

**Presentación**  
**La realidad fragmentada.**  
**Tendencias del discurso mediático**

***Dr. Enrique Arroyas Langa***

Universidad Católica San Antonio  
earroyas@pdi.ucam.edu

***Dra. Maite Gobantes Bilbao***

Universidad Católica San Antonio  
mgobantes@pdi.ucam.edu

***Dr. José Manuel Noguera Vivo***

Universidad Católica San Antonio  
jmnoguera@pdi.ucam.edu

El espacio público contemporáneo se halla saturado de historias. Sin embargo, la imagen del mundo que ofrecen nos resulta fragmentada, confusa e incoherente. Podemos verlo todo, pero visibilidad no equivale a comprensibilidad: todo parece, de algún modo, ininteligible. Nos sobran historias y nos faltan relatos entendidos como configuradores de realidad y conformadores de sentido. ¿Se ha vuelto nuestra época incapaz de construir relatos que iluminen lo real?

El proyecto de la Modernidad, formulado en el siglo XVIII por los filósofos de la Ilustración, pretendía que el desarrollo de la ciencia, el derecho y el arte permitieran una configuración racional de las relaciones sociales. Así, el arte, y cualquier otra actividad comunicativa, proporcionarían a las sociedades caminos de justicia y felicidad. Se entendía que la necesidad de comunicación del ser humano para el desarrollo individual junto a la percepción moral de su vulnerabilidad eran el fundamento de la construcción de discursos cuya discusión contribuía a crear redes de sentido y solidaridad. En la construcción de discursos, desde

esta perspectiva, había implícito un *telos* de entendimiento recíproco (Habermas, 2002).

Como argumentó Habermas (1978) y Giddens (1998), entre otros destacados autores, los medios de comunicación han sido instrumentos de la modernidad e importantes agentes de formación de las instituciones modernas. A pesar de que casi desde sus orígenes y por influencia de las innovaciones técnicas (telégrafo, transportes) adquirieron una forma de representar la realidad como un collage de relatos yuxtapuestos, esta coexistencia de diferentes materiales no hacía de los medios una acumulación caótica de signos. Aportaban, por el contrario, un cierto orden basado en una confluencia de relatos en busca de sentido.

El agotamiento de este proyecto, o aun más, su rechazo ideológico y estético, da origen a lo que se ha denominado posmodernidad, que anuncia un nuevo tipo de sociedad (de masas, de consumo, de la información) alumbrada a partir de transformaciones en la tecnología, los medios, la economía y la cultura, “una triple metamorfosis que se refiere al orden democrático-individualista, a la dinámica del mercado y a la de la tecnociencia” (Lipovetsky, 2009: 49). A la penetración de la esfera comercial en todos los dominios de la vida, le corresponde una producción cultural que asimila nuevos modelos discursivos caracterizados, entre otras cuestiones, por la fragmentación. Desde enfoques posmodernos (Baudrillard, Lyotard, Jameson), se sostiene que la mercantilización del mundo social ha conducido a la fragmentación de los códigos sociales y a la incapacidad de la cultura para representar lo real. En el proceso de colonización de lo público por el mercado, la realidad queda borrada por el juego intertextual de códigos que la simulan.

Junto a la fragmentación de los discursos, la hiper-sentimentalización de la representación mediática de los ciudadanos es otra característica de la cultura contemporánea. Esta hegemonía de lo emocional en detrimento de la racional, advertida por autores como Sennett (1978), MacIntyre (2001) o Lipovetsky (2005), tiene como consecuencia en el espacio mediático que los valores no se transmiten tanto mediante la articulación de ideas como con manifestaciones de los sentidos, y que las informaciones se elaboren menos en términos de verdad o rigor que en términos de identificación sentimental (Mafesoli, 2007; Dader, 2008; Salmon, 2008).

La colonización de lo público por lo privado, como una de las consecuencias más evidentes de la posmodernidad, permite explicar el auge

de formatos, géneros, modalidades expresivas y estrategias discursivas basadas en el *contar historias*. En un espacio público en el que la intimidad ha hecho su irrupción, el concepto de interés público ha perdido su sentido tradicional, limitándose ahora a “la curiosidad por la vida privada de las figuras públicas, y el arte de la vida pública queda reducido a la exhibición pública de asuntos privados y a confesiones públicas de sentimientos privados (cuanto más íntimos, mejor). Los temas públicos que se resisten a esa reducción se transforman en algo incomprensible” (Bauman, 2002: 42). El abuso de la personalización de los acontecimientos y la promoción de la privatización de lo cívico tiene efectos evidentes de banalización de la comunicación en la esfera pública en forma de infoentretenimiento, sensacionalismo y desinterés por el debate cívico.

Esta personalización de la información, unida al recurso omnipresente de “contar historias” (*storytelling*), encajan en un marco posmoderno descreído de la capacidad de generar sentido a través de relatos (González Requena, 1992; Lash, 2005). Se daría la aparente paradoja de encontrarnos con una producción cultural que rechaza los “grandes relatos”, se muestra escéptica sobre la capacidad de los discursos de representar lo real y que, sin embargo, se entrega a una explosión de trozos de historias en todos los ámbitos de lo público. ¿Por qué una época que ha asumido la incertidumbre del acto narrativo, incluso la incapacidad de acceder a la verdad a través de la construcción simbólica del relato, se entrega sin embargo en el espacio público a una proliferación de discursos con estructuras narrativas como hegemónica estrategia de comunicación?

Walter Benjamín intuyó bien –aunque con diferente terminología– que las *historias* y los relatos eran asuntos diferentes: “Somos ricos en noticias del mundo y, sin embargo, somos pobres en historias notables (...) ya casi nada de lo que sucede beneficia a la narración; casi todo beneficia a la información” (1936: 365-366).

Los relatos son conformadores de sentido, configuradores de la realidad, ha quedado ya dicho, pero quizá nuestra contemporaneidad se haya vuelto incapaz de crearlos y creerlos. El discurso de los medios es escenográfico, enunciativo y sintáctico, pero ya no semántico: la acumulación de fragmentos del mundo no constituye una idea unitaria e inteligible. Bajo la influencia de la televisión, el medio más dotado para poner en escena el presente, los medios han perdido la capacidad de discursi-

vizar el tiempo, es decir, de narrar en su profunda dimensión antropológica, esto es, de construir relatos (González Requena, 2007).

*Sphera Publica* se ha propuesto con este número analizar las tendencias de los medios de comunicación entendidos como productores de sentido en el contexto de una dinámica sociocultural que, tras el fracaso del proyecto ilustrado, obliga al sujeto posmoderno a enfrentarse a las consecuencias de una realidad simbólica construida desde la fragmentación y la tentación del nihilismo.

Incluye este número monográfico artículos que describen la crisis del discurso tal y como se refleja en diferentes manifestaciones mediáticas de la cultura del espectáculo, junto a otros estudios que plantean posibles alternativas al desorden posmoderno. Algunas de las preguntas que han servido de impulso a las investigaciones son las siguientes: ¿Qué cambios narrativos ha provocado el desarrollo de la cultura del espectáculo en los mensajes televisivos? ¿Cómo ha afectado al rol democrático del periodismo la renuncia posmoderna a la reflexión en los medios, relegada por la teatralización de lo sensible o por la hegemonía de la actualidad? ¿Cómo ha influido en los géneros periodísticos la crisis de los grandes relatos y la preferencia por lo íntimo, lo personal o lo subjetivo? ¿Contribuirá Internet a desmontar la realidad pervertida de la televisión o supondrá el adiós definitivo a toda esperanza de construcción de sentido desde los medios?

Una conferencia inédita de *Jesús González Requena* abre este número de *Sphera Publica*. El profesor de la Complutense sostiene una hipótesis radical: si lo que llamamos realidad nos es dado gracias a los textos que nos permiten pensarla, estos mismos textos tienen poder para destruirla. González Requena muestra su revolucionaria hipótesis mediante el análisis, plano a plano, de una de las emisiones del programa de televisión *¿Dónde estás corazón?*

A continuación, *Aaron Rodríguez Serrano* aborda, desde perspectivas próximas al psicoanálisis y a la teoría del relato, la construcción del individuo en el cine posmoderno. Lo hace a través del análisis de varios filmes de muy reciente factura: *Revolutionary road* y *El curioso caso de Benjamín Button*, entre otros. Rodríguez Serrano analiza cuestiones esenciales en el cine contemporáneo como la presencia del mal goce, la imposibilidad de acceso al Otro, o la crisis de la masculinidad y la figura paterna.

También al discurso audiovisual está dedicado el artículo de *Joseba Bonaut* y *Javier García López*, que analizan la serie televisiva *Padre de Familia* como modelo de una narrativa que rompe los convencionalismos del género a través de la liberación de la estructura narrativa, el uso de la metaficción como elemento clave de las tramas y la fragmentación del discurso para conseguir “una narración hipertextual y un relato quebrado que apela al espectador y sus referentes culturales a través de un discurso crítico sobre la sociedad norteamericana posmoderna”.

*Juan-Francisco Torregrosa* subraya la fugacidad del discurso audiovisual contemporáneo, marcado por las pautas que marcan el entretenimiento y el espectáculo. Bajo estas claves, predomina el discurso de lo efímero y la fragmentación de la narración audiovisual, “desde la influencia de la crisis de los grandes relatos legitimadores”.

*María Dolores Cáceres* revisa el actual panorama de una televisión marcada por la influencia de los espacios de telerrealidad. En especial, detalla cómo la intimidad se convierte en una clave narrativa estratégica en el aprendizaje social, ya que construye espacios legitimadores de discursos. Por otro lado, la autora presta especial atención al universo autorreferencial creado por la televisión y los peligros que ello implica, ya que esta televisión “deja de mirar a la actualidad para mirarse a sí misma”.

La fragmentación del discurso televisivo, a partir del elemento que pretende ofrecer cohesión desde la consolidación de la imagen de marca, la continuidad, es abordado por *Cristina González* y *David Caldevilla*. La continuidad, como “eje estratégico del discurso audiovisual”, no sólo es un elemento identificativo de la cadena para el lector, sino un espacio que ofrece coherencia y contexto a las piezas que lo preceden y siguen. En este trabajo, los autores estudian el caso de los canales Canal Plus y Cuatro, pioneros en España en el diseño de piezas de continuidad televisiva estratégicas y de calidad.

La emergencia de la intimidad en la esfera pública centra el artículo de *Samuel Mateus*, quien analiza la omnipresencia de las cuestiones íntimas en el dominio público y sus consecuencias para el individuo contemporáneo. Por su parte, *José Antonio García Lorente* firma un artículo sobre uno de los filósofos más influyentes de la contemporaneidad: el norteamericano Richard Rorty. Sostiene García Lorente que todo el esfuerzo destructor y fragmentador de la filosofía tradicional que realiza Rorty termina cristalizando en una nueva —e inquietante— metafísica.

De la fragmentación del discurso literario se ocupa *Luis Veres*, que analiza la evolución de la novela, la poesía y las artes plásticas en su afán por encontrar el modo de percepción que mejor capte la realidad del mundo moderno: inquietante, inestable, desordenado.

La paradoja de una fragmentación narrativa en Internet cuya solución “pasa por una mayor fragmentación, por incrementar los metadatos pensando en su recomposición multidimensional”, es uno de los temas abordados por *Tíscar Lara*. La autora retoma el *personismo* (Verdú, 2005) como eje de un análisis marcado por la redefinición del rol de periodista como mediador, la descomposición del concepto de portada en Internet o la dictadura de los buscadores en la Web, entre otros factores.

Una investigación sobre el discurso publicitario radiofónico es lo que ofrece *Clara Muela* con un análisis de contenido de 808 cuñas (seleccionadas de 6 Festivales celebrados en San Sebastián entre 1997 y 2002) que le lleva a detectar una falta de creatividad en la construcción de personajes o en la invención de historias. De las consecuencias que un modelo de comunicación que prioriza el espectáculo tiene sobre el discurso informativo y la naturaleza de la actividad periodística como institución de la libertad democrática trata el artículo de *Juan Carlos Suárez*. *María José Pérez* reflexiona sobre la influencia de la identidad de un medio y los aspectos de gestión en el discurso informativo, los profesores *Joaquín Sotelo* y *Francisco Cerezuelo* sostienen, tras la realización de entrevistas a un grupo de corresponsales de guerra, que el periodismo es, en nuestros días, un espacio de significados abierto.

Por último, cierra este número el profesor *Fernando López Pan*, que acomete una tarea pendiente en nuestro país: trazar la historia de la Redacción Periodística. Este es el segundo artículo que el profesor de la Universidad de Navarra dedica a esta cuestión esencial. En concreto, el texto se ocupa de recoger las aportaciones de una de las figuras centrales en la construcción de la Periodística, el profesor Josep Maria Casasús.

## Bibliografía

- BAUMAN, Z. (2000): *Modernidad líquida*. Buenos Aires: Fondo de Cultura Económica de Argentina.
- BENJAMIN, W. (1936): "The Storyteller: Reflections on the Works of Nikolai Leskov". En HALE, D. J. (ed.) (2005): *The Novel: An Anthology of Criticism and Theory 1900–2000*. Wiley-Blackwell, pp. 361-378.
- DADER, J. L. (2008): "Secuestro y fuga de la Opinión Pública ante el periodismo. Reflexiones sobre el papel del periodismo actual en la construcción de lo público".
- HABERMAS, J. (2002): *Ensayos políticos*. Barcelona, Península.
- HABERMAS, J. (1978): *Historia y crítica de la opinión pública*, París, Payot.
- GIDDENS, A. (1998): *Modernidad e identidad del yo. El yo y la sociedad en la época contemporánea*. Barcelona, Península.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (1992): *El discurso televisivo: espectáculo de la posmodernidad*. Madrid, Cátedra.
- GONZÁLEZ REQUENA, J. (2007): *Clásico, manierista, postclásico. Los modos del relato en el cine de Hollywood*. Valladolid, Castilla ediciones.
- LASH, S. (2005): *Crítica de la Información*. Buenos Aires, Amorrortu.
- LIPOVETSKY, G. (2005): *El crepúsculo del deber. La ética indolora de los nuevos tiempos democráticos*. Barcelona, Anagrama.
- LIPOVETSKY, G. (2009): *Pantalla global*. Barcelona, Anagrama.
- MACINTYRE, A. (2001): *Tras la virtud*, Barcelona, Crítica.
- MAFFESOLI, M. (2007): *En el crisol de las apariencias. Por una ética de la estética*. Madrid, Siglo XXI.
- NÚÑEZ, A. (2007): *¡Será mejor que lo cuentes! Los relatos como herramientas de comunicación*. Barcelona, Ediciones Urano.
- SALMON, C. (2007): *Storytelling: La máquina de fabricar historias y formatear mentes*. Barcelona, Península.
- SENNETT, R. (1978): *El declive del hombre público*. Barcelona, Península.
- STEVENSON, N. (1998): *Culturas mediáticas. Teoría social y comunicación masiva*. Buenos Aires, Amorrortu.
- VERDÚ, V. (2005): *Yo y tú, objetos de lujo. El personismo: la primera revolución cultural del siglo XXI*. Barcelona, Debate.