

¿Es la abundancia informativa una respuesta a la incertidumbre?

Is informative abundance an answer to uncertainty?

■ **Delia Crovi Druetta**

Universidad Nacional Autónoma de México

Resumen

El presente ensayo tiene el propósito de analizar el lugar que ocupan los medios de comunicación, tradicionales y digitales, en el proceso de generación de incertidumbre. Se lo vincula con la construcción del conocimiento y la construcción social de la realidad, partiendo de una premisa: la incertidumbre, en menor o mayor medida, es un componente de las sociedades actuales incentivado por diferentes factores, entre ellos, el sistema mediático. La abundancia informativa, vista como un recurso para eliminar dudas y ofrecer respuestas frente a lo incierto, es puesta en tela de juicio debido a que en la práctica, lejos de combatir esa sensación, tiende a aumentarla.

Abstract

This paper has the purpose of analyzing the place of media, both massive and digital, within the process of uncertainty generation. It is here related to the knowledge construction and the social construction of reality, based on this premise: uncertainty is a societal component triggered by a series of factors, such as the media system. Informational abundance, seen as a resource to get rid of doubts and provide people with answers against uncertainty, is thus seriously questioned given a number practical situations in which instead of reducing such sensation, it does increase.

Palabras clave

Incertidumbre, conocimiento, construcción de la realidad, medios de comunicación, abundancia informativa.

Key words

Uncertainty - Knowledge - Construction of reality - Media - Informative abundance

Sumario

1. Antecedentes
2. La incertidumbre se origina en la ausencia de certezas
3. Construcción del conocimiento: los inicios de Alfred Schütz
4. La realidad se construye socialmente: Berger y Luckmann
5. Colofón: ¿Abundancia informativa o acceso ampliado a la incertidumbre?

Contents

1. Antecedent
2. Uncertainty comes from the lack of certainty
3. The construction of knowledge: the beginnings of Alfred Schütz
4. The reality is socially constructed: Berger and Luckmann
- 5 Colophon: informative abundance or access extended to uncertainty?

1. ANTECEDENTES

Según el paradigma de la sociedad de la información, los ciudadanos estamos permanentemente expuestos a contenidos diversos, hecho que con frecuencia se valora como un importante logro de la humanidad. Esta valoración se cimienta en la disponibilidad creciente de información; en su accesibilidad mediante distintos recursos tecnológicos; en la ruptura de las barreras espacio-temporales que existían en tiempos no muy lejanos; en la posibilidad que estos recursos nos dan para convertirnos en emisores emergentes que narran la realidad más allá de los discursos hegemónicos, tejiendo con ello un mosaico de interpretaciones. Menos adhesiones despierta la perspectiva que valora esta situación como generadora de incertidumbre, caos y en casos extremos, conduce a una suerte de parálisis o pasmo. Sin embargo, ambas miradas sobre el fenómeno de la abundancia informativa coexisten y tienden a crear puentes entre ellas.

Estas reflexiones buscan plantear algunas ideas sobre dos lecturas de la actual abundancia informativa: la sobreinformación como un logro importante para la humanidad y la incertidumbre generada a partir de la falta de coordenadas para interpretar el volumen creciente de contenidos a nuestro alcance. Nos interesa particularmente analizar la relación que existe entre los mensajes de prensa, radio, televisión, medios digitales y los procesos de construcción social de la incertidumbre¹.

Como resultado de una investigación anterior en 2010 publicamos un libro sobre este tema, cuya estrategia metodológica fue identificar las claves de la relación medios-incertidumbre. Lo hicimos con la convicción de que tales claves de incertidumbre, que no fue fácil identificar, pueden manifestarse en todos los actores del proceso de comunicación (emisor, expresión/representación y receptor).

Tanto el estudio mencionado como estas reflexiones, toman en cuenta el carácter de

la sociedad de la información (SI) o sociedad de la información y el conocimiento (SIC)², basadas en un componente informativo-comunicativo que lleva a una mediatización creciente de la sociedad, mediante la cual se exploran todos los niveles de interacción. En este contexto, la información y a partir de ella la construcción de conocimiento, redimensionan el lugar que ocupan los medios tradicionales y digitales, en los procesos sociales y en todo tipo de prácticas cotidianas. En esta mediatización no debemos, sin embargo, perder de vista la propuesta de Adone y Mane (Wolf, 1987), que sostiene que los individuos construyen su realidad subjetiva a partir de la integración de los elementos que le aportan: la realidad social objetiva (su propia vida y situación concreta de existencia) y la realidad simbólica (escuela, religión, cultura, etc.) en la cual los medios de comunicación ocupan un lugar destacado pero en medio de un conjunto de otros vehículos y estímulos.

Sobre la creciente mediatización social cabe puntualizar que, además de los contenidos de los medios, tienen relevancia los soportes técnicos por donde discurre la información, debido a que tienden a borrar tiempo y distancia, haciéndose invisibles para el grueso de la población, o dicho de otro modo, son imperceptibles en el contexto del proceso de comunicación: no desaparecen como instrumentos técnicos, pero se invisibilizan. Como resultado de esta inexistencia técnica se produce una disociación entre mensaje y soporte o medio por el que se presenta, así aún estando presentes, los medios no son identificados con la misma intensidad que sus contenidos.

Otra premisa que está en la base de las presentes reflexiones es que nuestro análisis se refiere a individuos que podríamos definir como un receptor común de los tiempos actuales, es decir, no especializado pero tampoco excluido. Reconocemos la existencia de importantes brechas tecnológicas y cognitivas que determinan un acceso desigual a la información, pero este artículo ar-

¹ Este artículo es resultado de una investigación mayor denominada "Medios de comunicación y percepción social de la incertidumbre", financiada por la Universidad Nacional Autónoma de México (UNAM) a través del Programa de Apoyo a la Investigación e Innovaciones Tecnológicas, PAPIIT, del cual fui responsable. Los hallazgos de este estudio fueron publicados en la obra Crovi Druetta, Delia, y Carlos Lozano Ascencio (2010), *La faena de lo incierto. Medios de comunicación e incertidumbre*, México. UNAM y Sitesa Editores.

² Se trata de conceptos diferentes pero que, en general, se tiende a interpretar al segundo como una evolución del primero, que busca completar sus premisas y actualizarlas vinculándolas con los procesos de producción del saber.

ticula sus argumentaciones en torno a ese receptor promedio de las sociedades de hoy día, con acceso pleno a la televisión, la radio y la telefonía móvil (aunque sea mediante generaciones tecnológicas diversas); y limitado en materia de cine, prensa e Internet, por razones diversas entre las que destacan las económicas y culturales.

La ruta que seguiremos en este ensayo es presentar primero algunas reflexiones sobre la incertidumbre y su relación con los medios tomando como eje las propuestas de construcción del conocimiento y construcción social de la realidad formuladas por Alfred Shütz, Peter Berger y Thomas Luckmann. Referiremos luego las características que tiene ese vínculo para la mirada de quienes le atribuyen valores altamente positivos, así como para quienes ven en el tránsito entre virtualidad y medios tradicionales un acceso informativo amplio pero generador de incertidumbre.

2. LA INCERTIDUMBRE SE ORIGINA EN LA AUSENCIA DE CERTEZAS

Más que definir un concepto de incertidumbre es posible caracterizar la situación que la crea y alimenta. Se trata de un entorno originado en la falta de certezas, que genera perplejidad, indefinición y duda. En este sentido, está estrechamente vinculada con el conocimiento, ya que en la medida en que existe un saber fehaciente sobre un hecho o un tema, eludimos la perplejidad, nos apegamos a un conocimiento cierto y por lo tanto abandonamos la duda, superamos la vacilación.

... la incertidumbre es una situación que se encuentra, no se busca. Es una situación de la que sólo se sale cuando puede ser estimada una solución o desenlace. Constituye una circunstancia donde abundan las dudas, la indeterminación y la inseguridad, y en definitiva, es un estado que rompe con lo unívoco. Se establece cuando los sujetos (a título individual y /o social) perciben, identifican, están y sientan la perplejidad de dicha circunstancia. (...) Se consigue reducir la incertidumbre a través de certezas; pero acciones que busquen reducirla a cual-

quier precio, por el camino más corto y rápido, no son útiles para eliminar la inseguridad (Crovi y Lozano, 2010, p. 20).

Encontrar caminos para responder a la situación de incertidumbre es vital para el ser humano, porque de lo contrario puede quedar atrapado en una situación de parálisis, donde ésta le impide tomar decisiones buenas o malas. Contar con recursos para salir de ese atolladero es parte de un aprendizaje que proviene, o debería provenir, de los aparatos sociales encargados de reducirla: el educativo, el mediático, el político, el religioso, entre otros. A lo largo de la historia de la humanidad, los sujetos han buscado resolver situaciones diversas que originan dudas, creando de este modo un sistema de respuestas, dinámico y amplio, que se va ajustando en el transcurso de los años y que constituye para la sociedad un marco interpretativo de la misma. La emergencia de nuevas fuentes de duda es un desafío, pero también un reto que, de no superarse mediante respuestas adecuadas, puede llevar a la incertidumbre.

Debido al protagonismo de los medios tradicionales y electrónicos en los procesos para ofrecer respuesta a las muchas dudas sociales que van surgiendo, algunos autores han tratado el tema de la incertidumbre vinculándola a la construcción social de la realidad. Muchos de esos análisis se refieren específicamente al periodismo y en entre ellos destacan las obras de Elisabeth Noelle Newman, "La espiral del silencio"; Adam Schaff, *Historia y verdad*; Guy Durandin, *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*; y más ligados al quehacer noticioso los trabajos de Miquel Rodrigo Alsina, *La construcción de la noticia*; de Eliseo Verón, *Construir el acontecimiento*; y de Enrique Gil Calvo, *El miedo es el mensaje*. La hipótesis de la *agenda setting* propuesta por Maxwell E. McCombs y Donald L. Shaw (Wolf, 1987), que plantea la construcción de los temas acerca de los cuales vamos a pensar, analiza también la participación de los medios en la construcción de la realidad.

Aunque sin aludir directamente a ella, estos y otros autores analizan la relación medios-construcción de la realidad, donde está presente un componente de incerti-

dumbre. Estos análisis acentúan las facultades del discurso noticioso o periodístico para crear incertidumbre, por considerarlos los más susceptibles de ser cooptados por los intereses políticos y económicos de los emisores. Pero la incertidumbre va más allá de los géneros informativos o de opinión: se asienta también en la ficción, los concursos, los *reality show*, los *talk show*, los programas de entretenimiento de medios electrónicos o digitales, los deportivos, y en Latinoamérica, de manera destacada, en las telenovelas. En suma la generación de contenidos inciertos abarca temas y formatos diversos, entre los que ni siquiera los científicos quedan excluidos.

El sentido general de las contribuciones teóricas disponibles sobre este tema indica que existen varios mecanismos que llevan a crear certezas o confusiones, los cuales se sitúan en una condición natural de las sociedades de este tiempo: la sensación de incertidumbre. A veces de manera voluntaria y otras involuntariamente, los medios crean incertidumbre por razones de índole económica o política, orientando los procesos de producción hacia ciertas rutinas que las alimentan debido a que carecen de fuentes especializadas o repiten lo que afirman otros actores o contenidos sin cotejar su sustento. Además, el tránsito de la información entre medios digitales y electrónicos es permanente, movilidad que conlleva perder el control de lo que se difunde y las fuentes en las cuales se apoya.

Esta situación que no es del todo novedosa pero que se ha agudizado, permite hacer una tipificación de la incertidumbre sustentada en los procesos mediáticos (Crovi y Lozano, 2010). Las cuatro primeras incertidumbres se insertan en la labor que desarrollan las instituciones mediáticas, y la quinta, en los llamados emisores emergentes:

1) Incertidumbre cuyo origen radica en los hechos o sucesos a transmitirse, que pueden provenir de causas naturales o ser de carácter antropológico.

Los medios escogen entre estos hechos para armar su agenda discursiva, atendiendo razones diversas.

2) Incertidumbre que tiene origen en los emisores y la manipulación que ellos realizan de la información. Las hay de orden político, económico, cultural o social, de competencia con otros medios, de espectacularización para ganar audiencias, entre otras.

3) Incertidumbre que es producto de rutinas estandarizadas para la producción de contenidos. En esas rutinas se reflejan prácticas laborales repetitivas e institucionalizadas que tienen sustento en la búsqueda de ganancias, en la economía de recursos humanos o materiales con el objeto de reducir costos, etcétera.

4) Incertidumbre originada en la falta de habilidades de los receptores para jerarquizar y articular el gran volumen de información disponible, proceso que se redimensiona a partir de los recursos digitales. Se acentúa también por la mediatización de la sociedad que lleva a la sobreexposición mediática y a la proximidad informativa sobre hechos cotidianos que ocurren en el mundo, registrados e incluso reportados por los ciudadanos (el llamado periodismo ciudadano³).

5) Incertidumbre creada por las lecturas diversas de los hechos sociales, las cuales, desde la digitalización, han dado lugar a la existencia de emisores emergentes. Blogs, redes sociales, páginas personales o grupales, correos electrónicos, salones de chats, envío de material visual o sonoro a los grandes medios, grupos de discusión, mensajes de celulares, entre otros, son espacios donde se expresan emisores emergentes, los que, como su nombre lo indica, ocupan un lugar derivado del avance tecnológico y en muchas ocasiones, aún

³ La definición de periodismo ciudadano debe ser objeto de una amplia reflexión, a fin de esclarecer este ejercicio carente de profesionalización pero con sentido de la oportunidad, que puede ofrecer una mirada diferente sobre la realidad, pero que al mismo tiempo ha encontrado eco en los sistemas mediáticos, a veces para abaratar costos de producción, otras para simular participación.

no institucionalizado. Este volumen y variedad de información confronta a los expertos en informática con la necesidad de desarrollar buscadores cada vez más efectivos, pero también a los científicos sociales con la urgencia de crear mecanismos de jerarquización e interpretación de esos discursos múltiples.

Estos cinco lugares desde donde se crea incertidumbre permiten advertir que puede generarse en distintos actores o factores, los que por otro lado no son excluyentes sino que se entrelazan y potencian a la hora de construir su realidad. Los medios juegan un papel central: como instituciones tienen la capacidad de acercarnos o alejarnos de determinados contenidos; ejercer una labor formadora de audiencias; construir una realidad simbólica aparentemente inmutable, sin matices; enseñar lenguajes, géneros, rutinas productivas y profesionalizar la labor de comunicar. Hoy día otras instituciones contribuyen a referir los hechos y relatar la compleja realidad, generando información cuantiosa y desarticulada que abona el campo de la incertidumbre que crean otras instancias sociales.

A la preponderancia de los discursos mediáticos, debemos sumar la habituación que desarrollan al simplificar la vida informativa del ser humano. Su labor de resumen de lo acontecido cada día alimenta la construcción de significados sociales compartidos a los que recurren los individuos ante cada situación nueva para entenderla, explicarla y adaptarse a ella. Este y otros factores contribuyen a crear un clima de incertidumbre en el que, como se dijo, participan también otras instituciones o los emisores emergentes. En este contexto, lejos de ver al volumen de información como una salida a la duda, sería posible afirmar que, a mayor información, mayor incertidumbre.

Pero es necesario diferenciar dos tipos de duda: la que da origen al proceso científico, y la que impide al ciudadano tomar decisiones debido a una suerte de parálisis o espiral del silencio que le genera incapacidad de enfrentarse a tantas argumentaciones diferentes. En este punto, la necesidad de formar receptores críticos se revitaliza,

siempre tomando en cuenta que tal proceso está ligado al capital cultural de los ciudadanos y con ello, a la educación.

3. CONSTRUCCIÓN DEL CONOCIMIENTO: LOS INICIOS DE ALFRED SCHÜTZ

Como hemos enunciado someramente, la incertidumbre está vinculada al conocimiento. Entre quienes han contribuido a analizar los mecanismos por los cuales se construye el conocimiento, destaca Alfred Schütz, filósofo y sociólogo nacido en Austria en 1899. Sus ideas germinales serían retomadas por Thomas Luckmann, discípulo suyo, y Peter Berger en los años 60.

En sus planteamientos originales, Schütz (1973) refiere que los seres humanos vivimos cotidianamente vinculándonos con nuestros semejantes mediante interacciones diversas, cuyo contexto son sucesos y objetos sociales o culturales. Su concepto de realidad social refiere que esos sucesos y objetos existen en el mundo y se reflejan en lo que conocemos como sentido común. Trabaja también otras dos ideas: el mundo de la vida y situación biográfica. La primera se vincula con las cuestiones que el individuo puede modificar y sobre las cuales puede intervenir, en tanto que la situación biográfica delimita la vida, mediante dos elementos: los que son controlados o se pueden llegar a controlar y los que no pueden ser controlados. Así, a pesar suyo, la situación biográfica determina a ciertos individuos impidiéndoles cambiar el mundo que los rodea, llevar a cabo acciones o estrategias de transformación, enfrentarlas e interpretarlas.

Respecto al conocimiento, sostiene que está directamente vinculado a la construcción de la realidad social y distingue dos tipos: el intuitivo, de tipo social, que circula con cierta libertad y pocas restricciones; y el saber científico, aprobado socialmente. Ambos comparten dos condiciones: es colectivo y se distribuye socialmente, ya que cuando un individuo piensa en el conocimiento adquirido por otros, en un acervo previamente organizado de problemas o estrategias de solución, reglas, procedimientos, etcétera, está pensando en procesos de distribución de conocimiento, intuitivo o científico, y lo

hace en un contexto social determinado. Hoy podemos ver con mayor claridad que los medios juegan un papel destacado en la distribución de ambos tipos de conocimiento, ya sea en sus contenidos generales o en espacios de divulgación científica⁴.

Schütz explica que el conocimiento de tipo intuitivo nos ha sido transmitido, comunicado, porque la mayor parte de lo que conocemos se origina en experiencias indirectas. Fue desde esta premisa que propuso tres tipos de ciudadanos: el hombre común, el experto y el ciudadano bien informado. Sobre el hombre común expresó:

... tiene un conocimiento funcional de muchos campos que no son necesariamente coherentes entre sí; un conocimiento de recetas que indican cómo obtener, en situaciones típicas, resultados típicos por medios típicos. Las recetas indican procedimientos en los que se puede confiar aunque no sean claramente comprendidos (Schütz, 1974:122).

El experto, en cambio, es quien profundiza su conocimiento sobre un campo específico, restringido. Esta profundización le permite fundamentar opiniones y juicios, descartando conjeturas y suposiciones. En su propuesta indica que el tipo ideal es el ciudadano bien informado: un ciudadano que se ubica en medio de las otras dos categorías, aspira a estar bien informado y, aunque su meta no es llegar a ser un experto en una materia determinada, tampoco está de acuerdo en moverse con la vaguedad de los ciudadanos comunes. Los bien informados tienen opiniones razonablemente fundamentadas en campos que son de su interés. Shütz aclara que todos somos, simultáneamente, expertos, ciudadanos bien informados y hombres comunes según nos posicionemos frente a diferentes ámbitos de conocimiento.

Si llevamos esta diferenciación a la exposición a los medios, todos son receptores con características que varían según su situación biográfica, pero también en todos los casos los medios forman parte de su mundo de la vida. Por ello esta propuesta está en sintonía

con la segmentación de audiencias que realizan los medios para llegar a sectores de la población con intereses, posibilidades y necesidades de información específicos. Estos sectores tienen una capacidad variable tanto para interpretar contenidos como para incorporarlos a su cuerpo de conocimientos, proceso que es dinámico, continuo y en cierto modo acumulativo e individual, pero con una dimensión social y colectiva. Con el acceso reciente a más fuentes de información, algunas poco legitimadas, los fundamentos y razonamiento sobre algunos temas que pueden estar en tela de juicio, de igual modo se incorporan al acervo de saber individual.

Shütz (1973) sostiene que los individuos se mueven entre dos tipos de significaciones vinculadas a los intereses que cada uno escoge: intrínsecas e impuestas. En las primeras, la elección está sujeta a ciertas condiciones preestablecidas; en tanto que las segundas son aquellas que recibimos pasivamente, que nos llegan sin nuestra intervención, como suele suceder con algunos discursos mediáticos. Pero no se trata de campos estáticos, sino que la importancia de estas significaciones puede cambiar conforme cambian los objetivos de las personas y su propia vida.

Distingue, además, cuatro campos de interés para los individuos: el inmediato, el secundario, zonas relativamente significativas y zonas que no influyen. El primer campo se refiere al mundo que está a nuestro alcance; el segundo no está abierto a nuestro dominio pero poseemos herramientas que nos permiten valorar las posibilidades, riesgos y probabilidades de realizar alguna acción determinada; el tercero se integra por zonas relativamente no significativas, que por el momento no están vinculadas con intereses inmediatos; y el cuarto, en el que están las zonas que no influyen en lo absoluto en los objetivos inmediatos.

Estos diferentes campos significativos son explorados por los medios masivos y pueden, si así lo deciden, buscar intencionalmente una movilidad dentro de la escala de significaciones, con lo que tendrían capacidad para

⁴ Existen numerosos espacios especializados en divulgación del conocimiento científico dirigidos a diversos tipos de receptores. No obstante, en este ensayo nos referimos a los contenidos dirigidos por los medios de comunicación tradicionales o digitales, a un público amplio y heterogéneo para los cuales construyen un tipo de realidad simbólica que se incorpora y se negocia en procesos individuales.

acercar o alejarlos y por lo tanto, tener un impacto en la construcción social de la realidad. Las redes son claras en este tipo de movilidad: cuando realizamos búsquedas personalizadas podemos llegar a zonas absolutamente no significativas que nos llevan incluso a perder el rumbo de la búsqueda inicial.

La sensación de incertidumbre suele ser producto de la falta de anclaje, relación o vinculación entre las diferentes significatividades: entre las impuestas por los medios y las intrínsecas de los ciudadanos puede haber un abismo. La conformación en las últimas décadas de fuertes conglomerados mediáticos, cuyos intereses económicos e ideológicos van más allá del ámbito específicamente comunicativo, ha violentado esta respuesta que las audiencias pueden esperar de esos medios para satisfacer sus necesidades de información. A ello se suma un amplio abanico de recursos digitales cuyos contenidos van desde fuentes sólidas y confiables hasta otras sin ninguna credibilidad. Así, el volumen de información, lejos de señalar caminos, induce a la incertidumbre: ¿cuál de esos contenidos es fiable?, ¿qué pensar o decidir sobre ciertos asuntos a partir de la información disponible? Un ejemplo claro lo da el ámbito de la información para la salud donde, junto con artículos científicos de gran valor, conviven promociones de productos o difusión de ideas para atender ciertos problemas que carecen de sustento.

En materia de construcción del conocimiento, la contribución de Schütz que hemos analizado hasta aquí se visualiza en dos ámbitos: los actores del proceso (hombre común, experto y ciudadano bien informado) y en el contenido o mensaje (campos de significación). La primera tipifica a los sujetos, mientras que la segunda distingue y enfatiza la capacidad que tienen para mover espacialmente sus relaciones con el conocimiento.

No obstante, la labor de movilidad y enlace que deberían llevar a cabo los medios entre el tipo de sujetos y sus necesidades informativas, así como la movilidad entre campos de significación y las significatividades, está lejos de ser su prioridad. Crear certezas, evitar incertidumbre maliciosa que lesiona la construcción social de su realidad, o despertar el sano interés o la duda que lleva a la búsqueda

de conocimiento científico o intuitivo, han sido desplazados por discursos mediáticos que responden a intereses corporativos y de grupos de poder afines.

Si los sistemas de comunicación junto con otros sectores culturales no son capaces de facilitar estos tránsitos simbólicos, existe el riesgo de emitir discursos y mensajes al margen del interés colectivo. Es por ello que alimentar el circuito de significaciones y actualizar el conocimiento social, considerando la presencia de un interlocutor tal como lo plantea Schütz, cobra nueva vigencia en autores mucho más recientes (Castell, 1999; Echeverría, 1999; Gil Calvo, 2003; entre otros).

4. LA REALIDAD SE CONSTRUYE SOCIALMENTE: BERGER Y LUCKMANN

Berger y Luckmann (1998) dan continuidad a las ideas de Alfred Schütz, siguiendo la escuela fenomenológica de sociología explorada por ese autor, pero también sustentando una tesis fundamental: la realidad se construye socialmente. Debido a la creciente importancia de los medios masivos de comunicación y la emergencia de los recursos digitales, retomar este sustento teórico resulta fundamental porque permite explicar su inserción en el proceso de construcción social de la realidad. Al identificar la importancia del proceso comunicativo e informativo en las sociedades mediatizadas, se pretende señalar a los medios como uno de sus actores fundamentales.

Estos autores publicaron en 1968 la primera versión en español del libro *La construcción social de la realidad. Un tratado en la sociología del conocimiento* cuya versión en inglés, se había editado en 1966 en New York. En sus primeros párrafos afirman:

Nuestras tesis fundamentales están implícitas en título y subtítulo de este libro; ellas son: que la realidad se construye socialmente y que la sociología del conocimiento debe analizar los procesos por los cuales se produce. Los términos claves de dichas tesis son “realidad” y “conocimiento”, que no sólo se usan corrientemente en el lenguaje cotidiano, sino

que llevan tras de sí un largo historial de investigaciones filosóficas (Berger y Luckmann, 1998, p. 13).

Como su antecesor, ambos autores reiteran que todo tipo de conocimiento es producto de interacciones, tesis a partir de la cual desarrollan su teoría del construccionismo social. La gente interactúa, se expresa, y sus opiniones inciden en la realidad, con lo cual refuerzan su percepción de la misma. El conocimiento del sentido común se negocia durante esas interacciones, reflejándose en significados, acciones e instituciones que son parte de una realidad objetiva, proceso que les permite sostener que la realidad se construye socialmente.

El centro de atención de su propuesta está puesto en la historia de las instituciones y su papel social, analizado desde la teoría del conocimiento. En este contexto visualizan los procesos de objetivación del conocimiento común, que lleva a los seres humanos a crear universos simbólicos que conforman un marco interpretativo de la realidad, dando lugar con ello al sentido común. Desde esta aproximación, ciertos significados que los sujetos comparten y aceptan en su vida cotidiana son los que les permiten interpretar la realidad, lo que implica llevar a cabo procesos de comunicación.

Berger y Luckmann destacan dos procesos: el de objetivación que conduce a producir signos capaces de trascender la realidad de la vida cotidiana; y la capacidad natural que posee el ser humano para habituarse a su entorno biológico y social.

Toda actividad está sujeta a la habituación. Todo acto que se repite con frecuencia, crea una pauta que luego puede reproducirse con economía de esfuerzos y que ipso facto es aprehendida como pauta por el que la ejecuta. Además, la habituación implica que la acción de que se trata puede volver a ejecutarse en el futuro de la misma manera y con idéntica economía de esfuerzos. Esto es válido tanto para la actividad social como para la que no lo es (Berger y Luckmann, 1998, p.74).

La vida del ser humano se simplifica con estos hábitos, ya que ante cada situación nue-

va pueden adaptarse recurriendo a significados compartidos y aceptados en la sociedad a la cual pertenece, en la que interactúa y se comunica. Esta es una cualidad fundamental para la teoría del conocimiento, que permite emplear significados, explicarse el entorno y habituarse a él. En el ámbito de los medios, un ejemplo de esta preconcepción es el uso de géneros y formatos, definidos como un horizonte de espera. Cuando un individuo se expone a cualquier medio reconoce el género en el cual está presentado el contenido recurriendo a sus hábitos de recepción previos. El *zapping* puede interpretarse así como un mecanismo rápido de selección que permite escoger o desechar; igual hojear una revista para leer selectivamente ciertos artículos o recurrir a los buscadores y sitios predeterminados o favoritos para navegar en la red.

De acuerdo con los significados otorgados por el hombre a su actividad, la habituación torna innecesario volver a definir cada situación de nuevo, paso por paso aparecen cada vez que se da una tipificación recíproca de acciones habitualizadas por tipos de actores (Berger y Luckmann, 1998, p. 75).

Cuando una acción se institucionaliza significa que ha sido sometida al control social y que continuará en el tiempo, lo que reconoce una historia anterior al nacimiento de los individuos: existe un acervo de conocimientos anterior a su propia vida. Si lo llevamos al plano de apropiación de los recursos digitales, los jóvenes que hoy día son usuarios cuentan con un acervo mediático anterior a su propia experiencia que repercute en los modos de "hacer información" y de comunicarse.

La transmisión de significados de una institución se basa en el reconocimiento social de aquella como solución "permanente" a un problema "permanente" de una actividad dada. Por lo tanto, los actores potenciales de acciones institucionalizadas deben enterarse *sistemáticamente* de estos significados, lo cual requiere una cierta forma de proceso "educativo". Los significados institucionales deben grabarse poderosa e indeleblemente en la conciencia del individuo. Puesto que los seres humanos suelen ser indolentes y olvidadizos, deben existir también procedimientos

para que dichos significados se machaquen y se recuerden reiteradamente, si fuese necesario, por medios coercitivos y por lo general desagradables (Berger y Luckmann, 1998, p.93).

La sociedad es una realidad objetiva y el hombre un producto social, ya que si el ser humano tiene la capacidad de objetivar⁵ sus actividades, el resultado es que la sociedad misma es un producto humano, en el cual el lenguaje adquiere un valor fundamental al convertirse en un instrumento clave en todo el proceso de construcción social. Esta lógica de institucionalización se apoya en el bagaje de conocimientos socialmente disponibles que damos por establecido.

Tales afirmaciones colocan a las instituciones en el centro del proceso de objetivación debido a que en ellas descansa la reiteración de su función social, además de encargarse de asentar los sistemas de signos. Gracias a estas acciones superan limitaciones espacio-temporales, facilitando la transmisión de una generación a otra (escuela, religión, medios, partidos políticos, entre otros). Para el desarrollo de esas funciones existen fórmulas sencillas, promovidas por especialistas, que facilitan la rutinización y trivialización que garantizan su reproducción. Al aplicar este proceso al sistema mediático, vemos que en efecto hay por un lado una suerte de aprendizaje para llegar a ser espectador-receptor o usuario de un lenguaje determinado creado por ellos mismos, pero también hay reiteración (la publicidad hace de la reiteración su recurso fundamental).

Estos autores advierten sobre un riesgo relacionado con la objetivación: que los ciudadanos perciban al mundo en el que viven como exterior a sí mismos, es decir, que no reconozcan que ese mundo fue construido por los propios hombres y que está en sus manos la posibilidad de cambiarlo. La ausencia de pensamiento crítico, tanto en los medios como en otros aparatos (los educativos en especial), está llevando a ese proceso de alienación en el cual el ser humano, productor de la realidad, se percibe como un pro-

ducto de esa realidad, en la cual concibe a su actividad como algo mecánico e interpreta a los significados sociales como si fueran hechos naturales o inmutables. Desde esta percepción siguen construyendo una realidad caracterizada por la falta de cambio, de creatividad, de crítica y mecanismos para construir significados o acciones de nuevo cuño.

Es en la reiteración y planeación de los roles institucionales, donde Berger y Luckmann sitúan este cambio que impacta los sistemas de conocimiento. Las rutinas de algunas instituciones pueden representar, simbólicamente y en su totalidad, el orden institucional (religiones, escuelas o medios, por ejemplo). La ya mencionada invisibilidad de la técnica así como de las rutinas mediáticas, que no son azarosas sino planeadas, muestra a los medios como instituciones inmutables, naturales, presentando un universo en el cual los ciudadanos no pueden intervenir ni cambiar. Para el campo de conocimiento de la comunicación, formar receptores críticos capaces de romper esa barrera que impide transformaciones, ha sido un anhelo largamente perseguido y escasamente alcanzado.

En suma, el conocimiento institucional traza las pautas para objetivar y cosificar la realidad que es resultado de la interpretación humana. Para que esto ocurra, se crean roles que garantizan la legitimidad del conocimiento, y se sedimenta el conocimiento mediante la capacidad de adaptación de los seres humanos al mundo natural y social.

El universo simbólico también ordena la historia y ubica todos los acontecimientos colectivos dentro de una unidad coherente que incluye el pasado, el presente y el futuro (...) Todos los miembros de una sociedad pueden ahora concebirse ellos mismos como pertenecientes a un universo significativo, que ya existía antes de que ellos nacieran y seguirá existiendo después de su muerte. La comunidad empírica es traspuesta a un plano cósmico y se la vuelve majestuosamente independiente de las vicisitudes de la existencia individual (Berger y Luckmann, 1998, p. 131).

⁵ Por objetivar puede entenderse dar a un asunto o a una idea un carácter objetivo o imparcial prescindiendo de las consideraciones personales o subjetivas. Hacer objetivo, separar del sujeto.

La propuesta sobre la creación social de la realidad sugiere algunos comentarios acerca de la función social de los medios, tradicionales y digitales. En el universo simbólico de los receptores, esos medios tienen, con matices, un liderazgo reconocido mediante el cual ejercen una labor de orientación y de jerarquización de significaciones, además de ser instituciones con una dinámica propia capaz de cosificar y objetivar la lecturas de la realidad. Por otro lado, ante la creciente concentración mediática, son escasas las posibilidades de contar con contenidos y significaciones variados, debido a que dominan discursos homogéneos y repetitivos. Para la comunicación, se hace cada vez más necesario analizar el proceso de institucionalización mediática, debido al surgimiento de emisores emergentes⁶ de índole diversa, mediante los cuales tal institucionalización adquiere formas múltiples. En las redes, por ejemplo, se manifiestan de una manera más o menos desestructurada, caótica, a veces intermitente y un buen número, de manera individual, los que en conjunto tienen una fuerte incidencia en la construcción de la realidad.

Berger y Luckmann colocan en un lugar prominente al proceso de institucionalización y proponen cuatro niveles a partir de los cuales las propias instituciones legitiman su papel social (Berger y Luckmann, 1998, p. 120-121). Estos son: legitimación incipiente; rudimentarias propuestas teóricas para explicar los sucesos; la creación de un cuerpo de conocimientos especializado y su administración a cargo de especialistas pasando el proceso de la práctica a la teoría; finalmente en el cuarto nivel está la capacidad de crear una matriz o universo simbólico dentro del cual están los individuos. A partir de un proceso de socialización, esta matriz se interioriza pasando a formar parte del bagaje de conocimientos.

5. COLOFÓN: ¿ABUNDANCIA INFORMATIVA O ACCESO AMPLIADO A LA INCERTIDUMBRE?

A partir de las ideas que hemos planteado, podemos afirmar que en materia de incerti-

dumbre la repercusión mediática es multifactorial y puede tener orígenes diversos: la intencionalidad del emisor, las características de la producción del mensaje o la capacidad de los receptores y usuarios para identificar, organizar e incorporar la información a su capital cultural y social. Hay que sumar, además, las estrategias desplegadas por los medios para generar certezas o incertidumbre frente a ciertos temas o sucesos. Acciones como repetir hasta el cansancio notas llamativas, crear expectación con el fin de ganar audiencia mediante una dosificación intencional de los temas; tratamiento novelado de la información; endogamia en la promoción y legitimación de sus propios contenidos para adelantar interés o reafirmar sus puntos de vista; segmentación de audiencias para captar a todos los individuos y sus gustos particulares, entre otros. Estos procesos crean certezas e incertidumbres vinculadas con sus propios intereses, pero que a la vez se instalan en los diferentes campos de significación de los individuos, incorporándose a su construcción de la realidad, junto con otros estímulos. En este contexto, quien tiene un mayor acceso a fuentes informativas y dispone también de un mayor capital cultural, está en condiciones de contrastar los discursos de ciertos medios con los de otros, y con otras fuentes que lo llevan a construir un marco contextual más amplio, encontrando en él mayores razones para mirar e interpretar la realidad. Pero esto no impide que estemos constantemente expuestos a fuentes informativas diversas, a veces contradictorias, que intervienen activamente en los procesos de construcción de la realidad que cada individuo encara desde su contexto biográfico.

La dinámica informativa de los medios de comunicación tradicionales tienden a ofrecer en sus discursos un presente continuo, carente de contextualización actual y de referentes históricos. Pese a la abundancia y reiteración de notas periodísticas, éstas suelen referir únicamente hechos singulares o notables entre los que destacan situaciones de violencia; catástrofes; inseguridad y riesgo; hechos insólitos o protagonizados por individuos con presencia pública. Por carecer de explicación

⁶ Para ampliar el tratamiento de los emisores emergentes, ver Crovi Druetta, Delia, "Emisores emergentes en la red. ¿Quién distribuye la información y el conocimiento", en Crovi Druetta, Delia (Coordinadora) (2004), *Hacia la sociedad de la información y el conocimiento. Memorias de Panam III*, UNAM, FCPS, México.

y seguimiento, tal acumulación de mensajes, más que aclarar los sucesos, contribuye a construir socialmente la incertidumbre. Provoca también que los ciudadanos perciban y definan la realidad social a partir de preocupaciones vinculadas con esa agenda, generando con ello una cultura de inseguridad y temor que es necesario analizar no sólo desde la opulencia informativa sino también desde la incertidumbre que puede generar.

Aunque existen causas objetivas y materiales que contribuyen a crear situaciones de incertidumbre, los medios de comunicación las refuerzan repercutiendo de manera destacada en la construcción de la realidad simbólica de los individuos. Este fenómeno se acentúa debido a un acceso desigual a las posibilidades informativas, sobre todo en materia de recursos digitales (Internet, telefonía celular de última generación, bases de datos, etcetera) ya que, mientras algunos tienen ocasión de contrastar fuentes y revisar diferentes miradas sobre la realidad, otros carecen de estas posibilidades. En mayor o menor medida según la sociedad de la cual estemos hablando, la incertidumbre se ha ido incorporando a la cultura de los ciudadanos por influencia de los discursos mediáticos

que, lejos de la objetividad, responden a intereses diversos.

Concebimos al escenario actual de abundancia informativa como un espacio dinámico donde la información transita de una esfera a otra, es decir, pasa de lo digital a los medios masivos y viceversa. Esto constituye un punto de diferenciación con la mirada más común de este fenómeno, que tiende sólo a ver en las tecnologías de información y comunicación (TIC), en especial Internet, redes sociales y telefonía celular, instrumentos capaces de enfrentarse al sistema mediático hegemónico creando nuevas agendas y confrontándolo. A nuestro juicio, esta valoración debe ser reconsiderada a la luz de nuevas reflexiones porque algunos movimientos contrahegemónicos iniciados en el ámbito digital, con acciones sociales concretas, prontamente fueron desestimados y desvirtuados por los propios grupos hegemónicos en alianza con los demás aparatos dominantes y los grupos de poder. Sin embargo, esta mirada no significa negar a los nuevos medios su capacidad de actuar como canales de expresión y contrainformación, significa en cambio, repasar las ciberacciones como se fueron dando en distintos espacios sociales para aprender de ellas y mejorar sus estrategias.

Referencias Bibliográficas

- Alsina, Rodrigo (1995). *La construcción de la noticia*. Barcelona Paidós.
- Berger, Peter, y Thomas Luckmann (1998). *La construcción social de la realidad*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Castells, Manuel (1999). *La era de la información. Economía, sociedad y cultura*. Tomos I, II, III: México DF: Siglo XXI Editores.
- Cровi Druetta, Delia, y Carlos Lozano Ascensio (2010). *La faena de lo incierto. Medios de comunicación e incertidumbre*. México DF: UNAM y SITESA Editores.
- Durandin, Guy (1990) *La mentira en la propaganda política y en la publicidad*. Barcelona: Paidós.
- Echeverría, Javier (1999). *Los señores del aire. Telépolis y el tercer entorno*. Barcelona: Destino.
- Gil Calvo, Enrique (1999). *El miedo es el mensaje. Riesgo, incertidumbre y medios de comunicación*. Madrid: Alianza.
- Noelle Newman, Elisabeth (1992). La espiral del silencio. Una teoría de la opinión pública. En Ferry, Jean-Marc (Coord.) *El nuevo espacio público*. Barcelona: Gedisa.
- SCHAFF, Adam (1974). *Historia y verdad*. México DF: Grijalbo.
- Schütz, Alfred (1973). *Estudios sobre teoría social*. Buenos Aires: Amorrortu Editores.
- Verón, Eliseo (1983). *Construir el acontecimiento. Los medios y el accidente de Three Mile Island*. Buenos Aires: Gedisa.
- Wolf, Mauro (1987) *La investigación de la comunicación de masas. Crítica y perspectivas*. Barcelona: Paidós.

NOTAS BIOGRÁFICAS

Delia Cровi es comunicóloga y latinoamericanista. Profesora e investigadora de la Facultad de Ciencias Políticas y Sociales de la Universidad Nacional Autónoma de México. Investigadora Nacional Nivel 3, Sistema Nacional de Investigadores, Consejo Nacional de Ciencia y Tecnología, CONACYT. Es autora de diez libros sobre temas de comunicación entre los que destaca su último trabajo *La faena de lo incierto. Medios de comunicación e incertidumbre*, publicado en 2011. Ha coordinado siete obras colectivas y publicado numerosos capítulos en libros y memorias, así como artículos en revistas especializadas y medios digitales sobre temas de comunicación y nuevas tecnologías. Actualmente coordina la investigación "Jóvenes y cultura digital. Nuevos escenarios de interacción", financiada por el programa de Ciencia Básica del CONACYT. Es vicepresidenta de la Asociación Latinoamericana de Investigadores de la Comunicación (ALAIIC), y directora científica de la ULEPICC, Unión Latina de Economía Política de la Información, la Comunicación y la Cultura. Participa en diversas asociaciones científicas y en redes académicas sobre temas de comunicación, telecomunicaciones y cultura digital. Coordina el Grupo de Estudios interinstitucional en comunicación educativa (GECE). Contacto: croidelia@unam.mx