



LA FUNCIÓN SOCIALIZADORA DE LOS MEDIOS DE DIFUSIÓN DE MASAS

**El papel de los medios en la socioconstrucción de las
formas de la subjetividad en niños y adolescentes**

Dr. Mario A. Solano S.

Interrogantes como ¿Qué implicaciones tiene la actuación de los medios y el quehacer periodístico en la construcción de la subjetividad de esta población? ¿Cómo ocurre? ¿Por qué se da en determinada dirección y no en otra? y ¿Cuál es el grado de responsabilidad de estos profesionales en ese proceso? son algunos cuestionamientos que exigen una respuesta argumentada y documentada.

En ese sentido el presente trabajo enfoca a los Medios de Difusión de Masas (MDM) como una de las principales agencias de socialización de niños, niñas y adolescentes, con la pretensión de que, -al elucidar su inconmensurable influencia en la vida de las sociedades actuales, en tanto actores protagónicos en los procesos mediáticos-, se visibilice la gran responsabilidad social que tienen por su papel en la construcción de las representaciones sociales que nutren de manera importante los procesos de reproducción cultural.

1. Consideraciones acerca de la responsabilidad de las y los comunicadores

Los y las periodistas, como trabajadores especializados en el campo de la información, asumen una responsabilidad social que remite a la enorme incidencia de los medios de difusión de masas en la vida de las sociedades actuales.

Tratando de evitar los extremos simplificadores y falsos, por su unilateralidad, entre un **determinismo absoluto** que exime a los actores sociales de toda responsabilidad por las prácticas que realizan, dado el papel determinante de las estructuras y procesos sociales; y un **absolutismo libertario**, que desconoce el peso determinativo de los amplios procesos sociales sobre las prácticas individuales; es posible plantear que, con las limitaciones del caso, cada periodista tiene responsabilidad en el tratamiento que brinde a las informaciones que elabora o difunde. De allí que sea evidente que el ejercicio de una práctica periodística responsable requiere, como una de sus condiciones necesarias, de un apropiado conocimiento de los múltiples aspectos y diversas áreas sobre los cuales los medios de difusión de masas impactan en distintas dimensiones de la vida social.

Ahora bien, considerando que no siempre es posible ahondar lo suficiente en temáticas tales como la economía política de los medios, la sociología de los medios, los procesos de influencia de los medios, etc., y que ámbitos tan complejos como los enumerados no permiten un abordaje exhaustivo en un trabajo necesariamente sintético, concluimos que, en aras de la brevedad se requiere no solo seleccionar un eje específico, dentro de las múltiples posibles insertos en la relación Medios-Sociedad, sino que también es preciso escoger una determinada perspectiva, dentro de varias posibles.

El presente trabajo, dirigido principalmente a los periodistas, se circunscribe a indagar algunas aristas del papel socializador de los medios, proceso en el cual es posible identificar tanto manifestaciones de violencia simbólica (Bourdieu, 1991) , como la presencia predominante de una programación con un elevado contenido violento que forma parte del escenario en el cual se socioconstruyen las formas específicas de subjetividad humana, al cual nos referimos con el término de socialización.

Es necesario aclarar que la óptica utilizada no implica responsabilizar a los y las periodistas por la programación de los medios. No obstante, no solamente consideramos necesario el abordaje del tema del papel socializador de niños, niñas y adolescentes por parte de los medios, sino también el hecho de que, en las así llamadas sociedades postmodernas actuales, se difuminan los límites entre lo informativo y el entretenimiento, puesto que los llamados noticiarios cada vez más tienden a devenir, si se nos permite el neologismo, en una especie de “infotainment”, en la medida en que buena parte de su contenido es de entretenimiento (piénsese por ejemplo en los amplios espacios dedicados a los “espectáculos” en los telenoticieros actuales).

2. Un primer atisbo a la relación entre medios, socialización y violencia en lo referente a la niñez y la adolescencia

La multiforme y ubicua participación de los medios de difusión de masas (MDM)¹ en los procesos de producción, circulación y consumo de significaciones, es una realidad cotidiana en las sociedades actuales. En ese marco, las significaciones producidas o difundidas a través de esos medios, constituye una fuente de gran importancia en la construcción de las ideologías, los imaginarios, las expresiones culturales y las representaciones colectivas e individuales y configuran buena parte de la “materia prima” con base en la cual las clases, sectores y grupos sociales construyen sus representaciones sociales.²

Así, el conjunto de los medios dominantes constituyen espacios sociales en los cuales se ejerce de manera sistemática un tipo de “violencia simbólica”, mediante la cual se descalifican las culturas subalternas para procurar la hegemonía de la cultura dominante. Se utiliza un doble patrón valorativo en el cual se discrimina por clase social a personas que incurren en determinadas acciones similares o idénticas, de manera que, por ejemplo, joven pobre que comete una transgresión, es denominado con epítetos

¹ La unidireccionalidad predominante en la difusión de los mensajes y la asimetría en la relación emisor-receptor propia de los medios masivos, nos impide utilizar el término de medios de “comunicación”.

² Diversas escuelas en Ciencias Sociales, tales como la etnometodología destacan el papel de los individuos y grupos en la construcción de las representaciones sociales. No obstante, esas escuelas suelen ignorar o minimizar la aportación del “material” simbólico que hacen los MDM.

desvalorizantes como “maleantes”, “chapulines”, etc.; en tanto que si es un adolescente de una familia adinerada difícilmente se le aplican tales calificativos.

Por tal razón, la responsabilidad social de esos medios -por los contenidos que difunden- resulta una realidad social, cultural, política y éticamente ineludible. Su papel en tanto agencias socializadoras³ es de primordial importancia, en tanto espacios en los cuales las personas utilizan buena parte del ideológicamente llamado como “tiempo libre”⁴, y en tanto constructores de marcos categoriales mediante los cuales se significan las experiencias y las prácticas. Esto permite evidenciar su intervención en los procesos de formación de la llamada “opinión pública”⁵, y su determinante responsabilidad. Los escasos elementos hasta aquí enumerados posibilitan vislumbrar cómo los procesos de influencia de los MDM abarcan un amplísimo espectro de la realidad humana y social.

En efecto, los medios ofrecen modelos de identificación que intervienen de manera decisiva en la construcción de la identidad personal, proveen espacios de entretenimiento que utilizan todas las personas en largos periodos de su vida cotidiana, inciden en el desarrollo de actitudes, valores y hábitos. En pocas palabras, los medios son productores y difusores de la ideología y de las pautas culturales dominantes, cumpliendo funciones determinantes en los procesos de reproducción social. En ese marco y considerando la enorme asimetría en que los niños, las niñas y adolescentes se encuentran en relación con los medios, se constituyen en grupos etéreos particularmente vulnerables a su influencia.

Conviene señalar, no obstante, que la amplia investigación en el área de los procesos de influencia, no presenta conclusiones unívocas ni simplistas, a pesar de lo cual se han detectado algunos hechos como los siguientes:

a) La utilización de tales medios provoca efectos difusos a largo plazo.

³ Entendemos por “socialización al proceso complejo, en el cual intervienen diversos actores sociales, mediante el cual se lleva a cabo la “transformación de la naturaleza interior” (Lorenzer, 1976)

⁴ Aludimos al “tiempo libre” como una construcción ideológica en tanto el mismo tiende a ser asimilado a tiempo de no trabajo y en la medida en que el mismo es utilizado para la producción de “plusvalía ideológica” (Silva, 1982) y en el cual se realizan gran cantidad de actividades indispensables para la reproducción de la fuerza de trabajo.

⁵ La mayoría de las veces la así llamada “opinión pública” resulta ser en realidad la opinión publicada por los medios dominantes.

- b) La detección y medición de tales efectos es sumamente difícil, aunque existe un amplio consenso social de que los mismos tienen lugar.
- c) La recepción de mensajes (como los difundidos mediante tecnologías como la TV) es un proceso complejo, en el cual intervienen muchas otras variables aparte de los mensajes -tales como las estructuras subjetivas del sujeto y su entorno social inmediato y mediato-, de tal manera que la captación de los efectos de los mensajes depende del modelo teórico y de la metodología que se utilice.

Por otra parte, las referencias a niños, niñas y jóvenes en las noticias, conforman una parte muy importante de la influencia de los MDM, en los procesos propios de la esfera de las significaciones. Lamentablemente, no siempre es posible percatarse de las sustanciales implicaciones que puede tener la forma en que se elaboran las informaciones que involucran a niños, niñas y adolescentes. De manera inevitable, en el discurso periodístico se reproducen los estereotipos y sesgos clasistas, sexistas y de otro tipo, que abundan en sociedades asimétricas como las que predominan actualmente.

Solo para mencionar uno de los aspectos que suelen ser ignorados en las noticias referentes a personas menores de edad, está el hecho constatable de que el discurso periodístico usualmente reproduce la visión dominante contenida en términos como “niñez” y “adolescencia”, las cuales son aprehendidas como categorías unívocas que engloban en una misma palabra realidades humanas muy distintas. En ese sentido, resulta muy apropiado y válido el señalamiento de la Fundación PROCAL que afirma que “Por el contrario, toda lectura homogeneizante es discriminatoria en cuanto intenta atribuir rasgos comunes a un sector o grupos social en general, omitiendo las oportunidades diferenciales a que cada quien ha tenido acceso, y por lo tanto, a sus distintas formas de interactuar, percibir, vivir e internalizar la realidad” (Fundación PROCAL. 2004).

El presente trabajo aspira a acercarse a profesionales del periodismo en el rol que les compete como agentes de esas influyentes empresas que son los medios de difusión de masas. Para ello, se intenta explorar algunos de los ligámenes que vinculan la acción de los medios con los procesos de socioconstrucción de los diversas formas de subjetividad

humana que se construyen en sociedades signadas por la desigualdad y la injusticia, poniendo énfasis en la violencia simbólica presente en ellos.

Cabe destacar que los planteamientos que se hacen están referidos a los medios dominantes, pues no es válido incluir de manera impropia a medios y experiencias periodísticas alternativas a ellos, que se esfuerzan por jugar un papel diferente al que protagonizan los grandes medios, como empresas que operan fundamentalmente por los dictados de la lógica de la rentabilidad de los capitales, al servicio únicamente de unos pocos plutócratas.

3. Un bosquejo de las complejas interrelaciones entre medios, violencia y niñez y adolescencia

A continuación ofrecemos un esbozo de la línea argumentativa que se sigue en este trabajo, mediante la cual vinculamos la acción de los medios con la socialización de niños, niñas y adolescentes. Conviene aclarar desde el inicio que entendemos por “niñez” y adolescencia” no solo a las etapas o estadios del proceso de crecimiento y desarrollo de la persona, sino como categorías socioculturales que, en tanto tales, portan las asimetrías y diferencias que caracterizan a sociedades clasistas, adultocéntricas y discriminatorias, como son la mayoría de las sociedades actuales.

En primer lugar, es necesario señalar que los medios de difusión de masas constituyen frecuentemente, en las sociedades capitalistas, empresas privadas lucrativas que rigen su gestión fundamentalmente por la lógica de valorización de los capitales, cumpliendo además funciones ideológicas de sustantiva incidencia en la vida de todas las personas, así como en la dinámica sociopolítica de las clases, sectores y grupos sociales.

En ese marco, destacados comunicólogos como Armand Mattelart (1983) han señalado no solamente la gran importancia que tiene el negocio de “entertainment” mediático, sino también han mostrado los poderosos capitales invertidos por las grandes multinacionales tales como General Electric, General Motors y otras, en ese sector de los negocios. Asimismo, ha mostrado cómo enormes corporaciones de negocios están

vinculadas directamente con determinados programas televisivos, por ejemplo Firestone y Sears Roebuck, entre otras.

Adicionalmente, es suficientemente conocido, por ejemplo, que el negocio de la información (que en muchos casos es más una “desinformación” como lo han documentado prolijamente destacados intelectuales como Noam Chomsky, Ignacio Ramonet, José Saramago y Eduardo Galeano), en lo concerniente a las noticias, está en manos de unas pocas multinacionales del periodismo, principalmente estadounidenses (Agencias como Associated Press, Reuters, etc.).

La contundente realidad de que la información, al igual que el “saber”, conforma cada vez más una **simple mercancía**, que, como la destaca claramente Lyotard (1984), es producida, circula y se consume para incrementar el valor de cambio, configura un primer elemento que posibilita vislumbrar el papel estratégico que juegan esos medios en los procesos de reproducción social.⁶

Por otra parte, conviene indicar que Steinberg y Kincheloe (Comps. 2000) proponen los conceptos de “cultura infantil” y de “pedagogía cultural, para referirse a las acciones socializadoras de los MDM y del ciberespacio. Estos autores remiten la dinámica de esas acciones socializadoras a la lógica de valorización de capitales, que hace que las megaempresas del entertainment y la información compitan entre sí por captar el mercado de las audiencias infantiles y juveniles. En su competencia guiada por el lucro, diseñan su programación en el marco de una escalada en la cual tienen que ser progresivamente agresivos en la introducción de aspectos novedosos y crecientemente excitantes. No es casual la amplia proliferación de sexo y violencia en la programación de los MDM y de numerosos sitios de la red Internet.

Lo anterior perfila un escenario en el cual los programas de la “industria cultural” (Benjamín, Adorno, Horkheimer), constituyen un verdadero “circo planetario” (Chomsky, 1999) de una presencia socializadora crecientemente relevante, en la medida en que la agencia socializadora principal es desplazada de maestros, madres y padres a

⁶ Entendemos por “reproducción social la totalidad de complejos procesos mediante los cuales las sociedades se integran y se autoperpetúan en el tiempo.

magnates y tecnócratas del entertainment, en una nueva expresión de la tendencia capitalista de depreciar crecientemente el trabajo vivo, en este caso, la praxis transformadora de la naturaleza interior (Lorenzer) y alimentando con ello el proceso de “fin de la infancia” (Postman, 1984).

La construcción o producción social de la subjetividad bajo los imperativos de la lógica de la valorización de los capitales del sector del entertainment, no solamente tiene la función de alimentar el negocio del entretenimiento, sino que sirve de agencia de pedagogía cultural para socializar en las disposiciones subjetivas congruentes con las prácticas competitivas que demanda un establishment basado en la competencia y no en la solidaridad.

Lo anterior constituye una parcialización de las potencialidades del desarrollo humano que, en sí misma, se puede conceptualizar como una forma de violencia y que instala una plataforma para la emergencia de sus múltiples manifestaciones. Esa subjetividad socialmente producida, parcializada en esa dirección es, a la vez, efecto de la lógica del “núcleo generador de conducta” (Heilbroner, (1994) que emana de lo profundo del sistema capitalista y es, a su vez, condición interviniente (causa) de muchas otras expresiones de violencia (por ejemplo, la violencia juvenil impulsada, muchas veces, por motivaciones consumistas exacerbadas).

4. Tecnologías comunicativas y formas de subjetividad humana.

Autores, tales como Postman (1984), Olson (1998) y Chomsky-Dieterich (1999) han establecido una conexión esencial, una relación determinativa, entre las tecnologías comunicativas y el tipo de subjetividad que se produce en las sociedades en que tales tecnologías prevalecen.

En el caso de Postman y de Olson, se establece una relación entre la tecnología de la imprenta, con el consecuente desarrollo de una cultura letrada, y el tipo de subjetividad socialmente producida. Así, con la mediación de una serie de instituciones sociales generadas como parte de una cultura letrada, dentro de las cuales se encuentran algunas como la escuela, la propia distinción de “etapas” en el desarrollo humano (concebidas

un “artefacto” cultural de distinciones entre edades en el ser humano) tales como “niñez” y “adulthood” y la consolidación de las instituciones científicas especializadas (como las universidades y los centros de investigación), se socioconstruye una forma de la subjetividad humana requerida por tal cultura.

Autores como los mencionados exploran también las relaciones profundas entre los “medios” con los que las sociedades cuentan para pensar y los modos de pensamiento de sí mismo y del mundo que en ellas se desarrollan. Adicionalmente, la relación determinativa entre los medios tecnológicos de las sociedades y la subjetividad que en ellas se desarrolla va más allá de los “estilos cognoscitivos” (por ejemplo, las formas de pensamiento), para abarcar a la totalidad de los “modos de ser” de las personas, como lo propone Postman claramente, en su libro *The disappearance of childhood* (La desaparición de la infancia).

Partiendo del hecho histórico de que la invención de la imprenta presionó para el surgimiento de instituciones sociales y consolidó la forma moderna de la familia, Postman sostiene que, con el correr de los siglos, la tecnología de la imprenta creó las condiciones materiales para el surgimiento de sociedades alfabetizadas. La escuela, como institución social encargada de alfabetizar a los niños se desarrolla para dar respuesta a esta nueva necesidad social. Concomitantemente con el proceso de alfabetización, aunado a otros procesos, tales como el surgimiento de una clase media con una capacidad económica que le permitió construir casas de habitación que permitiesen la intimidad de sus moradores, se fueron desarrollando los constructos históricos de “niñez” y “adulthood”, como categorías etáreas que diferencian a sus integrantes por la información a que tienen acceso, por sus formas de vestir, por sus modales sociales y el lenguaje que utilizan.

En ese contexto, para Postman, la tecnología de la imprenta tuvo consecuencias paradójicas: por un lado permitió una amplia difusión de la información impresa; pero, por otro lado, restringió el acceso a la información, debido a una serie de características asociadas con la información impresa, como lo es el requisito de desarrollar competencias de lectura a lo largo de un proceso prolongado, la posibilidad de divulgación selectiva de la información y otras.

De acuerdo con Postman, las características de la cultura letrada, crearon las condiciones materiales y simbólicas (entre las cuales destaca el desarrollo de los sistemas escolares) que permitieron construir las categorías de “niñez” y “adulthood”, con base en el tipo de información a la cual niños y adultos podían tener acceso y el tipo de actividad principal que las sociedades alfabetizadas demandaban a niños y adultos (aprendizaje escolar para los niños, trabajo para los adultos).

De acuerdo con Postman, el monopolio de la información relativa a ciertos aspectos de la existencia humana, tales como la sexualidad y la violencia, por parte de los adultos, constituye un elemento fundamental para la validez de las construcciones sociales de niñez y adolescencia. Ese monopolio fue posible bajo el predominio de la tecnología comunicativa de la imprenta, en la medida en que el texto impreso posibilita que las personas adultas controlen el acceso de niños y niñas a esos temas.

Con el desarrollo de la televisión y su masificación alrededor de los inicios de la década de 1950, el monopolio adulto sobre el control de la información relativa a temas como sexo y violencia, es abruptamente roto, pues la televisión, controlada por empresas privadas guiadas fundamentalmente por la lógica de la rentabilidad, compiten por captar audiencias progresivamente mayores.

Adicionalmente, para Postman, la llamada “sociedad de la información” destruye las formas de la subjetividad humana creadas por la sociedad alfabetizada. Esto por múltiples razones; una de ellas es la característica misma del formato de presentación de la información que es difundida por los medios electrónicos.

En efecto, la televisión se caracteriza por el dominio de la imagen sobre el texto y por la imposibilidad de difundir con selectividad la información que disemina (el público al cual se dirige es indiferenciado, los televisores no se pueden esconder, el ver televisión puede ser un servicio gratuito, etc.). En ese sentido, para Postman, la sociedad de la “información” televisiva puede estar provocando una “regresión cognoscitiva”, en la medida en que el ver televisión ni requiere ni desarrolla competencia alguna, como ocurre con la información impresa.

Adicionalmente, debe señalarse que la competencia para operar con la información impresa requiere el desarrollo de las habilidades para operar fluidamente con ese tipo de presentación de la información, situación que no sucede con la información televisiva. La alfabetización es adquirida en un proceso largo y progresivo que requiere determinadas características de personalidad, vale decir, determinadas formas de la subjetividad humana, demandando el desarrollo de rasgos tales como la paciencia, la capacidad para controlar la motricidad durante los lapsos dedicados a la lectura, para inhibir la motricidad gruesa en los períodos dedicados a la escritura, etc.

El grado de desarrollo de las competencias para la lecto-escritura tienen una importancia tal que, para un autor como Olson, posibilita, en el seno de una cultura predominantemente letrada, caracterizar aproximativamente los niveles de desarrollo humano logrados por los individuos particulares. El hecho de que la lectura demanda desarrollar determinadas características subjetivas, permite visualizar una de las conexiones entre tecnología y formas de la subjetividad socialmente construidas.

En ese contexto, Olson (1998) plantea que las innovaciones tecnológicas que transforman las comunicaciones humanas, se destacan como uno de los procesos de cambio tecnológico que más inciden sobre la construcción de la cultura y la formación de la subjetividad socialmente construida.

En efecto, refiriéndose a las profundas transformaciones que trajo consigo la imprenta, innovación tecnológica que potencia a su vez la innovación consistente en los lenguajes alfabéticos, Olson destaca cómo ello trajo consigo el surgimiento de una serie de instituciones sociales fundamentales, propias de la cultura letrada de la Modernidad. La escuela y la ciencia se cuentan entre ellas, las cuales una vez que emergen se constituyen a su vez en instancias inductoras de nuevas transformaciones, en un proceso complejo plagado de rizados de realimentación y que se constituyen en instancias intervinientes en los procesos de socioconstrucción de las formas de la subjetividad humana.

En el contexto de los planteamientos anteriores, Olson señala acertadamente que en la investigación de los efectos provocados por las innovaciones tecnológicas, es necesario distinguir con toda claridad aquellas transformaciones que tienen lugar en el nivel social, de aquellas que se expresan en el plano individual. Tal distinción contiene implicaciones metodológicas fundamentales, pues para captar los cambios en el nivel cultural se deben utilizar metodologías históricas, comparativas y críticas; en tanto que para los cambios en el nivel de la individualidad se pueden utilizar, con provecho, metodologías de corte empírico-analítico, tales como los diseños experimentales y cuasiexperimentales.

Adicionalmente, conviene subrayar que los cambios en el nivel de la subjetividad socialmente construida, con frecuencia requieren de una consolidación previa de las instituciones culturales para las cuales determinados rasgos resultan adaptativos y funcionales, para poder expresarse con claridad. Así, por ejemplo, la actitud de paciencia y la tendencia a la quietud, como rasgos de la subjetividad requeridas por una actividad como la de la lectura, se consolidaron como rasgos deseables por integrar en la subjetividad socialmente construida, después de haberse consolidado instituciones tales como la ciencia, que valoriza el estatuto del saber; y como la escuela, que interviene en los procesos de transmisión del saber.

El célebre teórico de los modernos medios Marshal McLuhan es uno de los pioneros en establecer una fuerte conexión entre el desarrollo de tecnologías comunicativas y cambios sociales y culturales, en el nivel del sistema social, y cambios cognoscitivos en el nivel individual: McLuhan fue uno de los primeros en explorar las relaciones entre las tecnologías de la comunicación, en especial el alfabeto y la imprenta, y la “galaxia” de los cambios intelectuales, artísticos y sociales que se produjeron con los griegos y a fines de la Edad Media, relaciones que resume de la siguiente manera: “Mediante un signo desprovisto de sentido ligado a un sonido desprovisto de sentido, hemos construido la forma y el sentido del hombre occidental” (p. 50), vinculando así el progreso intelectual al alfabeto” (Olson, 1998: 25).

Ciertamente, existe actualmente un interés creciente por investigar la relación entre “medios tecnológicos”, “modos de pensar” y “modos de ser” que se desarrollan en las

sociedades con distintos medios tecnológicos, entre los cuales se privilegian los medios tecnológicos asociados a la codificación, al procesamiento, almacenamiento y transmisión de la información. En ese sentido, Olson comparte también las tesis que establecen una relación causal, una relación determinativa, entre los medios tecnológicos para la comunicación que desarrollan las sociedades humanas y el tipo de subjetividad que en ellas se socioconstruye: “La cultura escrita imparte un grado de abstracción al pensamiento que está ausente en el discurso oral y en las culturas orales. Las habilidades humanas importantes pueden pensarse como “letradas”, y el desarrollo personal y social puede representarse razonablemente mediante los niveles de alfabetización: básico, funcional y avanzado (Olson, 1998: 27).

Chomsky y Dieterich, por su parte, proponen que con el desarrollo de las Nuevas Tecnologías de la Información y la Comunicación (NT), particularmente de la red Internet, se está creando una nueva modalidad de la subjetividad humana, a la cual denominan como el “hombre semiótico”. Por otra parte, Thompson (1998) señala el papel fundamental que ha jugado el desarrollo de los medios que posibilitan una difusión masiva de las formas simbólicas, desde la imprenta hasta las modernas telecomunicaciones, en diversos aspectos fundamentales de la construcción de subjetividad.

5. Tecnologías comunicativas y Conciencia Cotidiana

Por nuestra parte (Solano, 1991, 1992 y 1999) hemos propuesto una categoría “puente” o “visagra” que permita no solo articular los niveles macro y microsocioal con lo individual y subjetivo, sino que también se abra la posibilidad de que, mediante la categoría de “cotidianidad” se cultive la necesidad de considerar las múltiples dimensiones estructurantes de la subjetividad, las cuales con frecuencia son consideradas en forma aislada y desarticulada. En tal sentido, hemos propuesto la categoría de “Conciencia Cotidiana”.

Por “Conciencia Cotidiana” entendemos el conjunto organizado de representaciones que forjan los individuos concretos como producto de la totalidad de sus experiencias y prácticas habituales. Tales representaciones no necesariamente son conscientes y no se

reducen a componentes cognoscitivos, sino que incluyen también aspectos motivacionales y actitudinales, los cuales tienden a organizarse en estructuras inclusivas como lo es la personalidad.

El enfoque de la socialización con que se opera en la conceptualización sobre Conciencia Cotidiana, comparte la tesis psicoanalítica que Schneider (1979) caracteriza como de “determinación por el ser infantil”, en el sentido de que los estadios tempranos de la ontogénesis (socioconstrucción de la subjetividad) tienen una influencia particularmente importante sobre la producción de la subjetividad.

El análisis de tales formas de la subjetividad es susceptible de realizarse a partir de categorías teóricas de bajo nivel de agregación, como lo son las de preceptos, actitudes, necesidades, hábitos, etc.; o bien, de un elevado nivel de integración, como lo son, en el campo de la Psicología, las categorías de “carácter” y “personalidad”, ya que éstas no sólo engloban a las anteriores, sino que implican la atribución de determinadas características a la estructura englobante, por ejemplo: relativa estabilidad, integración, grados de adaptabilidad, etc.

Los conceptos de “carácter” y de “personalidad” usados en la Psicología, aluden a estructuras inclusivas (compuestas por multiplicidad de aspectos) e integradas (forman una organización total), que intervienen de manera estable y consistente en la regulación del comportamiento y de las experiencias subjetivas.

De lo anterior se desprende que cada modelo de la subjetividad humana socialmente producido requiere, para su funcionamiento eficaz y su reproducción histórica, conformar determinados caracteres o personalidades típicas en cada grupo social integrante de la estructura social.

En tal sentido, autores como Adorno (1965), con su concepto de “personalidad autoritaria”; Fromm (1966) con su teoría de las orientaciones improductivas del carácter (receptiva, explotadora, mercantilista), entre otros autores, han identificado estructuras psicológicas amplias, estables y orientadoras de la aprehensión de las experiencias y

reguladoras del comportamiento, que tienen consecuencias funcionales y reproductivas para determinados sistemas sociales.

En nuestra conceptualización sobre “conciencia cotidiana” recuperamos planteamientos como los mencionados, entre otros, aunque hemos valorado como necesario el empleo de una categoría como la que hemos desarrollado, con vistas a esclarecer mejor la interrelación entre los procesos macroestructurales y la subjetividad, desde la mediación de aparatos como los MDM y otros. En ese contexto, en la conceptualización sobre Conciencia Cotidiana se plantea que estructuras psicológicas integradas, inclusivas, reguladoras de las experiencias y el comportamiento, configuran el componente esencial de las formas de Conciencia Cotidiana que cada sistema social requiere para su funcionamiento y reproducción y, por tanto, cada Estado para su legitimación.

En el caso de un sistema social que pretende legitimarse mediante la estrategia de fomentar el consumismo, se necesita construir estructuras como las siguientes: proclividad por considerar la adquisición de dinero y consumo de mercancías, como modelo de máxima realización humana; interiorización de los valores consumistas; desarrollo de los hábitos de consumo creciente, etc.

El tipo de sujeto humano que se necesita forjar, debe caracterizarse también por un escaso desarrollo de otras potencialidades humanas, como las de: la necesidad de un crecimiento personal constante y multifacético, desarrollo de fuertes motivaciones por constituirse en un agente activo y transformador de su realidad social, desarrollo de pautas de solidaridad (y no de competencia) con otros seres sociales, etc.

De tal manera, la construcción de los seres sociales opera como un proceso que involucra una selección en el desarrollo de las potencialidades humanas, cuyo producto terminado, cristalizado en forma de determinadas estructuras de personalidad y no de otras, conlleva un proceso de reducción del sujeto humano potencialmente posible de construir; reducción en la cual se enfatizan solo algunas pocas potencialidades y se excluyen muchas otras que son disfuncionales para la reproducción del sistema social.

En ese sentido, cabe señalar que la selección de las cualidades potenciales que deben desarrollarse (y la exclusión consiguiente de otras), es un proceso complejo y multideterminado en el cual intervienen, en una relación compleja, dinámica e históricamente variable, procesos que, en la concepción del materialismo histórico, corresponden tanto a la estructura económica, como a la superestructura ideológico-política y que, en la visión habermasiana de la realidad social, implica articulaciones complejas del mundo de la vida y del sistema.

Las agencias socializadoras, a las cuales se pueden concebir como “aparatos de hegemonía” en el sentido gramsciano, cumplen un papel fundamental en ese proceso selectivo de construcción, siendo particularmente relevantes para una perspectiva sociopsicológica, aquellas que intervienen en los estadios tempranos de los procesos de construcción de los seres sociales, dada la estabilidad, persistencia y peso determinativo de las estructuras psicológicas forjadas en las etapas tempranas de la ontogénesis de los seres sociales.

Por otra parte, una serie de condiciones internas en los seres humanos, intervienen en favor de la efectividad con que se logra la construcción selectiva mencionada. De esta manera, necesidades emocionales tales como la búsqueda del afecto y la estima por parte de los otros, la tendencia a lograr las recompensas que se obtienen por la conformidad conductual en los grupos de pertenencia y la evitación de los castigos que se administran por la desviación de las normas de los grupos; la tendencia a identificarse con los modelos que son objeto de prestigio, con los padres y otros significativos; la predisposición a evitar las disonancias cognoscitivas; la interiorización de las imágenes ideales del yo y de las inhibiciones y represiones (de las cuales ha dado cuenta el psicoanálisis); en definitiva predisponen a los sujetos a la conformidad con los grupos de pertenencia y a la interiorización de las imágenes de mundo prevalecientes en esos grupos.

Las predisposiciones internas al individuo que, aunadas a las presiones “externas” de los grupos, por la conformidad, determinan que sea frecuente una construcción exitosa de las formas de “subjetividad funcionales”.

La introducción de una normatividad social en el aparato psíquico de los sujetos en proceso de constitución, ha sido actualmente asumida en gran medida por los MDM y las NT, tal como lo establecen Steinberg y Kincheloe, Comps. (2000). El hecho de que esa función se realice en los estadios más tempranos de la ontogénesis, le da una eficacia particular, ya que el sujeto es más moldeable e influenciado en estas fases del desarrollo (tanto por su inmadurez neurológica, social, afectiva y cognitiva, como por su completa dependencia material y emocional con respecto a los otros).

Los “pedagogos” de la pedagogía cultural son las entidades comerciales que actúan con base en el afán del lucro privado, desde lo que: “Utilizando la fantasía y el deseo, los ejecutivos de las empresas comerciales han creado una perspectiva de la cultura de finales de siglo XX que se mezcla con las ideologías empresariales y los valores del libre mercado. Las visiones del mundo producidas por los publicitarios de las corporaciones informan siempre a los niños, hasta cierto punto, de que las cosas más excitantes que la vida puede proporcionar las producen sus amigos de las empresas comerciales norteamericanas. La lección de economía es eficaz cuando se repite cientos de miles de veces”. (ibid.: 18).

Así, los autores citados consideran que el entretenimiento de los niños es “...un espacio público controvertido donde intereses sociales, económicos y políticos diferentes compiten por el control” (ibid.: 20); y señalan que la cultura infantil es una especie de “..mecanismo de refracción ideológica, una fuerza social que produce significados particulares que inducen a los niños (y a los adultos) a interpretar los acontecimientos dentro de un rango específico de posibilidades” (Thiele, 1986; Donald, 1993; Mumby, 1989, en Steinberg y Kincheloe, Comps., 2000: 25).

Siguiendo de cerca a Postman (1994), de acuerdo con Steinberg y Kincheloe la conformación de la “hiperrealidad”, mediante la cual los medios electrónicos como la televisión ponen al alcance de los niños una serie de tópicos de los cuales habían sido cuidadosamente protegidos, posibilita la transferencia de ese poder de influencia sobre los niños, a las entidades comerciales y publicitarias, de tal manera que: “No cabe duda de que la autoridad adulta sobre los niños se ha perdido, pero no debido a las madres feministas o a la blandura de los liberales: El acceso infantil al mundo adulto por los

medios electrónicos de hiperrealidad ha permeado la conciencia de sí mismos de los niños contemporáneos como entidades incompetentes y dependientes. Esta percepción de sí mismos no se compagina bien con instituciones como la familia tradicional o la escuela autoritaria, basadas ambas en una concepción de los niños como seres incapaces de tomar decisiones por sí mismos”. En tal sentido, los autores citados señalan que en las sociedades postmodernas, los adultos no sólo no saben más que los niños, sino que, de hecho, saben menos. (Steinberg y Kincheloe, Comps., 2.000: 30 y 59).

En ese contexto, de acuerdo con Steinberg y Kincheloe, la amplia difusión por parte de los medios electrónicos, de temas que fueron del monopolio exclusivo de los adultos durante “el siglo de la infancia” -como son la sexualidad, la violencia y la muerte-, han despojado a los adultos de una de las bases de su poder de influencia sobre los niños.

Por otra parte, conviene remitirse a los aportes de la teoría de la “acción pedagógica” propuesta por Bourdieu y Passeron (1977) para comprender algunos aspectos de los procesos complejos de inculcación/interiorización de los discursos en los que se contiene la ideología de las clases dominantes, interesando en particular, los contenidos atinentes a las construcciones sociales sobre niñez y adolescencia, con los frecuentes sesgos clasistas y sexistas presentes en la cultura e ideología dominantes que con acierto crítica la Fundación PROCAL.

En la teoría de la acción pedagógica, los procesos de inculcación de determinados contenidos son conceptualizados como una forma de ejercicio de “violencia simbólica”, mediante el cual las clases dominantes procuran imponer el tipo de representación de niñez y adolescencia que sea funcional para la reproducción del sistema prevaleciente, para lo cual se suele incurrir en discursos generalistas que ignoran las diferencias sustantivas en la problemática de niños y adolescentes de acuerdo con su posición de clase, su sexo, su grupo cultural de pertenencia, entre otros.

Una ejemplificación de lo anterior lo puede constituir el tipo de “información” que recientemente se ha dado respecto de medidas de control y vigilancia de los niños al ingreso a los centros educativos. En efecto, la información televisiva “curiosamente” muestra la revisión del bulto escolar en escuelas públicas, más suele omitir la

información de si en los centros educativos privados de clase alta los niños son o no objeto de tales prácticas represivas.

En síntesis, hemos abordado exclusivamente y de manera somera, la compleja temática del papel socializador de los medios, con la pretensión de que, al aportar algunos de los conocimientos actuales en ese campo, se abone a una visión más amplia y crítica respecto de las funciones que cumplen los medios de difusión masiva en las sociedades actuales.

También hemos puesto el énfasis en el papel de los medios en el proceso de socioconstrucción de la subjetividad, reconociendo que parte de las experiencias y prácticas habituales en los niños, niñas y adolescentes, está en su contacto con los discursos, los que a su vez están bajo un mayor control de periodistas. Tal es el caso de los elementos discursivos con los cuales se elaboran las “noticias” que involucran a esos segmentos etéreos de la sociedad.

Pero, sobre todo, se aspira a hacer un llamado para reconocer lo delicado y profundo que está en juego cuando se trata de elaborar y difundir informaciones que involucran a niños, niñas y adolescentes.

Bibliografía

Adorno, T.W. et al.: **La personalidad autoritaria.**

Bourdieu, P.: **El sentido práctico**, Editorial Taurus, Madrid, 1991.

Chomsky, N. y Dieterich, H.: **La aldea global**, Editorial Txalaparta, <http://www.txalaparta.com>, 1999.

Elias, N.: **El proceso de civilización**, Fondo de cultura económica, México, D.F., 1989.

Fromm, E.: **Ética y psicoanálisis**, Fondo de cultura económica, México, 1966.

Fundación Procal: **Acción propositiva y transformadora.** 2004

Lorenzer, A.: **Bases para una teoría de la socialización**, Editorial Amorrortu, Buenos Aires, 1976.

Lyotard, J.F.: **La condición postmoderna**, Ediciones Cátedra S.A., Madrid, 1998.

Mattelart, A.: **La cultura como empresa multinacional**, Editorial Era, México D.F., 1983.

Olson, D.: **El mundo sobre el papel**, Editorial Gedisa, Barcelona, 1998.

Postman, N.: **The disappearance of childhood**, Vintage Books, New York, 1994.

Schneider, M.: **Neurosis y lucha de clases**, Editorial Siglo XXI, México, 1979.

Silva, L.: **Teoría y práctica de la ideología**, Editorial Nuestro Tiempo, México, D.F., 1982.

Solano, M.: **Conciencia cotidiana, autoritarismo y medios de difusión de masas**, Editorial UCR, San José, 1991.

Solano, M.: **Conciencia cotidiana y aparatos de hegemonía**, Editorial Universidad de Guadalajara, Guadalajara, 1992.

Solano, M.: **Legitimación del Estado en la conciencia cotidiana**, Coedición editorial UCR y Editorial Tecnológica, San José, 1999.

Steinberg, Sh. R. y Kincheloe, J. L. (Comps.): **Cultura infantil y multinacionales**, Editorial Morata, Madrid, 2000.

Thompson, J.B.: **Los media y la modernidad. Una teoría de los medios de comunicación.** Editorial Paidós, España, 1998.