

Las verdades comunicadas

Claudia Bernazza

Eliseo Verón nos ha advertido acerca de cómo los medios masivos de comunicación se han convertido en el lugar en que las sociedades industrializadas producen la realidad.

Percibimos señales del mundo, pero el mundo se revela ante nuestros ojos a partir de cómo los “comunicadores” lo relatan. En esos relatos, hay sucesos velados, apenas entrevistados, develados, profusamente multiplicados, elegidos entre miles y miles de hechos no comunicados. Estos sucesos se eligen, se preparan, se distribuyen y venden según una concepción del mundo y según el poder, los intereses y situaciones de los actores que participan.

Ese escenario de la comunicación va configurando una *manera de escuchar*: escuchamos a partir de lo que nuestra cultura y sus comunicadores nos relataron previamente, y no podría ser de otra manera. En este escenario de oyentes que han oído un relato de sí mismos y de la sociedad de la que forman parte, se reciben mensajes sobre los “hechos” del presente, y si el relato coincide con una forma de ver el mundo asumida a partir de los relatos previos, el relato se convierte en el hecho mismo. Una forma de ver la realidad se presenta ante nosotros como “la realidad”.

Cuando un relator tiene un alcance sobredimensionado gracias a tecnologías a su disposición, los sucesos comunicados se convierten, sin que el oyente o el lector lo perciba, en el mundo aceptado como verdadero.

Quien tenga los medios, tendrá los mensajes. Quien se apropie de las tecnologías para difundir el relato social a lo largo del tiempo, producirá las verdades socialmente aceptadas. Los otros relatos serán inaudibles, como silbatos que emiten una onda que nuestro oído no alcanza a captar.

¿Qué captamos de la cumbia villera? ¿lo que esos jóvenes quieren decir desde su relato del mundo? ¿o lo que queremos escuchar, desde el relato del mundo oficial y aceptado?

¿Qué capturamos del silencio indígena, de las costumbres criollas o de los modos de vida de las familias que dejaron la provincia y se asentaron en los barrios del conurbano? ¿lo que somos como pueblo o lo que una sociedad livianamente posmoderna ha definido como “étnico”?

Debemos formar a nuestros profesionales de la comunicación para un relato desde nuestra historia y nuestra cultura, desde este espacio y este tiempo llamado Argentina, llamado América Latina. Desde esta perspectiva, su presencia en la conducción de las organizaciones empresariales y sociales dedicadas a la información debe defenderse como representación de los intereses de nuestra cultura e identidad.

Por otra parte, nuestras normas deben dar lugar a un amplísimo espectro de organizaciones políticas, sociales, gremiales y empresariales actuando en el campo de la comunicación, para que la pluralidad de voces amplificadas por la radiofonía y la prensa escrita dé lugar a un oyente activo, capaz de analizar la realidad desde sus convicciones más íntimas.

Nos adeudamos una conciencia colectiva acerca del límite de los relatos, de su imperfección, de su tonta pretensión de convertirse en verdades absolutas e indiscutibles. Todo lo que escuchamos es una verdad relativa que nos debe desafiar a ir en busca de otros relatos.

Mientras construimos este nuevo escenario, vayamos al encuentro de las voces que no se amplifican. Seguramente nos dirán aquello que otros se obstinan en ocultar.

La Plata, abril 2008