

Qué nos dicen los medios

Hablan de la realidad y la interpretan, ¿según su saber y entender o al servicio de sus intereses?

Al comenzar a leer este artículo, seguramente pondrá el foco en los medios nacionales que, sin duda, hacen eso. Sin embargo, si presta atención, podrá comprobar que los medios locales y regionales también utilizan esa metodología para informar. No se trata de emitir un juicio sino de entender qué nos están diciendo y hacia dónde nos quieren llevar.

Por Omar Lillardo +

Quienes leen habitualmente esta humilde columna de opinión saben, porque es común que apoye mis expresiones sobre conceptos u opiniones de otras personas.

Para entender la importancia del análisis del discurso periodístico, es plausible comenzar con una difundida cita de Michel Foucault:

... el discurso no es simplemente aquello que traduce las luchas o los sistemas de dominación, sino aquello por lo que y por medio de lo cual se lucha, aquel poder del que quiere uno adueñarse (Foucault, 1992:12).

Ahora bien, ¿por qué es tan importante el discurso? Tal vez porque con él -y en él- se tiene el poder de describir la realidad, de decidir la verdad más conveniente, y de persuadir y hacer creer esa verdad, aunque ella no signifique lo mismo para todos. Pero, ¿cómo se llega a convencer a los otros sobre esa versión de la realidad que se enuncia, si la realidad está allí, comprobable y a disposición de cualquiera?

La dialéctica en los medios

La relación entre "realidad objetiva" y medios de comunicación es dialéctica. Los medios no se paran frente a la realidad para retransmitirla objetivamente. Ni tampoco simplemente la reconstruyen. Decir, pues, que los medios de comunicación construyen la realidad no es decirlo todo: conviene recordar que, al hacerlo, se nutren de enunciados previamente construidos, de modo tal que los medios - la cultura mediática - son también construidos por las realidades vigentes y la tradición o tradiciones heredadas ...

Los enunciados que los medios tejen no hablan directamente de la realidad - como quiera que ésta sea - sino de los enunciados previos que forman ese conjunto de representaciones que solemos llamar "realidad". No existe conocimiento inmediato: todo conocimiento, siempre y en todo lugar, es mediato y mediado (Chillón, 1999:54/55).

Por lo tanto, todo hecho noticioso se inscribe en el marco de la tradición cultural del periodista, que lo selecciona y lo encasilla en una tipología que pretende, ilusoriamente, dominar la complejidad de los sucesos y su aleatoriedad .

Adrián Eduardo Duplatt (*)

A partir de estos conceptos y en este contexto podemos analizar la información de los medios, en este caso de la región sureste de Santa Fe y noreste de Buenos Aires.

Sobre la realidad que cada día nos presenta distintos matices, es bueno observar que cantidad de espacio - gráfica y medios virtuales -, que cantidad de tiempo en el aire - segundos y minutos de radio o televisión -, dedican a una y otra información.

Veremos entonces que, cuando algún aspecto de la realidad puede ocasionar algún malestar a quienes son o pueden ser su sostén económico, en algunos casos sectoriales o ideológicos, se reducen notablemente estos espacios dedicados “brindar información”. Incluso llama la atención la ausencia de algún que otro medio en algún evento o conferencia.

También es importante prestar atención a quién dice qué, por qué y para qué lo dice, dicho esto sin la menor intención de discriminar a quien quiera expresarse, sino simplemente para estar ubicados de dónde viene, cuál es la intención y cuándo continúa.

Preguntas básicas de comunicación y periodismo ¿vivo? Pero tan importantes para ubicarnos y poder, entonces, contrarrestando esa opinión con otra, disímil o no en alguno o varios puntos, de manera tal que podamos formar nuestra propia opinión. Esta es la manera práctica en que se forma la opinión pública.

Entonces cabe preguntarse: ¿si conocen los mecanismos? ¿si saben de la inutilidad de “dibujar” algún o algunos datos? ¿si tienen claro, desde la concepción, que el efecto buscado no se va a poder alcanzar… entre otras tantas dudas, ¿por qué lo hacen?

Las respuestas son varias:

Para ganar tiempo

Para que el tema se complejice y no se pueda ver con claridad qué pasó

Para que se diluya el tema como ocurre habitualmente

Para que quienes recibimos esa información no podamos elaborar nuestra propia idea

Para reforzar aquella vieja costumbre argentina de “olvidarnos” de lo que pasó

Y, por supuesto, hay más…

¿Qué podemos hacer?

En principio mantener lo más fresca y rozagante nuestra memoria - algo bastante difícil según pasan los años -.

Prestar mucha atención y no tomar, como creo ocurre hasta ahora, los noticieros o espacios de opinión como entretenimiento. Porque, seamos sinceros, ¿qué sentido tiene ver una y mil veces un hecho doloroso o, incluso, releerlo? O estamos enfermos o estamos en un sueño profundo del cual nos resulta muy difícil despertar.

Vale aclarar que esto no significa denostar ni estar en contra de esos espacios. Personalmente creo que con estar atentos al momento de los títulos o repasar los títulos en un diario, revista, blog, mail o página web es más que suficiente para estar al tanto de lo que está pasando.

Les propongo un ejercicio: prueben, un día o dos, poner en práctica el párrafo anterior y luego, si les parece bien, me envían su opinión.

Gracias por leerme

+ Comunicador Social y Escritor – Director Asociado de Grupo Co.S.M.O. y Co Editor del Portal Empresarial Estrategia & Negocios www.estrategiaynegocios.com.ar

(*) Licenciado en Comunicación Social (Univ.Nac. de la Patagonia). Magister en Periodismo y Sociedades Complejas (Univ. Aut. de Barcelona).

Prof. Ordinario Asociado de las asignatura Actualidad Informativa I y Adjunto Interino de Comunicación Escrita III en la Univ.Nac. de la Patagonia. Autor de diversos trabajos académicos, periodísticos y literarios. Investigador Universitario. Colaborador periodístico en sindicatos y radios comunitarias.