

Las otras voces

Objetividad, comunicación e intersubjetividad

■ **Lucía Azuaje Paz Castillo**

Cada disciplina nos habla de un sujeto determinado con su particular punto de mira, sujeto étnico, sujeto del inconsciente, sujeto político, sujeto de la historia, etc.; es decir, que hacen una lectura y un recorte de la realidad de acuerdo con su campo específico de interés.
Vargas y Fernández



Resumen

Aun cuando la crítica al objetivismo en las ciencias ha pasado a un primer plano, todavía en áreas como la comunicación social el distanciamiento del emisor respecto del mensaje que emite, se asume como un a priori incuestionable y el medio mismo queda investido con este valor. Dicho de otra manera, la «objetividad» del Comunicador Social se erige como dominante, como modo suficiente de comunicar. Dado que este proceso pasa forzosamente por la esfera intersubjetiva, resulta relevante iniciar la discusión sobre la posición de futuros profesionales con relación a su práctica comunicativa. Realizamos varias entrevistas a estudiantes de comunicación social. La información recolectada fue abordada desde «El Análisis de Contenido». Algunas de las conclusiones apuntan hacia la necesidad de incorporar en la formación la arista autorreflexiva y el punto de vista del Otro: factores inalienables de la construcción de la realidad.

Abstract

In spite of the first plane that now have the critics to objectivism in the sciences, there are still fields like journalism where the transmitter is placed at a distance from the message he intends to produce, and this is assumed like a unquestionable a priori and the field itself is conferred upon this value. That means, that the objectivity of the journalist outstands like the sufficient way to communicate. Is important to begin the discussion about the position of the future graduates relating to the communicative practice, considering that this process goes necessarily through intersubjectivity. There were made interviews to journalism students. The approach used to analyze the input stored was the Contents Analysis. Some of the conclusions lead to the necessity to add a self-reflexive approach in the journalism education and the point of view of the other. These two are essential factors in the construction of reality.

**OBJETIVIDAD Y SUBJETIVIDAD:
EL ETERNO RETORNO**

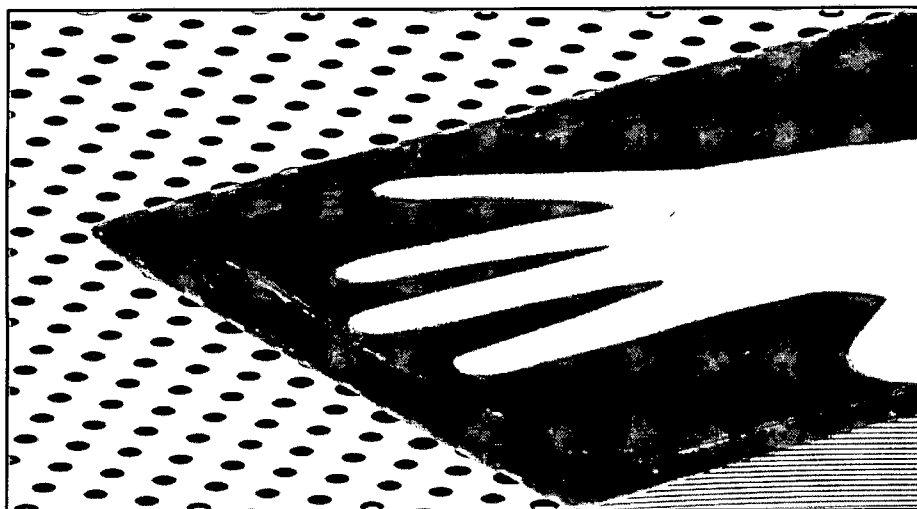
Es del conocimiento común el impacto que tienen el periodista y los medios de comunicación en la vida pública, dada su cobertura y poder de penetración. En la vida cotidiana este poder que da la información a través de los medios, ha tipificado a los sujetos que participan en él como miembros de «un cuarto poder», omnipotente y encubierto que responde a los intereses de quien posee el medio y/o lo dirige; regido por las leyes de la oferta y la demanda la información cobra valor de cambio, y es en esta dinámica del mercado donde se inserta el Comunicador Social, es a él a quien se le asigna la responsabilidad de «reducir la incertidumbre del receptor» a través de la información objetiva.

Es aquí donde se va prefigurando el concepto de objetividad de este profesional, no como una abstracción, un principio, una convención, sino como una conveniente manera de informar, que revestida de Objetividad, oculta su intencionalidad. Las cosas no son lo que parecen.

Tal como nos señala el periodista Federico Alvarez en su libro *La Información contemporánea*, esta visión periodística nace por razones financieras y la necesidad de transformaciones tecnológicas en su producción, así: «El periodista renunció a su condición de ser pensante, de difusor de ideas, para convertirse en un cazador de ideas, para convertirse en un cazador de noticias. En otras palabras, se produjo en las condiciones materiales del periodismo el cambio radical necesario para la aparición de la «doctrina de la objetividad»... Como toda industria que aspire a conquistar el mercado, la industria periodística requería la elaboración de una mercancía tipo. De este modo, para satisfacer esa necesidad se concibió la Noticia como piedra angular de todo el engranaje periodístico... Y allí surgió la estrecha relación hecho-noticia que domina la elaboración conceptual del periodismo objetivo» (sic) (1978: 48)

Esta asociación, hecho-noticia, pretendía desligar, convenientemente, la afiliación filosófica e ideológica del Periodista, del mensaje y del medio. Por supuesto, esto fue posible dada las condiciones históricas, filosóficas e ideológicas dominantes, particularmente en la geografía norteamericana.

Como es sabido, las creencias son valoraciones falsas ligadas a un hecho real. Es en este contexto, el de las creencias, donde la objetividad es asumida como una



verdad indiscutible, vigente, a pesar del tiempo transcurrido.

Es el Comunicador Social objetivo quien se ocupa de mantener informada a la sociedad acerca de todo lo que acontece fuera de su mundo privado. Es a él a quien se le demanda de manera explícita una praxis ética, porque él es los ojos y los oídos de otros, es él el que da la cara, él reviste de credibilidad la noticia y el medio. Su práctica trasciende la tecnología en la cual se apoya, él la irradia de veracidad, de hecho cierto y objetivo.

En la tecnología y en el Comunicador Social descansa el mito de la objetividad, él cuenta aquello que es real. Otro tanto sucede con el que consume esa realidad objetivamente transmitida; esa realidad compartida e impoluta que ha quedado establecida socialmente. Roland Barthes en su libro *Del mito a la ciencia* nos ilustra con relación a la fuerza del mito: «*El mito hace una economía: suprime la complejidad de los actos humanos, le da la simplicidad de las esencias, elimina toda dialéctica... un mundo despedazado en la evidencia, erige una claridad feliz: las cosas tienen la apariencia de significar solas*» (1972:44)

Como vemos, esa realidad visible, tangible, verificable y por supuesto objetiva y distante se asocia en correspondencia directa con el mito de la verdad, los mitos tienen una gran fuerza en nuestras vidas, nosotros los alimentamos. Dice la gente común «es verdad porque lo vi en la TV, lo oí en la radio, lo leí en la prensa». Esta «verdad» que se le exige al Comunicador Social raya en el misticismo, él es el custodio del Santo Grial.

«La historia personal se teje sobre las redes simbólicas que determinada cultura ofrece, pero se tiñe con los acontecimientos vividos en su singularidad por el sujeto, atravesado por fantasmas, ilusiones y deseos resignificados desde un presente perpetuo... El sujeto contribuye con su singular historia en la construcción de identidades colectivas, y sus deseos o sus demandas pueden actuar como elementos de resistencia o facilitación a las distintas formas de dominación» (Vargas y Fernández. Op. cit.: 82).

Aceptar la subjetividad propia y la del otro, pasa por reconocer que la realidad es interpretada por los hombres, que la percepción en resumidas cuentas es una opinión que se sustenta como verdad en cada uno de nosotros. Este reconocimiento implica un cambio en el paradigma dominante.

Un cambio paradigmático no es sen-

cillo, porque finalmente los paradigmas legitiman formas y maneras de comprender y relacionarse con el mundo, así como también los problemas que se abordan y las soluciones válidas¹ Max Plank, en 1949 irónicamente señalaba «una nueva verdad científica no triunfa por medio del convencimiento de sus oponentes, haciéndoles ver la luz, sino más bien, porque dichos oponentes llegan a morir y crece una nueva generación que se familiarizará con ella» (citado por Miguel Martínez, 1989^a: 29)

DESANDANDO CAMINOS. CAMBALACHE

No es posible seguir tratando de explicar por vía de exclusión los elementos constitutivos y dinámicos de los fenómenos sociales; no existe una sola manera de abordar la realidad, este planteamiento sólo ha servido para hacer ejercicios de poder, para polarizar al hombre, para negar la existencia del otro, justificando su anulación por un orden natural de relaciones; reduciendo todo lo que sucede en la vida social a lo individual.

Los científicos sociales, entre ellos los historiadores, han descubierto que no existen hechos simples, como pretende el periodismo objetivo, sino formas simples de enfocar los hechos. (Alvarez, Federico. Op. cit.: 51)

Comencemos por reconocer que conocemos sólo aquello que está en nuestro mundo de significaciones y que a eso llamamos realidad, mas no la única. Están las significaciones del otro y es en esa relación donde construimos realidades, estamos involucrados indivisiblemente. No existe una línea divisoria entre el que observa y lo observado, entre sujeto y objeto.

La negación del hombre y de sus múltiples maneras de conocer, así como el rompimiento de su relación con su objeto de conocimiento, y por ende con el mundo, han llevado a la crisis del paradigma dominante: el positivismo.

Esta concepción dualista de la realidad, sujeto-objeto, privilegiando a uno de los dos extremos, bien por ser racionalistas o empiristas, imponen fuertes limitaciones al conocimiento, porque se niega de entrada otros elementos constitutivos como son la afectividad y su ser histórico-social. Aceptemos que el hombre es quien construye sus sistemas sociales a través de sus prácticas sociales y en ellas se construye a sí mismo y da vida a nuevas realidades.

Sujeto/objeto/conocimiento no son entidades separadas ni separables, la una

remite a las otras en su propia dinámica. En palabras de Tomás Ibáñez: «*En definitiva, el carácter literalmente construido del sujeto, del objeto y del conocimiento arranca estas entidades fuera de un supuesto mundo de objetos naturales que vendrían dados de una vez por todas por el orden mismo del universo*»(1994: 43).

Es tiempo de críticas, es necesario reconceptualizar nuestras creencias. La validez de nuestros enfoques está en revisión, no está ni estará todo dicho todavía. Es necesario un nuevo paradigma, dinámico, dialéctico, que revalore la conexión e interdependencia de la realidad, el sujeto y el conocimiento.

Partimos de una perspectiva holista del conocimiento, donde ciencia y metafísica se encuentren y den razón del hombre y su quehacer. Un hombre en reconocimiento de su humanidad en relación con otros hombres, hombres plagados de significaciones que surgen en el devenir de su existencia y que intercambian, reinterpretan, resignifican sus mundos en esa comunicación con el otro, sin perder su individualidad ni eso que los hace colectivos, ambas dimensiones los constituyen.

AL RESCATE DE LA REALIDAD. LA INTERSUBJETIVIDAD

Si esa es la sensación, poner junto lo que va junto, después de tanto andar por esos caminos del conocer, la explicación de una vida en dicotomías, en pares ya no se sustenta. No son dos realidades, una adentro y una afuera. Esta necesidad de orden lo ha distanciado a él mismo de su praxis, a él de otros hombres, a él de sí mismo. ¿Dónde comienza lo individual, lo físico, lo social o lo colectivo? Esa vieja necesidad de territorialidad está desdibujada hoy, todas estas dimensiones confluyen en el hombre, comienzan y terminan en él, en su don de la creación y en su poder de destrucción.

Encontramos en Pablo Fernández Cristlieb una alternativa a tantas distancias. En su planteamiento triádico²:

«*...Junto al nudo de la realidad subjetiva individual y a la realidad objetiva institucional aparece una realidad intersubjetiva... una realidad que es construida entre ambas y que encarna una tercera naturaleza, incuantificable, impecablemente real hecha de comunicación... es decir de símbolos, significados y sentidos procesándose y que no pertenece a nadie pero que protagonizan todos los que pertenecen a ella*»(Fernández, 1994b: 51)

La realidad es intersubjetiva en tanto es una construcción entre seres humanos, viene dada por el compartir nuestras visiones del mundo, en ella construimos un conjunto de acuerdos que son siempre simbólicos, producto de prácticas sociales entre individuos, que significan, interpretan y simbolizan de una manera única esa realidad. La intersubjetividad ejerce un papel mediador entre eso que llamamos subjetivo y objetivo.

Este acuerdo de carácter simbólico es el lenguaje. Es el lenguaje el que posibilita el vínculo entre los que se comunican, porque este nace en la interacción social, de allí que podamos convenir de manera consensual que es la realidad. Esa realidad que nace a partir del intercambio recíproco de nuestras subjetividades compartidas, y que es tanto individual como colectiva.

Estos planteamientos desmontan el carácter de correspondencia entre objeto y símbolo, no hay símbolo que sea capaz de describir todos los rasgos del referente (Miguel, Martínez, 1989^a). Esta especificidad, no está en el lenguaje o en la realidad, está entre lo que se construye entre ambos, en el sentido de los contenidos particulares que le dan los actuantes en su comunicación.

Ahora bien estas comunicaciones se dan en la vida diaria y en unos espacios físicos cargados de significaciones y es en esta cultura cotidiana donde hay que poner el énfasis, es en ella donde nos construimos, nos transformamos, enajenamos o liberamos.

El Comunicador Social es parte de esta cultura cotidiana, es a él a quien por excelencia se le encomienda comunicar a muchos sobre lo que a otros les pasa, formando una tríada comunicacional entre la audiencia, la noticia y él. Entonces es importante conocer como el futuro C. S. está construyendo su noción de realidad, cómo él ve y oye a esas otras voces y cómo establece esta comunicación.

Los factores que se conjugan alrededor del quehacer del Comunicador Social, inmerso en un mercado laboral y gremial, son complejos. Entrar en una discusión alrededor del poder, la Industria Cultural, la tecnología o la ética escapa de esta primera aproximación. No obstante, no podemos evadirlas si queremos dar cuenta de cual es el concepto de objetividad que construye el mundo del futuro Comunicador Social, por lo tanto, acudiremos a ellas en la medida en que se relacionen a la noción de objetividad.

En este orden de ideas, coincidimos

“

Ahora bien estas comunicaciones se dan en la vida diaria y en unos espacios físicos cargados de significaciones y es en esta cultura cotidiana donde hay que poner el énfasis, es en ella donde nos construimos, nos transformamos, enajenamos o liberamos.

”

con Manuel Cruz con relación al aspecto ético del problema que nos atañe, «los territorios de la ética son tan resbaladizos: porque dependen de una determinada imagen de la realidad».(Cruz, 1996: 13).

Es allí, en esa «imagen de la realidad» del Estudiante de Comunicación donde queremos ubicar nuestro trabajo, para encontrar la significación de la objetividad del futuro Comunicador Social, sobre todo si consideramos que esa noción de realidad es también construida desde las aulas, y que esta concepción del mundo va a configurar una manera de verse a sí mismo, de reconocerse y ser reconocido, mediando su lectura del entorno y su relación con los otros.

LOS FUTUROS COMUNICADORES SOCIALES HABLAN.

LA REOLECCIÓN DE LA INFORMACIÓN

Todo comenzó en las aulas de la Escuela de Comunicación Social de la UCV dictando la materia Psicología de la Comunicación que corresponde según el pensum al tercer semestre. En la misma, curricularmente se pretende brindar al estudiante conocimientos básicos de Psicología, que le permitan comprender la complejidad del proceso comunicacional entre los seres humanos, desde una perspectiva que va más allá del Emisor-Mensaje-Receptor. El énfasis se centra en darle corporeidad y vida a esta tríada desde diferentes niveles y momentos, expli-

citando las relaciones psicosociales comprometidas en el proceso comunicacional. Todo esto con el fin último de sensibilizarlo alrededor de la responsabilidad social que él tiene como Comunicador.

Al llegar el día de la evaluación de la materia, incluí una pregunta relacionada con la subjetividad del ser humano a partir de su percepción del mundo: qué podía decir él con relación a la frase «el Comunicador Social es una persona objetiva».

La diversidad de respuestas, y las contradicciones presentes en las mismas me inquietaron lo suficiente como para hacer la pregunta en dos semestres sucesivos, ya que existía la posibilidad de dictar la materia en paralelo a estudiantes repitientes, cursantes del cuarto al décimo semestre. Las respuestas se mantenían en el mismo orden de ideas, de allí surgió mi necesidad de investigar cuál es el concepto de objetividad que construye el estudiante de Comunicación Social.

El levantamiento de información se realizó en los semestres 98-1 y 98-2. Se recogieron a este fin 89 respuestas, los sujetos se distribuyeron en 53 mujeres y 36 hombres, cuyas edades oscilan entre 20 y 40 años.

Se procedió a transcribir todas las respuestas. Luego de varias lecturas se decidió abordarlas en una primera aproximación desde el Análisis de Contenido (Bardín, 1977) Se consideró como unidad de análisis el párrafo (unidades de significación) y se realizó un análisis temático y de contexto, alrededor del tema central «la objetividad».

Tomaron cuerpo 27 indicadores y 13 subcategorías. Las mismas se reagruparon en 7 categorías más amplias y estas a su vez en tres grandes dimensiones. A saber: una dimensión social donde aparece un «Yo» como «profesional y su praxis, conjuntamente con un «otros» entendido como un «ellos» distante: la audiencia, la empresa, la carrera, el medio, el hecho noticioso; una dimensión cultural donde se presenta claramente lo ético; y una dimensión psicológica, de carácter evaluativo, donde se reconoce la subjetividad como una variable interviniente y en muchos casos como una limitación.ⁱⁱⁱ

DIMENSIÓN SOCIAL

Yo y el hecho noticioso

En esta categoría se han incorporado todos aquellos comentarios con relación a la objetividad como parte de su rol, que lo autodefine y define su praxis comuni-

cacional:

«El periodista es un profesional, y desde que está en la carrera, le enfatizan, le bombardean, le recuerdan a diario que debe ser objetivo, que las emociones no deben invadirlo a la hora de informar, etc.» Sujeto I.2^{iv}

Se debe exigir que sea imparcial, que ejerza su profesión lo más deontológicamente posible y que no distorsione la realidad». Sujeto II.2.

La objetividad es «una de las cualidades que debe tener un buen periodista». Sujeto I. 5.

Al Comunicador Social se le exige profesionalmente, una «integración laboral y académica» en su quehacer, así como una identidad acorde a lo que se espera de él. (Bisbal, Marcelino. 1998: 5)

Estos señalamientos apuntan a la incorporación en su identidad (personal y social) aquellas características que satisfagan las expectativas del rol que como profesional le corresponde cumplir. Esta identidad se va construyendo desde su formación académica, en su interacción con sus pares, en la identificación con modelos altamente significativos para él, en lo que sus contratantes esperan de él (los medios) y en lo que la sociedad en general ha pautado como lo deseable.

Por supuesto, estas características distintivas alimentarán su tendencia a captar selectivamente aquella información que sea congruente con la percepción de su grupo de referencia. Él incorporará en su percepción esa visión legitimada en la cual se erige a la objetividad y su respectivo corolario como un valor incuestionable.

Como es de esperarse, encontramos que la objetividad se asocia a la demostración de la «verdad», una verdad que entra en correspondencia con una noción de realidad que está afuera, distante, lejana, a la que él debe acercarse, con imparcialidad, para ser serio y tomado en cuenta.

«Debemos mostrar la verdad de los hechos, no según nuestras vivencias y experiencias, sino de acuerdo a la realidad vista a distancia y casi sin plasmar nada de nosotros en lo informado». Sujeto I.4.

«... Es objetivo, siempre y cuando se comporte como tal, es decir, que transmita mensajes sin importarles las consecuencias que estos puedan causar. (...) (él) no está desempeñando el rol de receptor, sino simplemente se está desempeñando como un emisor de mensajes». Sujeto X.9.

Ya los primeros efectos de esta práctica se hacen evidentes, las consecuencias son problemas de otros, no de él. Él hizo

DIMENSIONES	CATEGORÍAS
DIMENSIÓN SOCIAL Es una extensión de dos categorías que dan cuenta acerca de los símbolos, significados y sentidos presentes en su rol «profesional» y cómo se ubica él en la realidad para conocer y dar a conocer el hecho noticioso a otros; la segunda reporta sobre los Otros: «ellos y el hecho noticioso»	Yo y el hecho noticioso Los otros y el hecho noticioso La objetividad sospechosa
DIMENSIÓN CULTURAL Todas las respuestas que explícitamente manifiestan que la ética tenía que ver con el concepto de objetividad o respuestas vinculadas con el deber ser del Comunicador Social.	Atrapado sin salida El yo dividido
DIMENSIÓN PSICOLÓGICA Aquellas informaciones que destacan los procesos internos del individuo relacionados a la objetividad y a la subjetividad.	Lo subjetivo como handicap La subjetividad existe

su trabajo de manera objetiva, su responsabilidad social queda desplazada y esto no tiene porque despertarle ninguna disonancia. Finalmente esa realidad que él, sus contratantes o clientes decidieron como legítima es la que él debe comunicar, no importa el otro, él no participa de esa realidad, él es sólo el emisor del mensaje.

La reflexión y la criticidad desaparecen. El «nosotros» se desdibuja en esta praxis e incluso él se define objetivado en su discurso.

«El sujeto se disuelve en el objeto: es una epistemología de la fusión, muy de moda, el sujeto ya no quiere o ya no puede controlar el mundo, y se abandona a él, se funde en el objeto, y ahora es el objeto el que hace su santa voluntad... La gente deposita su razón en manos de otra cosa que no puede controlar y que se mueve según sus razones... este es el tipo de objeto que produjo la epistemología de la distancia» (Fernández, 1994^a:23-24)

Podemos decir que el discurso de algunos estudiantes va en esa dirección. Se ven como un objeto que tiene la función de repetir o reproducir exactamente lo que ve, se conciben como «el hombre cámara», se definen a sí mismos como transmisores de noticia, canales de información, ordenadores, relatores, etc. Variaciones de esta concepción son aquellas que se refieren al «hombre ventana».

El Comunicador Social «debe decir todo lo que observa y no cómo lo observa». Sujeto I.9.

Como resultado tenemos en resumidas cuentas un sujeto castrado de toda

posibilidad racional-afectiva, un sujeto reducido en sus capacidades integradoras (perceptivo-sensoriales), seccionado de toda experiencia, vivencia, valores, intereses, capaz de hacerse una lobotomía simbólica, al momento de comunicar. Afortunadamente, aunque se evoque como la panacea de su práctica, esto no es posible, aun cuando se viva como un enajenado mental, incapaz de pensar fuera de los parámetros preestablecidos como exitosos en el desempeño de su labor.

El sociólogo Edgar Morín en su texto *Para salir del siglo XX* nos devela en lenguaje sencillo las complejidades de la percepción: «Saber ver requiere saber pensar lo que se ve. Saber pensar implica saber ver. Saber pensar no es algo que se obtiene mediante una técnica, receta, método. Saber pensar no es simplemente aplicar la lógica y la verificación a los datos de la experiencia. Esto supone también saber organizar los datos de la experiencia. Tenemos que comprender que reglas, que principios ordenan el pensamiento que nos hace organizar lo real, es decir seleccionar/privilegiar ciertos datos, eliminar/subalternizar otros... Esta es la exigencia reflexiva fundamental que no es solamente la del filósofo profesional, que no debería extenderse sólo al hombre de ciencia, sino que debe ser la de cada uno de nosotros» (1981:50-51).

Pareciera ser suficiente el reconocimiento de nuestros procesos mentales para probar la aberración exigida a un miembro del género humano, el Comunicador Social, pero como ya señalamos,

la percepción es psicofisiológica y psicosocial, aun cuando se niegue su existencia y su participación en el proceso de construcción de la realidad que él comunica en la práctica.

«Transmitir (...) de manera clara, sin parcialidad, transmitiendo sólo los hechos, sin inferir nada». Sujeto II.6.

Si lo deseable o exitoso es lograr que todo sea «visible», entonces, dónde queda lo no visible pero que también comunica, aquello de lo que no se habla. Eso que el español Castilla del Pino desarrolló magistralmente en su libro *La Incomunicación*.^v

Para muchos de estos estudiantes la descripción de los hechos se convierte en la explicación de lo comunicable, lo inmediato, lo verificable cual una fotografía. El hecho «vive» independientemente de sus antecedentes y sus consecuentes.

Esa parcela de realidad que él ha decidido comunicar es la que debe existir para el otro, su punto de vista o el de su línea editorial será la explicación legítima, esa será la verdad, él sabe lo que el «otro» necesita saber, el otro, si existe, es un receptor pasivo que recibe su acción:

«El éxito... consiste en tratar de acercarse lo más posible a la objetividad, es decir, tratar de percibir la mayor información posible, no dejar nada por 'supuesto'». Sujeto V. 11.

«Quien percibe puede ser un ingenuo, el periodista no, puesto que por ética él tiene como norte desarrollar una profesión adherida a los principios de veracidad, autenticidad y por lógica académica, objetividad». Sujeto V. 10.

Tras de esto subyace una concepción del saber como poder. La información da poder: el periodista sabe lo que otros desconocen: él tiene una «verdad» que comunicar. Allí la imposibilidad de llevarla a la praxis sin sacrificarse a sí mismo.

Algunos jóvenes reportan esta imposibilidad, manifestando su dificultad para conocer desde la objetividad:

«Existe una contradicción, el periodismo está basado en lo objetivo pero lo que él transmite (...) siempre está contaminado por una carga subjetiva, aunque se haya negado a dar su opinión». Sujeto V. 9.

«Debería dejar de pensar como ser humano y comenzar a pensar como máquina. Cuestión que en teoría se ve bien pero en la práctica es cuando no suena tan fenomenal». Sujeto III. 4.

«El periodista es un ser humano y tarde o temprano va a dejar colar su parecer, su forma de ver y sentir las cosas, entonces podríamos catalogar la objetividad

como un adorno». Sujeto IV. 4.

En una primera aproximación al análisis se hace evidente que el discurso sostenido por los futuros comunicadores obedece a una determinada concepción del mundo, con su respectivo acercamiento metodológico. En otras palabras, esta manera de ver la realidad de manera aséptica, neutra, desideologizada y describirla como algo ajeno, impersonal y racional se sustenta sobre un cuerpo paradigmático que le da coherencia a este discurso y a su práctica. Entenderemos paradigma como un «conjunto de creencias que guía la acción, tanto de la vida cotidiana como la relacionada con una investigación disciplinada».(Guba, 1990:17).

Esta dimensión filosófica y psicológica de la objetividad, donde el ideal está en la capacidad de poner distancia, está enraizada en los viejos paradigmas de las ciencias naturales. Es el paradigma positivista el que plantea que la realidad es externa y está guiada por leyes naturales:

«... Los cuales consideran la existencia de una realidad externa, objetiva, ahistórica (y por lo tanto descontextualizadas) guiadas por leyes de naturaleza causal la cual se pretende predecir y controlar a través de la obtención del conocimiento por la vía del método hipotético-deductivo y asumiendo la neutralidad científica del investigador, es decir, sin que este interfiera con el curso natural de los fenómenos que en ella tienen lugar» (Wiesenfeld, Esther, 1998:35). *Paréntesis nuestro.*

Esta visión dualista y dicotómica entre la realidad y el sujeto que la conoce rechaza la injerencia de los valores del investigador en la obtención del conocimiento y sólo legitima el conocimiento cuantificable y medible, esa es la verdad.

El periodista asume el rol del científico, quien arropado en una supuesta neutralidad y racionalidad, aborda los hechos sociales como hechos naturales.

Los otros y el hecho noticioso

Con relación a la segunda categoría «ellos y el hecho noticioso», aun cuando ya hemos hecho algunos planteamientos iniciales al respecto, tenemos otros puntos de vista dignos de ser presentados: ¿Quién es ese otro?

«Él... debe tomar un rol neutral, (...) para que así no distorsione la emisión de mensajes y para que el receptor sea capaz de procesarlo». Sujeto I. 1.

«La subjetividad es de las personas que percibirán la noticia». Sujeto I. 6.

La subjetividad es un rasgo que él no puede permitirse, sí él es un «transmisor» al otro no le queda más que ser el procesador de lo que él dice.

No podemos dejar afuera su percepción con relación a esos «otros» noticiosos, quienes también son tratados como un «ellos» mimetizados con esa realidad, lejana, distante, fuera de mí. Este protagonista del hecho noticioso es arropado de manera consecuente con la visión que venimos despejando, utilizando sus propias palabras: *«Se trata de posiciones que no tiendan a parcializarse con las partes implicadas».* Sujeto II.3.

Este protagonista aparece desdibujado, cuando se nombra es para referirse al cuidado que el comunicador debe tener de no parcializarse al informar. Ese otro es parte de ese mundo objetivado, vive fragmentariamente a partir del hecho noticioso, existe en presente, es actualidad, es atemporal, es el objeto del hecho noticioso, su historia se remite al acontecimiento y se agota en él.

El Comunicador Social entra en la vorágine del medio, donde lo importante siempre es lo nuevo, el tubazo, esto poco a poco va llevando al comunicador a producir una representación «instantánea y discontinua del mundo».

«Por la falta de tiempo y sobre todo de interés, así como de información previa, casi nunca pueden volver a situar los acontecimientos en el sistema de relaciones en que están insertos... y contribuir así a arrancarlos de su aparente absurdidad. (...) Esta visión deshistorizada y deshistorizante, atomizada y atomizante, encuentra su realización paradigmática en la imagen que ofrecen del mundo los noticieros, sucesión de historias aparentemente absurdas que acaban por parecerse entre sí, desfiles ininterrumpidos de pueblos miserables, secuencias de acontecimientos que, aparecidos sin explicación, desaparecen sin que sepamos su solución» (Bourdieu, Pierre. 1999: 103-104).

El planteamiento del crítico francés es elocuente con respecto a la relación que se termina estableciendo entre el comunicador, el otro y el hecho noticioso.

La objetividad sospechosa

Si admitimos que el hecho noticioso es el vínculo con el «otro», entonces este hecho será «objetivo» en la medida en que sea «una versión lo más acertada y cercana posible, que se compare con la realidad, entonces se considerará fidedigna y por supuesto objetiva».

Es decir, él supone que el otro, el receptor, coincide con su percepción de objetividad. Definitivamente, esta es la punta de un gran iceberg. Aceptemos de entrada que ambos comparten la misma subjetividad social. Sin embargo, las comunicaciones no son tan neutrales, ni tan equitativas. Adentrándonos un poco más comienzan a aparecer otros elementos constitutivos del mensaje mediático, aquello de lo que no se habla:

«Existen implícitos otros elementos (...) como los intereses que corresponden a la empresa para la cual trabaja que aunque quisiera narrar un hecho con cierta objetividad, termina por tomar la orientación de su empresa, a fin de garantizar su permanencia allí». Sujeto III. 3.

«A veces se debe seguir la política de la empresa y en vez de presentar la noticia como sucedió se tergiversa y manipula para crear una matriz de opinión». Sujeto V.5.

«Debe basarse en las necesidades de la mayoría aunque realmente lo haga basándose en las ideas de los dueños de los medios». Sujeto V. 1.

En muchas respuestas los estudiantes identifican la objetividad como subordinada a los intereses de los dueños de medios, es decir, él es la cara visible detrás de la cual se ocultan los propósitos de otros.

Aun cuando se subordina la supuesta objetividad profesional, el estudiante defiende su postura acerca de la objetividad como inherente al rol que le corresponde desempeñar, pese a que esos otros ocultos no se lo permiten.

«Su deber ser como ente informativo es tratar de llevar al público la veracidad de los hechos; la audiencia le pide información real, (...) aunque en muchos casos, la información sea cambiada por los mismos medios. La gerencia decide» Sujeto III. 4.

«Existen muchos elementos que ponen en tela de juicio esta idea, ej: los dueños de los medios, intereses políticos». Sujeto IV. 2.

Por su parte, el público receptor ajeno a estas motivaciones, se acerca a la ventana informativa, para conocer lo que pasa en el mundo a través del hecho noticioso y este Comunicador Social objetivo, debe responder a las grandes preguntas, qué decir, cuándo y cuánto decir. Es allí donde eso que llamamos realidad se trastoca, es allí donde otros deciden, inclusive por él, cual parte de esa realidad se dará a conocer, y yo como receptor, daré fe de que es cierta y gozará de mi credibilidad. Por su parte, el Comunicador Social *«debe escribir la noticia de*

manera que no afecte los intereses del periódico y que tampoco vaya a causar una desestabilización en el país. En el periodismo no existe la objetividad». Sujeto X. 6.

¿Será que existe en alguna otra parte?

DIMENSIÓN CULTURAL

Atrapado sin salida

«Se nos ha dicho que debemos ser objetivos referente a un hecho para poder comunicarlo correctamente». Sujeto V. 11.

«Se debe exigir que sea imparcial, que ejerza su profesión lo más deontológicamente posible y que no distorsione la realidad». Sujeto VI. 4

La ética es inherente a la vida en sociedad, pero en el caso de este profesional en particular, su acción ética siempre está en la palestra pública. Ética sospechosa para la gente común, porque está vinculada al poder político y económico; ética sospechosa porque «la verdad» entonces puede estar subordinada a estos intereses y no a su responsabilidad social. Debemos reconocer que esa verdad, finalmente, responde a quien conoce, al momento histórico en el cual sucede, así como al desarrollo del conocimiento derivado de nuestra práctica y que es tan cambiante como nuestra vida y es útil en la medida en que en se adecua a las finalidades que le asignamos en el colectivo. La ética nace en la relación de convivencia con otros hombres. Son los principios rectores de nuestra existencia y vida en sociedad, ella responde al momento histórico y a la visión del mundo dominante. «Las normas definitorias del bien y el mal y los hábitos correspondientes constituyen la materialización de un orden social. Mediante la adquisición de una moral, la persona hace propios los principales mecanismos de control social de un determinado sistema» (Martín-Baró 1983: 144).

Al hacer una revisión del texto *Ética para periodistas* de Gloria Cuenca, encontramos planteamientos que sustentan la noción de objetividad del Comunicador Social. «Periodísticamente se llega a considerar como un mandato ético-moral el hecho de ser «objetivo» en la redacción de la noticia. La objetividad en el periodismo «equivale de alguna manera a decir la verdad» (1995:74).

Por otra parte, cuando la autora hace referencia a los postulados de la ética de la información, podemos ver como la veracidad, la credibilidad de la fuente, la verificación y validación de mensajes son

el norte de todo Periodista. La verdad es análoga a la veracidad del dato, es lo observable en una realidad objetiva a la cual me acerco con imparcialidad, es decir, sin involucramiento.

Esta ha sido la visión filosófica dominante en el occidente, la verdad y la realidad deben coincidir en una relación isomórfica, como si la estructura de la realidad y la estructura de mis representaciones mentales de esa realidad fueran exactas, omitiendo al hombre que observa, negando su selectividad, producto de elementos tanto biopsicofisiológicos como socioculturales e históricos, ya que ambos son constitutivos del hombre, entonces, la realidad es como la convocamos a ser.

Y nos permitimos parafrasear a John Searle, con relación a estos aspectos, él nos señala que la verdad y la realidad no pueden coincidir porque toda representación verdadera lo es siempre bajo ciertos aspectos y no bajo otros, porque nuestras representaciones se construyen dentro de un marco de referencias conceptual y valorativo dentro de ciertos puntos de vista. Sólo podemos representar la realidad desde la percepción que hemos construido de la misma, pues «la realidad ontológicamente objetiva no tiene punto de vista» (1997: 184).

La ética Periodística desarrollada en el texto de Cuenca, se erige sobre la Noción de objetividad que «equivale a decir la verdad», nos señala la autora, y más adelante nos indica que la objetividad del Comunicador Social, tiene cuatro dimensiones, a saber: Una Filosófico- Existencial, una Psicológico- Perceptual, otra de tipo Ideológico-Político y por último una Dimensión Económico- Empresarial. Nos ocuparemos de las dos primeras.

«Dimensión Filosófico-Existencial: La capacidad de «objetivar», de poner afuera, lo que afuera está y verlo en su verdadero contexto, sin apropiárnoslo por el hecho de ser espectador de un acontecimiento, es una importante facultad del ser humano racional que requiere de una cierta fluidez en el campo profesional del periodismo. Cuando se trata de mantenerse efectivamente «como espectador del hecho» y no pasar a ser «actor» del hecho o suceso, se requiere de una actitud clara donde el «yo» del individuo tenga sus límites definidos y haya desarrollado un adulto integrado de manera adecuada. En ese saber distinguir lo que «está fuera de nosotros» aun cuando toque nuestra sensibilidad, ideología o historia personal de lo que está «dentro de nosotros» es una

de las facultades que el periodista tiene que desarrollar y en este sentido deben apuntar los esfuerzos de los docentes de las Escuelas de Comunicación Social del país. (...)

Dimensión Psicológico-Perceptual: (...) Son muchos los obstáculos con los que tropezamos para ver, (al interior de nosotros mismos o al mundo exterior) y se hace necesario «saber ver» y para ello hay que «aprender a ver» y más allá de aprender a ver, hay que usar los ojos para ver y mirar y ser capaces de darnos cuenta que aún cuando vemos algo, puede ser una percepción alucinada o una «aparición» o en términos psicológicos una «fantasía» que quiero que sea pero que no llega a ser. En este sentido vale la pena destacar los aportes que la psicología humanista ha hecho en la búsqueda de esa necesaria «objetivación» para «dar ayuda al otro» y lograr la adecuada ubicación del «yo» (...). Sólo un Profesional verdaderamente adulto, autónomo y realista será capaz de acercarse a la «objetividad» periodística, que no lograrla. (1995: 75-77)

¿Será tan sencillo y tan lineal? Es como plantear que en el quehacer del comunicador, su historia de vida ha quedado anulada al momento de transmitir la noticia, que su opinión y su posición ideológica, política y económica no están cuando comunica, que su percepción no está construida por lo que él u otros esperan ver y/o quieren oír.

A manera de cierre sólo nos queda compartir las palabras del periodista Federico Alvarez: «El ser humano tiende a percibir mejor todo aquello que armonice con el cuadro de valores que se haya formado. Por el contrario rechaza o percibe mal aquellos hechos que chocan con sus contenidos de conciencia. Los textos de sicología abundan en ejemplos ilustrativos al respecto. Bástenos hacer referencia como elemento de juicio para sostener que el periodista que la objetividad postula como necesario no puede existir» (sic) (Op. cit.: 38).

El yo dividido

Se consideraron en esta categoría aquellos señalamientos que aceptan sin cuestionar la existencia de la tan ansiada objetividad, o los que, en todo caso, asumen que la subjetividad es algo que daña la labor comunicacional.

El Comunicador Social «está en el deber ético de acercarse lo más posible a la objetividad, desligándose de opiniones personales y prejuicios a la hora de reci-

bir la información y a la hora de transmitirla, es decir, sin dejar que su procesamiento de información desfigure los hechos». Sujeto IV. 3.

«... Lo que debe es estar al margen de las situaciones, de esta manera se sentirá menos tentado a opinar». Sujeto I. 4.

« Debe ser objetivo por razones éticas, se lo exigen en los medios, solamente informar, sin involucrarse con lo acontecido en la noticia». Sujeto X. 8.

«... Transmitir la información tal y como sucede, sin dejar ver sus puntos de vista». Sujeto V. 11.

Como vemos, en opinión de los estudiantes, el Comunicador Social debe separarse de la realidad, vivir despersonalizado, ahistórico. La realidad que está afuera de él no debe afectar su interacción «profesional» con ella, con el otro, con los otros.

Esta «tendencia a seguir viendo los fenómenos sociales desde perspectivas estáticas» (Zemelman, 1994:10) sin atender a los mecanismos que la constituyen, y pretender dar cuenta de ellos, sin valorar los nexos de interdependencia que tienen los elementos que la constituyen así como la posibilidad de establecer nexos entre diferentes realidades, queda excluida. Se ha legitimado una única manera de conocer, negándose así que el ser humano conoce desde su subjetividad.

DIMENSIÓN PSICOLÓGICA

La subjetividad como handicap

Esta categoría reúne aquellas respuestas que hacen referencia al mundo interior del comunicador y defienden la ausencia de la afectividad o de preconceptos, para poder hacer un trabajo objetivo:

«Para que una persona sea completamente objetiva, deberá sacar fuera de su persona todo su sentir interno». Sujeto X.8.

«En su trabajo no puede incidir ningún tipo de valores, puesto que dañan su labor...» Sujeto I.3.

«... No debería emitir opinión sobre algún acontecimiento por muy afectado que se sienta». Sujeto IV. 5.

«Llevar la información al público sin ningún tipo de opinión». Sujeto I.2.

El valorar la subjetividad como un handicap o una limitación para conocer, es una visión que tiene como sustrato la objetividad como premisa, es valorada negativamente, de no ser por ella podríamos lograr la tan deseada objetividad. Por otra parte, esta percepción propicia el alejamiento como una manera de neutralizar esa limitación de la subjetividad y su car-

ga obstaculizadora.

Este distanciamiento de la realidad, no es sólo un problema de parcelamiento, va más allá, niega a los sujetos actuantes, niega la presencia del otro en sí mismo, su carga socializadora, su historia de vida, sus valores, creencias e ideología, puesta en presente cada vez que desempeña su rol, cada vez que contacta con los otros, cada vez que comunica.

Es irremediable ante tanta despersonalización y negación coincidir con Michael Foucault cuando señala: «lo que hace falta volver a poner en tela de juicio es la forma de racionalidad existente» (Foucault, 1996: 139). Es ineludible preguntarse a quien sirve el mantenimiento de esta conveniente visión del mundo: fragmentada, deshumanizante, individualista.

Al abandonar el camino de la reflexión y la críticavi como herramientas para el abordaje de los hechos sociales, desaparecen los porques y el comunicador social termina por ocuparse de la información codificada, sin darse cuenta de cuanta realidad se está quedando fuera de su discurso, y que podrían explicar lo que le pasa a él, lo que le pasa a muchos. Se está negando a sí mismo y a otros al no reconocerse como sujeto social en su acción comunicacional dando paso a un tipo de «ideología light» que, por supuesto, le permita funcionar sin cuestionar ni cuestionarse.

En el medio de tanta miopía, se va desarrollando una incapacidad de medir el impacto que tiene el mostrar una sola realidad. El Comunicador Social es víctima y victimario de su praxis. Al conocer y dar a conocer una sola cara de la realidad, ésta termina por ser aceptada de manera conformista por falta de opciones. Así se va creando «un mínimo de conciencia, una mínima aspiración, el mínimo deseo, lo mínimo de todo: por lo tanto la mínima presión social» (Zemelman, 1993:17).

Afortunadamente, la tierra se mueve y la vida cotidiana existe plagada de subjetividades a pesar de tanta negación, soledad, neurosis, miseria. Existe tanta realidad que sobrecoge a pesar de este distanciamiento conveniente entre los hombres.

Esa subjetividad que nos constituye y que compartimos con otros en un espacio intersubjetivo, es subversiva, cobra miles de formas y modalidades, y sale al encuentro del otro, construyendo nuestra manera de pensar y percibir, en nuestro modo de ver el futuro, o de no verlo.

«... Al parecer en mundo no estaba

después de todo, tan inerme: los objetos no resultaron ser tan pasivos, controlables y predecibles como creyó el gélido sujeto epistémico distante,... y las cosas se levantan contra sus dueños: el planeta se convulsiona... las minorías étnicas se revuelven contra sus colonizadores, los aparatos burocráticos se tornan inmanejables, las guerras estallan por razones propias que nadie conoce... y los mismos sentimientos, las propias emociones golpean por la espalda a sus portadores...» (Fernández 1994a: 23).

La subjetividad existe

«Las ciencias humanas deberían canalizar más el acercamiento subjetivo (...) el periodista tiene que ser subjetivo para establecer un proceso comunicativo mucho más efectivo y real». Sujeto L.1.

«Existe una contradicción, el periodismo está basado en lo objetivo, pero lo que él transmite (...) siempre está contaminado por una carga subjetiva, aunque se haya negado a dar opinión». Sujeto L.3.

«Ocurre que los medios se rigen por ciertas normas y es necesario cambiar esa información, es como si todos tienen sus puntos de vista y la información se va cargando de subjetividad». Sujeto X.1.

Pues bien, como ya señalamos, la vida cotidiana sigue su curso paralelo, en palabras de Foucault: «plagada de saberes descalificados por la jerarquía del conocimiento y de la ciencia». La subjetividad del hombre ha sido confinada al espacio privado aún cuando esta se construye en relación con los otros a lo largo de su existencia. Este hombre se socializa en una sociedad con principios y valores dominantes en un momento histórico determinado e internaliza estos valores como propios construyendo su mundo de significados, dando sentido a su existencia, no sólo de manera adaptativa, aunque se exalte sólo este aspecto, también de manera conveniente, pero la vida es histórica, dinámica, y dialéctica.

El Comunicador Social no está al margen de este proceso, él es un ser psicosocial que vive en un mundo de encuentros sociales, en el sentido goffmano (Goffman, 1970:13). Sólo que al aproximarse en su praxis al «deber ser» del buen Comunicador Social, que está establecido, aprende a «objetivizar» al otro así como al hecho noticioso. Por eso es que es él el que tiene algo que decir, él tiene la facultad «de hacer sin consultar el hecho; de operar sobre el mundo sin preguntarle su opinión» (Fernández. 1994^a :

23). Allí su fantasía con relación a su poder, allí su éxito y su fracaso, su negación como sujeto dominado.

Esto tiene una explicación y Agnes Heller nos da luz al respecto al conceptualizar de alguna manera eso que algunos Psicólogos Sociales llamamos la conformación de identidades negativas o altercentrismo^{vii}.

Heller ha llamado «bloqueo histórico» a esa imposibilidad de conferir sentido a un discurso diferente al dominante: «El argumento consiste en afirmar que lo único viable es lo dominante. Esto es que carece de sentido plantearse un discurso alternativo, porque la realidad se agota en el discurso existente, que no es otro que el de dominación (...) conformando una subjetividad social cada vez más homogeneizada por el discurso del poder» (Citada por Zemelman, 1994: 14). Estos mecanismos de bloqueo impiden percibir el contexto en que se dan los fenómenos sociales.

Esto no es casual, ya Federico Alvarez nos alertaba al respecto: «La tendencia a eliminar todo lo que sea conflictivo, en el afán de agrandar a todos los públicos, sin irritar a nadie, también ha creado vacíos y deformaciones en la información contemporánea. En efecto, ha impuesto un predominio de lo pintoresco, de lo insustancial, sobre los problemas verdaderamente significativos» (Op. cit.: 62). En otras palabras, en esta práctica profesional los comunicadores van simplificando de tal manera la realidad, que terminan asumiendo la imposibilidad de emitir otro discurso, otro nivel de análisis diferente al producido desde los medios; él como constructor de relatos, también ha quedado atrapado en la dinámica que los medios le imponen. Esa dinámica esquizoide que él termina por internalizar como la real, la única, la legítima, la incuestionable, cobra un sentido compartido, intersubjetivo.

Con esto queremos decir que no es sólo un problema de la dinámica instrumental del medio, al intentar darle sentido a esta dinámica esta pasa a construir su visión, su mundo de significados, él comparte la visión del medio. Y es en esta realidad miope, convenientemente dada, la que él se ocupará de difundir como cabeza visible, desconociendo su poder constructor y su impacto paralizador en la visión de los receptores. «La noticia es siempre, a final de cuentas, lo que Charles Dana conceptuó como algo que hace hablar a la gente, aun cuando no la haga actuar» (Alvarez, Federico:54).

Entonces es tiempo de deconstruir

estas visiones enajenadoras de la realidad. Es tiempo de revisar ese cuerpo paradigmático que ha limitado su quehacer, que le ha negado a él y a otros, las razones causales de esa conveniente manera de objetivar la realidad, devolviéndola a la compleja red de relaciones que la constroen y que a él le corresponde abordar: «Los periodistas deberían tener el propósito de no olvidar los verdaderos problemas y no de ocuparse sólo de la novedad por la necesidad del titular. Hay muchos males que desgraciadamente no pueden pasar de moda» (Savater, Fernando. 1998. *Ética y ciudadanía*. Citado por Marcelino Bisbal. 2000: 12).

Finalmente, sería una nimiedad entrar en una discusión que contraponga lo objetivo vs. lo subjetivo. El problema que nos convoca es más complejo, es reconocer que la forma dominante de conocer ha tenido un costo muy alto, entre otros la cosificación de las relaciones sociales y la alienación del hombre.

REFLEXIONES FINALES

Hoy existe la necesidad de un nuevo paradigma en las ciencias sociales, que legitime la dimensión humana del hombre que conoce, que ponga el énfasis en el hombre y en su relación no sólo con otros hombres sino también con el espacio que lo rodea. El conocer sucede en una realidad inacabada, dinámica, presente, tan viva como el hombre mismo, allí el relativismo de eso que llamamos la verdad.

Es por ello que la discusión no puede centrarse solo en la existencia o no de la objetividad o la subjetividad, sino en construir una percepción más holista en el futuro profesional, en el reconocimiento de la complejidad humana, ampliando su visión del mundo con herramientas para el análisis crítico de esa amplia realidad social que lo convoca, impactando esas formas deshumanizantes y excluyentes que nos alejan de toda posibilidad de comunicación real.

Es importante una redefinición en la formación del Comunicador Social que ponga el énfasis en el reconocimiento de su naturaleza, liberando de los confines de lo privado la subjetividad y potenciándola desde la reflexión y la crítica al espacio de lo público. Esto implica dismantelar, deconstruir el concepto ético que subyace a su praxis actual, redimensionando su responsabilidad y compromiso social.

Es tiempo de dar la batalla a tanto de-

sencuentro. Es tiempo de acercarse al otro, de descubrir, conocer comprender, aprehender y conquistar esa realidad social múltiple y compleja que es construida por seres humanos y por lo tanto factible de ser transformada. Es tiempo de ver y oír esas otras voces, de oírse y verse a sí mismo y en ese intercambio construir nuevos significados que den lugar al hombre.

En fin, después de todo no estamos tan solos, está ese «mundo entero (que) es una metáfora de otra cosa» (Mario Ruopollo, «Il postino») ■

REFERENCIAS

- ALVAREZ, Federico (1978). *La información Contemporánea*. Contexto Editores. Venezuela.
- BARDÍN, Laurence (1977). *El Análisis de Contenido*. Ediciones Akal. España.
- BARTHES, Roland. (1972). *Del mito a la Ciencia*. Ediciones U.C.V. Venezuela.
- BERGER y LUCKMAN (1979). *La construcción social de la realidad*. Amorrortu. Buenos Aires.
- BISBAL, Marcelino (1998). *El consumo Cultural del venezolano*. Fundación Centro Gumilla. Venezuela.
- BISBAL, Marcelino (2000). «*El Observador observado, o la realidad mediada por los medios y los periodistas*» (Mimeo). Seminario Rol de los medios de Comunicación en situaciones de emergencia. SNTFP/FP.
- BOURDIEU, Pierre (1999). *Contrafuegos*. Editorial Anagrama. España.
- CRUZ, Manuel. (1996) (compilador). *Tiempo de Subjetividad*. Editorial Paidós. México.
- CUENCA, Gloria. (1995). *Ética para periodistas*. Editorial Kinesis. Venezuela.
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Pablo. (1994a). «La lógica epistémica de la invención de la realidad». En: MONTERO, Maritza (Coord.). *Conocimiento, realidad e ideología*. Fascículo Nº 6 de AVEPSO. P. 19-35.
- FERNÁNDEZ CHRISTLIEB, Pablo. (1994b) «*Psicología Social, Intersubjetividad y Psicología Colectiva*». En: MONTERO, Maritza (Coord.). *Construcción y crítica de la Psicología Social*. España. Anthropos Editorial del Hombre.
- FOUCAULT, M. (1996). *Tecnologías del yo*. Paidós, Ibérica. Barcelona.
- GOFFMAN, E. (1970). *Ritual de la interacción*. Editorial Tiempos modernos. Buenos Aires.
- GOFFMAN, E. (1971). *La presentación de la persona en la vida cotidiana*. Amorrortu Editores. Buenos Aires.
- GUBA, Egon C. (1990). «The alternative paradigm dialog». En: GUBA, E (Ed.) *London*. Sage.
- IBÁÑEZ, Tomás. (1994). «La construcción del conocimiento desde una perspectiva socio-construccionista». En: MONTERO, Maritza (Coord.). *Conocimiento, realidad e ideología*. Fascículo 6. Ediciones Avepsa. P. 37-48. Caracas.
- KUHN, Thomas (1971). *La estructura de las revoluciones científicas*. Fondo de Cultura



- Económica. México.
- LABRADOR, Yira (1998). *El sentido de lo político. Aproximación psicosocial a la vida cotidiana de las asociaciones civiles*. Tesis de Maestría U.C.V.
- MARTÍN BARÓ, Ignacio (1983). *Acción e Ideología*. UCA Editores. San Salvador.
- MARTÍN BARÓ, Ignacio (1989). *Sistemas, grupo y poder*. UCA Editores. San Salvador.
- MARTÍNEZ, Janicce (1998). *Tecnologías de la información: Sujeto, mundo y relación*. Tesis de maestría. U.C.V.
- MARTÍNEZ, Miguel (1989a). *Comportamiento Humano*. Editorial Trillas. México.
- MARTÍNEZ, Miguel (1993b). *El paradigma emergente*. Editorial Gedisa. Barcelona.
- MEAD, G.H. (1972). *Espíritu, persona y sociedad*. Paidós. Buenos Aires.
- MONTERO, Maritza (1984). *Ideología, alienación e identidad nacional*. U.C.V. Caracas.
- MONTERO, Maritza (1987). (Comp.). *Psicología Política Latinoamericana*. Editorial Panapo. Caracas.
- MORÍN, Edgar. (1981). *Para salir del siglo XX*. Editorial Kairós. España.
- SCHÜTZ, Alfred (1993). *La construcción significativa del mundo social*. Paidós. España.
- SEARLE, John R. (1997). *La construcción de la realidad Social*. Paidós. España.
- VARGAS, Lilia y Fernández, Lidia (1994). «¿Sujeto social o subjetividades emergentes?»

En: Revista *TRAMAS* 6. Subjetividad y procesos sociales. Sujeto y subjetividad. U.A.M. Xochimilco. Pp.81-101. México.

- VARIOS AUTORES (1987). *Folleto 40 años Escuela de comunicación Social*. U. C. V. Ediciones Rectorado. Caracas.
- WIENSELFELD, Esther (1994). «La teoría Crítica y el construccionismo: Hacia una integración de paradigmas». En: Revista *Interamericana de Psicología*. Vol. 28, Nº 2. P.251-264.
- WIENSELFELD, Esther (1998). «Desarrollo teórico en Psicología Ambiental: El enfoque Construccionista- Crítico». En: Revista *Avepsa*. Vol. XXI, Nº 2. P. 33-61.
- ZEMELMAN, Hugo. (1994). «Sobre la importancia de las realidades que se ocultan» En: Revista *TRAMAS* 6. Subjetividad y procesos sociales. Sujeto y subjetividad. U.A.M. Xochimilco. México.
- ZÚÑIGA, Ricardo y LÓPEZ, Milagros (1998). *Perspectivas críticas de la psicología social*. Editorial de la Universidad. Puerto Rico.

NOTAS

- i V. KUHN, Thomas (1971). *La estructura de las revoluciones científicas*. México. Fondo de Cultura Económica. pp. 173-174.
- ii Ya planteado desde otras perspectivas psicológicas, ej: El Psicoanálisis Freudiano con sus planteamientos relacionados al aparato psíquico, la Gestalt, yo, la realidad y la experiencia, El interaccionismo simbólico con G. H. Mead, yo personal, mi social y la realidad; con el debido respeto a sus diferencias y énfasis, así como a sus detractores.
- iii Es definitivamente una arbitrariedad nuestra tratar de delimitar en psicológico, social y cultural lo que es inseparable, definitivamente, es difícil desarraigar los viejos modos. Pero de qué otra manera podemos comunicarnos, por ahora, con nuestros interlocutores sin pasar a ser tomada como anecdótica a falta de disciplina. En fin, aceptemos que es una convención, y que dentro de cada argumentación están presentes las tres, sólo es cuestión de énfasis. Una idea nos apoya «todo esfuerzo de conocimiento es siempre una interpretación de una interpretación» (Miguel Martínez, 1989^o: 46).
- iv De aquí en adelante, las opiniones estudiantiles se identificarán con letra cursiva.
- v V. CASTILLA DEL PINO, Carlos (1979). *La Incomunicación*. Barcelona. Ediciones Península.
- vi El texto de Federico Alvarez, ya citado en páginas anteriores, es absolutamente exhaustivo en explicaciones relacionadas al impacto que tiene esta manera de abordar los hechos sociales, a pesar de que para el momento de su edición (1978) no estaban las tecnologías y las disertaciones teóricas al grado de desarrollo que conocemos hoy. Allí una vez más podemos evidenciar el arraigo y vigencia de las creencias con relación a la objetividad del Comunicador Social, ayer periodista. Más recientemente el crítico Pierre Bourdieu, recrea sin proponérselo, los planteamientos que de manera incipiente son presentados por Alvarez, desarrollándolos en sus textos *Sobre la Televisión y Contrafuegos*, 1997 y 1999, respectivamente.
- vii V. MONTERO, Maritza. (1996). *Altercentrismo y construcción de identidades negativas*. (Mimeo) Escuela de Psicología. U.C.V.