

RESEÑAS

GUINSBERG, ENRIQUE.

Control de los Medios, Control del Hombre. Medios Masivos de Difusión y Formación Psicosocial. Editorial Nuevo Mar. Col. Convergencias. México, 1985, 180 pp.

Tomando como punto de partida el problema del fraccionamiento y desarticulación del conocimiento, Guinsberg plantea la necesidad de encontrar la articulación entre los fenómenos sociales y los psicológicos, ya que ambos son inseparables en el hombre. De aquí que el objetivo principal de este libro sea el internalizarse en la relación existente entre el aspecto social de los medios de comunicación y sus efectos en el psiquismo individual. Para analizar el aspecto social el autor utiliza un marco analítico proporcionado por el materialismo histórico, y para adentrarse en el aspecto psicológico retorna elementos del psicoanálisis.

El hombre individual, como ser social, tiene un psiquismo que responde, en mayor o menor medida, al tipo de hombre que el orden dominante necesita construir. La construcción de este tipo de hombre se realiza a través del proceso de socialización, en el cual, gracias a los mecanismos de reproducción, se crea un modelo de personalidad compartido, delimitando las posibilidades de variación en torno al mismo.

Una de las instancias de socialización más importantes de la sociedad moderna la constituyen los medios de comunicación colectiva, los cuales tienen un papel preponderante en la conformación de la estructura psíquica del individuo. Los mensajes provenientes de los diversos medios de comunicación influyen en dos niveles: en el consciente y el inconsciente, ya que todos ellos tienen -un significado manifiesto y otro latente.

El Yo, constituido como parte del Ello modificado por la influencia del mundo exterior, aspira a sustituir el principio del placer -que reina sin restricciones en el Ello- por el principio de realidad. Los medios de comunicación contribuyen en la conformación del Yo al proporcionar un sentido de la realidad, sustitutivo del principio del placer irrestricto, al mismo tiempo que brindan una opción del placer permitido al que debe aspirar todo hombre.

La comunicación masiva refuerza la situación prevaleciente y, cuando pretende generar algún cambio, este responde al requerimiento social de que los individuos se adapten a las nuevas necesidades del sistema.

En el proceso de conformación del Yo se requiere de la existencia del Ideal del Yo, o sea, el modelo de hombre al cual deben aspirar los miembros de la sociedad. En la publicidad el ideal se logra gracias al consumo de productos; en las series televisivas, los héroes responden a las necesidades de la cultura dominante, e implica determinadas costumbres, conductas, actitudes y consumos.

Igualmente, los medios de comunicación sirven para desplazar las pulsiones al dominio de lo imaginario ya que, muchas veces, promueven placeres que socialmente están prohibidos o limitados. Esta permisividad -más aparente que real- busca intencionalmente la satisfacción del deseo en el plano imaginario.

Aquí es donde entra un nuevo elemento que afecta la configuración psíquica del individuo: la realidad. La manera como el hombre percibe su realidad determina, en buena medida, su conducta. Los medios de comunicación afectan y proporcionan una parte importante del conocimiento social de la realidad, pero ella está construida desde los centros de poder, nacional e internacional, que difunden una visión acorde con sus intereses para mantener las estructuras de dominación.

En el análisis de la realidad difundida por los medios, el autor sostiene que los receptores terminan por creer en una realidad en la que no viven, ya que han internalizado una realidad sagrada, intocable y fragmentada, que inhibe el surgimiento del pensamiento crítico y de toda posibilidad del hombre como sujeto capaz de transformar su entorno.

Otro aspecto importante en el proceso de formación del Yo son las identificaciones. En la televisión estas identificaciones juegan un papel primordial; a través de ellas se busca provocar la admiración afectiva del público con su protagonista, lo que implica la introyección de las características del personaje. Esta introyección de modelos ideales es compartida socialmente y por tanto se refuerza continuamente por medio de la adscripción colectiva a valores, actitudes y modos de actuar provenientes de esos modelos.

En cuanto al superyo que representa las restricciones morales, los valores consagrados, los límites y las prohibiciones, los medios de comunicación también colaboran para su conformación. En el proceso de identificación mencionado, además de que se retoman modelos, se introyectan, de manera velada, categorías paralelas. Estas categorías constituyen un parámetro de posibilidades y limitaciones éticas y morales.

Al hacer un diagnóstico de los medios de comunicación respecto de la conformación psíquica del hombre, Guinsberg sostiene que los medios son productores de locura desde tres perspectivas: la alienación, el principio de realidad y el doble vínculo.

Existe una relación estrecha entre el fenómeno de la alienación y el problema de la identificación, ya que ésta implica la introyección de figuras admiradas que colocan a la propia identidad en tales figuras. En ellas se depositan los deseos, las aspiraciones y las características yoicas, alejándose de la realidad constitutiva del individuo.

En cuanto al principio de realidad, los medios distorsionan, falsean y ocultan lo acontecido; esta distorsión, aunada a la fragmentación de la información que presentan, produce tendencias esquizoides, propias de la sociedad capitalista moderna.

El doble vínculo surge cuando existe una “víctima”, una experiencia repetida y constante, un doble mensaje altamente contradictorio, así como la imposibilidad de escapar de esa situación. Este doble vínculo existe también a nivel macrosocial; en el caso del público receptor de mensajes televisivos, donde su interacción es repetida cotidianamente y los mensajes -manifiestos y latentes- son altamente contradictorios. Por ejemplo, en el caso de la violencia hacia la cual existe socialmente un rechazo ético que se contraponen a su constante presencia en los medios de comunicación como un medio para el logro del orden y la justicia.

De esta forma, a la vez que los medios de comunicación tienen un papel preponderante en la formación del sujeto que la sociedad requiere, también tienen un papel importante en el grado de “locura” del hombre actual. Sin embargo, a pesar de todo lo anterior, el autor concluye diciendo que los medios de comunicación no son buenos o malos en sí; su función ideológica depende del poder que actúe sobre ellos, de tal modo que pueden ser transformados de instrumentos de opresión y de locura en instrumentos de liberación y de salud.

MERCEDE CHARLES C.