



Comunicación y Sociedad

ISSN: 0188-252X

comysoc@yahoo.com.mx

Universidad de Guadalajara

México

Juárez Meléndez, Ernesto Pablo
La faena de lo incierto. Medios de comunicación e incertidumbre
Comunicación y Sociedad, núm. 21, enero-junio, 2014, pp. 295-303
Universidad de Guadalajara
Zapopan, México

Disponible en: <http://www.redalyc.org/articulo.oa?id=34631113012>

- Cómo citar el artículo
- Número completo
- Más información del artículo
- Página de la revista en redalyc.org

redalyc.org

Sistema de Información Científica

Red de Revistas Científicas de América Latina, el Caribe, España y Portugal

Proyecto académico sin fines de lucro, desarrollado bajo la iniciativa de acceso abierto

La faena de lo incierto. Medios de comunicación e incertidumbre

ERNESTO PABLO JUÁREZ MELÉNDEZ¹

En la tradición de los efectos de los medios de comunicación en la opinión pública, se presenta este libro que se suma a las miradas que señalan la ausencia de certezas como condición característica de la postmodernidad.

Delia Cровi Druetta, reconocida investigadora en temas como son el uso y apropiación de las llamadas Tecnologías de la Información y la Comunicación (TIC's) por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) y su coautor Carlos Lozano Ascencio, de la Universidad Complutense de Madrid, nos proponen abordar la “construcción social de la incertidumbre”, en un estudio comparativo entre México y España. Así es como en el contenido de sus cinco capítulos con un epílogo, se establecen diferencias y similitudes en la aproximación al fenómeno desde una perspectiva comparada.

Cровi, D. & Lozano, C. (2010). *La faena de lo incierto. Medios de comunicación e incertidumbre*. México: UNAM, 162 pp.



¹ Universidad Autónoma de Ciudad Juárez, México.
Correo electrónico: pjuarezmelendez@gmail.com

La apuesta es desentrañar el caos que implica la sobreoferta informativa. En la búsqueda de certidumbres –que ya no son posibles obtener de los medios tradicionales–, se añade la caótica sobreinformación de la propia red, que nos lleva, en términos de James Lull (1997), a una abundancia simbólica de los medios en su conjunto.

Crovi, a cargo de la presentación, advierte que en el libro se exponen los resultados de una investigación iniciada en 2006: “Medios de comunicación e incertidumbre”, que incluye el periodo electoral de ese año en México.

Establece tres puntos de partida: los medios de comunicación aceleran e incrementan el clima social de percepción de la incertidumbre, debido a que facilitan la acumulación de información con mensajes cuyo contenido es reiterativo, descontextualizado y no propone respuestas o explicaciones sobre las situaciones de riesgo que presentan. En segundo lugar, los medios en su conjunto contribuyen a crear una cultura de la incertidumbre y el riesgo. Tercero, que los ciudadanos, como receptores de situaciones que generan incertidumbre, están más acostumbrados a saber identificar fenómenos capaces de generar riesgo e incluso de producir miedo, que a saber comprenderlos (pp. 10-11).

En el primer capítulo; “La sociedad vulnerada por los medios. Comunicación e incertidumbre” Crovi y Lozano discurren sobre el papel de la comunicación mediática que establecen, en sus prácticas, un estado de cosas que generan en “el receptor” la incertidumbre, el riesgo y por último el miedo. Aquí el riesgo es definido como: “información, conocimiento y previsión de que ocurra o se produzca algún daño o perjuicio; es la anticipación de una afectación que muy probablemente alterará la trayectoria de una situación dada” (pp. 38-39).

Frases como: “A más información, más incertidumbre y ante un mayor conocimiento sobre la incertidumbre, aparece la noción de riesgo” (p. 32) merecen la atención cuidadosa del lector que ha quedado advertido de un efecto inmovilizador provocado por los medios que “utilizan determinadas claves narrativas (tono de voz alarmista, reiteración de imágenes impactantes, encabezados llamativos y reiterativos referentes al riesgo, etc.) que terminan generando y construyendo situaciones de incertidumbre, las que, al ser percibida por los receptores, favorecen la creación de ambientes sociales de perplejidad” (p. 34). Una perple-

alidad que paraliza la acción social de los individuos “que *tele-experimentan* la perplejidad de manera simultánea con los comentarios puntuales de los principales protagonistas” (p. 36). Esto recuerda a Walter Lippmann, en *Public Opinion* (1922), con su teoría del *pseudoentorno*, creado por nuestras percepciones y de las que partimos para actuar –o no– en el mundo.

El texto nos inserta en la sociedad de la información a la que se hace alusión a través de los emisores emergentes y que se expresan de manera “libre y flexible” en la red que da lugar, según los autores, a una comunicación alternativa. Aquí Crovi y Lozano nos aclaran en un pie de página (p. 16), que esta noción es una contribución latinoamericana.

En el libro hay un cuestionamiento certero a ese hijo de la modernidad que es el periodismo. Recordemos que del ideal científicoista deriva, también, la falacia de la objetividad informativa; entendida como el “fidel reflejo” de la experiencia a través de la información; se cuestiona entonces que la actividad configuradora del discurso informativo, se convierta en un dispositivo de ocultación:

Existen mecanismos deliberados para generar incertidumbre y hacer de ella un resultado de la manipulación discursiva. Un mecanismo más o menos frecuente se establece cuando el desconocimiento se utiliza deliberadamente con la intención de confundir u ocultar otra clase de problemas (p. 30).

Hace más de un siglo, Nietzsche (1878), recordaba en *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral*, que ya no hay acontecimientos, sino interpretaciones. Vattimo (1994), por su parte, también acusa al escenario que construye la defundamentación de la modernidad y que se caracteriza por la liberación del conflicto de las interpretaciones y de la supuesta objetividad de algunos discursos –que el público cree o quiere creer que son veraces–. Ése es el telón de fondo de esta investigación, donde la supuesta objetividad periodística –preconizada por los medios– queda atrapada en ese suspenso acuciante de las interpretaciones construidas a medias, con y desde, los medios.

Así se subraya en la generación de incertidumbre y miedo, acompañado del cálculo que se hace en previsión de acontecimientos, definidos aquí como riesgos.

Hay una pregunta que provoca la propia lectura: ¿qué pasa con las certidumbres que la audiencia busca y que sería el principal motivo para sintonizar un noticiero? Suponemos que nadie pensaría en reforzar las propias incertidumbres sintonizando un medio.² De hecho considero –matizando la propuesta de los autores– que la principal apuesta del medio es la certidumbre, es decir, la credibilidad como eje articulador de la lealtad de los públicos, sin la que un noticiero no sería sintonizado o un periódico no sería leído. También la generalización que se hace sobre la prensa como sensacionalista –referida por Covi como amarillista– provoca alguna reserva, aún cuando aceptemos que hay una tendencia generalizada a la espectacularización de la noticia.

La tesis central está contenida en el capítulo dos: “El papel de los medios en la construcción social de la realidad” a partir del trabajo de Peter Berger y Thomas Luckmann *La construcción social de la realidad* que publicaron en 1966 y que desarrollaron como una sociología del conocimiento que tuvo sus orígenes en Max Scheler y en el propio profesor de Luckmann: Alfred Schütz. Con este último, Covi y Lozano enfatizan su vinculación en la noción del sentido común (p. 51).

Es en este mismo capítulo donde se develan las derivas que dibujan la coyuntura de la propia crisis de la modernidad. Hay aquí, por parte de los autores, un acierto por cuanto se insiste en esta capacidad de construir la incertidumbre desde y por los medios de comunicación; vistos como instituciones capaces de mantener una constante interacción entre el sentido construido subjetivamente y los proyectos individuales de acción. Esto sin duda, parece valioso en la reflexión de Covi y Lozano:

Cuando analizamos la construcción de la realidad y cuando identificamos a la incertidumbre como una característica de nuestro tiempo, señalamos la fuerte incidencia de los medios en ambos procesos; no solo en una dimensión racional sino, sobre todo, afectiva (p. 50).

² Eric Maigret (2005), señala que en contextos democráticos hay rutinas que obedecen a la necesidad de conservar una audiencia con las características que el medio selecciona y a la que se debe complacer en los contenidos (que sean creíbles) en sus formatos (narrativamente atractivos) al buscar verse favorecido por la sintonía.

Así es como, la incertidumbre, el riesgo y el miedo se vuelven formas objetivadas por la programación televisiva que acude a esas reservas del sentido construido “lo que permite afirmar que los medios tienen capacidad para acercar o alejar los campos de significación, impactando en la construcción social de la realidad” (p. 54).

En esta misma línea donde se ubican la transmisión y la recepción de sentido, se indican tres ámbitos privilegiados de observación: la comunicación de masas principalmente desde la televisión, la comunicación cotidiana dentro de las comunidades que en este caso fueron académicos y periodistas estimados como expertos (capítulo tres a cargo de Crovi) y académicos y estudiantes de comunicación (capítulo cinco a cargo de Lozano), donde se consideraron las instituciones intermedias que se encuentran entre las grandes instituciones, las comunidades y los individuos como podría serlo el sistema educativo, tanto de España como de México.

En el mismo capítulo dos, se ofrece una reflexión al asunto de la migración de sintonía conocida como barrido o zapping:

Cuando un receptor prende su televisor ... Reconoce en breves instantes una serie, un noticiero, una columna, un comentario, una telenovela o una película, aun cuando no sepa definirlos como lo hacen los expertos en géneros. Esto ha llevado incluso a actividades como el zapping o al hojear selectivo de publicaciones impresas (p. 58).

Llama la atención el uso reiterativo del término “receptor” por los autores, lo que lleva a rastrear gran parte del análisis que se hace, en la tradición de la *media research* desde el enfoque funcionalista y que alude a un receptor pasivo frente al televisor. Aquí la capacidad de agencia queda desdibujada; si se acepta el “zapping”, necesariamente se está ante la carencia de motivaciones para “quedarse” en algún lado de la amplia oferta mediática. En este asunto, se está ante una explicación desde la perspectiva que ofrece la Teoría de los Usos y las Gratificaciones inserta dentro de la misma tradición, pero que en el libro no se menciona.

Desde el estudio de la opinión pública se incorpora, en estas páginas, la Teoría de la Espiral del Silencio de Noelle-Newmman, para entender la coerción –directa o mediada– ejercida contra los votantes

y que provoca “incertidumbre ligada al silencio o al sometimiento, por miedo a un castigo” (p. 67). Los autores traen a colación la forma en que esto opera en regímenes dictatoriales.

En el capítulo tres con el título “Los expertos opinan”, Crovi ofrece una investigación que se realizó con un panel de 15 expertos (8 de México y 7 de España), descritos como “vinculados al campo de conocimiento de la comunicación o al ejercicio periodístico” (p. 75), que expresaron sus opiniones en siete rubros citados en esa misma página, los cuales tienen que ver con la incertidumbre y su relación con los contenidos informativos (temas) de la televisión, la radio, la prensa e Internet. Es altamente ilustrativa la comparación de temas relevantes que se hace entre los entrevistados españoles y los mexicanos.

No podía faltar aquí el señalamiento que diversos autores hacen desde la corriente de la Economía Política Crítica de la Comunicación, al aceptarse una dependencia mediática en las necesidades de información.³ La actividad sustantiva del periodismo —que es informar— pasa por una conversión: de ser un contrapoder —como se ideó en el modernismo— para reconfigurarse, en la misma visión de Lyotard del postmodernismo, como un poder fáctico que compite con el Estado. Este poder dilatado tiene como contraparte al Estado debilitado en su legitimación democrática, acotado cada vez más en sus facultades para regular las condiciones en las que operan los medios, especialmente la radio, la televisión y los nuevos soportes llamados plataformas comunicativas de las redes sociales de Internet.

En el libro se señala esa dinámica concentradora de los medios en manos de empresarios particulares que supedita a la rentabilidad a cualquier proyecto político, social o cultural.⁴ Una mirada que Crovi incluye en el texto a su cargo (p. 86), al plantearlo como interviniente en la construcción de la incertidumbre.

³ Esta es una noción recurrente en el libro y recuerda trabajos —sobre todo en los momentos de catástrofes— como el de Ball-Rokeach y DeFleur (1976).

⁴ Javier Esteinou Madrid (2009), desarrolló la tesis del Estado ampliado y esa reconfiguración del concepto del Estado tradicional, por otro en donde el poder político también se ejerce por el duopolio televisivo en México.

En la propuesta nos invitan a “revisitar” los hallazgos de la investigación empírica contenida en los capítulos tres, cuatro y cinco. Particularmente habrá que considerar, en esta información que ofrecen, a las audiencias (consideradas con capacidad de agencia) en una recepción mediada por la cultura, en un panorama de producción y consumo de la información de fuentes diversas que actúan en conjunto: televisión, radio, periódicos, Internet, analistas opinadores y los otros (individuos o grupos) que ponen su credibilidad en juego para obtener a cambio sintonía, autoridad, etc., con el propósito de persuadir.

Sin duda, los resultados que reportan en el libro son valiosos. Sin embargo, aún cuando presentan diversos instrumentos de corte cuantitativo y cualitativo, hay una narrativa que favorece a la interpretación de los datos cuantitativos. Lo que podría deberse a la perspectiva de la teoría de la agenda-setting de McCombs y Shaw, que menciona en el capítulo 2 (p. 67), y que orienta el contenido del capítulo cuatro, “Buscando las claves de la incertidumbre”, en donde Delia Crovi hace ver que no hay neutralidad en la tematización que hacen los medios; la focalización sobre ciertos acontecimientos (en este caso de las elecciones de 2006) que revela en el análisis de contenido que allí se reporta. En efecto, el examen de la agenda mediática se lleva al cabo:

Con el afán de identificar algunas de las claves que utilizan los medios masivos de comunicación para alimentar en sus audiencias *esa sensación* de incertidumbre que preocupa en la actualidad, tanto como su capacidad de imponer certezas, sean estas verdaderas o no (p. 99, cursivas propias).⁵

Sin embargo, encuentro que a partir de un dato como es la frecuencia de temas que se enlistan (palabras o términos incluidos en los mensajes), conlleva la dificultad de obtener los sentidos construidos por la audiencia como son en este caso la incertidumbre, el riesgo o el miedo.

⁵ Cabe señalar a este respecto que *el análisis de contenido* ha dado lugar a fuertes debates cuando se quiere usar para inferir intencionalidades del productor, como lo hicieron en su momento para los valores noticiosos los pioneros Galtung y Ruge. Léase al respecto de esta crítica metodológica el artículo publicado por los australianos Folker y Obijiofor (2008).

Aunque en el trabajo en cuestión se utiliza para proporcionar “las claves de la incertidumbre”. Aún así concluye: “Tal vez en lo no dicho y en lo no hecho por el grueso de la población mexicana después del 2 de julio es donde mejor se reflejan los efectos en los medios en su construcción social de la incertidumbre” (p. 119).

Es un acierto por parte de Lozano, en el capítulo cinco a su cargo: “La incertidumbre social. Implicación, reflexividad y tratamiento mediático”, el utilizar el enfoque cualitativo en la investigación que él realiza en España, como son las entrevistas a profundidad y grupos de discusión (p. 123, descripción al pie de página). Sin embargo, los espacios dedicados a reportar esos hallazgos (pp. 139-140), provocan la intención de querer abundar más en lo dicho por sus entrevistados.⁶

La propuesta que deja *La faena de lo incierto*, es sin duda incitante. Ofrece un punto de partida en la construcción de un objeto de estudio que, gracias a los autores, ya no es tan “inasible” con “esa condición de volatilidad que la caracteriza” (p. 11), como modestamente se establece en la presentación.

El esfuerzo de Covi y Lozano, traza apasionantes puntos de partida para abundar, por ejemplo, desde los estudios de recepción, el rol preponderante de los medios para construir la incertidumbre en audiencias que viven los desafíos tecnológicos en la multiplicidad de pantallas a su disposición.

Bibliografía

- Ball-Rokeach, S. & DeFleur, M. (1976, enero). A dependency model of mass-media effects. *Communication Research*, 3 (1), 3-21.
- Berger, P. & Luckmann, T. (1966). *The social construction of reality: a treatise in the sociology of knowledge*. Nueva York, EE.UU.: Doubleday.

⁶ Ya que solo se ofrecen al lector menos de dos páginas comparadas con la presentación de datos cuantitativos de los temas que consideraron relevantes sus encuestados, aunados a sus propias reflexiones hechas a partir, de lo que suponemos, fueron los discursos producto de esos instrumentos cualitativos, a los que se tiene poco acceso en el texto.

- Esteinou Madrid, J. (Coord.). (2009). *La ley televisiva y la lucha por el poder en México*. México: UAM-Xochimilco.
- Folker, H. & Obijiofor, L. (2008). Toward a more holistic análisis of internacional news flows. *Journal of Global Mass Communication*, 1 (1/2), 9-21.
- Maigret, E. (2005). *Sociología de la comunicación y de los medios*. México: Fondo de Cultura Económica.
- Lippmann, W. (1922). *Public Opinion*. Recuperado 16 de febrero de 2008 de <http://xroads.virginia.edu/~Hyper/Lippman/cover.html>
- Lull, J. (1997). *Medios, comunicación y cultura. Aproximación global*. Buenos Aires, Argentina: Amorrortu.
- Nietzsche, F. (1878). *Sobre verdad y mentira en sentido extramoral*. Recuperado el 20 de noviembre de 2012 de <http://www.philosophia.cl/biblioteca/nietzsche/Nietzsche%20Verdad%20y%20Mentira.pdf>
- Vattimo, G. (1994). *Ética de la interpretación*. Buenos Aires, Argentina: Paidós.