

## La importancia de nombrar en los *mass media*

Erika Montoya

Los seres humanos, desde nuestra necesidad de comunicarnos con el otro, hemos desarrollado toda una serie de representaciones y maneras diferentes de sentir el mundo, a las que hemos llamado lenguajes. Es por esto que no sólo podemos hablar de un lenguaje oral o escrito, sino también corporal, táctil, visual y todo en cuanto podemos percibir hace parte de él.

Las formas de expresar esas representaciones del mundo han variado con los *mass media*. La televisión hace parte o es, tal vez, la fuente principal de información en la actualidad. Desde la televisión se han creado conceptos y han evolucionado o se han generado propuestas que de no ser propagadas desde este medio, no serían posibles.

Desde la televisión, además, se promueve la idea de pluralidad, porque en la medida en que se conoce por medio de la pantalla que el otro existe, se puede hablar de una participación de minorías [1]. Vattimo plantea que esta posibilidad de que las minorías por medio de los *mas media* tengan voz y sepan que también hay otras personas diferentes, contribuye a generar lo que se conoce actualmente como 'Posmodernidad'.

Es interesante pensar la propuesta de Vattimo cuando refiriéndose a los *mas media* afirma que «(...) caracterizan la sociedad no como una sociedad más transparente, más conciente de sí misma, más 'iluminada', sino como una sociedad compleja, caótica incluso; y finalmente sé que precisamente en este 'caos' relativo residen nuestras esperanzas de emancipación» [2]. Aquí no se refiere al término 'emancipación' en el sentido habermasiano, sino, desde la posibilidad que adquieren las minorías de ser escuchadas.

Si pensamos una posible razón del interés social en la cultura mediática, especialmente en la televisión, podemos atribuirlo a que «(...) el objeto de la comunicación no lo constituyen los medios, su objeto es la vinculación humana» [3] porque somos en la medida en que tenemos conciencia del otro y esto nos obliga a interesarnos por lo que pase a nuestro alrededor, y la televisión es

[1] VATTIMO, Gianni. La sociedad transparente. España: Paidós. 1994., p. 78.

[2] *Ibidem*.

[3] RAMIREZ GIRALDO, María Elena. De la cultura de masas a la cultura mediática un análisis de los media desde la comunicación. En: Revista Anagramas Vol. 5, 2004, p. 93.

la forma más cercana que tenemos para saber del mundo y, por supuesto, del otro.

Cuando pensamos en la capacidad de los *mass media* para generar nuevas formas de aproximación a nuevas culturas y a la emancipación en el sentido Vattimiano, es interesante plantearse la importancia de nombrar en esa cultura mediática.

Existen varias maneras de nombrar una misma cosa, pero el significado es diferente cuando se utiliza un término u otro. Estos cambios lingüísticos conllevan a una concepción diferente del mundo, porque en la medida en que exista una 'persuasión' colectiva, se genera también una convicción, además, el discurso promueve la existencia de determinado tipo de realidad, que no sólo es legal, sino legítima e implanta desde esa legitimación las esferas sociales[4].

[4] SEPULVEDA, Natalia. La construcción geopolítica Latinoamericana: una mirada al discurso. En revista Lunazul. No. 20. Disponible en: <http://lunazul.ucaldas.edu.co/> Acceso, agosto de 2007.

Natalia Sepúlveda plantea que se nombra un concepto, oposición, dualismo, campo histórico, para reemplazarlo por lo imaginario; o sea que lo que se nombra ya no es lo que significa en sí, sino la idea que se tiene, el imaginario, y esto con el propósito de generar una realidad y una verdad por medio del discurso. Puede decirse entonces que el hecho de atribuirle un nombre a algo y el nombrar una cosa de una manera y no de otra en los *mass media*, obedece a una serie de condicionantes que buscan satisfacer determinados intereses.

[5] BRYANT, Jennings. Los efectos de los medios de comunicación. España: Paidós. 1996, p. 51.

Uno de los tantos ejemplos, es el término 'Síndrome de mundo mezquino' acuñado por Barbero al plantear que «(...) hemos descubierto que, a largo plazo, la exposición a la televisión donde la frecuente violencia es prácticamente ineludible, tiende a cultivar la imagen de un mundo relativamente mezquino y peligroso» [5]. Y es que desde el lenguaje se genera otra forma de violencia que no es menos importante, incluso se vuelve trascendente cuando pensamos esa violencia a través de la televisión porque con esto se genera un efecto importante en la sociedad, ya que se está reconociendo que el discurso que se produce allí, implica una serie de características que configura o desconfigura ciertos campos sociales.

[6] CHOMSKY, Noam. Crónicas de la discrepancia. Madrid: Visor. 1999, p. 23.

Chomsky respecto a esto plantea que «(...) expresiones como mundo libre, interés nacional y otras por el estilo son meros términos propagandísticos. No deberían ser tomados en serio ni por un segundo. Están diseñadas, a veces de manera muy conciente para intentar bloquear el pensamiento y la comprensión del mundo» [6].

Es necesario entonces pensar qué y cómo se nombra en los *mass media*, especialmente en la televisión, porque si bien los aspectos técnicos de la imagen, la kinesia y las formas narrativas

que utilizamos los realizadores para transmitir nuestras ideas son importantes y establecen contactos sociales, es igualmente importante pensar en los efectos que genera el discurso, sobre todo el televisivo, en la sociedad actual.

#### BIBLIOGRAFÍA

BRYANT, Jennings. Los efectos de los medios de comunicación. Paidós: España, 1996.

CHOMSKY, Noam. Crónicas de la discrepancia. Madrid: Visor. 1999.

RAMIREZ GIRALDO, María Elena. De la cultura de masas a la cultura mediática un análisis de los media desde la comunicación. En: Revista Anagramas Vol. 5, 2004.

SEPULVEDA, Natalia. La construcción geopolítica Latinoamericana: una mirada al discurso. En: Revista Lunazul. No. 20. Disponible en: [http://lunazul.ucaldas.edu.co/index.php?option=com\\_content&task=view&id=80&Itemid=5](http://lunazul.ucaldas.edu.co/index.php?option=com_content&task=view&id=80&Itemid=5). Acceso, agosto de 2007.

VATTIMO, Gianni. La sociedad transparente. España: Paidós. 1994.