

Joaquín Andrés Gallego Marín

Profesor Catedrático Universidad Tecnológica de Pereira

El Discurso de lo Comunicativo Mediado por la Ética del Discurso.

Resumen:

Esta pequeña construcción literaria se mueve entorno a las metáforas planteadas por el discurso que se mueve contemporáneamente en función de lo comunicativo por los medios, por sujetos activos que se llaman mediadores, bajo una posición psicoanalítica, donde se deslumbran agentes críticos que se debaten entre lo racional o lo analítico de éste proceso dialógico o constituciones múltiples. Es esencial empezar con un problema que se ha destacado a través de los procesos comunicativos (en cualquier nivel y sentido), productores de información entre los agentes que la crean y los que reciben; o hay quienes hablan de agentes que la crean y otros que la median, como también con respecto a los problemas éticos relacionados por el intercambio, la combinación y el uso de la información dada en los procesos comunicativos engendrados por los medios. Pero ¿hasta qué punto esos agentes, tanto los unos como los otros, construyen realidad? ¿Qué responsabilidad asumen frente a las consecuencias del desarrollo científico, tecnológico y del ilimitado poder que han alcanzado sobre el mundo natural, social y comunicativo? Y sobre todo ¿cuál es la construcción ética que poseen con respecto a esa información?

Si es cierto que actualmente se habla de unos medios muy tecnificados y de unos nuevos tipos de interacción que surgen por éstos

mismos, donde los hombres se pueden comunicar y en cierta medida comprender; también es cierto que dentro de todos ellos, desde los primarios como la oralidad hasta los cibernéticos, está implícito el discurso, como dice Foucault en su realidad material de cosa pronunciada o escrita (1970).

Ahora bien, estos medios son depositarios y creadores de percepciones, sensaciones, sentidos, representaciones e imaginarios colectivos que recrean un mundo de ideas y creencias posesionadoras de plataformas de vida para los hombres (realidades); tanto así que existen medios para todos y todas con diferentes gustos. Entonces surge una pregunta de rigor: ¿existen obstáculos para que el discurso como herramienta comunicativa y procedimental transmita realidades a los agentes que la usan?, Foucault supone que *"en toda sociedad la producción del discurso está a la vez controlada, seleccionada y redistribuida por un cierto número de procedimientos que tienen por función conjurar los poderes y peligros, dominar el acontecimiento aleatorio y esquivar su pesada y temible materialidad"* (Foucault, 1970:11).

A tal caso se puede decir que existe un principio en que todos los medios son mediados y que lo mediado conduce a un control o una dictadura consciente o inconsciente de los mediadores. Así se llegaría a la conjetura sin más palabras: que todo los medios poseen una norma social y jurídica en la que se deben basar para poder adquirir la objetividad de su deber ser, para desarrollar un deber hacer con la sociedad, lo cual cumpliría con el planteamiento ético-filosófico que Weber llama "la ética de la intención" (1958), surgiendo la acervación

revista
Miradas

teórica de la regulación sobre los medios que los mediadores tienen de sus contenidos; así encontramos que Hernández habla de dos modos: *"la regulación del Estado"*⁵¹ y *la del mercado.*" (Hernández, 2003:22), a los cuales es menester incluirle la social⁵².

Hasta este punto es necesario hacer una reflexión en cuanto a lo que se dice y lo que se hace como puntos muy distantes en el proceso de formación comunicativa del discurso, tanto así que se puede producir demencias por el trasnocho excesivo del cerebro para poder afirmar que todo es un problema muy grave que nos ha traído el liberalismo contemporáneo, u otros de forma llana un pensamiento unilateral o una acción partidista que algunas instituciones usan para "dominar" al otro, o un proteccionismo acaparador que no permite ver por donde se va.

Esta variedad, crea trampas fundamentalistas que atan, creando vacíos internos del hombre exfoliándose de un sentido propio que implica el acto de cada uno de ellos o de los agrupados institucionalizados, ese sentido es el de la responsabilidad de interpretar lo que significa en cada situación donde se crean actividades informativas que llegan a los mediadores; por ejemplo lo que se ve a diario por la prensa, radio, televisión, cine, magazín, revistas, panfletos, pasquines, internet o presentaciones de Power Point que se mueven por éste medio sobre la igualdad, dignidad, el terrorismo, conflicto armado, la guerra, las muertes por una u otra razón, el traje de baño, la silicona, el derrier, el despido masivo de empleados, de entrenadores de

fútbol y muchas cosas más, cabe en estricto sentido lo que el otro está recepcionando. En este punto es donde Habermas pone en consideración el sentido de la recepción o apropiación "lograda" que hace la cultura de estos productos que los hace aptos para el consumo (Habermas, 1985:194), concepto que al contrario de Hernández, sí media el contenido expuesto por el mercado sin la necesidad de cambiar el canal o comprar otro periódico, o no ver ni televisión, leer periódico o escuchar radio (2003;22).

Al respecto Hernández en relación se pregunta entonces en cuanto a los medios de Comunicación y por ende la acción comunicativa en si misma ¿Quién regula el Estado si él todo lo regula, salvo a sí mismo?, Da la consideración que cuando no toda regulación del Estado es dictatorial, pero si deja en manos de un selecto grupo o de uno solo la potestad inapelable de decidir qué se transmite, qué no se transmite y cuándo, y cómo se transmite lo que se transmite; lo cual conduce a la censura. Hernández considera que prevalece en los contenidos de estos medios donde existe la complejidad que crea el amarillismo que cubre los medios, por el solo hecho de querer vender más no informar, *"El amarillismo carece de matices porque es maniqueo, es decir, poco inteligente"* (Hernández, 2003: 24).

Esto implica que la apreciación en cuanto a lo que los medios generan en lo comunicativo es tanto cuantitativa como cualitativa; ya que, no solo, es la medida de quienes recibe o a quienes se le proyecta el mensaje (reigtin), sino esos tantos que es lo que logran recibir,

⁵¹ Aunque diferencialmente no se puede excluir tanto los unos como la otra, ya que estas se ensamblan por las dinámicas que surgen entre el Estado y el particular como transformadores sociales y por ende culturales (ver Habermas 1985).

⁵² Es importante aclarar que esto implica elementos estructurales y supraestructurales del individuo.

analizar y configurar de nuevo para retornarlo (acción), pero también están los otros que se comunican con los anteriores y reciben otro tanto. Es ahí donde empieza a surgir ese sujeto mediador más como un analítico que un racional tanto individual como colectivo, donde es necesario interpretarlo no como un operador sino como un textualizador sobre el consumo, para llegar al objetivo de Barbero en cuanto a la mediación como conjunto de procesos sociales de apropiación de los productos.

Entonces hablar de mediador es hacer la referencia a un ser y un sujeto que denota sobre los medios lo que debe ser y deber hacer, discute y dialoga con estos elementos para poder determinar lo que realmente puede ser o no puede ser parte de él⁵³. Implica que la recepción la hace interpretada (entendimiento)⁵⁴; pero más que todo lo hace mediado por un proceso que se impregna por las experiencias diarias, necesidades, dinámicas colectivas que se tiene con los medios donde se crean códigos específicos de proximidad o extrañeza con eso.

Así en forma secular se podría interpretar como la construcción de *"un ámbito de recepción"* donde se democratiza el control y el uso de los medios⁵⁵; pero es necesario dar un paso más allá para poder determinar que ese mediador logra un proceso más elaborado que sí posibilita una comunicación para una comunicación,

donde se construye una relación de identificación de lo que es ese otro con él mismo, un entendimiento constructor de realidad.

Entonces el entendimiento que se plantea es más coherente, como constante, sobre lo comunicado por el medio, no para encontrar lo bueno o lo malo, lo profano o lo santo, si no para comprender que se pueden encontrar significados de cómo los mediadores y los medios quieren hacer velar o mantener poder de unos u otros (status social o el quo), de imponer normas sociales o narcotización de la población⁵⁶, o por otro extremo, encontrar percepciones que los unos crean con respecto a los otros para poder decir que ahí hay realidad por la representación que construyen para ese momento o en un caso más perfecto considerarlo como un otro, como lo dice Moragas citando a Merton, *"como una forma de satisfacción alucinada"*. O aún más trascendental: como lo plantea Freud para posibilitar la construcción de realidad que se hace por el contenido de placer o no placer, lo que hace que, ese mediador sea constructor y deconstructor de realidad por abstraerse pero con contacto permanente con lo producido por el medio.

Aquí en este punto entonces se encuentra la responsabilidad que por los dos agentes, los medios y los mediadores construyen, no como persuasión con respecto a lo que el

⁵³ Ahora bien, es importante determinar que la facultad conciente posee un criterio más racionalista en la medida que éste proceso lo hacen agentes más especializados, más "doctos" en éste discurso de lo comunicativo y que han pasado un trayecto largo de su vida discutiendo y debatiendo éste proceso, los inconscientes son esa gran mayoría de sujetos que se sientan a ver televisión o a leer para ponerse al día de los acontecimientos; pero es necesario (aunque para este ensayo no es posible) hablar de un grupo intermedio que se llamarían *"latentes"*, quienes están y no están concientes e inconscientes de lo producido por los medios, como aquellos televidentes, cinéfilos, que en ciertos momentos, espacios son activos o pasivos con los medios.

⁵⁴ Ver Barbero (1987:240)

otro cree o forma, sino como un asentamiento fundado que lo determinado o reglado sí tiene validez o vigencia. La cuestión es que hay que comprender que los discursos que se construyen tienen (*todos*) finalidades propias de cada uno dentro de una cultura inmersa; la implicación de ello es la parte crítica que hay que comprender, especialmente cuando estos agentes no están en igualdad de condiciones para producirlos y reproducirlos (desde lo psicológico), donde la retórica argumentativa está casada con los presupuestos universalistas comunicativos que posee el hombre.

Por eso ese universalismo de lo comunicativo está en cierta medida restringido a las particularidades de los agentes mediadores a contextos culturales en los cuales se mueve y construye, ello es que donde los medios producen y los mediadores deconstruyen para construir basados en su relación de cultura, momentos y contextos fundamentado estrictamente en los estímulos que los influyen. Entonces no todos los discursos creados para un universalismo logran ser universales, sino restringidos en la medida en que para todos lo comunicado no es igual, posee una variabilidad.

Esa variabilidad es la lectura analizada que hacen estos mediadores, esto implica que la función de mediar no solo está explícita en algunos, sino en todos (cultura gramaticalizada), quienes son capaces de elaborar normas de producción de información.

Michelini discute éste problema en cuanto que el hombre no ha desarrollado en ese sentido la responsabilidad, siendo esencialmente ese mismo en un carácter más amplio como principio⁵⁷ de la responsabilidad el cual *"comienza a replantear de forma radical la problemática de la responsabilidad humana frente a las consecuencias del desarrollo científico tecnológico y del ilimitado poder que han alcanzado los seres humanos sobre el mundo natural y social."* (2003;03).

Así este principio de la responsabilidad que de manera utópica parece ser una fórmula para darle sentido a las relaciones de la Comunicación con los medios, se vuelve más pragmático para el discurso que le introduce una exigencia de cooperar en la transformación de las condiciones de la sociedad "real" en las condiciones de la comunidad ideal de Comunicación producida por ese mediador.

⁵⁵ Ver Moragas (1985;50 y 51)

⁵⁶ Es importante aclarar que al hablar de este discurso filosófico de los principios, se ha más allá de la ley universal; también es hablar del norte objetivo que no se llena con los caracteres valorativos que los sujetos perciben (óptica material, sino la esencia misma del ser) para poder interpretar, analizar, construir, modificar la perspectiva de realidad. Así se puede comprender que al hablar de ellos implica teóricamente hablar de la perfectibilidad (Aristóteles) o del objeto del Imperativo Categórico (Kant). Desde esta perspectiva Cecilia Gallego considera los principios como: *"un carácter externo, que nos invita a descubrirlos en la complejidad y simplicidad de la vida sensitiva mediados por la conciencia humana que me reafirma en el buen obrar, sin dictámenes dubitativos, ni interrogantes acusativos productos de las reflexiones dudosas. Los principios obedecen leyes naturales aplicables a cualquier momento y lugar. Ello se expresa en las acciones y prácticas humanas, manifestadas en forma de valores, de ideas, de normas y enseñanzas que edifican, fortalecen y ennoblecen el carácter de las personas."* (2000;51)

Es posible que existan antagonistas a considerar que el discurso construido por los medios con estrictamente consecuencias de la posmodernidad donde se vincula lo particular con lo general, lo exótico con lo corriente, o en otro caso la posibilidad que el mediador sea un recipiente vacío al que se le introduce información. Para este caso hay que adoptar hay que comprender que para poder ser un mediador hay que poseer una constitución múltiple⁵⁸ ante el discurso, donde trasciende la concepción que algunos no solo nacen para manipular u ostentar poder por medio de la mala fe, sino que dependen tanto de unos como de otros (medios y mediadores) ya que no hay unos sin otros para poder entender que son relaciones sistemáticas en que las

dependencias están en la medida de que existen reconocimientos, y ese reconocimiento esta cuando se preguntan donde están los televidentes o cinéfilos o que esta haciendo la T.V o el cine, así esta interdependencia por construcciones múltiples puede solucionar en cierta forma lo que Jonas citado por Michelini pretende en cuanto a mantener la comunidad *real* de Comunicación.

Por eso no es tan fuera de tono imaginar la verdad para construir realidades, por que esa verdad está construida a partir de contextos, culturas y medios y sus relaciones son las que conforman ese mundo de comunicación activa que se dan entre todos y para todos (aunque sea por grados)⁵⁹

⁵⁷ Ver Luhmann (1998;59)

⁵⁸ Ante este punto es importante indagar que es posible obscurtar grados de mediación y grados de comprensión de información comunicada.

BIBLIOGRAFIA:

- APEL K.O, CORTINA A, DE ZAN J., MICHELINI D. **Ética comunicativa democracia**. Editorial critica. Barcelona. 1991
- CAPURRO Rafael. **Ética De La Información: Un intento de ubicación**. Revista Códice de la Facultad de Sistemas de Información y Documentación. Universidad de la Salle. Bogotá, Vol. 1, no. 2 de Julio-Diciembre; pags. 87-95, ISSN 1794-9815. 2005
- CORTINA Adela. **Razón comunicativa y responsabilidad solidaria**. Editorial Salamanca. 1985
- BARBERO Jesús Martín. **De los medios a las mediaciones**. Editorial Gustavo Gili. Barcelona. 1987
- DE MORAGAS Spa Miguel. **Teoría de la comunicación**. Editoria Gustavo Gili. Barcelona. 1985
- FOUCAULT Michael. **El orden del discurso**. Traducción de Alberto González Troyano. Tusquets Editores, Buenos Aires. 1992
- HABERMAS Jurgen. **Aclaraciones a la ética del discurso**. Traducción e introducción de Manuel Jiménez Redondo. Editorial el libro. 2000
- _____. **Historia y critica de la opinión publica**. Editoria Gustavo Gili. Barcelona. 1985
- HERNÁNDEZ Roberto Montoya. **Información verás**. Editorial critica. Caracas. 2003
- KANT Immanuel. **Crítica a la razón practica**. Editorial colección universal, Madrid. 1999
- LUHMANN Niklas. **Sistemas Sociales: Lineamientos para una teoría general**. Editorial Anthropos. Barcelona 1998
- MICHELINI, J. **La ética del discurso como ética de la responsabilidad**. Literatura y lingüística, no.14, Págs.: 213-224. ISSN 0716-5811. 2003
- ROLDAN Ciro. **Del discurso de la ética a la ética del discurso**. Revista Colombiana de Psicología, departamento de psicología de la universidad Nacional de Colombia; Edición: "simbología, pensamiento y lenguaje". Bogotá MCMXCVII No 5-6, Págs. 204-211 ISSN 0121-5469. 1997
- WEBER Max. **Economía y religión**. Fondo Colombiano de Editores. Bogotá D.C. 1997
- WEBER, M. **La Política como Vocacion**. Libro descargado de la <http://hansi.libroz.com.ar> 1958.

miradas

miradas

