales. Y por poco tiempo. En otras palabras: lo revolucionario es sofocado para que la Revolución sea abortado. Si la violencia es la partera de la historia, la crueldad es la abortera. Y todas las masas artificiales son extremadamente crueles. Pensamos en Guantánamo, en los 5 patriotas prisioneros del Imperio, en los cientos de miles torturados y masacrados en las mazmorras de dictaduras y democracias. Es hasta increíble que el sueño revolucionario sigue latiendo.

Pero sin lugar a duda alguna, así es. Los países que, como el nuestro, lejos están de concretar una Revolución triunfante, no obstante pueden propiciar la aparición de “lo revolucionario”. Un autor francés es el creador del sociopsicoanálisis e introduce el concepto de “clases institucionales”. Me ha resultado útil para entender la lucha de clases en el seno de las organizaciones. El denomina “pulsión de poder de clase” al intento de cada clase institucional de obtener una ganancia de poder a expensas de las otras clases. Este espacio de lucha de clases define “lo revolucionario”, cuando las clases sometidas pueden conquistar poder institucional a expensas de las clases dominantes. Experiencias de este tipo en la Argentina son las denominadas “fabricas recuperadas” y las cooperativas de trabajo. También colectivos autogestionarios que construyen formas alternativas a las ofertas capitalistas en vivienda, educación, salud. Y es importante señalar el carácter revolucionario por la ganancia de poder subjetivo que el sujeto conquista. Como protagonista colectivo de esas experiencias, ninguno será el que era antes. Algo del sueño eterno se ha despertado, y el pasaje a la realidad ha sido concretado. Cada una de estas experiencias, que en diciembre 2001 tuvieron su apogeo, permitió incluso construir un sistema denominado “trueque”, que desplazó por un tiempo al dinero, con lo que incluso se derrumbó el fetiche de la mercancía. Por supuesto, una de las mas poderosas masas artificiales, la financiera, se recuperó. Pero lo

importante no es tanto la victoria final, sino poder sostener victorias que acerquen el horizonte de lo posible. Para que el perfume de la revolución, para aquellos que no podemos disfrutar de la flor, sea cada vez mas intenso. Estas reflexiones abren un interrogante que quisiera explicitar. Lo revolucionario no pocas veces es una instancia preparatoria, anticipatoria, de la Revolución. Pero otras veces, no pocas tampoco, ese umbral que separa el modo de producción capitalista del socialista, no puede ser atravesado. Entonces: ¿es legítimo desestimar lo revolucionario en tanto no ha podido precipitar ni crear las condiciones para la Revolución? Es un debate teórico y político de la mayor importancia. Desde ya, la hipertrofia (superfetación al decir de José Blejer) de lo revolucionario conduce inevitablemente al reformismo social demócrata. Pero desestimar conduce a un escepticismo radical, a un “síndrome de fatiga democrático”, porque al no poder “lo más”, tampoco valorizamos “lo menos”. Y, desde mi criterio, ni siquiera es “lo menos”. Porque es una fuerte señal que no debe ser desestimada que ese sueño eterno que es la Revolución, sigue latiendo, aún en sus demoras y desfallecimientos.

Mas aún: en una Revolución trunfante tampoco debe desestimarse la importancia de “lo revolucionario”, la importancia de que la pulsión de poder de clase se exprese, que los ideales del superyó sean siempre subvertidos por los ideales del yo, para combatir el peligro de la burocratización y de los momentos artificiales de la masa. La micro política no es reflejo directo de la macro política. Bolsones de intolerancia, de discriminación, de violencia, pueden aparecer en relaciones laborales, familiares, escolares. El trabajo permanente con “lo revolucionario” que al sujeto habita, es una forma de revolucionar – se en la vida cotidiana. Que suele ser un analizador privilegiado de la capacidad del sujeto social histórico para sostenerse como “hombre y mujer nueva”.

En este sentido, el psicoanálisis implicado que estoy desarrollando teórica y políticamente desde 1994, intenta ser una respuesta al cientificismo academicista y asistencialista. Entendiendo al psicoanálisis como un analizador del fundante represor o deseante de la cultura, el perfume de la revolución será mas intenso. Y la flor nunca podrá ser marchitada.

---

## **Contribuições da Teoria Social Cognitiva para o enfrentamento de questões do cotidiano: o caso da mídia**

**Roberta Gurgel Azzi**

*Faculdade de Educação da Universidade Estadual de Campinas – UNICAMP (Brasil)*

### **Resumo**

Este artigo tem como objetivo apresentar e problematizar contribuições da Teoria Social Cognitiva, de Albert Bandura, que fundamentam iniciativas midiáticas no campo do entretenimento-educação.

O texto situa o leitor sobre a articulação teoria social cognitiva e o campo do entretenimento-educação mostrando que esta aproximação tem mais de 20 anos. Em seguida descreve um projeto específico – Taru – desenvolvido com suporte da teoria, embora não só dela. Taru era o nome da protagonista central de uma rádio-novela semanal veiculada na Índia entre fevereiro de 2002 a fevereiro de 2003. Treze personagens faziam parte do núcleo central da trama que se desenrolava em torno de Taru, caracterizada como uma jovem com estudo, idealista, inteligente e gentil que trabalhava pelo empoderamento das mulheres do meio rural. No desenvolvimento dos programas Taru funcionava como o modelo positivo para gênero e igualdade entre castas. Na sequência das informações sobre o projeto Taru, seguem esclarecimentos sobre a presença da teoria no desenho dos programas midiáticos, para depois finalizar com considerações gerais sobre possibilidades de exploração de outros caminhos em temáticas de interesse da América Latina.

### **Resumen**

Este artículo tiene como objetivo presentar y discutir las contribuciones de la Teoría Social Cognitiva de Albert Bandura, que fundamentan las iniciativas de los medios de comunicación en el ámbito de la educación-entretenimiento. El texto pone al lector en la articulación de la teoría cognitiva social y el ámbito de la educación-entretenimiento que muestra que este enfoque tiene más de 20 años. A continuación se describe un proyecto específico - Taru - desarrollado con el apoyo de la teoría, aunque no la suya. Taru era el nombre de la protagonista central de una telenovela semanal de radio transmitido en la India entre febrero de 2002 y febrero de 2003. Trece personajes formaban parte del núcleo de la trama que se desarrolló en torno a Taru, que se caracteriza como un estudio con el joven, idealista, inteligente y amable que trabajaba para el empoderamiento de las mujeres rurales. Taru en el desarrollo de los programas funcionado como modelo positivo para la igualdad de género y de casta. Después de la información sobre el proyecto Taru, previa aclaración de la presencia de la teoría en el diseño de programas de medios de comunicación, y luego concluir con consideraciones generales sobre las posibilidades de explorar otras vías de interés por los temas de América Latina.

### **Abstract**

This article aims to present and discuss contributions of the Social Cognitive Theory ( Albert Bandura) that give support to media initiatives in the field of entertainment-education. The text puts the reader on the joint social cognitive theory and the field of entertainment-education showing that this approach has over 20 years. Then describes a specific project - Taru - developed with support of the theory, though not her own. Taru was the name of the central protagonist of a radio soap opera weekly conveyed in India between February 2002 and February 2003. Thirteen characters were part of the core of the plot that unfolded around Taru, characterized as a study with young, idealistic, intelligent and kind who worked for the empowerment of rural women. Taru in developing

the programs functioned as the positive model for gender and caste equality. After information about the project Taru, following clarification of the presence of theory in the design of media programs, and then conclude with general considerations about possibilities of exploring other avenues of interest in themes of Latin America.

O objetivo deste ensaio é apresentar e problematizar contribuições da Teoria Social Cognitiva, de Albert Bandura, que fundamentam iniciativas midiáticas no campo do entretenimento-educação, buscando favorecer mudanças sociais no cotidiano de seus assistentes.

Para apresentar as iniciativas veiculadas pela mídia, relacionadas com a TSC, vamos nos guiar, ainda que não exclusivamente, pelos relatos contidos no livro *Entertainment-Education and Social Change (Entretenimento-Educação e Mudança Social)*, organizado por SINGHAL, CODY, ROGERS, SABIDO (2004). Vale o destaque de que o livro contém experiências advindas de diferentes modelos.

Poindexter (2004) traça a história do Entretenimento-Educação entre 1958 e 2000. Conta o autor suas experiências de trabalho na mídia, mas para o foco que queremos dar a este trabalho o destaque a ser dado no relato da história começa quando ele ingressa como diretor da Population Communication Center em 1970 e, nesta função, quando de seu encontro com o mexicano Miguel Sabido, figura central na inserção da teoria social cognitiva no cenário da mídia. Conta o autor que em 1977 quando em visita a rede de televisão TELEVISA foi introduzido a Sabido que, durante uma exposição de três horas sobre a forma como trabalhava, apresentou os modelos teóricos que embasavam seu trabalho, entre eles, a Teoria da Aprendizagem Social de Bandura (teoria que em 1986 foi renomeada como Teoria Social Cognitiva).

Sabido (2004) menciona que em meados da década de 1970 foi a universidade de Stanford conversar com Bandura sobre as teorias desenvolvidas por ambos, Bandura (2006) também relata este encontro. Entretanto, vale comentar que Sabido, em sua explanação sobre seu modo de trabalhar informa ter inspiração também em outros autores (SABIDO, 2004). Certamente o encontro de Sabido e Bandura na década de 1970 foi o início de um eixo de desenvolvimento bastante frutífero, que se fortaleceu quando somado ao esforço de Poindexter em criar condições viabilizadoras da difusão do trabalho dos dois primeiros. É então, pelo encontro de Sabido, Bandura e Poindexter e de suas perspectivas diferenciadas que programas de entretenimento-educação contemplando a teoria social cognitiva ganharam força.

Retiramos de Azzi (2010, prelo) a descrição sobre os modelos aqui referidos

O desenho dos dramas aqui referenciados foi estruturado a partir da articulação de três componentes: o modelo teórico da Teoria Social Cognitiva que especifica os determinantes psicossociais para mudança e os mecanismos pelos quais eles produzem seus efeitos, um modelo de tradução e implementação dos postulados teóricos em um modelo operativo criativo e um modelo de difusão social que promove a adoção de programas psicossociais nos diversos

cenários. O modelo de tradução e implementação foi coordenado por Miguel Sabido e o de difusão social contou com parceria entre a Population Communications Internacional (PCI) e a Population Media Center (PMC), ambas organizações não governamentais que trabalham pelo bem-estar das populações e pela defesa dos direitos humanos.

No texto de Sood, Menard e Witte (2004) podemos encontrar análise sobre um conjunto de artigos publicados a respeito de programas de entretenimento-educação, discussões sobre seus desenhos e estratégias de acompanhamento e avaliação. O Quadro 1 apresenta informações selecionadas sobre os programas de Entretenimento-Educação apresentados por Sood, Menard e Witte (2004, constantes às páginas 122-123), a partir de artigos publicados divulgando elementos dos programas. Os destaques apresentados referem-se aos programas que tiveram, ainda que não exclusivamente, apoio em constructos da Teoria Social Cognitiva. Recortamos informações específicas do quadro original, que tem em seu conjunto informações sobre autoria dos artigos que discutem os projetos ali destacados, ano de exibição, meio e formato do programa, país de veiculação e teorias usadas no desenho ou avaliação do programa. Vale destacar que 23 programas estão relacionados no quadro original, dentre eles, 13 estão mencionados abaixo por fazerem referência a pelo menos um constructo da perspectiva banduriana.

Quadro 1 - Síntese com características dos programas de Entretenimento-Educação

	<b>Formato</b>	<b>Ano</b>	<b>Menções sobre o aporte teórico</b>
1	Televisão	1984-85	Teoria da Aprendizagem Social
2	Televisão, rádio e outro	1985-1988	Teoria da Aprendizagem Social
3	Televisão	1969-1971	Teoria da Aprendizagem Social
4	Computador	1994-...em 2004, ainda estava ativo	Autoeficácia
5	Televisão	1992-1993	Teoria da Aprendizagem Social
6	Televisão, rádio e música	1993	Teoria da Aprendizagem Social
7	Rádio	1996-1997	Autoeficácia e eficácia coletiva
8	Rádio	1993-1995	Teoria da Aprendizagem Social
9	Rádio	1995-1997	Teoria da Aprendizagem Social
10	Rádio	1996-1997	Teoria da Aprendizagem Social Eficácia coletiva
11	Rádio	1993-1995	Teoria da Aprendizagem Social
12	Rádio	Só menciona o	Teoria da Aprendizagem Social

		início em 1995	
13	Rádio	1996-1997	Autoeficácia e eficácia coletiva

Fonte: Singhal, Sharma, Papa e Witte (2004)

A inspeção ao quadro nos permite verificar que há mais de 20 anos as idéias de Bandura iluminam a elaboração de programas de entretenimento educativo.

A seguir vamos apresentar algumas informações e considerações sobre o projeto Taru, a primeira novela que abordava conteúdos sociais, veiculada por rádio, na Índia. O leitor poderá encontrar outras informações, com imagens, no endereço da Population Communication Center [http://www.population.org/programs\\_india\\_taru.shtml](http://www.population.org/programs_india_taru.shtml), que representa um dos três modelos que possibilita o desenvolvimento do entretenimento educativo aqui descrito, conforme já exposto anteriormente.

### **Destaques do projeto Taru, veiculado na Índia**

Apresentaremos a seguir um breve relato sobre o projeto Taru desenvolvido na Índia, para que o leitor tenha um exemplo mais detalhado do tipo de trabalho realizado com a contribuição do aporte teórico da teoria social cognitiva. Para tanto, vamos nos guiar pelas palavras de Singhal, Sharma, Papa e Witte (2004) ao longo da ilustração do projeto.

O projeto foi desenhado como, tendo como focos centrais o planejamento familiar e a alteração da condição de inferioridade feminina.

O projeto Taru, uma rádio-novela com veiculação semanal foi elaborado para 52 programas apresentados entre fevereiro de 2002 a fevereiro de 2003. Ao final de cada capítulo era apresentado um epílogo no qual eram feitas questões para que os ouvintes pensarem e responderem por escrito para a rádio. Treze personagens faziam parte do núcleo central da trama que se desenrolava em torno de Taru, uma jovem estudada que trabalhava em uma organização que oferecia serviços de saúde reprodutiva e realizava atividades de ajuda na vila onde se passava a história. Ela foi caracterizada como uma jovem idealista, inteligente e gentil que trabalhava para o empoderamento das mulheres do meio rural. Durante o desenvolvimento dos programas Taru funcionava como o modelo positivo para gênero e igualdade entre castas.

Também envolvido em trabalho social trabalhava com ela Shashikant, que se tornou um amigo próximo, a apoiava em suas idéias e apreciava suas características pessoais. Pertencente a uma casta inferior Shashikant sofria de discriminação na vila em que moravam.

Yashoda, a mãe da Taru a apoiava em suas atividades, mas seu irmão – Mangla – não. Ele também desdenhava a relação de amizade entre Taru e Shashikant por conta da diferença de classes entre ambos. Apoiados por Aloni Baba, um respeitado religioso da vila e por Guruji, um professor, os jovens Taru e Shashikant em suas lutas contra o casamento de crianças, promoção de diminuição do padrão familiar e a favor da educação das mulheres. Phirki Chachi é a fofqueira

da vila que incita e cria confusão.

Dois outros enredos ao redor do núcleo central enriquecem a trama. Naresh, sua esposa Nirmala, sua irmã Ranjana, sua mãe Ramdulari e suas quatro filhas. Ramdulari insistia que a nora tenha mais uma criança, argumentando que a importância em ter um neto homem. Nirmala usava contraceptivo para evitar gravidez indesejada e ao longo da história Ramdulari foi mudando de comportamento em relação a suas netas, se tornando mais compassiva e deixando de ser inflexível com a vinda de um neto.

O casal Neha e Kapileshwar ilustram outro contexto de mudança no perfil dos personagens. Neha, estudada, amiga e apoiadora de Taru, enfrenta resistência de seu marido e familiares por parte do marido sobre suas iniciativas na comunidade, entre elas ensinar crianças da vila de castas inferiores. Mas Neha é persistente e fonte inspiradora de outros. Ao longo dos programas Kapileshwar, inicialmente caracterizado como chauvinista e com os valores tradicionais de indivíduos de classe superior que era vai, aos poucos mudando e passa a apoiar Neha em suas iniciativas.

A longa exposição sobre o projeto Taru tem aqui o objetivo de permitir ao leitor conhecer os traços gerais do enredo que permitem que histórias complexas e que retratam o cotidiano possam ser visualizadas, uma vez que o entrelaçamento das histórias dos personagens ao longo de 52 capítulos é descrição desnecessária de ser resgatada.

Enquanto os programas foram sendo exibidos pesquisas quanti e qualitativas foram sendo realizadas. A Tabela 1 destaca parte das informações constantes em tabela apresentada no texto de Singhal, Sharma, Papa e Witte (2004), sobre resultados de quadro sondagens realizadas durante a exibição de Taru. A audiência medida em uma das localidades onde Taru foi exibida indica que a mesma variou entre 10% e 15% nos períodos em que avaliações foram feitas (os períodos são os mencionados na tabela abaixo).

Os dados revelam que a audiência aos programas semanais permitia a identificação com os personagens, processo que anunciava possibilidade de que novas informações e estratégias para lidar com o cotidiano desenhando caminhos diferentes dos por eles vividos até então tinham potencial para serem captadas pelos ouvintes. A intenção de mudança comportamental pode ser vista na Tabela 1, com altos níveis de frequência.

Tabela 1 – Resultados de levantamentos realizados durante a exposição dos programas Taru na Índia

<b>Dimensão</b>	<b>Levantamento 1</b>	<b>Levantamento 2</b>	<b>Levantamento 3</b>	<b>Levantamento 4</b>
<b>Medida/</b>	<b>N = 369</b>	<b>N = 457</b>	<b>N = 521</b>	<b>N = 371</b>
<b>Data</b>	<b>Abril 2002</b>	<b>Junho 2002</b>	<b>Setembro 2002</b>	<b>Novembro 2002</b>
Percepção dos				

ouvintes sobre quão similar os personagens de Taru eram deles	30%	48%	37%	45%
Intenção dos ouvintes de mudar seu comportamento como resultado da audiência a Taru.	61%	80%	50%	83%

Fonte: Singhal, Sharma, Papa e Witte (2004)

Em uma das vilas em que o projeto aconteceu entrevistas foram realizadas e gravadas pós-exibição dos programas. Outra informação interessante é mencionar que vários estudos foram feitos antes da montagem dos programas, bem como durante e após o término de sua veiculação. Entre as estratégias de desenvolvimento do projeto havia a montagem de grupos de discussão sobre os assuntos abordados nos programas, uma ação favorecedora da troca de idéias e confronto de diferentes pontos de vista. Enfim, um registro cuidadoso foi feito antes, durante e após a exibição dos capítulos semanais.

Vejam agora alguns comentários e relatos encontrados no texto de Singhal, Sharma, Papa e Witte (2004), sobre os impactos que a assistência à radio-novela fomentou .

Um exemplo dado pelos autores sobre eficácia coletiva revela que em uma das localidades que ouviu o programa, inspiradas pelo personagem Neha, uma jovem e um grupo de rapazes do grupo de ouvintes de Taru, depois de sete meses de audiência acompanhada de discussão e deliberação, iniciaram uma escola para crianças desfavorecidas. Outros exemplos são descritos e servem de evidência para os investigadores de que Taru estimulou discussões interpessoais sobre assuntos educacionais e motivou ouvintes a engajarem-se em ações coletivas para resolver problemas da comunidade. Alertam os autores, entretanto, que a mudança social raramente flui direta e imediatamente da exposição aos programas. Os resultados por eles encontrados sugerem possibilidades sinérgicas entre a mudança social e a exposição a entretenimento educativo, mas destacam a necessidade de articulação, para o caso de Taru, entre a veiculação do programa, grupos comunitários de ouvintes para debater os assuntos e os serviços de saúde disponibilizados na comunidade. A seguir transcrevemos trecho de um depoimento mencionado no capítulo e autores já mencionados.

*"We listen to each episode of Taru. We then discuss the episode's content in our listeners club. Through the medium of Taru, we are learning lots of new things, and I am trying to incorporate many of them in my life to make it better, After listening to this radio serial, we have taken decisions*



*to wipe out the caste discrimination in our village, teach dalit (lower caste) children and to pursue higher education”*

Vandana Kumari, 17 anos, dado de entrevista realizada em Setembro de 2002.

### **Considerações sobre a Teoria Social Cognitiva e as mídias**

A Teoria Social Cognitiva, perspectiva psicológica que representa a formulação banduriana para a compreensão do desenvolvimento e ação humanas teve, entre suas formulações iniciais o nome de Teoria da Aprendizagem Social, nomenclatura que vemos referida no quadro anteriormente apresentado. Mas, desde 1986, quando da publicação do livro *Social foundations of thought and action: A social cognitive theory* as idéias desenvolvidas por Bandura recebem o nome de Teoria Social Cognitiva (BANDURA, 1986).

Tem esta perspectiva um referencial teórico que postula uma visão de homem agente, que pode influenciar intencionalmente a si e aos cursos de ação de sua vida. Esta visão de indivíduo agente não o descola das determinações sociais, ao contrário, vê o indivíduo como ser social que vive imerso em redes de influências sociais, sendo que a agência pessoal e a estrutura social operam como co-determinantes de uma mesma estrutura causal. Trata-se, portanto, de uma abordagem interacionista que percebe o homem como produto e produtor do meio. (BANDURA, 2001A).

Em Bandura (2001b, 2004 e 2009, por exemplo) podemos verificar que os sistemas de comunicação de massa atuam por dois caminhos de influência junto aos indivíduos. Pelo primeiro, que incide diretamente sobre o indivíduo por meio da comunicação veiculada, procura-se informar, capacitar, motivar e guiar os assistentes. Pelo segundo, o caminho socialmente mediado, as influências midiáticas são usadas para guiar os participantes para redes e recursos disponíveis na comunidade que os apóie e oriente, que lhes dê suporte social, nos assuntos abordados via mídia. Segundo Bandura (2009), a teoria social cognitiva analisa o processo de difusão social de novos padrões comportamentais como sendo constituído por três fatores: aquisição de informações sobre comportamentos inovadores, a adoção destes comportamentos inovadores e a rede social através da qual eles podem ser disseminados e suportados. O exemplo de Taru, apresentado acima, ilustra este movimento. Por meio do exemplo de Taru e outros personagens outras pessoas – na trama e no contexto real – vão adquirindo referências para comportamentos inovadores e para os quais encontram no meio social rede de suporte que possibilita sua expressão.

O processo de modelação sustenta a lógica teórica envolvida na criação dos programas e por meio dele o fortalecimento das crenças de eficácia pessoal e coletiva vão sendo trabalhados. A modelação afeta a adoção de novas práticas sociais e padrões comportamentais de várias maneiras. Instrui as pessoas sobre novas maneiras de pensar e agir, seja por demonstração ou descrição. A modelação eficaz não só cultiva competências, mas também reforça o sentido de eficácia pessoal necessário para transformar o conhecimento e habilidades em cursos de sucesso da ação. As crenças de eficácia pessoal e coletiva são definidas, em linhas gerais, como as crenças de alguém (autoeficácia) ou de um grupo (eficácia coletiva) em sua capacidade em

organizar e executar cursos de ação requeridos para produzir certas realizações. Têm papel central no exercício da agência pessoal e coletiva na medida em que afeta o comportamento e outros aspectos determinantes dele, como estabelecimento de objetivos, expectativa de resultados, percepção de barreiras etc (BANDURA, 1997).

### **Considerações finais**

Esperamos ter conseguido apresentar evidências ao leitor que mostrem que a perspectiva da teoria social cognitiva pode colaborar com o planejamento de situações midiáticas que possam configurar uma possibilidade de interferência positiva no dia a dia das pessoas, como uma possibilidade de fortalecê-las para protagonizarem ações em sua história em direções diferentes as que o curso 'natural' do dia a dia as conduziria, como exemplificado, por exemplo, no caso de Taru e a luta pela educação das mulheres. Há aqui um campo de possibilidades que permite pensar como explorar novas frentes de ações visando favorecer com que as pessoas atuem de forma agêntica em causas mais coletivas e socialmente relevantes.

Em outra direção, vamos fazer a interlocução com Calvino (2009), um profissional e estudioso de mídia, primeiro dele divergindo, para depois com ele concordar. Em evento sobre mídia e subjetividade realizado no Brasil em 2007, Calvino faz uma fala muito provocativa quando diz que a Psicologia já tem conhecimento demais produzido, que podemos parar de investigar, pois já sabemos muito, temos que agir, que colocar nosso conhecimento responsabilmente a serviço do desenvolvimento de sujeitos críticos (CALVINO, 2009). Nossa divergência neste ponto se explicita na defesa que fazemos de que é preciso continuar investigando, até quando atuamos nos espaços midiáticos, há sempre perguntas que precisam de novas respostas e o conhecimento vai se ampliado, transforma nossas práticas que por sua vez gera novas investigações, enfim, um movimento dinâmico e necessário de produção de conhecimento, seja no campo da prática seja no campo da ciência. No que diz respeito à ciência, ainda que não defendamos que toda ciência precisa ser aplicada, vale destacar que é verdade que muito tem sido produzido sem que se leve em conta a diversidade cultural e social e sua complexa rede de urgências e necessidades. Em outro momento de sua exposição Calvino (2009) chama nossa atenção para o fato de que temos possibilidade de usar nossa potência criativa para, com recursos tecnológicos, inventar 'outras formas de ser e de compor com o mundo, outras formas de ser sujeito e outras formas de fazer sociedade" (p. 50). Esperamos que as informações e discussões aqui privilegiadas sirvam de inspiração para que novos caminhos de interação com os recursos midiáticos possam frutificar, colocando-nos em rotas mais pró-ativas de intervenção na realidade.

Nesta direção, precisamos nos interrogar, por exemplo:

- o caminho aqui discutido pode servir como motivador para pensarmos possibilidades de interferências para além da crítica sobre as grandes redes (ação necessária, é claro)?
- é possível explorarmos esta lógica de entretenimento para pensarmos questões atuais da América Latina?

- quais são os temas mais urgentes?
- quais recursos podemos trabalhar?

Os exemplos oferecidos neste texto mostram que as diferentes mídias podem ser espaço de criação e interferência emancipadora dos sujeitos individuais e coletivos, algumas delas podem ser desenvolvidas com recursos restritos, mas efetivos, como a internet. A realização de produtos mais elaborados também pode ser facilitada com projetos articulados entre diferentes áreas de conhecimento – por exemplo, psicologia, comunicação e ciências sociais, em um movimento que integre ações nos espaços formativos de ensino superior. Certamente há muitos caminhos a serem explorados.

Mas toda e qualquer contribuição que a psicologia possa realizar dependerá das escolhas políticas, de projetos a serem formulados e implementados, de ações que sejam inovadoras e que superem concepções conservadoras cujas práticas apenas favorecem a manutenção dos problemas no mesmo patamar de ocorrência. Este o maior desafio, criar formas efetivas de construção de uma sociedade justa e que viabilize o pleno estado de direito a todos. Certamente esta autora acredita que podemos encontrar apoio e sustentação para fazê-lo com o apoio da abordagem aqui privilegiada.

## REFERÊNCIAS

- AZZI, R.G. (2010) Mídias, transformações sociais e contribuições da teoria social cognitiva. Revista Psico (PUC-RS), no v41n2, prelo.
- BANDURA, A. (1986). Social foundations of thought and action: A social cognitive theory. Englewood Cliffs, NJ: Prentice-Hall.
- BANDURA, A. (1997). Self-efficacy: The exercise of control. New York: Freeman.
- BANDURA, A. (2001a). Social Cognitive Theory: An agentic perspective. Annual Review Psychology, 52, 1-26.
- BANDURA, A. (2001b). Social cognitive theory of mass communications. In J. Bryant, & D. Zillman (Eds.). Media effects: Advances in theory and research (2a ed.): (pp. 121-153). Hillsdale, NJ: Erlbaum.
- BANDURA, A (2004). Social Cognitive Theory for personal and social change by enabling media. Em SINGHAL, A., CODY, M.J., ROGERS, E.M., SABIDO, M. (Orgs) Entertainment-Education and Social Change. History, Research, and Practice. Mahwah: Lawrence Erlbaum Associates Publishers.
- BANDURA, A. (2006). On integrating social cognitive and social diffusion theories. In A. Singhal & J. Dearing (Eds.). Communication of innovations: A journey with Ev Rogers. Beverley Hills: Sage Publications.
- Bandura, A. (2009). Social cognitive theory of mass communication. In J. Bryant & M. B. Oliver (Eds.), *Media effects: Advances in theory and research* (2nd ed., pp. 94-
- CALVINO, M. (2009). Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade. Mesa de abertura, 25-27, Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 364.
- CONSELHO FEDERAL DE PSICOLOGIA (2009). Mídia e Psicologia: produção de subjetividade e coletividade. Brasília: Conselho Federal de Psicologia, 364.
- POINDEXTER, D.O. (2004) A history of Entertainment-Education, 1958-2000. Em SINGHAL, A., CODY, M.J., ROGERS, E.M., SABIDO, M. (Orgs) Entertainment-Education and Social Change. History, Research, and

Practice. Mahwah:Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

SABIDO, M. (2004) The origins of Entertainment-Education. Em SINGHAL, A., CODY, M.J., ROGERS, E.M., SABIDO, M. (Orgs) Entertainment-Education and Social Change. History, Research, and Practice.

Mahwah:Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

SOOD, S., MENARD, T., WITTE, K. (2004). The theory behind Entertainment-Education. Em SINGHAL, A., CODY, M.J., ROGERS, E.M., SABIDO, M. (Orgs) Entertainment-Education and Social Change. History, Research, and Practice. Mahwah:Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

SINGHAL, A., CODY, M.J., ROGERS, E.M., SABIDO, M. (2004) Entertainment-Education and Social Change. History, Research, and Practice. Mahwah:Lawrence Erlbaum Associates Publishers.

SINGHAL, A., SHARMA, D., PAPA, M.J., WITTE, K.(2004). Air cover and ground mobilization: integrating entertainment-education broadcasts with community listening and service delivery in India. Em:

Entertainment-Education and Social Change. History, Research, and Practice. Mahwah:Lawrence Erlbaum Associates Publishers, p. 351-375.

---

## [Leer, memorizar, interiorizar y aprender hoy](#)

Roberto Balaguer Prestes (rbalaguer@prored.com.uy)

*Instituto Universitario CLAEH (Uruguay)*

### **Resumen**

Los centros educativos son hoy un lugar privilegiado para observar el des/encuentro de sus propuestas con los intereses de jóvenes alumnos acostumbrados a una cultura digital participativa, horizontal, multimedia y de convergencia. La *nueva matriz cultural* en la que nos hallamos, inundada de tecnología, plantea determinados requerimientos cognitivos propios de esta nueva cultura digital. Sin embargo, las instituciones educativas se mantienen incólumes frente a los cambios. Leer, memorizar e interiorizar contenidos siguen siendo elementos fundamentales para la educación y para la evaluación, pero no siempre para la vida real. Conocer hoy parecería no pasar por contener, por la capacidad interna, sino por las velocidades de acceso a los lugares (redes, bases, otros) que contienen la información. La denominada subjetividad pedagógica ponía en juego distintos supuestos que hoy parecen desactualizados. La memoria de evocación ha dejado paso a la memoria de reconocimiento, ésa que es capaz de reconocer pistas, atajos, deja-vu, de re-conocer lo ya visto aunque sea de pasada y velozmente.

Palabras clave: Educación, tecnología, interior, subjetividad, aprendizaje

### **Abstract**

Educational Institutions have become a privileged place to observe how some learning proposals have become poorly engaging for young students used to participate in a horizontal, multimedia,

convergent culture. The *new cultural matrix* in which we are living, overload with technology, requires different cognitive strategies in order to adapt to it. Despite the important and challenging cultural changes, educational institutions remain basically unchanged. Today's education and evaluation still require reading, memorizing and incorporating contents, although these things are less important in "real life" these days. Knowledge is less related to containing, to a question of capacity, but to access speeds to places and networks where information flows. The so called "pedagogical subjectivity" needed some things in order to subsist. Those things seem to be outdated. Evocative memory has been slowly replaced by procedural memory. This kind of memory is capable of recognizing patterns and things that have been seen before.

Key words: Education, technology, interior, subjectivity, learning

### **Resumo**

Os centros educativos são hoje um lugar privilegiado para observar o você dê/encontro de suas propostas com os interesses de jovens alunos acostumados a uma cultura digital participativa, horizontal, multimídia e de convergência. A nova matriz cultural na qual nos achamos, inundada de tecnologia, coloca determinados requerimentos cognitivos próprios desta nova cultura digital. No entanto, as instituições educativas se mantêm [incólumes] frente às mudanças. Ler, memorizar e [interiorizar] contidos seguem sendo elementos fundamentais para a educação e para a avaliação, mas nem sempre para a vida real. Conhecer hoje pareceria não passar por conter, pela capacidade interna, mas pelas velocidades de acesso aos lugares (redes, bases, outros) que contêm a informação. A denominada subjetividade pedagógica punha em jogo diferentes supostos que hoje parecem [desactualizados]. A memória de evocação deixou passo à memória de reconhecimento, [ésa] que é capaz de reconhecer pistas, atalhos, deixa-vu, de ré-conhecer lo já visto mesmo que seja superficialmente e velozmente.

**Palavras chaves:** Educação, tecnologia, interior, subjetividade, aprendizagem

### **Desencuentros**

En todo el mundo, no importa los niveles de desarrollo, la educación enfrenta problemas. Los centros educativos son hoy un lugar privilegiado para observar el des/encuentro intergeneracional, choque entre los llamados "nativos" e "inmigrantes" digitales. Dos culturas distintas que se encuentran en el aula con un cometido formativo de por medio.

A pesar de los cambios epocales algunas cosas igual se mantienen vigentes. El lenguaje permite pensar y viceversa, sus relaciones son estrechas e intrincadas. Escribir también ayuda a pensar al obligar a ordenar las ideas. La lectoescritura es también la puerta de entrada al mundo de la cultura letrada y académica; sin su adecuado manejo el capital cultural se ve disminuido notoriamente. Por todo esto, la función de su transmisión sigue siendo clave en la escuela. Pero eso no pareciera alcanzar para los requisitos culturales de hoy en día.

La mentada alfabetización digital en buena medida depende también de la alfabetización

tradicional: en Internet se lee y se escribe mucho y es fundamental manejar el lenguaje para apropiarse adecuadamente de lo digital. Por eso, nadie discute ni pone en tela de juicio la importancia de la alfabetización en la escuela. La cuestión es cómo seguir adelante con la formación para este siglo que ha comenzado, dentro de una institución escuela, moderna y con un modelo básicamente fordista-taylorista, cuando el mundo ha cambiado radicalmente en sus formas y en sus aspectos más relevantes.

### ¿Contenidos o accesos?

Las instituciones pretenden –aunque tengan toda la intención de cambiar- ubicar a los jóvenes en un lugar de objeto recipiente de contenidos, y promover la lectura de textos, la memorización y el aprendizaje de materiales que muchas veces no les resultan ni interesantes, y muchas otras ni siquiera actualizados. Las instituciones se olvidan que estos jóvenes están acostumbrados a una cultura digital participativa, horizontal, multimedia y de convergencia (Jenkins, 2006). Navegación y zapping son dos de las formas privilegiadas que tienen hoy los jóvenes para explorar el mundo multimedia y también el mundo tecnificado que habitamos. Son mecanismos utilizables en esta nueva *matriz cultural* (Balaguer, 2009) en la que nos encontramos, vivimos y nos subjetivamos y que no tienen que ver exactamente ni con la interiorización, ni con los contenidos y, a veces, ni con la lectura en el modo tradicional.

La *nueva matriz cultural* en la que nos hallamos, inundada de tecnología, plantea determinados requerimientos cognitivos propios de esta nueva cultura digital. Sin embargo, esos no son exactamente los requerimientos de la institución educativa, que aún continúa preocupada por otros asuntos que solían ser importantes décadas atrás. Los alumnos reclaman aprendizajes contextualizados, con sentido, que les permitan apropiarse de los mismos, que los sientan útiles y conducentes.

Con un flujo comunicacional impresionante, con el conocimiento duplicándose cada dos o tres años, con miles de artículos científicos publicados por día, con la vida media del conocimiento decreciendo abruptamente, las instituciones educativas se mantienen incólumes frente a los cambios. A modo de contrapeso, las nuevas tecnologías han sido de a poco incorporadas al ámbito educativo, pero las bases sobre las que se sostienen parecen permanecer incambiadas. Más de lo mismo con nueva presentación; nueva tecnología al servicio de viejos esquemas pedagógicos y de una concepción del mundo donde la información es limitada, de difícil acceso, ligada a objetos y donde también la memorización de contenidos sigue siendo fundamental a la hora de la evaluación. En la red social Facebook, plataforma de alfabetización digital por excelencia, se ha creado un grupo de “fans” que da cuenta del hastío de los jóvenes y de los mecanismos de supervivencia cognitiva que se utilizan en la educación. Ese grupo (1) se llama: “memorizar, aguantar, llegar al examen, arrojar y olvidar”. El nombre exime de mayores comentarios al respecto.

Leer, memorizar e interiorizar contenidos siguen siendo elementos fundamentales para la

educación y para la evaluación, cuando en la vida de todos los días, en la “vida real” otras cuestiones parecieran ser más importantes para la adaptación cognitiva. La vida real ha dejado de coincidir con la vida escolar. Hoy, cuando se entra a la escuela, por momentos pareciera que la vida real se dejara atrás y se ingresara al mundo académico donde lo importante no coincide con lo verdaderamente trascendente en la vida real. La virtualidad se ha trasladado al aula; la realidad de allí es virtual.

### **Del guardar al procesar**

Los jóvenes actuales han nacido en un contexto de saturación de información, de infotoxicación, con los textos ya no en soporte material, sino en Internet, distribuidos y por lo tanto sus vínculos con la letra, los contenidos, sus continentes y el conocimiento es claramente distinto.

La lectura juvenil es muchas veces básicamente un escaneo de la información buscando sus elementos más relevantes y salientes. La lectura tradicional de la escuela tradicional, en papel, es lineal, secuencial, mientras que en la pantalla hay una tendencia a escanear la información, hacer una lectura más veloz y menos precisa, buscando más bien palabras claves, elementos salientes. Muchas veces se debe imprimir para poder leer más reflexivamente, sobre todo si se es “inmigrante digital” y ahí sí se ingresa al campo de la lectura tradicional.

Sin embargo, el conocimiento actual no pasa por contener, por la capacidad interna, sino por las velocidades de acceso a los lugares (redes, bases, otros) que contienen la información. La información se encuentra ahí afuera pronta para ser accedida por quien lo desee y por quien sepa a la vez cómo llevar a cabo esa búsqueda en forma precisa y certera.

Derrick de Kerckhove (1999: 25) señalaba hace una década que:

“Las tecnologías de la información del pasado son ayudas para la memoria y el almacenamiento (libros, casetes, discos, películas, videos, fotos). Las principales tecnologías de los sistemas de información actual son ayudas al procesamiento; es decir, ayudas a la inteligencia”.

Esto resulta un cambio sustancial del cual la escuela aún reniega. Lo que está en juego deja de ser la acumulación interna, para pasar a ser la forma de acceso y de procesamiento de la información, del conocimiento que está fuera, cambiante, mutando constantemente. Quizás por eso los daneses que se encuentran en los primeros lugares en educación, comienzan a permitir el acceso a Internet en sus exámenes.

La actualidad estudiantil de hoy es muy particular. De parte del alumnado no hay una vocación de incorporar, sino de manipular, experimentar, explorar y buscar. Estas son las subjetividades de “navegación y exploración” (Balaguer, 2005). El examen, enema intelectual de lo interior, una suerte de evacuación efectiva y eficaz, es en muchos casos sólo un intento frustrado de llegar a una “interioridad mnémica” que no es hoy lo central.

### **El buen alumno**

Como decíamos antes, la escuela mantiene elementos de la modernidad. La lógica escolar, la

lógica de formación disciplinaria propia de los Estados Modernos ha sido la lógica retentiva, mnémica y la evaluación se ha sustentado en la capacidad de evocación, en la metodología del examen, del control, del enema intelectual de lo incorporado.

¿Cuál es el sujeto que sale airoso de esta subjetividad? El caricaturizado “traga” es el vencedor en estas lides. El “traga” es aquel que se “traga” los libros, que se los “come”, los incorpora a su interior, los retiene y los expulsa en el momento apropiado que generalmente es a futuro. La figura del “traga” es en la actualidad una figura defenestrada a la cual se le falta el respeto desde la lógica estudiantil, bastante distante de la del traga. Era lo que veíamos en el grupo de Facebook antes mencionado.

Ese buen alumno, modelo ideal de la pedagogía tradicional, ejemplo de subjetividad pedagógica, tiene además otras características. Con lo riesgoso que pueden ser las generalizaciones, creemos que el conocimiento de ese alumno es un conocimiento de sostén, de apegarse a la seguridad, de estar para el otro, de rendirle al otro. Está a disposición, entregado a un “otro evaluador”. Posee temporalmente un conocimiento que muchas veces no llega a integrarse a la persona y que paradójicamente debilita en la medida que es “para el otro”, casi plusvánico. Es un conocimiento que a su vez, queda “dentro” hasta la evaluación que obliga a expulsarlo y el vacío entonces vuelve.

Jean Piaget había señalado estas problemáticas en la década de los sesenta, planteando que las escuelas deberían formar alumnos capaces de investigar y generar preguntas, no de repetir las cosas ya sabidas. Ahora desde la Universidad de Kansas, el antropólogo digital Michael Wesch representante de un nuevo estilo de enseñanza nos dice que:

...”decidí trabajar en la creación de un ambiente de aprendizaje que llevara a producir el tipo de preguntas que crean aprendices a lo largo de la vida, en lugar de expertos en resolver exámenes.” Los problemas de la educación parecen resistir el pasaje del tiempo.

### **Supuestos y memorias de evocación y reconocimiento**

Como hemos señalado antes (Balaguer, 2009) la subjetividad pedagógica para sustentarse ponía en juego distintos supuestos, entre ellos:

1. Interioridad del sujeto (lo que supone una tridimensionalidad en juego)
2. Atención focalizada en una sola tarea (monotasking y concentración)
3. Capacidad de almacenamiento como medida de capacidad intelectual
4. Llenar de contenidos esa interioridad (movimiento centrípeto)
5. Capacidad de evocación de los contenidos almacenados (supone un continente y movimiento centrípeto)
6. Verdad única e incuestionable de la palabra escrita
7. Relación de sumisión a la autoridad del saber
8. Relación de sumisión a los representantes de la autoridad del saber
9. Jerarquías marcadas, asimetría en el rol docente-alumno



Leer, memorizar, interiorizar como elementos clave en la educación, suponen buena parte de esas cuestiones mencionadas que han perdido hoy parte de su vigencia.

La **memoria de evocación** es aquella memoria que busca las respuestas en la interioridad, para lo que debe tener un archivo ordenado pronto para ser revisado y accedido. Un archivo que se va forjando en la interioridad, con el paso del tiempo y construido para un futuro que vendrá seguro. La evocación era la operatoria de la subjetividad pedagógica (Corea & Lewcowicz, 2004). Se trataba de poder contestar a cada pregunta con recuerdos, de responder al examen con contenidos conscientes atesorados en el interior. Se partía del supuesto de que la información se encuentra dentro para ser utilizada en el momento que se la requiera. Es una lógica a su vez de “por las dudas”. Se aprenden múltiples cosas (los programas) para algún día utilizarlas en el contexto apropiado y que lo amerite, algo que no condice con la realidad aprendiente del humano, que aprende en contexto.

La memoria de la subjetividad pedagógica es una memoria de pensamientos, de representaciones que vuelven a la conciencia. Pocas veces la memoria de la subjetividad pedagógica se relaciona con la **memoria procedimental o procedural mecánica**, como la que se utiliza por ejemplo en los videojuegos, fuente inagotable e innegable de aprendizajes para el joven. Allí, en pantalla, no se trata de evocar representaciones, sino de ejecutar procedimientos, que a medida que se ejercitan, se vuelven mecánicos y se van mejorando. Esos procedimientos -que son conocimiento también- se hacen, pero no se sabe cómo se hacen, simplemente se ejecutan con eficacia. Estas memorias son, en esencia, diferentes y ponen en juego pensamientos y mecanismos cognitivos distintos. Pero está también la otra memoria: la **memoria de reconocimiento** ésa que es capaz de reconocer pistas, atajos, deja-vu, de re-conocer lo ya visto aunque sea de pasada y velozmente.

¿Cómo hay que manejarse frente a la saturación, frente al exceso de imágenes e información propio de la sobremodernidad como denomina Augé (2000)?

¿Cuáles de estas memorias resultan más eficaces en los nuevos entornos informacionales?

No prestar atención, la apatía, es una de las formas de evitar la saturación de estímulos. Estamos ahí frente a una suerte de ADD cultural funcionando en modo *zapping*. La otra forma es el olvido sistemático y ahí nos vamos al territorio de la psicósomática.

Todos los supuestos antes mencionados (interioridad, almacenamiento, evocación, etc.) no son coincidentes con el contexto informacional actual. El saber no está solamente en los libros (que tienen terribles problemas en sus tiempos de edición). No hay verdades únicas, sino crisoles de opiniones, temporarios, en construcción y la horizontalidad de las redes destituye al docente del lugar de poder, devolviendo poder al usuario.

Por todo eso, leer, memorizar, interiorizar siguen siendo verbos importantes y necesarios, pero no suficientes para la alfabetización necesaria en este siglo XXI.

## Notas

El grupo de Facebook “memorizar, aguantar, llegar al examen, arrojar y olvidar” tiene al

momento de hoy 27.516 fans. Se puede acceder a través de:

<http://www.facebook.com/pages/memorizar-aguantar-llegar-al-examen-arrojar-y-olvidar/188806902470?ref=mf>

## Bibliografía

Augé, M. (2000) "Sobremodernidad. Del mundo de hoy al mundo de mañana"

Disponible en: <http://www.memoria.com.mx/129/auge.htm>

Balaguer, R. (2005) "La difícil tarea de orientar subjetividades de exploración (navegación y zapping)" en *Escenarios y dispositivos Orientación vocacional y profesional en contextos diversos*, Carbajal, M. & Moll, C. (compiladores), ADEPTRU, Montevideo, Ed. Frontera, 2007

Balaguer, R. (2009) "Nueva matriz cultural. Nuevo pensamiento" en *Gestión de entornos virtuales en el ámbito educativo*, Francisco Santillán (coord.) RIEL, México, págs. 149-179

Corea, C. & Lewcowicz, I (2004) *Pedagogía del aburrido, Escuelas destituidas, familias perplejas, Bs As: Paidós*

De Kerckhove, D. (1997) *Inteligencias en Conexión*, Barcelona: Gedisa, 1999

Jenkins, Henry (2006). *Confronting the Challenges of Participatory Culture: Media Education for the 21st Century*, Disponible en:

[http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS\\_WHITE\\_PAPER.PDF](http://digitalllearning.macfound.org/atf/cf/%7B7E45C7E0-A3E0-4B89-AC9C-E807E1B0AE4E%7D/JENKINS_WHITE_PAPER.PDF)

---

## La TV y la victimización

Horacio C. Foladori

*Universidad de Chile (Chile)*

## Resumen

La victimización es una de las estrategias del Estado para ejercer control social y político. Es una forma más de producir sometimiento, de establecer diferencias sociales significativas. La victimización se relaciona con un conjunto de determinaciones socio-políticas y psicológicas y es el objetivo del sujeto-TV. Los llamados medios de comunicación masiva, y especialmente la televisión, nos convencen de que somos víctimas. Entonces ejercen su poder, el poder de aquellos que están detrás de los medios. Se trata de crear una forma de pensar, la forma de pensar hegemónica. Crear esa forma es crear subjetividad.

Palabras claves: victimización, medios masivos, televisión, poder

## Abstract

The "victimization" (to make somebody a victim) is one of the strategies of the State to establish

social and political control. It is another way to create subjugation and significant social differences. The victimization is related with set of social, political and psychological criteria, and becomes the target of the TV-subject. The so-called mass-media, and especially the television, convinces us that we are victims. Then they install their power, the power of the those who are behind de media. The goal is to create a way of thinking, the hegemonic way of thinking. Creating that way of thinking, is creating subjectivity.

Key words: victimization, mass media, television, power.

## Resumo

A vitimização é uma das estratégias do Estado para exercer controle social e político. É mais uma forma de produzir submissão, de se estabelecer diferenças sociais significativas. A vitimização se relaciona com um conjunto de determinações sócio-políticas e psicológicas, e é o objetivo do sujeito-TV. Os chamados meios de comunicação em massa, e especialmente a TV, nos convence que somos vítimas. Então exercem seu poder, o poder daqueles que estão por trás dos meios. Trata-se de criar uma forma de pensar, a forma de pensar hegemônica. Criar essa forma é criar subjetividade.

Palavras-chave: vitimização, mas media, poder

La TV es un dispositivo creado por el capital, seguramente sin haberse percatado inicialmente de sus alcances. Su trayectoria ha ido mostrando el enorme impacto que tiene en los pueblos. Uno de ellos dice de la relación con la verdad. Y sobre todo luego de la Guerra del Golfo donde todo el mundo pudo seguir paso a paso el desarrollo de cada batalla como si estuviese en la misma "primera fila" de los acontecimientos. La TV le mete a cada quien cierta verdad-realidad. Tengo que llamarlo de este modo por cuanto el positivismo está allí presente: se cree lo que se ve y en esa "primera fila" lo que se ve - para un gran cúmulo de personas - es la verdad. Así sucedieron las cosas.

La TV es productora de subjetividad, esto es, nos produce un cierto imaginario como si nosotros fuésemos objetos. Por tanto la TV es el sujeto. Somos efecto de ella no sujetos de un aparato que se ha independizado, se ha objetivado como máquina reduciéndonos al simple papel de espectadores. No hay nada que podamos controlar allí, tan solo prenderla, lo cual aparece como irresistible, impensado, imposible negarse a echarla a andar. Su presencia inunda el espacio, condensa sobre sí la atención de los humanos que circulan en su derredor, impone sus condiciones, dicta sus normas, alegra o entristece, enfurece o alienta, teje con sabiduría nuestro sentir.... y nuestro pensar. El dispositivo de la TV dispone como en una condena. Nadie escapa a su influencia.

Por tanto sus contenidos revisten singular importancia ya que van a lograr - sin darnos mucha cuenta de ello - crear verdad-realidad sobre asuntos contingentes y que nos atañen directamente.

Un espacio más amplio será necesario para realizar un análisis en detalle de estas cuestiones. En esta oportunidad me interesa reflexionar sobre el asunto de la victimización en el cual la TV tiene mucho que “decir y hacer”.

Luego de las Torres Gemelas el tema de la inseguridad cobró especial relieve al punto de que ya no se podía estar tranquilo en ninguna parte del planeta. Esta idea la creó la TV. No es necesario hacer referencia a estadísticas que dan cuenta como en los distintos niveles de articulación de la sociedad se fueron centrando en el tema de la seguridad, cada quien según sus intereses y posibilidades, cada quien según sus esferas de acción. El tema de la seguridad (internacional, nacional, regional, local, barrial, habitacional, personal....) fue adquiriendo presencia en “los medios”. Basta poner un noticioso para “ser informado” de una verdad-realidad cotidiana que condensa en pocos minutos las atrocidades más cruentas cometidas por el “ser humano” ese día. Somos víctimas potenciales. La diferencia entre víctimas potenciales y víctimas efectivas se desdibuja día a día. La TV nos presenta como víctimas a secas ya que no hace diferencia entre una y otra. Sencillamente todos somos víctimas. La forma que adquiere la noticia es la victimización y no solamente en lo que hace a ataques físicos sino también somos víctimas de los servicios, de los proyectos, de las empresas, de los jueces, del Estado. Somos víctimas de la propia TV.

La victimización es el objetivo del sujeto-TV. La victimización es una de las maneras que tiene el sistema de convertirnos en sujetos pasivos, asustados, dependientes y sumisos. Es una de las formas más eficaces que el Estado usa para ejercer poder. La TV nos convence de que somos víctimas. Si es así, hay que encerrarse. Aquí es donde la TV ejerce su poder, el poder de aquellos que están detrás de ella. El poder que se ejerce desde una forma de pensar, una forma de pensar hegemónica como es la pretensión del Estado. Crear esa forma es crear subjetividad.

El asunto de la victimización se desarrolla en una maraña de determinaciones socio-políticas y psicológicas. Podría decirse que es una de las estrategias del Estado para ejercer, finalmente, control social y político. La victimización es una modalidad más de obtener sometimiento, es una vía para establecer diferencias sociales significativas, es una manera de colocar nuevas etiquetas sin perjuicio de las ya establecidas.

Franco Basaglia decía que el proceso de marginación social se produce a diario; en cada momento somos más los marginados y estamos más marginados, debe entenderse, marginados del centro. Ese centro que es percibido como el núcleo del poder, es el mismo Estado. ¿Y la marginación social qué produce? Víctimas, nuevas víctimas. En todo caso, la marginación se explica por un fenómeno de desconocimiento, de no saber acerca de lo que ocurre en nuestro entorno, de no estar suficientemente informados de los procesos que nos son propios pero que los sentimos como ajenos. Somos ajenos al poder, somos piezas de ese poder, de ese centralismo que nos excluye. Así como cada vez son menos los que toman las decisiones, los marginados se van acumulando en la periferia y como víctimas expectantes, pasivas, sencillamente esperan: esperan para hacer un trámite, esperan que algún beneficio les toque, esperan que algún arreglo los considere,

esperan que les llegue el maná del cielo, esperan ...la muerte.

El término "marginación" resulta una noción equívoca ya que alude simultáneamente a diversos procesos y lugares de los más dispares. Si bien no se pretende realizar un análisis exhaustivo de sus sentidos, creo que vale la pena deslindar algunos de manera breve:

- En primer lugar hay que decir que marginal viene de margen, o sea que la noción hace a una cierta ubicación, a una topología, a un cierto lugar respecto a otro que sería el centro. Claro está, las anotaciones " al margen", por su lugar, resaltan más que lo que está en el centro: llaman la atención.

- Jurídicamente apunta a estar "al margen de la ley" lo que constituye un contrasentido ya que los primeros que se marginaron fueron los movimientos golpistas. Pero como el que tiene el poder es el que dicta las normas, "marginado" en América Latina nombra a aquellos individuos que configuran los perseguidos políticos por "atentar" contra el régimen establecido, aunque sea "de facto".

- Ideológicamente, marginados son aquellos que no participan de la ideología oficial y que promueven ideas "totalitarias" u otras que llevarían - en la opinión de algunos - a la desintegración social y al caos.

- Socialmente, el marginado es aquel que está al margen de "la sociedad", pero la sociedad aparece definida en términos de sociedad desarrollada, por lo que el marginado es el que no hace una vida social como "todos". Aquí hay dos matices:

- 1) la marginación con respecto a la sociedad de consumo en términos de sociedad "avanzada", aquel que no tiene para comprar cosas, objetos de consumo, y

- 2) la marginación en términos de vida rural (más "salvaje" o "primitiva" y atrasada) como opuesta a la vida citadina (supuestamente más civilizada).

A su vez y sobre todo en las ciudades, marginado también es aquel que carece de los servicios elementales, ya sea porque por al lugar donde vive no llega luz, agua potable, teléfono, transporte público, correo, etc., ya porque, por el motivo que sea, no cuenta con servicios como educación, salud, vivienda, prestaciones sociales, etc.

- Laboralmente, el marginado es el desocupado, parcial o totalmente, o que trabaja en tareas no reconocidas como "trabajo": prostitución, tragafuegos, etc. Aquí también habría que ubicar a los jubilados...

- Educativamente, el marginado es el analfabeto o el que cuenta con niveles de "instrucción" mínimos en función de ciertos criterios "deseables".

- Subjetivamente, marginado es el que "se margina" de un grupo por lo cual es culpable de su propia marginación. Interesante conclusión ya que exime a los demás de toda responsabilidad y además lo hace objeto ideal para ser utilizado como chivo expiatorio por parte del grupo.

- Marginado es el que no tiene o no ve TV. (Obsérvese que en muchos países la TV se "regala" si la persona, por ejemplo, solicita un crédito bancario).

En suma, y para decirlo en pocas palabras, los marginados son los malos. Es el problema de las

nociones funcionalistas.

La mayoría marginada, la mayoría está marginada, la mayoría crecerá en la marginación. Por eso se habla de DDHH, porque no se pueden ejercer, porque los marginados no tienen derechos. Los marginados son los excluidos de la vida social, en la época de los griegos se los condenaba al ostracismo, a un lugar fuera de la ciudad donde no había nada, donde no se podía sobrevivir. Ahora, como no hay lugares vacíos fuera de los Estados, los lugares de exclusión son adentro, son los manicomios, son las cárceles, son barrios enteros de favelas, villas miserias, cordones de pobreza, son las poblaciones originarias. El proyecto de marginación es un proyecto de usurpación, es la política del despojo, de la tierra arrasada, de la apropiación de la tierra donde vivían comunidades. Son las políticas de aculturación, de evangelización, donde ideas, creencias, costumbres tendrán que ser arrasadas por el colonizador para establecer su discurso dominante. Este es un sistema productor de víctimas. A las víctimas se les tiene lástima, se las humilla, se las degrada. Estos mecanismos tienen importantes efectos psicológicos. La lástima lastima a las víctimas. ¿Pero cómo se produce este efecto? Hay un mecanismo típico que hemos descrito en otra parte y que tienen que ver con la psicologización de los problemas políticos. ¿Qué se puede entender por esto? ¿Cómo funciona este mecanismo?

Los procesos de marginación, de producción de excluidos es una estrategia (sin estrategia, le gusta mostrar a Ana María Fernández) que implementa el Estado para controlar y velar por su poder. Estas estrategias se organizan alrededor de instituciones - desde la familia en adelante - generando represión social y política según las circunstancias. Llámese Golpe de Estado o llámese Estado bajo gobierno representativo, el resultado es similar, el poder aparece siempre siendo re-apropiado por cierto núcleo económico-político que tiene que preservar sus intereses. El mecanismo de exclusión es esencialmente político. La dictadura produce muertes, persecuciones, torturas, desempleo, crisis económica, emigraciones, por no decir traiciones, delaciones, complicidades, robos, corruptelas, etc., etc. En suma, produce víctimas.

Ahora bien, cuando se entra en la recta de la reparación, al Estado se le ocurre que la reparación es sobre todo en el orden de la subjetividad, de los trastornos afectivos producidos, causados, de las afectaciones del cuerpo físico y psíquico de las víctimas; es decir, es un problema psicológico. Y peor aún, lo que fue un problema político, es decir, de poder de masas, colectivo, grupal, ahora es abordado como un problema individual y personal, en el mejor de los casos familiar, con lo cual se produce un total desmembramiento del cuerpo social. Dicho de otro modo, esta re-etiquetación del problema político como psicológico además supone otra re-etiquetación tácita de lo social-masa a los individual-persona.

Es que nadie entiende porqué si se acepta que la dictadura fue una política de Estado, vale decir de la totalidad de los participantes en el movimiento represivo, ahora que hay que juzgarlos (¡vaya el eufemismo!) se los ha de juzgar de a uno. ¿Por qué esta negación del origen del problema, porqué este no registro de la subjetividad del grupo y de la masa, porqué esta confusión entre el sujeto (registro de lo psicológico) y el individuo (registro de lo biológico)? ¿Es que el poder ignora

que hay comportamientos grupales, aprendizajes grupales, proyectos grupales y reacciones grupales que trascienden completamente los movimientos de los individuos soportes del grupo? ¿Cómo no registrar que el comportamiento de los individuos en la masa dista mucho de poder equipararse a lo que es el comportamiento individual? ¿Porqué no se puede “pensar” que la categoría de sujeto no corresponde con la de individuo?

Entonces, psicologizar lo político es un recurso del poder para dividir los grupos, para personalizar situaciones que son colectivas. Pero además hay un efecto destructor sobre el psiquismo de las personas. Lo psicológico pone el énfasis en las pérdidas sufridas. La conclusión lógica es que por efecto de las pérdidas las personas entonces están deprimidas, lo que las hace objeto de diverso tipo de tratamiento psicológico para mitigar la angustia y salir de la depresión. Resulta entonces que además de haber sido transformadas en víctimas políticas son culpables de estar deprimidas por lo que deben someterse a psicoterapia y ser controladas a través de un chaleco químico que regula periódicamente la psiquiatría. Triste papel de una profesión que se presta para servir de control social, como lo demuestra Castel.

La psicologización supone que un problema exterior del mundo exterior y de la realidad como es aquello político, aparece decodificado ahora como un asunto intrapsíquico, como un conflicto interno de la subjetividad, y seguramente el Complejo de Edipo tiene que ver en ello. Por tanto, no hay reparación en la realidad, entendida como reparación política. Hay solo reparación psicológica con alguna beneficencia en el mejor de los casos, que realiza el Estado.

En este proceso de internalización de lo social como problemas psíquicos la TV juega un papel trascendental. Al construir realidades instituye, vale decir norma las formas de sentir y de pensar a través de mecanismos inconscientes de los objetos que impacta. ¿Quién puede escapar a un trabajo tan sutil?

Los grupos humanos y consecuentemente las masas se encuentran sometidas a fuerzas disímiles. Para que el grupo se mantenga unido deben primar las fuerzas centrífugas, esto es, aquellas que ponen el énfasis en lo común. Los grupos y las masas toleran mal las diferencias; cuando éstas priman el grupo se disuelve. Cómo hacer entonces para insistir en aquello que es común, cómo construir lo común. El papel que juega la TV en este renglón es capital ya que aporta contenidos y afectos que tácitamente se presentan como lo que se debe pensar y sentir. Así, contribuye a su objetivo, a producir un relato que al día siguiente será comentado por todos, habiéndose instalado así una temática que es común a los miembros de la masa.

Pero deseo ir un poco más allá. ¿Por qué este mecanismo es tan bien aceptado por la gente; por qué razón las protestas de la mayoría marginada, victimizada son puntuales y esporádicas?

Años atrás, antes de la Segunda Guerra Mundial, W. Reich un psicoanalista emblemático observaba los movimientos sociales en Alemania y veía que producto de la pobreza social alguna persona muy de vez en cuando aparecía asaltando un almacén. Entonces Reich decía lo que hay que explicar, lo que la ciencia tiene que explicar a través de la teoría no es porqué razón una persona o un grupo de personas asaltan de vez en cuando un almacén. Lo que hay que explicar es

que este hecho no ocurra todos los días. Dicho de otro modo, ¿qué sucede con el sometimiento, que ocurre con el respeto a cierto orden - que tenemos internalizado, que forma parte de nuestro psiquismo - que nos mantiene en este lugar de sometidos al poder de manera permanente?.

Lo que deseo mostrar es que más allá del Estado que tiene su estrategia de psicologización de lo político como un vehículo de control social, cada individuo en esta sociedad cuenta con su propio mecanismo de control interno. Somos cómplices del Estado en el sentido de que el control exterior que el Estado ejerce a través de instrumentos objetivos (ejército, policía, inspecciones, normativas, etc.) necesariamente requiere contar con nuestra complicidad para que se pueda mantener el orden social. Sin nuestra participación decidida en este sentido no hay fuerza pública que resista. Recordemos como Foucault nos muestra - a través del modelo del panóptico - como el cuidador exterior rápidamente aparece como un cuidador interior y la persona entonces ya no requiere del cuidador exterior que lo vigile. Él sólo se autovigila ahorrándole al Estado la tarea de cuidarlo. La TV es el panóptico, cada quien aprende a mirarse a sí mismo. Sabemos que estamos siendo filmados permanentemente. "Sonría, lo estamos filmando".

R. Lourau, el fundador del análisis institucional, decía que lo inconsciente es el Estado, vale decir, esta tendencia que existe en todos nosotros de respeto del orden social, esta participación decidida en pro de mantener las instituciones y esta inquietud angustiante que nos lleva a desmarcarnos de toda propuesta que pueda implicar el caos. Amamos el orden aunque nos muramos de hambre, amamos el poder en su afán de someter a todo agente social incluso a nosotros mismos. Somos especialmente obedientes en todas las instituciones en las que participamos y además cuidamos celosamente que todos los demás también hagan lo mismo en contra de nuestros propios hermanos. La participación, en todo caso, solo es posible cuando es autorizada por la autoridad. Amamos el asistencialismo y el paternalismo.

Adherimos a instituciones que son internas como el machismo, el racismo, el sectarismo, que rigen las relaciones cotidianas entre los humanos. Estamos dispuestos a delegar el poder, que otros se hagan cargo de decidir y de hacer, aunque claramente no lo hagan en nuestro beneficio. Y no se trata solamente de las elecciones nacionales, se trata de pensar en lo que ocurre con el poder en las organizaciones de base, en los sindicatos, en las comunidades y sobre todo en la familia. Por allí hay que comenzar.

Y acá es posible descubrir alguna relación con la salud. Cuando se habla de participación - y este es un eslogan actual de muchos políticos, incluso del Estado - no se dice que la participación es casi imposible, que está todo normado, que hay que participar en los lugares previstos por el Estado y para sostenerlo. No se dice que la participación es creación y es autonomía, como le gusta enfatizar a Castoriadis, por tanto no es hacer lo previsto. Participar es crear, es hacer lo no previsto, inventar, producir nuevas relaciones es ser artista. El arte es lo único que no puede ser copiado por tanto tampoco puede ser recuperado por el sistema. Interroguémonos acerca de nuevas formas de resistencia, de nuevas formas de organización, de nuevas formas de participación no pensadas aún. Deleuze decía "No hay lugar para el temor, ni para la esperanza,



sólo cabe buscar nuevas armas”.

Por tanto, las instituciones en las que “participamos” deben ser analizadas, criticadas y recuperadas para el deseo de hacer, de producir, alegre y artísticamente. Debieran ser arrancadas de las formas, de los estereotipos de las concentraciones de poder que conducen al verticalismo y a la apatía. La salud se visualiza en grupos y en instituciones que además de realizar la tarea que la convoca, es capaz de reflexionar sobre sí mismo, acerca de cómo hace eso que hace, como decía Guattari.

### **¿Como resistir la victimización?**

El caso de las Madres de Plaza de Mayo es a mi juicio emblemático ya que si bien el Estado ha pretendido colocarlas en el lugar de víctimas, sus múltiples y diversas acciones ha mostrado que lejos están de haber aceptado la etiqueta en la pasividad y el sometimiento. Por el contrario, haciéndose cargo del deseo de hacer, su lucha no es solo por la reivindicación de plagios, desaparecidos, asesinados, búsqueda de hijos y nietos secuestrados por militares, etc.; sino que han fundado organizaciones, han buscado nexos solidarios con trabajadores y campesinos, han organizado eventos y lo siguen haciendo fomentando alianzas con movimientos sociales diversos, han creado una Universidad que hoy es reconocida por la calidad de los docentes que dictan clase en sus aulas y que organiza anualmente el Congreso de Salud mental y DD HH en el que a su vez se realizan varios simposios y coloquios internacionales, etc. Lo sorprendente es que todas estas acciones van dirigidas a promover un cuestionamiento frontal de la forma de funcionar del Estado, situándose en una línea de trabajo autogestiva y claramente anti-institucional. Porque se ha entendido que el cuestionamiento a la hegemonía del Estado debe realizarse en todos los frentes posibles y no solamente desde la confrontación de los crímenes de la guerra sucia. Los DD HH deben ser peleados en todos los terrenos al mismo tiempo, y las alianzas para eventos, movilizaciones y acciones diversas logran entonces la adhesión progresiva de contingentes importantes de la población.

Para finalizar, deseo recordar algunas recomendaciones que Foucault realiza en su prólogo a la publicación en inglés del *Antiedipo* de Deleuze y Guattari. Este texto de presentación de un libro excepcional que se titula *Introducción a la vida no fascista*, apunta a mostrar el fascismo en el mundo interno de cada uno de nosotros. Se pregunta Foucault “¿Como hacer para no volverse fascista incluso cuando (sobre todo cuando) uno se cree un militante revolucionario? ¿Como eliminar el fascismo de nuestros discursos y de nuestros actos, de nuestros corazones y de nuestros placeres? ¿Como desalojar el fascismo que se ha incrustado en nuestro comportamiento?”

Y luego se mete a dar consejos, muchos y pertinentes, aunque.... incómodos. Ataca la acción política, el pensamiento, el deseo, la obediencia a viejas categorías, en fin, un abanico de sugerencias para la lucha. Y termina: “No exijáis de la política que restablezca los “derechos” del individuo tal como la filosofía los ha definido. El individuo es el producto del poder. Lo que se

necesita es “desindividualizar” por medio de la multiplicación y el desplazamiento, la disposición de combinaciones diferentes. El grupo no debe ser el vínculo orgánico de unos individuos jerarquizados, sino un generador constante de “desindividualización”.  
No os enamoreis del poder.

## **Bibliografía**

- Basaglia, F. *La institución negada*, Barral, Barcelona, 1972  
Castoriadis, C. *Figuras de lo pensable*, Eudeba, 2000  
Deleuze, G., Guattari, F. *El antiedipo*, Barral, Barcelona, 1974  
Foucault, M. *Vigilar y castigar*, S. XXI, México. DF, 1976  
Foucault, M. El Anti-Edipo: Una introducción a la vida no fascista, (versión completa de la presentación de “*El Antiedipo*” de Deleuze y Guattari al inglés. [www.psicologiagrupal.cl](http://www.psicologiagrupal.cl)  
Guattari, F. *Psicoanálisis y transversalidad*, S. XXI, México DF. 1976  
Louraru, R. *El Estado y el inconsciente*, Kairos, Barcelona, 1980  
Reich, W. *Psicología de las masas del fascismo*, varias ediciones.
- 

## **Psicoanálisis de la invasión marciana**

**Héctor Becerra**

*(Argentina)*

### **Resumen**

Así como la fiebre es un síntoma que nos permite entender que el sistema inmunológico está movilizándolo sus defensas con el objeto de preservarse del virus, la bacteria, o cualquier otro agente que tiende a atacar la salud del organismo. De una manera similar intentamos plantearle al lector *La Guerra de los mundos* como un síntoma que operó en el cuerpo social. ¿De qué nos habla ese síntoma? De la forma cómo los seres humanos conocen y de la manera cómo se comunican. Sucede que tanto el conocimiento como la comunicación necesitan ser pensados científicamente. Lo que da lugar a las teorizaciones. Una teoría es una forma tentativa de pensar cómo funcionan las cosas. Existe un momento donde la realidad de los hechos da por tierra con las teorías, es el momento donde una teoría entra en crisis. Justamente *La Guerra de los mundos* nos brinda elementos para pensar que las teorías del conocimiento y la comunicación han entrado en crisis. En el trabajo desarrollado también hemos tratado de esbozar una nueva teoría del conocimiento que ya no se apoya en certezas; sino en un conocimiento provisorio, que jamás puede dejar de lado todo lo referente a la subjetividad. Con respecto a la comunicación hemos tratado de explayarnos en un concepto que denominamos: Malentendido. Por último, describimos

cómo influyen las nuevas teorías en la práctica de la comunicación social, un derecho que ya no sólo es atribuible a los periodistas profesionales; sino a todo ciudadano por su sola condición de tal, lo cual ha dado lugar a un novedoso derecho denominado: Derecho a la información.-

Palabra clave: Comunicación, subjetividad.

### **Abstract**

As fever is a symptom that lets us understand that the immune system is mobilizing its defenses in order to preserve the virus, bacterium or any other agent that tends to attack the body's health. In a similar way we try to put the reader *The War of the Worlds* as a symptom that operated in the social body. What tells us this symptom? Of how human beings know and the way they communicate. It happens that both knowledge and communication need to be designed scientifically, which leads to the theorizing. A theory is a tentative to think about how things work. There is a moment where the reality of the facts giving ground to the theories, it is the moment where a theory in crisis. Precisely, *War of the Worlds* gives us reason to think that the theories of knowledge and communication have come into crisis. At work we have also developed tried to outline a new theory of knowledge and not based on certainties but on a provisional knowledge, that can never ignore everything about subjectivity. With regard to communication we have tried to dwell on a concept we call:

Misconception.

Finally, we describe how the new theory influence the practice of social communication, a right which is not attributable to professional journalists, but to every citizen by their very status as such, which has led to a new law called : Right to information .-

Key words: Communication, subjectivity

### **Resumo**

Como a febre é um sintoma que nos permite compreender que o sistema imunológico está mobilizando suas defesas, a fim de preservar o vírus, bactéria ou qualquer outro agente, que tende a atacar a saúde do corpo. De maneira semelhante, tentamos colocar o leitor de *Guerra dos Mundos* como um sintoma que se operou no corpo social.

O que nos diz que o sintoma?

A maneira como os seres humanos e saber a forma como eles se comunicam. Acontece que tanto o conhecimento como comunicação, precisam ser concebidos cientificamente. O que dá origem à teorização. Uma teoria é uma tentativa de pensar sobre como as coisas funcionam. Há um momento em que a realidade dos factos que estão na terra para as teorias, é o momento em que uma teoria em crise. Precisamente, *Guerra dos Mundos* nos dá razão para pensar que as teorias do conhecimento e da comunicação tenha entrado em crise.

No trabalho, nós desenvolvemos também tentou esboçar uma nova teoria do conhecimento e não baseada em certezas, mas em um conhecimento provisório, que nunca pode ignorar tudo sobre a subjetividade. No que diz respeito à comunicação temos tentado me debruçar sobre um conceito

que chamamos de: Equívoco.

Finalmente, descrevemos como as novas teorias influenciam a prática da comunicação social, direito esse que não é atribuível apenas aos jornalistas profissionais, mas para todos os cidadãos pela sua própria condição como tal, o que resultou em uma lei inovadora intitulada: Direito à informação .-

Palavras chave: Comunicação, subjetividade

Hace sesenta años se realizó una transmisión que marcó el fin de una época y el inicio de otra en el mundo de la radiofonía en particular y de las comunicaciones de masa en general, tanto en el ámbito de la programación como en el de la investigación y la docencia.

Desde la pre-historia, todos los agrupamientos humanos han puesto en práctica múltiples procedimientos para producir textos (pinturas, esculturas, viviendas, utensilios, vestimentas, etc.) que les posibilitaran una trascendencia en el tiempo. Luego se construyó el más formidable y económico artefacto productor de textos: la escritura. La misma alcanzó posibilidades infinitas de almacenamiento y distribución a través de múltiples técnicas de impresión mecánica, eléctrica y electrónica. En términos generales, puede decirse que todos esos artificios para la producción y circulación de textos generaban una serie de escansiones entre los momentos de creación, emisión y recepción. En su libro *-Los lenguajes de la radio-* José Luis Fernández (1994) los describe como posibilidades y restricciones.

Evaluemos este recorrido en el caso que vamos a desarrollar: En 1898 el inglés Herbert George Wells había escrito una novela por entregas (un folletín) publicada por el *Pearson Magazine* y titulada *The war of the worlds (La guerra de los mundos)* donde se relataba el desembarco en el planeta tierra de un grupo de marcianos dispuestos a acabar con la raza humana.

El guionista Howard Koch (uno de los autores del libro del film *Casablanca*) adaptó aquella novela de ciencia-ficción y, con la colaboración de Paul Stewart, obtuvo un radioteatro de una sola emisión. El guión llegó a manos del actor Orson Welles quien lo corrigió y presentó la noche del domingo 30 de octubre de 1938 junto a su compañía de actores en una de las periódicas audiciones del *Mercury Theatre* emitidas por la *CBS*.

Un boletín noticioso interrumpió un programa de músicaailable para anunciar que acababa de avistarse un gigantesco cono luminoso viajando hacia la costa este del Atlántico. Una unidad móvil que había partido de Groevers Hill, New Jersey, descubría que se trataba de una nave espacial llena de marcianos. De ahí en adelante se transmitió la invasión como algo que estaba sucediendo en ese mismo instante: Los foráneos derrotaban al ejército, el gobernador llamaba a la milicia a poner orden, los caminos estaban cortados, los marcianos avanzaban hacia Nueva York. Era el fin del mundo.

Si alguien sintonizaba el programa unos minutos después de su comienzo no tenía cómo darse cuenta de que era una obra teatral. Fue lo que sucedió y millares de personas desesperadas huyeron en sus automóviles, produciendo grandes congestionamientos de tránsito, otras debieron

resignarse y llenaron las iglesias y los bares. Durante horas y horas, miles de norteamericanos deambularon, viendo horrores inexistentes por las calles. Cuando los marcianos finalmente fueron derrotados -como narraba originalmente la novela- por las bacterias terrestres, ya nadie escuchaba el programa. La cadena *CBS* anunció durante toda la noche que se trataba de un *mal entendido*, pero varios días después aún se encontraban sobrevivientes saliendo de los bosques con pañuelos atados a su boca para escapar de los gases extra planetarios.

### **Teoría cibernética**

Hacia fines de los '30 los medios masivos de comunicación habían tomado gran desarrollo, las estrategias bélicas estaban en boca del público y nacía la informática. Alicia Entel (1995) relata que aparecen y se difunden en EE. UU. la teoría *físico-matemática* de la información y la *teoría cibernética*, surgen de la observación de cómo transmiten información las máquinas, principalmente el telégrafo que es un aparato que sirve para comunicar mensajes a larga distancia mediante impulsos eléctricos que circulan por un hilo metálico.

De acuerdo a lo que plantea la *teoría cibernética* el proceso de la comunicación consistiría en el pasaje de datos desde un *emisor* que *codifica el mensaje* y lo hace circular por un *canal* hasta un *receptor* que lo recibe y lo *decodifica*. No hace falta un análisis profundo para advertir que esta forma de comunicación deja de lado la cuestión de la subjetividad y todo lo que la influye: Los procesos familiares, sociales, históricos, culturales, políticos, etc.

Al amparo de estos desarrollos científicos se concibió la idea de la omnipotencia de los medios. Todas estas teorías suponían que los mensajes emitidos incidían *directamente* sobre el sujeto y que estos estímulos eran recibidos de manera uniforme por todos los miembros del público que reaccionaba inmediatamente a los mismos y que carecía de posibilidades de sustraerse a su área de influencia.

Dice Alicia Entel (1995) que la propaganda nazi fascista fue tomada como un efecto producido por dichas teorías. El elemento más característico de estas teorías era la preocupación por el *emisor* del mensaje. Como se puede evaluar tomando esta vía de conceptualización, los *media* eran considerados como maquinarias omnipotentes y terribles de manipulación.

Fue durante esta época que estamos hablando que ocurrió el fenómeno de masas que marcó el cuestionamiento de estas teorías de la comunicación. Ya hemos sostenido en *El cuerpo herido* (1993) que toda teoría implica una ficción que sin embargo produce una idealización que nos empuja a suponer una completud entre el campo de los fenómenos y el de las representaciones. Umberto Eco sostiene (1978) que una teoría se oficializa cuando se pasa del "como si" al "sí" y del "sí" al "por lo tanto"; o cuando se deja de pensar en la ficción que se ha elegido para suponer que existe la posibilidad de representar la cosa.

### **El malentendido**

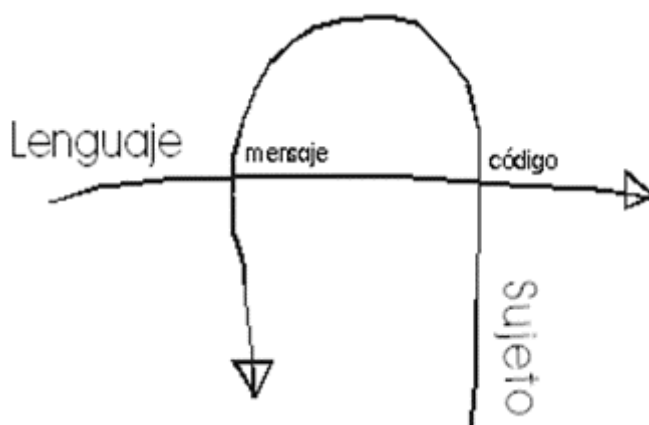
Con la puesta en el aire del radioteatro observamos que el público no recibe el mensaje que irradia

la emisora de una manera pasiva, sino que lo *interpreta*. Por otra parte, una vez que se significa el mensaje surge una *certeza* acerca de la significación. ¿A cuántas personas se les habrá ocurrido llamar a la radio, o dirigirse a la emisora radial para confirmar, o refutar lo que sucedía? ¿Por qué se le otorgó tanta credibilidad a lo que se escuchaba?

A partir de formular estas preguntas surgen dos líneas de análisis: La primera decía que el lenguaje es instrumento del sujeto. El sujeto utiliza el lenguaje para comunicarse. Un *emisor codifica* un *mensaje* y lo envía a través de una *vía* o *canal* y el *receptor* lo recibe y lo *decodifica*. Pero a poco que el lenguaje se complejiza, como sería el caso al que estamos aludiendo, vemos que la *teoría cibernética* de la comunicación se torna insuficiente para dar cuenta de los problemas surgidos del seno mismo del lenguaje: ¡El *malentendido*! (1)

Un boletín noticioso interrumpió un programa de músicaailable para anunciar que acababa de avistarse un gigantesco cono luminoso viajando hacia la costa este del Atlántico. Una unidad móvil que había partido de Groevers Hill, New Jersey, descubría que se trataba de una nave espacial llena de marcianos. De ahí en adelante se transmitió la invasión como algo que estaba sucediendo en ese mismo instante: los foráneos derrotaban al ejército, el gobernador llamaba a la milicia a poner orden, los caminos estaban cortados, los marcianos avanzaban hacia Nueva York. Era el fin del mundo. Podríamos agregar que tanto el autor, y los actores -como su profesión y su talento lo exigen- pretendían imprimirle credibilidad a su dramatización; pero jamás podían imaginar que la representación iba a ser tomada como algo real.

Surgen elementos como para pensar si los sujetos que intervienen en la comunicación no terminan siendo instrumento del lenguaje; es decir, pareciera que el lenguaje es el que termina determinándolos. Siguiendo los desarrollos de Jacques Lacan (1960) vamos a tratar de graficar esta cuestión.



Dibujamos una línea horizontal que atraviesa el espacio de izquierda a derecha: es la variable del lenguaje. La variable que representa al sujeto es transversal a la del lenguaje, de allí que lo atravesase en un punto que vamos a llamar *código*. La variable sujeto se cruza con la variable del lenguaje y empieza a describir una curva que termina descendiendo y volviendo a cruzar la línea del lenguaje en otro punto que llamaremos *mensaje*.

Decimos, entonces, que si el sujeto está sujetado al lenguaje la curva parece describir adecuadamente este aspecto. El sujeto no manipula el lenguaje; por el contrario parece *doblegarse* ante el mismo. La *teoría cibernética* planteaba el *código* a la izquierda y el *mensaje* a la derecha; pero, resulta que aunque el *código* esté cargado de intencionalidad por el emisor del mensaje; el receptor siempre puede entender algo diferente.

Cuando Orson Welles emite su mensaje tenía una intencionalidad; sin embargo el receptor –el radioescucha- no lo recibe de una manera pasiva, sino que lo *resemantiza*, lo cual quiere decir que lo *interpreta* a su manera. Lo “interpreta a su manera” quiere decir que lo interpreta a partir de ciertas influencias previas. Los sociólogos y comunicadores sociales han estudiado a fondo los condicionamientos que intervinieron en la verosimilitud que alcanzó el radioteatro y han concluido que hubo una importante incidencia de factores históricos y sociales: los temores suscitados por el *crack* de 1929 y los fantasmas de la inminente *Segunda Guerra Mundial*. Esos factores sobredimensionaron el mensaje; en definitiva, fueron ellos los que terminaron influyendo a las personas encargadas de dar significación a lo escuchado.

El gráfico que estamos planteando es una teoría alternativa a la *teoría cibernética* de la comunicación.(2) En el gráfico que estamos planteando vemos que el código se desplaza de izquierda a derecha y el mensaje de derecha a izquierda. ¿Por qué? Porque el radioteatro plantea –de acuerdo a lo que leemos- una intencionalidad; pero cuando la comunicación es dramatizada por los actores resulta interpretada de una manera distinta. Eso nos hace sostener que *el receptor del mensaje es quien en definitiva termina originándolo*.

Dijimos que la variable que representa al sujeto cruzaba la línea del lenguaje daba una curva y volvía a descender cruzando nuevamente la línea del lenguaje. El semi-círculo que va desde el código al mensaje, define la resignificación que se produce con la comunicación. Mientras la comunicación intenta seguir la direccionalidad que va de izquierda a derecha, la re-significación -en rigor, deberíamos decir la significación- se desplaza en el sentido retrógrado, de derecha a izquierda.

Debemos hablar de “significación” y no de “resignificación” porque nuestra lectura de lo sucedido nos permite entender que la interpretación de los radioescuchas *no coincidió* con la intencionalidad del autor y de los actores, pero este es un caso excepcional, no siempre podemos tener la suerte –o la desgracia- de contar con alguien, que pueda aclarar supuestos *malentendidos*. De allí que, como la mayoría de las veces toda esta operación no se lleva a cabo, decimos, entonces, que el supuesto receptor es quien interpreta el mensaje, lo significa, en definitiva, lo emite.

Nos encontramos pues con un dispositivo mediático que, a diferencia de los relacionados con la escritura, permite una simultaneidad relativa entre los momentos de producción, emisión y recepción. Sin embargo, esa simultaneidad comparte con la escritura, la necesidad -tanto para el productor como para el receptor- del conocimiento de las convenciones específicas de construcción de esos textos.

Cuando se publicó la obra original, nadie aventuró que Herbert George Wells estaba narrando algo

real. Todo ocurría en un futuro no demasiado lejano y los territorios de la ficción y la realidad, de la alegoría y del periodismo, estaban clara y cómodamente demarcados. Con respecto al guión, ¡éste se realiza cuarenta años más tarde! de la publicación de la novela y su importancia radica en que Orson Welles toma el texto escrito adaptándolo a otro que se metaboliza en imágenes visuales y/o auditivas.

Por último, no traspuso la obra mecánicamente, sonorizando una estructura narrativa, sino que tomó la situación inicial y la acomodó al nuevo medio en que debía hacer su aparición. La puesta en el aire mixturó elementos específicos de la estética radioteatral (lo ficcional, la dramatización) con aquellos frecuentados por los noticieros de la época (la verosimilitud, la realidad convertida en relato).

Por eso resultó tan creíble para los oyentes, porque representó con elementos habituales un programa normal que, primero a través de flashes informativos y después con supuestas transmisiones en directo desde el lugar de los hechos, fue anunciando paulatinamente la invasión foránea con un magistral uso de los efectos de sonido, la música y el silencio. José Luis Fernández (1994) se refiere a ese componente que Arnheim denominaría *paralingüístico* y Lacan en el terreno del psicoanálisis llamaría *discurso*.

### **También la objetividad entró en crisis**

Galileo acaba de inventar el telescopio, primer instrumento científico que nos acercaría las estrellas hasta una distancia en que resultaran visibles; nos permitiría, también, averiguar que la Luna no es una superficie lisa y pulida, sino que es irregular y rugosa. El planteo galileano que -según Alexandre Koyré (1981)- apareció plasmado en el *Mensaje de los Astros* fue recibido con recelo e incredulidad; es que si el ojo no había podido ver aquellas estrellas fijas, daba por tierra la ilusión del ser humano de que el *yo* no tiene límites en lo que respecta al conocimiento.

La organización formal del *yo* y del objeto quedan igualmente afectados en su estructura, esto quiere decir que debemos sacar nuevas conclusiones en lo que respecta al conocimiento: el *yo* conoce proyectando sus atributos a aquello que pretende conocer, de allí que el objeto adquiere la misma estructura que el *yo* que lo piensa. Resulta entonces que si no habíamos podido ver aquellas lejanas estrellas, ellas sí nos estaban mirando; *desde* ellas nos estaban mirando.

La conducta extrema suscitada por la emisión radiofónica se debió -además de las causas citadas- a la enorme implicación del *yo* y del conocimiento en la situación escenificada por el programa. Las construcciones delirantes que atribuían intenciones nocivas a los extraterrestres, ponen de manifiesto un momento primitivo en la génesis del *yo*. La llegada de los marcianos presentificaba la llegada de aquellos que desde siglos atrás se hallaban instalados en la esfera celeste, invisibles, vigilándonos, acechándonos, a la espera de una oportunidad en la cual desembarcar y apropiarse de todos nuestros valores, la vida inclusive. El pánico era insoslayable.

Esta etapa crítica de la génesis de la subjetividad humana determina -según Jacques Lacan (1979) la estructura paranoica del *yo*: su manera paranoica de conocer. Sucede que la dramatización; es



decir, la puesta en acto de todas estas cuestiones provocó en los oyentes lo que se conoce comúnmente como fenómeno de masas; es decir, una regresión a los momentos más arcaicos de la constitución de la subjetividad, o para decirlo de otra manera, una actualización de ellos.

### **Nuevas vicisitudes de la práctica periodística**

Esta dificultad que encuentra el sujeto a la hora de poder dar cuenta de qué forma recibe el mensaje su audiencia le exige al periodista el conocimiento de nuevas convenciones en la construcción de textos. De allí que si durante un tiempo resultó importante el espacio que tanto diarios como revistas le dedicaban al *correo de lectores* como una forma de establecer un *feed-back* entre periodista y lector, hoy dicho espacio resulta a todas luces insuficiente.

Una forma de orientar la búsqueda y ampliación de ese *feed-back* ha empujado a algunos periodistas a colocar junto a su nombre y apellido con el que firman el artículo su dirección de *correo electrónico*. Esta moderna vía de comunicación admite que si bien el mensaje emitido tiene determinada intencionalidad, ella queda sujeta a la *resemantización* del lector.

En *La mirada interior* (2010) sostenemos que el periodista moderno, instruido en la crisis de la objetividad periodística y en las nuevas teorías de la comunicación sabe que su mensaje –más allá de la intencionalidad- está sujeto a tantas interpretaciones como lectores tenga y más allá de su rol de autor debe seguir investigando de qué forma desarrolla una noticia, cuáles son las diferentes derivaciones que puede ir tomando esa noticia y por eso entiende que el *correo electrónico* es una forma de establecer rápidamente un canal de comunicación con su lector.

### **Audiencias al servicio de la información**

Apréciase que en el momento que el lector le brinda información al periodista de la redacción, al periodista profesional, se constituye en el emisor del mensaje y también en informador. Como se puede evaluar, para las teorías modernas de la comunicación, emisor y receptor; informador e informado son roles dinámicos, circunstanciales y momentáneos.

Hasta qué punto de complejidad ha llegado la construcción de textos que en junio de 2006 –según el diario argentino La Nación (2009)- un editor de la revista *Wired* publicó un libro basado en la inteligencia colectiva y la participación de los *internautas* en la generación de noticias.

La tesis del editor de *Wired* es polémica; pero no desconoce las modernas teorías de la comunicación: Un grupo de lectores apasionados por un tema pueden ponerse en movimiento para realizar el trabajo de un grupo de profesionales experimentados en aportar cantidad, variedad y alcance global en la investigación de un hecho. Grandes medios como *USA Today*, *The New York Times* y *The Guardian* incluyen la participación masiva de sus usuarios en determinadas investigaciones para reducir tiempos de relevamiento de datos, costos de producción y testear a sus audiencias.

Los críticos sostienen que para que este aporte colectivo respete los estándares de calidad y rigor periodísticos es fundamental el chequeo de las fuentes y la veracidad de los datos obtenidos por

los *cronistas amateur*; en definitiva, nada distinto de lo que se les exige a los *profesionales sénior* de los medios.

### **La comunicación es un patrimonio de la humanidad**

En el artículo 14 de la Constitución Nacional de 1853 (2003) leemos: “Todos los habitantes de la Nación gozan de los siguientes derechos conforme a las leyes que reglamenten su ejercicio; a saber de trabajar y ejercer toda industria lícita; de navegar y comerciar; de peticionar a las autoridades, de entrar, permanecer, transitar y salir del territorio argentino; de publicar sus ideas por la prensa sin censura previa; de usar y disponer de su propiedad; de asociarse con fines útiles; de profesar libremente su culto; de enseñar y aprender”.

La noción de que “todos los habitante de la Nación gozan de los siguientes derechos” pone la noción de colectividad en primer plano; sin embargo, la democracia liberal pretende salvaguardar los derechos inherentes a la condición humana encarnados en cada individuo: Derecho a la libertad y a la propiedad privada, con sus componentes inseparables: La libre iniciativa y la empresa privada.

Damián Loreti (1995) en su libro *Derecho a la información* comenta que un editor del Wall Street Journal sostenía en 1908 que: “Un diario es una empresa privada que no debe absolutamente nada a un público que no tiene sobre ella ningún derecho. La empresa no está afectada por ningún interés público, es propiedad exclusiva de un dueño que vende un producto manufacturado por su cuenta y riesgo”.

Se produce un serio conflicto de intereses: Mientras la legislación fundamental brega porque todos los habitantes de la Nación puedan publicar sus ideas por la prensa sin censura previa; sólo un reducido grupo de privilegiados ciudadanos –en un principio los empresarios periodistas y más tarde los periodistas profesionales- lo consigue efectivamente. La tensión que se establece entre el periodismo pensado como *empresa privada*, o como *bien social* permanece vigente; de allí los conflictos que se originan actualmente en el ejercicio cotidiano del periodismo.

Cuando el Estado deja de ser un observador impasible de lo que sucede en el *mercado* para comprometerse a intervenir en la búsqueda de la igualdad y la justicia social –casi un siglo después del nacimiento del periodismo- la comunicación social empezó a convertirse *realmente* en un beneficio social de todos los ciudadanos. El conocimiento de los derechos y garantías que asisten a los individuos, como así también el nacimiento de nuevas ciencias como la sociología, la lingüística, la semiología, la antropología, el psicoanálisis, etc. permiten avanzar en la idea de que la comunicación es un patrimonio de la humanidad.

El novedoso *derecho a la información* afecta el ejercicio profesional porque mueve a anteponer el bien común y los intereses de la comunidad a las responsabilidades contractuales con la empresa periodística para la cual trabaja. A partir de este momento el periodista debe considerar su acto de informar como un acto de justicia ya que cuando le da forma (sentido literal del verbo informar) a lo que puede percibir de la realidad, lo trata de entender, lo redacta y lo entrega al público; en

realidad, le está devolviendo a la gente algo que es suyo. Al público no sólo se le vende un producto –de acuerdo a las leyes de mercado- sino que se le está entregando algo a lo que tiene derecho: Saber.-

## Notas y bibliografía

-Fernández, José Luis: *Los lenguajes de la radio*. Atuel, Buenos Aires, 1994.

-Entel, Alicia: *Teorías de la comunicación. Cuadros de época y pasiones de sujetos*. Editorial Docencia. Buenos Aires, 1995.

-Becerra, Héctor: *El cuerpo herido. Ensayos sobre el goce, la ética y la transmisión del psicoanálisis*. Catálogos editora, Buenos Aires, 1993.

-Eco, Humberto: *La estructura ausente. Introducción a la semiótica*. Editorial Lumen. Barcelona, 1978.

(1) Durante todos estos años (1999-2010), en las clases dictadas en la escuela de periodismo *TEA & DeporTEA*, decidimos fundir la frase en una sola palabra (“malentendido”) privilegiando la expresión oral, tratando de darle un estatuto meta-fórico.

-Lacan, Jacques: *Subversión del sujeto y dialéctica del deseo en el inconsciente freudiano* en *Escritos 1*. Siglo XXI editores. México, 1981.

(2) No desconocemos que el gráfico de Lacan (él lo llama grafo) está construido en base a las influencias que el psicoanalista francés recibe de la lingüística. Podríamos citar aquí el Curso de lingüística de Ferdinand de Saussure, los Ensayos de lingüística general de Román Jakobson y los dos tomos de Los problemas de lingüística general de Émile Benveniste.

-Koyré, Alexandre: *Estudios galileanos*. Siglo XXI editores. México, 1981.

-Lacan, Jacques: *De las psicosis paranoicas en sus relaciones con la personalidad*. Siglo XXI editores. México, 1979.

-Becerra, Héctor: *La mirada interior. Derecho a la información y autorregulación periodística*. (Inédito)

-La Nación. Buenos Aires, domingo 24 de mayo de 2009.

-Constitución de la Nación Argentina. Texto de 1853/60 con las reformas de 1866, 1898, 1957 y 1994. Comentada por Alberto Ricardo Dalla Via. Abeledo Perrot. Buenos Aires, 2003.

-Loreti, Damián: *El derecho a la información*. Editorial Paidós, Buenos Aires, 1995.

---

## Mídia e Psicologia: considerações sobre a influência da internet na subjetividade

Jacqueline de Oliveira Moreira (jackdrawin@yahoo.com.br)

*PUC Minas, Belo Horizonte (Brasil)*

## Resumo

Este pequeno artigo representa uma tentativa de pensar a influência da mídia sobre a subjetividade. Acreditamos ser responsabilidade do saber psicológico o movimento de pensar sobre as condições históricas que influenciam e criam modos de subjetivação. A criação da

imprensa possibilitou o encontro de um número maior de indivíduos com os livros, valorizando a experiência individual; por este motivo, defendemos a tese de uma relação de co-dependência histórica entre mídia e subjetividade. Toda mídia impressa e televisiva determina modos de existência, de subjetividade e de relacionamento, mas a nova mídia, representada pela internet, amplia o potencial de produção subjetiva, modificando as experiências físicas, mentais e sociais dos sujeitos. Ressaltamos ainda que a nova mídia, conectando o sujeito através da rede da internet, produz impactos mais eficientes na subjetividade, modificando as noções de tempo e espaço e a idéia de autonomia subjetiva.

Palavras-chave: mídia; internet; psicologia; subjetividade.

### **Abstract**

This short article represents an attempt to discuss the influence that media holds on subjectivity. We believe that thinking about historical conditions which influence and create modes of subjectivization is a responsibility of the psychological field of knowledge. The creation of the press has allowed for a larger number of individuals to have access to books, hence valuing the individual experience; for this reason we favor the thesis that states there is a historical co-dependence between media and subjectivity. All kinds of print and television-broadcast media determine modes of existence, of subjectivity and of relationship, but the new media, represented by the internet, broadens the potential of subjective production, modifying the subjects' physical, mental and social experiences. We also highlight that the new media, connecting the subject through the internet, leads to more efficient impact on subjectivity, changing the perception of time and space and the idea of subjective autonomy.

Keywords: media; internet; psychology; subjectivity.

### **Resumen**

Este pequeño artículo es una tentativa de pensar la influencia de los media sobre la subjetividad. Creemos es responsabilidad del saber psicológico, el movimiento de pensar las condiciones históricas que influyen y crean modos de subjetivación. La creación de la imprenta permitió el encuentro de un número más grande de individuos con los libros, valorizando la experiencia individual; por esta razón, defendemos la tesis de una relación de codependencia histórica entre medios y subjetividad. Todos los medios de comunicación impresa y televisiva determinan modos de existencia, subjetividad y relacionamiento, pero los nuevos representados por internet, amplían el potencial de producción subjetiva, transformando las experiencias físicas, mentales y sociales de los sujetos. Resaltamos que los nuevos medios de comunicación, al conectar al sujeto a través de la red de internet, producen impactos más eficientes en la subjetividad, modificando las nociones de tiempo y espacio y la idea de autonomía subjetiva.

Palabras clave: media, internet, psicología, subjetividad.

A Psicologia, em sua condição de ciência híbrida entre as ciências humanas e naturais, não pode se furtar ao trabalho de refletir sobre as determinações históricas que modificam as posições subjetivas. Podemos pensar que a Psicologia, em seus diferentes fazeres e olhares, tem por ponto comum o interesse pelo sujeito humano. Essa idéia se justifica pelo fato de que o nascimento da psicologia científica só ocorre em uma sociedade em que há reconhecimento da esfera do íntimo, do privado, do subjetivo (Figueiredo & Santi, 1997). As sociedades holistas não demandaram a criação de uma ciência do subjetivo e do individual, pois nestas organizações o individual se encontra submetido ao todo social (Dumont, 1985). O surgimento da Psicologia como ciência ocorre na modernidade porque é neste momento histórico que encontraremos as condições de possibilidade de uma ciência do íntimo, do privado, ou seja, uma ciência que tem por tema o sujeito. Assim, o conflito epistemológico da Psicologia científica, que se vê entre as ciências humanas e naturais, não diminui a responsabilidade de pensar o sujeito humano no interior de suas condições históricas. Podemos pensar que a Psicologia é uma ciência da saúde, considerando a definição da Organização Mundial de Saúde (OMS) que define *saúde* não apenas como a ausência de doença, mas como a situação de perfeito bem-estar físico, mental e social. Podemos problematizar a idéia de perfeito bem-estar (Segre, 1997), mas o interesse em mencionar a definição da OMS é que esta percepção de saúde promove uma indissociabilidade entre físico, mental e social. Essa definição de saúde acolhe melhor a complexidade que define o campo científico da Psicologia. Esta deve e precisa pensar nos impactos do mundo contemporâneo sobre as subjetividades. As novas tecnologias biomédicas associadas às novas formas de mídia promovem verdadeiras revoluções subjetivas, modificando as experiências, físicas, mentais e sociais, ou seja, promovendo novas formas de saúde e de doença. Interessa-nos pensar sobre as possíveis influências da mídia nas subjetividades a partir do olhar da ciência psicológica. Mas, como tarefa preliminar, é preciso definir *mídia*.

### **Mídia e subjetividades: uma história de co-dependência**

*Mídia* refere-se aos meios de comunicação em geral, que atingem a grande massa, abrigando, pois, os grandes veículos com reconhecida influência sobre as pessoas. O termo *mídia* está vinculado aos processos de produção, circulação e recepção de mensagens. A criação da mídia, como meio de comunicação em massa, representa um aspecto constitutivo do nascimento da sociedade de massa no fim do século XIX (Silveira, 2004). A mídia na contemporaneidade engloba os veículos de notícias, o campo da publicidade, a produção de filmes, novelas e minisséries. Aparece, ainda, no campo da rede virtual, sobretudo na internet.

Não podemos esquecer que o ponto de partida para a comunicação em larga escala foi o nascimento da imprensa. Criada no fim do século XIV, por *Gutenberg* (1390-1468), ela estampou novo modo de lidar com o conhecimento e a informação: o contato com o universo intelectual não é mais privilégio de poucos, já que cada indivíduo pode ter acesso aos livros. O primeiro desafio da recém invenção é a impressão da Bíblia, realizada no ano de 1456. É importante ressaltar que o

invento de Gutenberg tornou os livros mais baratos, viabilizando, assim, a circulação do conhecimento (Burke, 2003). Os livros manuscritos eram caríssimos, uma vez que exigiam um trabalho manual lento, que produzia poucos exemplares. O aumento do número de exemplares acelera a circulação do conhecimento e possibilita a produção de mais conhecimento. Durante os primeiros 150 anos da imprensa foram publicados livros e folhetos; a publicação de jornais foi posterior. Ela relacionou-se ao desenvolvimento dos correios, que possibilitaram maior e mais rápida comunicação entre regiões distantes, tornando urgente a divulgação das notícias de diferentes locais (Burke, 2003).

As histórias da imprensa e da subjetividade, enquanto experiências de liberdade individual, são correlatas. Podemos pensar a criação da imprensa como um dos fatores que possibilitaram o surgimento da experiência subjetiva e a valorização do espaço privado. Assim, a imprensa não só influencia nos modos de subjetivação, mas também cria ou contribui para a criação de subjetividades.

Os eclesiásticos temiam que a imprensa estimulasse leigos a estudarem textos religiosos por conta própria, em vez de acatar o que lhes dissessem as autoridades; ou seja, temiam a influência da divulgação do conhecimento nas subjetividades. Podemos questionar os motivos da Igreja em recriminar a imprensa, mas não podemos negar que a circulação do conhecimento transforma a subjetividade.

Burke (2002) reflete sobre os problemas causados pela imprensa de Gutenberg: a chamada "explosão" da informação é uma metáfora para a pólvora, que se alastra e destrói. Nas palavras de Burke:

A informação se alastrou "em quantidades nunca vistas e numa velocidade inaudita". Alguns estudiosos logo notaram as desvantagens do novo sistema. O astrônomo humanista Johann Regiomontanus observou, por volta de 1464, que os tipógrafos negligentes multiplicariam os erros. Outro humanista, Niccolò Perotti, propôs em 1470 um projeto defendendo a censura erudita. Mais sério ainda era o problema da preservação da informação e, ligado a isso, o da seleção e crítica de livros e autores. Em outras palavras, a nova invenção produziu uma necessidade de novos métodos de gerenciamento da informação (Burke 2002, p. 174).

Assim, a criação da imprensa possibilitou o crescimento e divulgação do conhecimento, uma vez que estabelece condições para o aumento do diálogo entre os pensadores de regiões distantes. Seus efeitos sobre a subjetividade e suas inscrições na realidade são também inegáveis, favorecendo, inclusive, a própria criação e valorização de um espaço do subjetivo, do íntimo. É importante salientar que a Reforma Protestante, emergente na primeira metade do século XVI, vem corroborar o ideal moderno de liberdade individual, pois, em consonância com a imprensa, propõe a tradução da Bíblia, possibilitando, assim, um diálogo direto do fiel com os textos bíblicos. A religião pôde, desta maneira, enveredar pelos caminhos da intimidade e tornar-se uma questão particular. A intervenção dos sacerdotes na leitura dos textos sagrados era cada vez menor, pois as pessoas podiam lê-los por si mesmas. Podemos pensar que o surgimento da imprensa

viabilizou a Reforma. Assim, o livre exame da Bíblia – oportunizado também pela publicação de Bíblias de bolso e pela publicação do material em vários idiomas – e a possibilidade de o indivíduo falar com Deus diretamente configuram uma das mais importantes experiências que estão na essência dos ideais modernos de liberdade individual, que possibilita a consolidação da esfera do subjetivo.

O objetivo dessa pequena digressão histórica é apontar a relação íntima entre mídia e subjetividade, considerando a mídia como descendente direta da imprensa de Gutenberg.

Apresentada a relação originária, faz-se necessário realizar um salto histórico para se pensar nas influências da grande mídia eletrônica, representada pela TV, nas formas e modos de os sujeitos se organizarem no mundo.

Encontramos alguns estudos na área da Psicologia que tratam do tema da influência da mídia nos sujeitos. As pesquisas versam sobre a questão da violência, da moda, das relações parentais, ou seja, trabalham as diferentes possibilidades de os programas de televisão influenciarem a subjetividade. A mídia televisiva conta com o apelo das imagens que simulam a realidade cotidiana para influenciar os sujeitos. No Brasil a influência das telenovelas se faz sentir nas diferentes camadas sociais. Essas influências, por vezes, ampliam horizontes discursivos, quando as novelas tratam de temas polêmicos como distúrbios alimentares, loucura, homossexualismo e outros, tentando apresentar para os telespectadores os enigmas e sofrimentos presentes nessas realidades. No entanto, para além da intenção responsável dos produtores, temos as influências contínuas nos modos de vestir, de se comportar e de se relacionar. Os dramas dos personagens das novelas oferecem padrões de relacionamento e de comportamento. Temos, ainda, a questão das propagandas que, alimentadas pela sociedade de consumo, objetivam uma manipulação direta das subjetividades. Podemos afirmar que a mídia é, atualmente, um dos mais importantes instrumentos sociais, pois seu poder produz esquemas dominantes de significação e interpretação do mundo. A mídia define o conteúdo e a forma do pensamento e da ação do sujeito. Alguns pesquisadores do campo das Ciências Humanas investem no trabalho de estudar a influência da mídia na subjetividade. Andrade e Bosi (2003), por exemplo, estudam a influência da mídia no comportamento alimentar feminino. Para os autores, "o ideal de corpo perfeito preconizado pela nossa sociedade e veiculado pela mídia leva as mulheres, sobretudo na faixa adolescente, a uma insatisfação crônica com seus corpos" (Andrade & Bosi, 2003). Desta forma compreendemos a referência platônica de Bourdier (1997) em sua análise dos efeitos da mídia sobre a subjetividade como tradução da idéia do filósofo grego para o horizonte da contemporaneidade. Assim, a afirmação "somos marionetes da divindade" anuncia a mídia como detentora do poder de manipular as cordas que sustentam os sujeitos/marionetes.

Já Njaine e Minayo (2004) realizam um levantamento bibliográfico sobre os estudos nacionais e internacionais que se dedicam ao tema da influência da violência veiculada na mídia sobre a subjetividade. Segundo os autores, "na América Latina e Brasil os estudos sobre a questão da violência na mídia, produzidos pelo campo da saúde, são escassos se comparados aos

investimentos realizados na América do Norte, Europa e Ásia"(Njaine & Minayo, 2004). Seguindo essa trilha de analisar a influência da mídia sobre a subjetividade, Contrera (2002) trabalha a difusão do pânico realizada pela mídia. A autora se inquieta com o interesse da mídia jornalística pelas catástrofes.

O maior veículo de influência sobre a subjetividade, no entanto, talvez sejam as propagandas, que criam hábitos e verdades. O poder dos anúncios comerciais de produzir o consumo de produtos é massivo sobre os indivíduos. As propagandas determinam a utilização de produtos e ideais de vida. Todos conhecem as famílias perfeitas dos comerciais de cereais oferecidos como refeições matinais. As propagandas capturam e alienam os sujeitos em sua rede de persuasão.

É importante ressaltar que a alienação é um elemento inerente a toda forma de comunicação.

Todavia, a alienação impressa no diálogo do sujeito com a mídia é maior, porque não existe um equilíbrio no jogo de forças: a mídia tem mais poder. Podemos pensar em um diálogo quase unilateral. A palavra *quase* revela que existe uma dependência da mídia em relação ao sujeito, porque se não sensibilizar, se não influenciar o sujeito, o veículo se torna ineficaz.

Toda mídia impressa e televisiva determina modos de existência, de subjetividade e de relacionamento, mas a nova mídia, representada pela internet, amplia o potencial de produção subjetiva. Não podemos negar que a mídia virtual favorece o desenvolvimento de capacidades cognitivas e perceptivas (Belloni, 2005), mas, por outro lado, gera maior dependência no sujeito e pode diminuir o campo das relações concretas, modificando a "textura" das mesmas (Megale & Teixeira, 1998).

### **Mídia, virtualidade e subjetividades: ultrapassando limites**

A mídia televisiva possui um forte poder de influência sobre a subjetividade, mas é importante ressaltar que a nova mídia, que conecta o sujeito através da rede da internet, exerce impactos ainda mais eficientes na subjetividade. As tecnologias de comunicação sempre representaram formas de mediar nossa relação com o mundo através da criação de um espaço que captura e contenção da experiência. A carta, a fotografia, o jornal, a secretária eletrônica são formas de tentar segurar o fluir do tempo, já que as experiências ficam gravadas. A mídia televisiva e a internet, além de interferirem na noção de tempo, modificam, também, a experiência do espaço, pois colocam perto o que está longe. A internet é ainda mais eficiente no projeto de ultrapassar as barreiras do tempo e do espaço, pois possibilita uma comunicação em tempo real com uma pessoa em qualquer lugar da Terra, sendo inclusive possível *ver* o interlocutor – basta ter uma *webcam*. Kumar anuncia que "no [novo estágio] do modo de informação, o sujeito não está mais localizado em um ponto no tempo/espaço absoluto, desfrutando de um ponto de observação fixo, do qual possa racionalmente calcular suas opções" (Kumar, 1997, p. 139). O sujeito se pulveriza em diferentes espaços simultaneamente; não há limites.

Silveira (2004) revela que é tarefa fundamental da Psicologia compreender a influência da mídia virtual na formação e transformação da subjetividade, "em particular a sua influência nas relações



de trabalho e nas formas emergentes de relacionamentos pessoais através dos meios digitais" (Silveira, 2004).

Mas será que podemos pensar na internet como mídia? Pereira e Moraes (2003) defendem a tese da internet como uma nova mídia. Para os autores é necessário ampliar as definições de comunicação, pois o termo "exprime a totalidade do processo que coloca em relação duas (ou mais) consciências". Assim, "não se trata de meros emissores e receptores, mas de agentes num processo comunicativo dinâmico e flexível" (Pereira & Moraes, 2003). Embora a mídia tradicional apresente um sistema de comunicação de mão única, a comunicação, no seu processo real, fundamenta-se na troca ativa entre os dois lados implicados no processo. Nesse sentido, a mídia virtual se aproxima mais do processo de comunicação que contempla uma interatividade.

Desta forma, podemos interrogar sobre os impactos dessa nova mídia sobre as subjetividades.

Como revela Moreira (2009), "a explosão de informações, a comunicação mundial e a cibernética constituem exemplos da novidade que a experiência subjetiva tem que abraçar no mundo atual" (Moreira, 2009, p. 95). A cada momento o mundo contemporâneo apresenta uma nova tecnologia que o sujeito precisa compreender. Não podemos negar, por exemplo, que a associação entre as novas tecnologias biomédicas e de comunicação influenciam diretamente as experiências que temos de nosso corpo. As ofertas de cirurgias disponibilizam uma relação com o corpo em que este pode ser visto como um rascunho a ser melhorado; através da cirurgia é, ainda, possível esconder a passagem do tempo. O corpo seria o espaço da liberdade: liberdade de expressão, liberdade de produzir a beleza ideal, livre das marcas do tempo (Vaz, 2006).

A relação do sujeito com o tempo é presentificada através da relação com o próprio corpo e na relação histórica com os outros. As novas tecnologias biomédicas alteram a relação com o corpo e a mídia virtual interfere na relação com o campo do outro promovendo, pois, ou uma negação do tempo, ou uma aceleração do mesmo. A experiência de escrever uma carta para outro país no século XVIII coloca em cena o tempo da espera. A comunicação por meio da internet convida à experiência do imediatismo, alimentando a impaciência com os movimentos do tempo. O ciberespaço altera nossas noções de tempo e de espaço, influenciando, pois, os processos de subjetivação. A suspensão do fluir temporal que o ciberespaço possibilita sustenta uma das características da contemporaneidade: uma negação do tempo passado e uma não conexão com o futuro (Drawin, 2003). Vive-se a imediaticidade do agora; não há História, pois não importa o passado ou o futuro. O presente adquire uma dimensão tirânica e perversa. O futuro deixou de ser uma aposta, o passado não é respeitado como referencial. Só resta a vacuidade do agora, e a conexão com a internet oferece várias possibilidades de aproveitar este presente.

Sabemos que o sujeito se organiza através do seu corpo, no espaço e no tempo, mas este corpo, na modernidade líquida (Bauman, 2001), não responde a um lugar de necessidade: apresenta-se como um espaço de liberdade, pois no ciberespaço o sujeito pode assumir a identidade que desejar e conectar-se imediatamente a qualquer lugar; o tempo e o espaço não se configuram como limites. A realidade virtual apresenta uma nova possibilidade de relação com o mundo

através da simulação do real. Inserido na cibercultura, o sujeito se depara com uma nova forma de se relacionar com a realidade. Através da realidade virtual, o sujeito insere-se num mundo que apresenta inúmeras possibilidades de realização de seu desejo, um mundo que não possui barreiras. Apesar de existir uma diferença entre a imagem virtual e a imagem de representação do real, o sujeito, confundindo o que é da ordem emocional com o que é virtual, lida com as imagens virtuais como possibilidades de concretizarem o mundo ideal almejado. No ciberespaço, as imagens virtuais são uma simulação do real. Nele "a imagem não mais representa o real, mas ela o simula" (Gevertz, 2002, p. 267). Esta simulação não pretende representar este real, mas, de fato, sê-lo. Gevertz (2002) diz que "a lógica da simulação não pretende mais representar o real com uma imagem, mas, sim, sintetizá-lo, em toda sua complexidade." (Gevertz, 2002, p. 267). Simulando o real, o sujeito passa a viver ficcionalmente uma realidade de infinitas possibilidades. O sujeito, inserido no ciberespaço, pode construir e reconstruir um mundo, ainda que virtual, à sua maneira. Podemos perguntar se essa característica da realidade virtual, a possibilidade de simulação do real, aparece no campo da mídia virtual, e como pode, por conseguinte, influenciar o sujeito.

A nova mídia não tem espaço físico determinado, a não ser pelos milhares de computadores pessoais interconectados, assim as limitações são menores. O sujeito pode convidar vários outros para a conexão, para interação. Os limites de tempo, espaço e da realidade são superados no espaço virtual.

As propagandas veiculadas na mídia virtual, através da possibilidade de simulação do real, ganham um potencial de realidade e de proximidade de cada indivíduo que são verdadeiramente irresistíveis. O apelo da mídia virtual é ainda maior porque produz uma ficção de liberdade e exclusividade. Cada sujeito tem um acesso ilimitado e exclusivo ao campo da informação. A informação é só minha e posso falar o que desejar sobre ela. As ofertas de propagandas estão à disposição do desejo do sujeito; não são impostas como na mídia televisiva. O sujeito, com um simples clicar no *mouse*, pode abrir um horizonte de informações com total autonomia e exclusividade, e muitas vezes tem o direito de criticar o *site* que disponibilizou a informação. Assim, a mídia virtual interfere em nossas noções internas de tempo, espaço e liberdade, promovendo verdadeiras revoluções na lógica clássica dessas noções. O espaço é ilimitado, a limitação é da memória de seu computador. A liberdade alcançou níveis não pensados pelos revolucionários modernos. A noção de tempo apresenta-se sob dupla forma, como a busca pelo imediato, pelo urgente, sem o tempo da espera, e como negação do fluir do tempo através da recusa de uma conexão histórica com o outro, pois a rede do virtual captura e aprisiona o sujeito em sua solidão, mas essa solidão pode ser transmitida via satélite.

Freire Filho (2007), em seu texto "Sociedade do espetáculo à sociedade da interatividade", revela que a mídia na internet promete turvar ou dissolver a separação entre produtor e consumidor. O sujeito pode assistir ao anúncio de um produto e no mesmo site comprar o produto. Propaganda e consumo associados na mesma rede da internet, disponível para capturar os desejos e os sujeitos.

Podemos afirmar que a mídia da internet é ainda mais eficiente no processo de produção de subjetividades.

### **Considerações finais**

A mídia pela internet promove mudanças em noções fundamentais e constitutivas da subjetividade, e modifica a relação com o próprio corpo, com o tempo, com o espaço e com a idéia de autonomia. Para Megale e Teixeira (1998), na virtualidade surge um "novo ordenamento das relações entre os indivíduos, extremamente marcado por uma prevalência da imagem e por uma desnecessária participação dos indivíduos em efetivas relações" (Megale & Teixeira, 1998, p. 49). Para estes autores a mídia virtual pode produzir um tipo de subjetividade ilusoriamente marcada por uma individualidade e um sentimento de auto-suficiência. A cena virtual apresenta um campo de possibilidade infinita de comunicação que convida o sujeito a se retirar dos limites de seu corpo e navegar pelo ciberespaço em tempos e espaços ilimitados.

Segundo Megale e Teixeira (1998) a nova mídia, ou seja, a internet pode produzir sujeitos desencarnados, sem história que os conecte com os outros no cotidiano da vida.

[O]s sujeitos sem tempo, sem história, fabricados por um espaço virtual mais do que fabricando este espaço. Ficaríamos sem saber se cada um de nós é virtual, pois podemos criar antepassados, imaginar e criar pessoas de outro tempo e espaço, mortas anteriormente seja pela sua insuficiência biológica, seja pela palavra (Megale & Teixeira, 1998, p. 49).

Assim, podemos pensar que a mídia virtual cria uma espécie de subjetividade exteriorizada, prisioneira em sua solidão, mas sem tempo para a auto-reflexão, já que o importante é conectar-se no ciberespaço. Um Eu que se encontra preso na tela do computador.

### **Referências**

- Andrade, A. & Bosi, M. L. M. (2003, janeiro). Mídia e subjetividade: impacto no comportamento alimentar feminino. *Rev. Nutr.*, 16(1). Recuperado em 21 de outubro, 2009, de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1415-52732003000100012&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1415-52732003000100012&lng=en&nrm=iso) doi: 10.1590/S1415-52732003000100012
- Bauman, Z. (2001). *Modernidade líquida*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Belloni, M. L. (2005). *O que é Mídia-Educação?* Campinas, SP: Autores Associados.
- Bourdier, P. (1997). *Sobre a televisão: seguido de: a influência do jornalismo e os jogos olímpicos*. Rio de Janeiro: Zahar.
- Burke, P. (2002, abril). Problemas causados por Gutenberg: a explosão da informação nos primórdios da Europa moderna. *Estud. av.*, 16(44). Recuperado em 7 de outubro, 2009, de [http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0103-40142002000100010&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0103-40142002000100010&lng=en&nrm=iso) doi: 10.1590/S0103-40142002000100010
- Burke, P. (2003). *Uma história social do conhecimento: de Gutenberg a Diderot*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Contrera, M. S. (2002). *Mídia e Pânico: saturação da informação, violência e crise cultural na mídia*. São Paulo: Annablume/FAPESP.

- Drawin, C. R. (2003). O Futuro da Psicologia: compromisso ético no pluralismo. In A. M. B. Bock (Org.). *Psicologia e o compromisso social* (pp. 55-72). São Paulo: Cortez.
- Dumont, L. (1985). *O individualismo: uma perspectiva antropológica da ideologia moderna*. Rio de Janeiro: Rocco.
- Figueiredo, L. C. M. & Santi, P. L. R. (1997). *Psicologia: uma (nova) introdução*. São Paulo: Educ.
- Freire Filho, J. (2007). Sociedade do espetáculo à sociedade da interatividade. In C. F. Gutfreind & J. N. Silva (Org.). *Guy Debord: Antes e Depois Do Espetáculo* (pp. 61-88). Porto Alegre: EDIPUCRGS.
- Gevertz, S. (2002). Um olhar psicanalítico à sociedade contemporânea. *Revista Brasileira de Psicanálise*, 36(2), 263-276.
- Kumar, K. (1997). *Da sociedade pós-industrial pós-moderna*. Rio de Janeiro: Jorge Zahar.
- Megale, F. C. S. & Teixeira, J. (1998). Notas Sobre a Subjetividade em Nossos Tempos. *Psicologia: Ciência e Profissão*, 18(3), p. 48-53.
- Moreira, J. O. (2009). Mídia, espetáculo e sociedade de consumo. In CRP-04 (Org.), *Subjetividade(s) e sociedade: contribuições da Psicologia* (pp. 89-102). Belo Horizonte: Casa do Psicólogo.
- Njaine, K. & Minayo, M. C. S. (2004). A violência na mídia como tema da área da saúde pública: revisão da literatura. *Ciênc. saúde coletiva*, 9(1). Recuperado em 21 de outubro, 2009, de [http://www.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1413-81232004000100020&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1413-81232004000100020&lng=en&nrm=iso) doi: 10.1590/S1413-81232004000100020
- Pereira, F. H. & Moraes, F. M. (2003). *Mas afinal, internet é mídia?* Trabalho apresentado no Núcleo de Jornalismo, XXVI Congresso Anual em Ciência da Comunicação, Belo Horizonte, MG, 02 a 06 de setembro de 2003. Recuperado em 20 de outubro, 2009, de <http://www.portal-rp.com.br/bibliotecavirtual/comunicacaovirtual/0221.pdf>
- Segre, M. & Ferraz, F. C. (1997). O conceito de saúde. *Revista Saúde Pública*, 31(5). Recuperado em 5 de outubro, 2009, de [http://www.scielo.org/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S0034-89101997000600016&lng=en&nrm=iso](http://www.scielo.org/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S0034-89101997000600016&lng=en&nrm=iso) doi: 10.1590/S0034-89101997000600016
- Silveira, M. D. P. (2004). Efeitos da globalização e da sociedade em rede via Internet na formação de identidades contemporâneas. *Psicologia: ciência e profissão*, 24(4), p. 42-51. Recuperado em 2 de outubro, 2009, de [http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci\\_arttext&pid=S1414-98932004000400006&lng=pt&nrm=iso](http://pepsic.bvs-psi.org.br/scielo.php?script=sci_arttext&pid=S1414-98932004000400006&lng=pt&nrm=iso) ISSN 1414-9893.
- Vaz, P. (2006, julho). Consumo e risco: mídia e experiência do corpo na atualidade. *Comunicação, Mídia e Consumo*, 3(6), p. 37-61.