

UN GUSANO EN LA MANZANA INFORMATIVA

ENTREVISTA CON PATRICK CHARAUDEAU

Por:

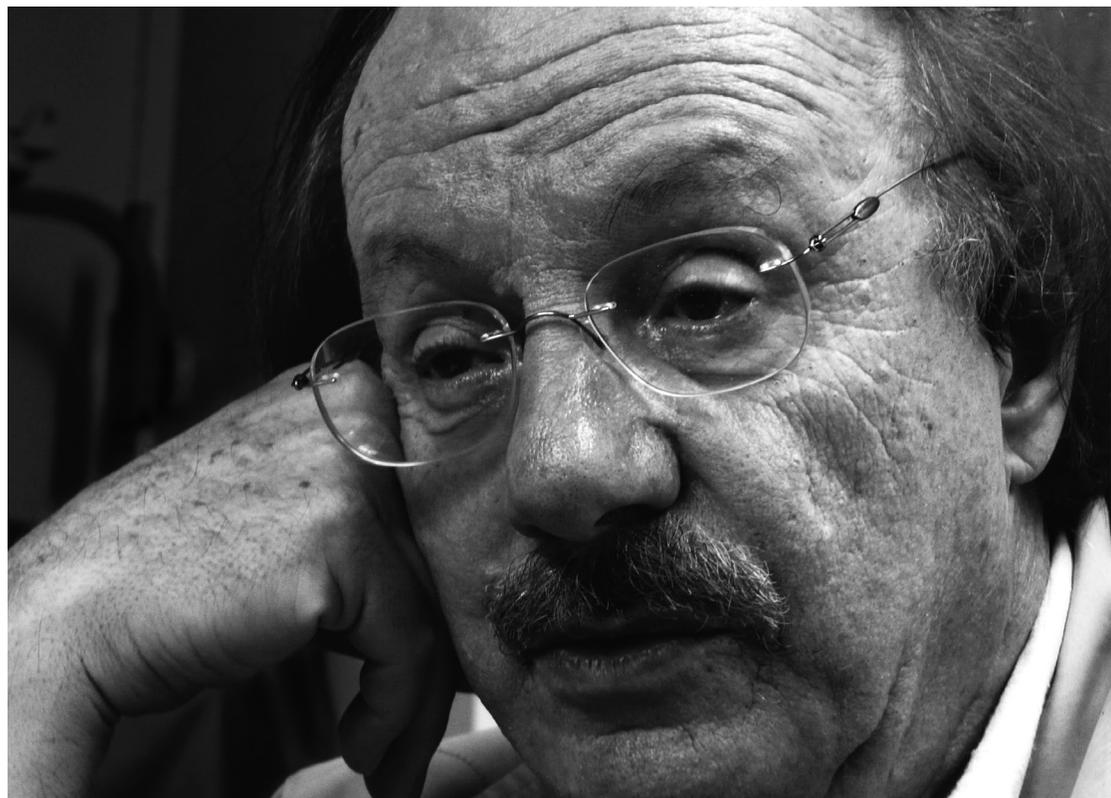
Kevin Alexis García

Docente de la Escuela de Comunicación Social

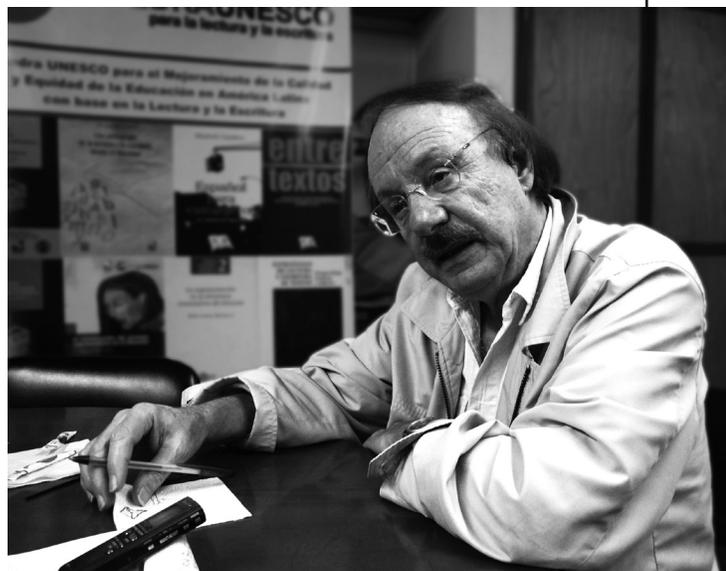
Universidad del Valle

kevimaster@gmail.com

El análisis del discurso encontró en Patrick Charaudeau a uno de sus principales exponentes contemporáneos. Este Doctor en Lingüística General de la Universidad La Sorbona (1970) ha sido profesor de las universidades de Lyon 2 y Paris 13. Entre su profusa actividad intelectual, es investigador del Laboratorio de Comunicación Política CNRS (por sus siglas en francés). Charaudeau es fundador del “Círculo de Análisis del Discurso” de la Universidad Federal de Minas Gerais de Brasil, y ha desarrollado una actividad investigativa, de forma paralela, en campos como la lingüística hispánica, el análisis del discurso, los géneros de la comunicación y la identidad cultural.



No obstante, su obra traducida al español más reconocida es *El discurso de la información. La construcción del espejo social* (1997). En ella, como lo indica en su nombre, Charaudeau invita a pensar la información como un dispositivo discursivo carente de toda ingenuidad. Su análisis mediático lo lleva a sostener que la información como representación transparente de la realidad no existe; ella obedece a una construcción filtrada por múltiples intereses; los medios son un potente productor de imágenes deformantes y objeto de atención de diversas instancias sociales. Ellos cumplen un papel simbólico, afectan el modo en que los individuos regulan los intercambios sociales y construyen las representaciones que dan valor a las prácticas colectivas. Confrontados entre la necesidad de informar y persuadir, los medios construyen representaciones simplificadas para llegar al mayor número de ciudadanos, recurriendo para ello a estereotipos. Son portadores de ideologías que simplifican la representación: “mostrar a toda costa”, “hacer visible lo invisible”, “seleccionar lo más sorprendente”. Ante esto, Charaudeau los entiende como una maquina productora de formas y sentidos, subordinada por las lógicas contemporáneas del sistema del capital.



¿Cuáles son los principales problemas que se tejen por parte de los medios en la representación de la realidad social?

Es una paradoja. Hay una relación paradójica de los medios con la realidad social porque en esta última surgen eventos, pasan cosas, hay personajes que hacen cosas; pueden ocurrir catástrofes naturales, hechos políticos o de otra índole, y los medios tienen que dar cuenta de lo que sucede en el espacio público pero no como fotógrafos o como aquellos que en el tribunal se pasan el tiempo tecleando, transcribiendo. Ellos reconstruyen esa realidad y se dirigen a un público con visión heterogénea: de sexo distinto, de opinión distinta, de visión distinta, de inteligencia distinta. Y entonces ¿cuál podría ser el denominador común de ese gran número de gentes? Los medios buscan algo que se presente de manera simple, sencilla y toque el interés de todos; entonces buscan apelar a un orden emocional.

Hay que partir del principio de que en esta relación los medios quieren dar cuenta de la realidad y en realidad la están construyendo. No porque haya manipulación sino porque se dirigen a un público que no es especializado, no es un número reducido de gentes sino que es un público heterogéneo como la mayoría de ciudadanos. Quizá pueda llegar a existir una intención de manipulación, pero pensemos la situación ideal de que reconstruyen la realidad. A partir de allí entonces hay que analizar cómo la reconstruyen, de qué manera, si lo hacen más o menos de forma fiel, si intentan dar explicaciones racionales. La base del funcionamiento de los medios en la sociedad es una relación triangular, entre la realidad, los medios y el pueblo. Esa relación es paradójica porque no puede ser un reflejo fiel.



Surgen varios interrogantes que quisiera formular, ¿el reconocimiento de esa heterogeneidad en la población ayuda a comprender ese tratamiento, esa reconstrucción? ¿Ellos se verían obligados, forzados a dar un tratamiento estereotipado? ¿En medio de una sociedad con diversos capitales culturales, la necesidad que tienen los medios de comunicar una realidad a esa población los lleva a apostar por publicaciones más sectorizadas?

De todas formas en el mundo mediático tienen conciencia de eso, no hay que partir del punto de vista de que los periodistas no son competentes o que sólo buscan captar o seducir a la gente o que pretenden ser un poder denunciando y que su papel es explicar lo que pasa en el mundo. La mayoría de los periodistas son conscientes y en el momento en que ven un evento lo escriben y ese papel va a ir al periódico y a ese papel se le hace un trabajo de redacción. El documento de origen pasa por el filtro de otro periodista y esto sucede además en la televisión y otros medios: la información se ve expuesta a todo tipo de filtros.

Ahora la cuestión que surge es: cuál va a ser mi postura para informar al ciudadano que no ha presenciado el evento, citando por ejemplo lo que ha pasado en el Medio Oriente, en Túnez, en Egipto. La gente no está presente, conoce poco de la cultura de estos países y tiene unas ideas muy generales. Ante ello, ¿qué va a hacer el periodista? Tiene dos posibilidades: una es apegarse lo más posible a la descripción de lo que está pasando. Puede describir lo que ve y además hacerle entrevistas a la gente que testimonia lo que pasa y lo que se piensa. Yo digo siempre que en el trabajo del periodista si él no exagera, si no busca la dramatización desmedida puede informar de manera más o menos fiel; lo difícil es la explicación. Cómo explicar el surgimiento de un evento, cómo explicar las consecuencias que podrían pasar, cómo explicar si ha habido intenciones. Eso supondría un trabajo de investigación que el periodista no tiene tiempo de hacer porque la característica del discurso mediático es la urgencia. Hay que hablar de la actualidad y como hay tantos eventos que suceden en el mundo, uno oculta al otro, el nuevo hace desaparecer al anterior. Si hay un problema en el ejercicio de la profesión del periodista está en la explicación, no en la descripción de los hechos.

En su obra *El discurso de la información* ha hecho énfasis en reconocer que en el esquema de comunicación es imposible una inocencia, ya que hay unos efectos de sentido previstos por parte de la instancia productora de la información. Esos efectos son una especulación que termina siendo diferente a los efectos percibidos por los receptores. ¿Cómo se manifiestan y más allá de su reconocimiento, qué puede implicar esa incertidumbre entre lo previsto y lo recibido?

No hay predicción posible, sin embargo partamos primero de la base que es la hipótesis en todo fenómeno de comunicación y lenguaje. El otro al cual se dirige un mensaje cualquiera (un acto de lenguaje, un escrito) interpreta de manera propia un mensaje que no necesariamente coincide con el sentido de quien habla. Segundo, si esa comunicación se hace en el espacio público el receptor o destinatario es múltiple. Entonces hay que multiplicar ese fenómeno por tantas personas, tantos destinatarios en donde cada uno interpreta a su manera. Cómo prever el efecto que va a producir lo que estoy diciendo en cincuenta mil personas que están escuchando mi discurso o leyendo lo que he escrito. Si uno se queda pensando en eso sería desesperante, uno diría que para qué hablar, para qué escribir y para qué informar. Esa incertidumbre se compensa entendiendo que todos somos a la misma vez, seres individuales y seres sociales. Funcionamos incluso en nuestras interpretaciones de acuerdo a las normas sociales, que también son diversas porque dependen de la edad, la profesión, el sexo, etc. Pero por el hecho de vivir juntos en el mismo espacio público compartimos las mismas normas sociales. Ellas posibilitan que se pueda pensar que aquello que se dice y escribe va a tener un cierto eco en tal o cual grupo de personas. Es así como funciona la información, porque además esos grupos interactúan entre ellos y también hacen circular la información. Se espera un fenómeno de acumulación de la información que circula pero todo cruzado por las normas de la sociedad en la cual estamos.

Ese efecto previsto a pesar de ser diferente al efecto logrado, ¿sigue siendo útil para la manipulación mediática?

Se dan las dos situaciones. Cuando me refería a normas sociales aludía a esos imaginarios colectivos con los que comprendemos las cosas; tenemos opiniones, interpretamos en función de los imaginarios individuales pero en colectivos entre los que nos movemos. Es lo que hace que una misma noticia leída por una persona de izquierda o de derecha, sea interpretada de manera distinta. Estos imaginarios son de creencias, de valores. Lo que se puede formular es una hipótesis sobre los efectos en función del imaginario colectivo: qué efecto tendrá lo que estoy escribiendo o diciendo. A partir de este interrogante y según la postura de quien se cuestiona, se puede hacer de una manera que yo diría ética para que el ciudadano pueda entender el evento descrito; si el periodista tiene una intención y quiere orientar la opinión del otro, puede terminar manipulando. Si un periodista pertenece a un periódico comprometido políticamente, es normal que oriente la información desde su punto de vista ideológico. Pero si se considera que un periodista se pone al servicio de los ciudadanos para hacer que haya una vida colectiva lo más feliz posible, su papel es informar sin comprometerse, intentando no orientar demasiado las opiniones.



¿Y cómo podríamos interpretar esa paradoja de que la industria de la información presta ese servicio público de informar con un ánimo particular de lucro? ¿Cómo podemos los ciudadanos situarnos frente a esto?

Primero veámoslo desde la instancia mediática. Está en una problemática doble: informar lo mejor posible al ciudadano y seguir siendo una empresa que debe vivir financieramente, para lo cual depende de otro. Aunque se venda o se vea, ello no es suficiente para que viva como empresa. Aparece la ley del mercado cuya gran parte es de los consumidores. No se trata en este caso de un ciudadano sino de un consumidor y para atraerlo se acude a la emoción.

Como lo dije anteriormente el denominador común de esta gente tan heterogénea es la emoción: conflictos, guerras, salud, muerte, etc. Son dos problemáticas contradictorias: por un lado se espera que se transmitan los hechos de manera más o menos confiable y por el otro se apela a la emoción para que se consuma dicha información. Y como es un campo de subsistencia, los medios por lo general insisten más en los tratamientos emocionales que en los racionales. ¿Qué hacemos como ciudadanos? La única respuesta posible es la educación. Cuanto más educado esté el pueblo más posibilidad tiene de lograr conciencia de este juego de la captación (estrategias emocionales) y la racionalización de la información. Puede encontrar el punto de equilibrio. Entre menor educación tiene una persona, más fácil es que caiga en la trampa de dejarse llevar por un tratamiento emocional.

¿Qué le podríamos decir a los dueños de los medios que en países como Colombia han estimulado la producción de medios hiperlocales y dan un tratamiento sensacionalista y amarillista diciendo que lo hacen así porque responden a unos gustos de los sectores populares?

En todos los países existen medios nacionales, locales, regionales, departamentales, etc. Me parece muy normal que un diario local ponga en primera plana asuntos, eventos de la vida cotidiana, de la gente. La cuestión es cómo los trata. A nivel nacional puede haber influencias, objeciones, pero en lo local también.

¿Y cuándo es una política deliberada del medio dar un tratamiento sensacionalista, dar énfasis en la portada a escenas de crímenes, sexo, a noticias de color?

Bueno, esto no se puede defender, es una desgracia, es jugar con la parte menos racional de la gente. A todos nos mueve una fascinación interna hacia el crimen, hacia el dolor. Muchas veces la prensa regional maneja una ideología de la dramatización para tener la garantía de que la gente va a comprar el periódico. Para mí esto no corresponde con lo que debería ser la ética de información. Podría haber un equilibrio entre noticias nacionales y locales y después dentro de la información local, se informarían problemas de violencia, de vivienda, etc.; de esta manera no se acumulan sólo crímenes. Pero cuando estos sucesos invaden a la prensa, para mí no obedece a una conducta ética.

Usted dice que los medios reflejan el espacio social pero que también el mundo mediático se encuentra reflejado por el mundo social, ¿cómo se da esto?

Es una construcción en reflejo. Los medios tienden a dar cuenta de esa realidad, la reconstruyen y devuelven al ciudadano un reflejo deformado, no es un reflejo transparente, no es un vidrio por el que se ve. El hecho solo de relatar la realidad significa reconstruirla. Es un espejo deformante. Sin embargo hay cosas que tienen un valor informativo, pero hay que descartar la idea de que la información es resultado de una relación totalmente transparente y fiel.

Retomando la pregunta que formula en su ensayo acerca de la ética, ¿qué ética es posible en una democracia que necesita una opinión de los ciudadanos razonablemente bien informados?

No hay una solución definitiva. Es un juego constante entre el nivel educativo del ciudadano y las posibilidades que tiene para organizarse e interrogar, para poner en cuestión las informaciones que le dan, lo mismo en el político para poner en cuestión la política en un país, una sociedad, una comunidad. Es necesario que haya una especie de movimiento de vaivén constante entre la toma de conciencia de las dos partes; por un lado, de la instancia mediática, pero no podrá hacerlo si los ciudadanos no protestan, no interrogan. Si no lo hacen, los medios seguirán igual.

En esa relación entre política, medios de comunicación y ciudadanía, ¿qué va a significar la emergencia de Wikileaks? ¿Cómo ha afectado a esa tríada?

Este fenómeno ha hecho surgir un problema de fondo, y es la cuestión del límite de la libertad de expresión; ella hay que pensarla en función de los efectos que produce. Por ejemplo, en una conversación entre amigos o entre una pareja hay momentos (sin necesidad de mentir) en que no se pueden decir ciertas cosas porque se va a herir al otro, se le va a dañar. Este es colectivamente hablando, el mismo problema. ¿Se puede decir todo, absolutamente todo? Esa es una cuestión pendiente en la actualidad. Hay momentos en que se deben denunciar hechos que un poder político oculta al ciudadano. A veces se hace por bienestar y otras para conservar el propio poder. La cuestión ética está en hacerse la pregunta: ¿qué efectos va a producir?

